



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

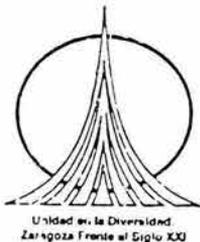
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA

LA TERAPIA ORIENTADA A LAS SOLUCIONES DE WILLIAM H. O'HANLON COMO UN EJEMPLO DE EJERCICIO CREATIVO

T E S I S QUE PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADO EN PSICOLOGIA PRESENTA: MARCO ANTONIO HERNANDEZ CAMACHO

DIRECTORA: MTRA. LIDIA BELTRAN RUIZ

DE ESTUDIOS SUPERIORES FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA SECRETARIA TECNICA PSICOLOGIA SEPTIEMBRE 2004



MEXICO, D. F.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A un poder superior, que se ha manifestado para mi bien en momentos críticos de mi vida -cuando casi se agotaba todo lo que pudiera mantenerme vivo-, y en muchos otros momentos de armonía y paz.

A mi madre, por procurar que viviera una vida buena en mis propios términos, y creer y confiar que en gran medida yo sería capaz de configurarla.

A mi padre, por su apoyo en muchos aspectos de mi vida, y por fomentar en mí la libertad de pensamiento y de acción.

A las siguientes personas, quienes de múltiples formas me han dado cosas que valoro mucho y que me han sido útiles para crear una existencia cada vez más a mi gusto:

A mis hermanos y hermanas y sus respectivas familias.

A mi hermana Mari y mi cuñado Alfonso, por su comprensión, su generosidad, y por alentarme en la recuperación de mi bienestar emocional.

A mi hermano Fer y mi cuñada Oli, por orientarme en el uso de la computadora, por su respeto, y porque han sido los conductos a través de los cuales, ese poder superior en el que creo, ha enviado un regalo de alegría, personificado en mi sobrinito Johnny.

A mi maestra Lidia Beltrán Ruiz, gracias a quien he entrado en contacto con muchos conocimientos que han enriquecido mi saber profesional y personal, y al usarlos, me han hecho sentir útil y productivo. Y quien con sus palabras y sus acciones ha favorecido la creación de contextos en los que yo, como paciente, como alumno, como terapeuta, como persona, me he sentido reconocido y valorado en mi experiencia, y al mismo tiempo alentado a, y capaz de desarrollar mis posibilidades. Gracias a ello, he ido recuperando cada vez más -reflexionando y actuando-, algo que había perdido hace mucho, mucho tiempo, y que yo llamo "alegría de vivir".

A los profesores Sergio Mandujano Vázquez, Pedro Vargas Avalos y Vicente Cruz Silva, por compartir sus conocimientos y por favorecer -desde mi punto de vista- que uno como alumno aprenda y tenga curiosidad por saber más, gracias a una forma amena de enseñar.

A la profesora Jazmín Roldán Hernández y al profesor Mario Alberto Patiño Ramírez, por su cordialidad y cortesía, y por revisar mi trabajo y sus comentarios respecto al mismo.

A mis compañeras y compañeros -pasados y presentes- participantes en las actividades académicas coordinadas por la maestra Lidia Beltrán Ruiz.

A Paty Ramírez y Noel Angeles, por su amistad, por infundirme confianza en cuanto a mis recursos, habilidades y capacidades, y por permitirme hacer uso de su trabajo y examinar de cerca la creatividad que, junto con sus clientes, desarrollaron en terapia. Gracias también al señor A. y a la señora M.

A Juan Eduardo César por su apoyo constante en la realización de este trabajo, y por recordarme el inigualable valor que tiene el hacer las cosas respetando mi particular forma de ser.

A Mary Carmen Rodríguez, por su profesionalismo, su calidez en el trato, y su interés en el bienestar de uno como su paciente y como persona.

Al Dr. Esteban F. Sosa Brena por ayudarme a recuperar y mantener mi bienestar físico, y por infundirme siempre la esperanza de concluir bien este trabajo.

A Claudia Gabriela Aguilar Navarro, quien para mí es una artista de la terapia, y quien en el ejercicio de este arte, conjuga de una manera muy especial dos de las cualidades que más admiro en las personas: la libertad y la sencillez. Gracias a su ayuda he podido hacer una re-creación de mi experiencia vital, que cada vez está más en el camino que me gusta y me satisface. Su extraordinaria capacidad de comprensión y aceptación de mi forma de sentir la vida y de mi forma de comunicar -no solamente con palabras- este sentir, han sido elementos claves para creer en la posibilidad de crearme un mundo más "propio, real y vivo".

A las personas que han confiado en mí y me han permitido trabajar junto con ellas, en un espacio terapéutico, para hallar soluciones a esas situaciones que los aquejan.

A Socorro Gómez Ramos, por su extraordinaria amistad, por alentarme a reorganizar mi vida de la manera que prefiero.

A Isabel Sánchez Valdetano, Isa, de quien he aprendido mucho y con quien he aprendido mucho. Su amistad, su manera de tratarme, su belleza, su inteligencia, su sensibilidad, su sencillez, su fortaleza y su alegría, me han ayudado a sentirme tranquilo y contento. Su compañía ha propiciado que yo tenga cambios buenos que nunca imaginé.

A Beatriz Díaz Juárez, Bety, quien con acciones, con palabras, me ha ayudado a aliviar mi sufrimiento emocional y a recuperar la alegría, la tranquilidad y la esperanza. Quien ha confiado en mí y ha permitido que le dé algo de mí. Quien con esa especial belleza exterior e interior que posee, hace esta vida y este mundo más hermosos. Su presencia ha tenido un gran significado para mí, que no podría traducir en palabras; solamente puedo decir que ella tiene una magia muy especial, y que esa magia configurada por su belleza, su sencillez, su sensibilidad, su fuerza, su optimismo y su inteligencia, ha facilitado que me transforme en un hombre más sencillo y libre.

Finalmente, a Bill O'Hanlon por inspirarme mediante su vida y su obra a llevar a efecto mi misión: colaborar con mis semejantes en favor de su bienestar físico, emocional y espiritual; y a través de este quehacer, contribuir al mantenimiento de mi propio bienestar físico, emocional y espiritual.

“Tanta tristeza”

*Era tanta la tristeza que me iba a morir
Me quedé hasta sin fuerzas
Me quedé hasta sin fuerzas, muchacho
Si no mato a la tristeza ella me mata a mí
La gente muere de pena
La gente muere de pena, muchacho*

*Pregunté por el deseo
¿De dónde vendrá?
Fui hasta el centro del mundo y mucho más allá
Buscaba una salida en el amor
Me estaba quedando loco loco loco de amar de amar
Busqué siempre los extremos de una pasión
Quise beber los océanos y me ahogué
Busqué la sal de la vida, la soledad
Agoté los apetitos, los apetitos del corazón*

*Más volvió la tristeza y se quiso quedar
Yo la encaré con dureza
Yo la encaré con dureza, muchacho
Si no saco a la tristeza ella me saca a mí
La pena nos comería
La pena nos comería, muchacho*

*Pregunté por el deseo
¿De dónde vendrá?
Fui hasta el centro del mundo y mucho más allá
Buscaba una salida en el amor
Me estaba quedando loco loco loco de amar de amar
Busqué siempre los extremos de una pasión
Quise beber los océanos y me ahogué
Busqué la sal de la vida, la soledad
Agoté los apetitos, los apetitos del corazón*

*Mi amor no es fantasía ni línea del horizonte
Son montes, montes y más montes
La fuente no volverá a secarse
¡Mira tristeza aún soy joven!
Este mar sin fondo es un mundo
Dentro de ese mundo hay otro mundo y es el mundo que me atrae.*

D’Javan/Chico Buarque

Canción “Tanta tristeza”,
interpretada por Tania Libertad
en el disco *Que pachanga*.

INDICE

Resumen	
Introducción.....	I
Capítulo I. La creatividad.....	1
1.1. ¿Qué puede ser la creatividad?.....	5
1.2. ¿Para qué puede servir la creatividad?.....	18
Capítulo II. La Terapia Orientada a las Soluciones.....	25
2.1. La terapia como una relación creativa.....	28
2.2. La sesión terapéutica como momento/espacio para la promoción/emergencia de la creatividad.....	51
2.3. El terapeuta y el cliente como agentes creativos.....	77
Capítulo III. Análisis de Marcos Recursivos.....	87
3.1. El Análisis de Marcos Recursivos como herramienta para mostrar la creatividad en terapia.....	90
3.2. Análisis de Marcos Recursivos de un caso atendido con la Terapia Orientada a las Soluciones.....	110
Resultados.....	159
Conclusiones.....	164
Bibliografía.....	168
Anexos.....	176

RESUMEN

La creatividad puede conceptualizarse como un abandono de patrones habituales de percepción/lenguaje/acción en las personas que derive en la obtención de nuevas ideas/acciones útiles para un propósito. La Terapia Orientada a las Soluciones considera que los problemas de los clientes a resolver en terapia son patrones de conducta susceptibles de cambiar; que la tarea de los terapeutas es promover este cambio que lleve a una solución. El recurso principal para este propósito es la conversación terapéutica. Un método de análisis que permite comprender, visualizar y re-presentar conversaciones terapéuticas es el Análisis de Marcos Recursivos; usado en el contexto de este trabajo para mostrar la creatividad en terapia mediante el análisis de conversaciones de un caso atendido con Terapia Orientada a Soluciones. El tipo de análisis presentado es una forma de examinar con cierto detalle el habla en terapia, igualmente, es una invitación a reflexionar sobre el proceder terapéutico y las implicaciones derivadas para clientes, terapeutas y estudiantes participantes/interesados en esta clase de terapia.

Palabras clave: patrón, creatividad, terapia orientada a soluciones, análisis de marcos recursivos.

INTRODUCCION

Este trabajo se origina en dos inquietudes que como estudiante y pasante de la carrera de Psicología el autor del mismo tiene. La primera, estudiar y practicar modelos de terapia no patologizantes, y que alienten la responsabilidad y la capacidad de los clientes de/para resolver sus problemas, modelos que sean respetuosos y útiles con/para la gente que solicita este servicio. La segunda, compartir con alguien una forma de examinar conversaciones terapéuticas de un caso concreto, con la esperanza de que de este análisis resulte algo útil para ese alguien o algún otro, como por ejemplo, promover un interés por desarrollar formas de conversar en terapia que favorezcan cada vez más la sensación de aptitud para hallar soluciones a las situaciones de vida por las que las personas consultan a un terapeuta; esos "alguien" podrían ser futuros terapeutas y futuros pacientes.

El autor ha tenido la oportunidad, gracias a una curiosidad personal, a su ejercicio como prestador de servicio social, a su participación en seminarios-talleres de terapia sistémica/narrativa impartidos en la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza; y a su participación en el Programa de Terapia Familiar y de Pareja con Enfoque Sistémico desarrollado en la Unidad Multidisciplinaria de Atención Integral (UMAI) Zaragoza, de conocer en teoría un poco del trabajo de Milton H. Erickson y de modelos de terapia que se agrupan bajo el nombre genérico de sistémicos/narrativos. Además ha podido observar cómo se llevan a la práctica algunos de los elementos sugeridos por los modelos, y le ha sido posible aplicarlos él mismo.

Dentro de este grupo de modelos, uno en particular le llamó la atención por algunas de sus características, entre ellas: su evitación de explicaciones amplias sobre los problemas de las personas, su énfasis en la acción y su gran flexibilidad para adaptarse a las necesidades de los clientes. O en otras palabras, porque parecía ser un enfoque que se prestaba a la intuición y la espontaneidad de los terapeutas. Dicho modelo es la Terapia Orientada a las Soluciones de William Hudson O'Hanlon, que podría ubicarse dentro del desarrollo del trabajo de este terapeuta en un período de tiempo comprendido más o menos entre 1988 que es cuando O'Hanlon (1988a) nombra la Terapia Orientada a Soluciones, y 1993 que es cuando el mismo O'Hanlon (2001b) cambia el nombre de su trabajo a Terapia de Posibilidades.

Al revisarlo en teoría y al ver su aplicación en la práctica, especialmente por su flexibilidad, al autor de este trabajo le parecía que brindaba a los terapeutas muchas posibilidades para ayudar a los clientes, y que en la misma medida brindaba a éstos la oportunidad de ser ampliamente aceptados en cuanto a sus necesidades de atención.

En un momento dado le parecía, y así lo pensaba, que en esta terapia uno como terapeuta podía ser creativo; sin detenerse a explicarse bien a bien a él mismo, cómo entendía la creatividad.

Sabía que en la Terapia Orientada a las Soluciones se trataba de hacer que los clientes cambiaran su forma de “ver” y/o su forma de “actuar” respecto al problema, que los llevaran a la solución. Y que para conseguir esto se podían utilizar procedimientos variados.

Casualmente, algo le dio la clave para explicarse mejor a él mismo, lo que era sólo una sensación/idea difusa de creatividad que tenía. Encontró un concepto y una idea que le ayudaron a aclararse y precisar más que podía ser (para él) la creatividad.

El concepto es “pauta o patrón”, la idea es “un abandono del patrón con un resultado útil”.

Este concepto y esta idea que, desde su óptica, comparten el modelo de creatividad de Edward De Bono y el modelo de terapia de William O’Hanlon le sirvieron para enlazar lo que puede ser la creatividad con lo que puede ocurrir en una terapia orientada a las soluciones.

Del mismo modo que no sabía cómo concebir con más precisión la creatividad en terapia, tampoco sabía cómo podría mostrar lo que percibía respecto a ésta creatividad en la terapia.

De nueva cuenta, alguien le dio a conocer algo que podía servirle: un método que permitía examinar conversaciones, y entre otras, conversaciones terapéuticas.

Al revisarlo, se dio cuenta de que era una buena opción para que, a través del lenguaje, o más propiamente dicho, del habla en terapia, intentara hacer visible mediante la representación de las conversaciones de un caso atendido con la Terapia Orientada a las Soluciones, cómo puede promoverse/emergir la creatividad en terapia.

Este trabajo trata brevemente de estas tres cosas, creatividad, terapia y un método de análisis de habla; las cuales tienen algo en común: una permisividad para usarse en múltiples formas. Para su realización, el autor tomó en consideración algunas cuestiones que tal vez sea pertinente mencionar antes de indicar el contenido del mismo.

Su trabajo es una elaboración que pretende tener un carácter ilustrativo, de presentación de algo o mejor dicho de re-presentación de algo. Es interpretativo y representativo.

Su índole es más práctica que teórica porque profesionalmente el autor comparte la preferencia de los modelos y del método que expone por su énfasis en llevar a la práctica lo pertinente de lo abordado en la teoría.

Es por esta razón que el desarrollo del mismo fue guiado por un principio de economía propuesto por Guillermo de Occam (Cade y O'Hanlon, 1995; de Shazer, 1988) que dice que para explicar cualquier fenómeno hay que partir de la menor cantidad posible de supuestos, y que es innecesario emplear muchos medios en algo que se pueda hacer con menos. Y por un principio de simplicidad propuesto por Edward De Bono (De Bono, 2000b) que dice que no tiene sentido buscar una manera rarísima de hacer algo cuando existe un modo muy bueno que está al alcance de la mano si uno realiza el esfuerzo de encontrarlo.

Es así que cada capítulo intenta centrarse en lo esencial, y se ocupa del cómo hacer más que de otra cosa; a excepción del primero que no abunda tanto en este cómo hacer.

Debido a esto, en el marco teórico el autor de este trabajo retoma las palabras de los autores de los modelos y del desarrollador del método de análisis con poca variación por su parte. Se disculpa por esto y por ser reiterativo en su propia lectura de algunas cosas que ellos dicen. Además por hacer uso de los términos lenguaje/habla/concepto/significado sin precisarlos lo suficiente, partiendo de que la idea que trata de transmitir es que el lenguaje/habla tiene una forma y un contenido; está compuesto por símbolos/conceptos que a su vez tienen sus respectivos significados ligados con un modo o manera expresiva.

Como el interés central es la Terapia Orientada a las Soluciones y la utilidad práctica que pueda tener el análisis de un caso atendido con este enfoque; solo se tocan de manera tangencial cuestiones relacionadas al ámbito de la terapia sin detenerse ni profundizar en éstas.

Dicho todo esto, se menciona el contenido del trabajo. En el Capítulo I se habla de una conceptualización de la creatividad propuesta por Edward De Bono que tiene como base el concepto de "pauta o patrón"; se mencionan algunas formas de promover esta creatividad, y de igual forma se alude a dos tipos y varios posibles usos de la misma.

El Capítulo II trata de la Terapia Orientada a las Soluciones, aborda cómo ésta puede ser una relación interpersonal en la cual, a través del lenguaje y otras conductas se busca alterar los patrones problemáticos de los clientes, de modo que de ello resulte algo útil para resolver las situaciones que éstos llevan a terapia. También se habla de lo que los terapeutas pueden hacer concretamente en una sesión, de sugerencias prácticas sobre técnicas y procedimientos que se pueden usar para promover en este momento-espacio un cambio funcional de patrones. En adición a esto, se toca la cuestión de la capacidad para alterar patrones de las personas que participan en terapia. El terapeuta como agente promotor de este cambio y el cliente como promotor de su propio cambio, mediante la adecuación a su situación de lo que le propone la terapia.

Finalmente, en el Capítulo III se hace referencia a un método de investigación que permite percibir, registrar, entender y representar gráficamente algún tipo de conversación u otra forma de habla. Aquí mismo, la última parte consiste en el análisis de las conversaciones de un caso y la representación gráfica de las conversaciones analizadas, para tratar de mostrar la contribución de terapeutas y clientes en la construcción de una Terapia Orientada a las Soluciones; y más específicamente qué hicieron los terapeutas para favorecer que los clientes abandonaran sus patrones problemáticos y cómo respondieron los clientes ante estas intervenciones. Como anexo, se incluyen las transcripciones del caso atendido.

Para concluir esta introducción, el autor de la misma quisiera decir lo siguiente: Cuando uno hace un trabajo escrito y/o de investigación, suele suceder que al terminarlo uno quede con la sensación de que pudo haberlo hecho de una manera diferente; tal vez agregar algo aquí, suprimir algo allá, centrarse un poco más en esto, o examinar aquello de otro modo. Como dice William O'Hanlon (O'Hanlon, 1992) en cuanto a la terapia: *"aquello en lo que centremos nuestra atención y nuestras preguntas influirá inevitablemente en el curso del tratamiento y en los datos que puedan surgir durante el mismo"* (p. 151). Del mismo modo, el autor aprecia que un trabajo como este adquirirá una figura, una forma, de acuerdo a aquello que decida poner de relieve o ignorar.

En fin, esta es la forma de hoy, porque aunque una materia de estudio cualquiera puede abordarse desde múltiples aristas, uno tiene que decidir, cerrar momentáneamente el conocer, concretar, concluir.

El autor espera que esta forma sea útil de algún modo.

CAPITULO I LA CREATIVIDAD

Cuando se quiere y/o se necesita conceptualizar algo, es necesario establecer una diferencia, “trazar una distinción”;

“Este mandato básico obedecido consciente o inconscientemente, es el punto de partida de cualquier acción, decisión, percepción, teoría y epistemología” (Keeney, 1994, p. 31).

es necesario auxiliarse (en el lenguaje) de conceptos para definir otros conceptos.

Los conceptos “creatividad” y “creativo” pueden denotar diferentes cosas dependiendo de quien cree estas diferencias (en el lenguaje primeramente), y para qué quiera y/o para qué necesite hacerlas; por ejemplo, para describir, para analizar, para diseñar, etc.

“La creatividad es un tema vago y confuso, que parece abarcar una enorme gama de actividades y personas: desde el creativo que diseña un nuevo envase para una pasta dentrífica hasta Beethoven componiendo la “Quinta Sinfonía”. Gran parte de esa confusión surge directamente de las palabras <<creativo>> y <<creatividad>>” (De Bono, 2000 b, p.27).

Es posible que cuando un lector lea estos conceptos pueda remitirse en su pensamiento a actividades relacionadas con el arte en el ámbito musical, pictórico, literario, etc.; o a actividades relacionadas con el diseño o invención de algún producto, objeto, bien o servicio; o simplemente remitirlo a la idea de una manera no convencional de hacer las cosas, de hacer algo. Lo más probable es que cada lector tenga una idea personal de lo que puede ser para él la “creatividad” y lo “creativo”; y que estas ideas orienten sus percepciones y sus acciones en la consideración de la creatividad como cuestión de su interés. (1)

(1) Como Gregory Bateson (1976) decía, las creencias sobre cómo es el mundo determinarán cómo se le vea y cómo se actúe en este, y estas formas de percibir y actuar determinarán estas creencias sobre su naturaleza.

Es decir, que los significados que para alguien tengan ciertos conceptos/términos/palabras, lo pueden orientar respecto a lo que él considera como creatividad y creativo, y ayudarlo a diferenciarlo de lo que él no considera creatividad o creativo.

Por ejemplo, aludiendo a la actividad de enseñanza/aprendizaje de modelos conceptuales/simbólicos que deriven en una utilidad teórico/práctica, el psicólogo Pullias (1999) puede encontrar en la docencia la presencia de la creatividad, y considerar al maestro como una persona creativa, “un creador: un estimulador de la capacidad creativa”; que a través de la interacción con sus alumnos, invita y es invitado al desarrollo de formas nuevas, diferentes, mejores, de enseñar/aprender, aprender/enseñar.

“Tal vez más que cualquier otra cosa, una situación de aprendizaje es una liberal investigación para que los distintos estudiantes encuentren y emprendan nuevos caminos de creatividad....Durante muchos años he pedido a diversas personas que me hablaran de su mejor maestra. Por lo general, sus ojos se iluminaban y me decían: <<Oh, sí>> <<La recuerdo>>. Luego añadan: <<Ella no temía ser diferente. Parecía tener nuevas ideas; traía cosas raras a la clase...o algo que hubiera encontrado; nos contaba cosas extraordinarias; nos estimulaba para que tuviéramos ideas y se interesaba en ellas>>. Por algún medio había eludido caer en el estereotipo del maestro en la mortal rutina del comportamiento habitual.

Todo esto constituye una somera descripción del maestro como creador”(Pullias y Young, 1999, págs. 116-118).

Otra forma posible en que puede ilustrarse cómo diferentes conceptualizaciones de creatividad orientan distintas actividades de teóricos e investigadores en el campo de la psicología, es citando unos pocos ejemplos de psicólogos que trabajan con este concepto:

Gilda Waisburd (1996) propone estudiar el proceso creativo como la integración funcional de los hemisferios cerebrales; Margaret A. Boden (1994) considera que el estudio de los mecanismos de inteligencia artificial (IA) pueden ser vehículos para explicar y entender la creatividad; Howard Gardner (1993) pone énfasis en las características cognitivas de las personas creadoras y en los factores socioculturales relacionados con su creatividad; Paul Matussek (1984) aborda la creatividad como una característica de la personalidad y un potencial del “yo”; Robert B. Dilts, Todd Epstein y Robert W. Dilts (1991) estudian la creatividad como la organización del proceso interno de cómo pensar sobre algo, desde una base neurológica, y como una habilidad que puede aprenderse usando programación neurolingüística (PNL); Gordon (1979) estima que la creatividad es un proceso y el resultado de dicho proceso, el cual generalmente consiste en una especie de dinámica mental que pasa por las etapas de preparación, incubación, iluminación y verificación, todo en relación con un problema a resolver.

Así, respecto a este somero ejemplo de la variedad de apreciaciones y abordajes de la creatividad, tal vez sea pertinente mencionar las palabras de Erika Landau (1987):

“El fenómeno de la creatividad lo entiende cada científico de manera diferente...Son justamente los distintos puntos de partida, supuestos y métodos de trabajo los que hacen difícil hallar un común denominador y combinar la pluralidad de los enfoques...

Todavía hoy la controversia decisiva acerca de este problema es la de como encontrar un acceso a la investigación de la creatividad: ¿a través del análisis de la personalidad creativa, del producto o del proceso?...Del propósito del investigador dependerá el aspecto respectivo bajo el que se estudia la creatividad” (págs. 16-17).

Desde el punto de vista del autor de este trabajo, quizá no sea tan necesario hallar un común denominador y combinar la pluralidad de los enfoques, sino más bien centrarse en la utilidad práctica que cada uno de estos puede tener.

Pues bien, todo este preámbulo sobre distintas concepciones de creatividad es usado como pre-texto para hablar acerca de una conceptualización que -igualmente desde la óptica del que esto escribe-, es útil para considerar la Terapia Orientada a las Soluciones y el trabajo clínico que se realiza con ésta, como un ejemplo de ejercicio creativo.

La conceptualización de creatividad a la que se hace referencia, fue desarrollada por el psicólogo Edward De Bono (2000b) al estudiar el pensamiento partiendo de tres fuentes: el pensamiento en general, el pensamiento creativo y perceptual, y el proceso por el cual el cuerpo regula la presión de la sangre y la integración general de los sistemas del cuerpo humano. Esto último -como él confiesa- le despertó un gran interés por los sistemas autoorganizados.

Partiendo de aquí, De Bono consideró que estas tres líneas de investigación (pensamiento, pensamiento perceptual y sistemas autoorganizados) confluían de algún modo. Entonces empezó a escribir acerca “de la otra clase de pensamiento”, del pensamiento que no es lineal ni secuencial ni lógico. Explicó sus ideas en una revista llamada *London Life* y en el transcurso de la conversación comentó que era necesario desplazarse “lateralmente” en el pensamiento para encontrar otros enfoques y otras alternativas. Este fue el origen del concepto “pensamiento lateral”, que sustituyó a la frase “otra clase de pensamiento”.

Esto sucedió en 1967. Ahora, el “pensamiento lateral” tiene su definición en el *Oxford English Dictionary*: “Tratar de resolver problemas por medio de métodos no ortodoxos o aparentemente ilógicos” (De Bono, 2000b, p. 96). Aquí la palabra clave es “aparentemente”. Los métodos pueden parecer “ilógicos” en comparación de la lógica normal, pero fueron elaborados según la “lógica” de los sistemas constructores de pautas (autoorganizados). En suma, la “esencia” del pensamiento lateral o creativo es probar diferentes percepciones, diferentes conceptos, usando métodos diferentes, con la intención de salir de la línea habitual de pensamiento (la pauta).

A continuación se tratará de explicar de la manera más simple posible dicha conceptualización de la creatividad propuesta por De Bono (De Bono, 1998, 1999b, 2000a, 2000b).

1.1 ¿Qué puede ser la creatividad?

Empecemos con unas palabras de De Bono (1999 b y 1996) orientadoras respecto a como puede considerarse su modelo de creatividad: como un modelo de utilización, un modelo para usarse en alguna forma.

“El propósito de la ciencia no es analizar ni describir, sino elaborar modelos útiles del mundo. Un modelo es útil si nos permite utilizarlo de alguna manera. El uso no está limitado a predicciones de conducta sino también a intervenciones” (p. 65). *“Siempre he sentido un profundo interés por los resultados prácticos [de los modelos]”* (p. 10).

Partiendo de estas apreciaciones el autor de este trabajo asume que tiene libertad para adecuar el modelo de De Bono a sus propósitos de exposición y de uso.

Así pues, para De Bono, la creatividad y lo creativo pueden circunscribirse en ciertos aspectos a la obtención de nuevas ideas y la ejecución de nuevas acciones derivadas del cambio de percepciones y conceptos en las personas (De Bono, 1998, 1999b, 2000a, 2000b)

Esta concepción se desprende de la consideración del cerebro humano como sistema de información autoorganizado y de una de sus características funcionales: *la formación de patrones de actividad y su uso para la supervivencia* (De Bono, 1999b).

En relación con lo anterior nos dice: *“...[Es necesario] observar directamente el comportamiento de los sistemas de información autoorganizados. Son sistemas de construcción de pautas (2); construyen y usan pautas. A partir de un análisis del comportamiento y del comportamiento potencial de tales sistemas podemos conseguir una idea muy clara de la naturaleza de la creatividad.”* (De Bono, 2000 b, p.29)

Esta consideración del cerebro como sistema de información autoorganizado se explica del siguiente modo:

Las personas en su actividad diaria están interactuando todo el tiempo con el resto del mundo circundante; esta interacción -que para De Bono (1996; 1998; 1999; 2000a; 2000b) proporciona información sensorial que el sistema nervioso central (SNC) capta-provoca que dicha información se organice en una sucesión de estados de actividad neuronal temporalmente estables, que se suceden uno a otro hasta formar una secuencia. Con el paso del tiempo, esta secuencia de actividad se convierte en una especie de camino, pauta o modelo.

(2) Es común que la palabra inglesa *pattern* se traduzca al español como *pauta o patrón* ; en este trabajo se utilizarán ambas entendidas como sinónimos.

De una forma un poco más detallada, De Bono (1999b) da cuenta de la conducta funcional del cerebro como sistema autoorganizado en los siguientes términos:

Una neurona posee un gran número de ramificaciones nerviosas. Algunas de estas ramificaciones pueden ser muy largas. Cada una de ellas se apoya en el cuerpo de otra neurona y le puede transmitir una serie de descargas eléctricas. Esta transferencia se realiza por medio de una liberación química del final de la ramificación nerviosa. Si una neurona recibe un número suficiente de descargas se activa y procede a enviar descargas a las demás neuronas. El cerebro está conformado por una gran cantidad de neuronas unidas entre sí de esta manera. Cualquier neurona puede, de hecho, estar unida por medio de largas ramificaciones a otra neurona que esté alejada, pero por conveniencia para esta explicación de la conducta funcional del sistema, De Bono sugiere suponer que una neurona está unida a sus vecinas inmediatas.

Si se estimula a un grupo de neuronas, se activan y comienzan a enviar descargas a lo largo de sus ramificaciones nerviosas. Para poder ver lo que sucede, De Bono pide suponer que cuando una neurona está activada, cambia su color a uno más intenso. Así, un grupo de neuronas activadas se vería como una mancha de este color más intenso.

Añadiendo otro rasgo a esta conducta neuronal, esta activación vista como una mancha de color más intenso, puede extenderse hasta cierto tamaño pero no más allá.

En términos neurológicos, dice De Bono, se tiene una activación neuronal extensiva y, también, una forma de inhibición. Ésta puede provocarse por medio de una constitución de elementos químicos o retroacciones negativas directas transmitidas por otro conjunto de nervios. La función es la misma.

Un efecto añadido más es que, si una neurona ya está activada cuando reciba la descarga eléctrica por medio de una ramificación nerviosa, se vuelve más sensible. Esta sensibilidad indica que la neurona tiene más posibilidades, en el futuro, de responder a una descarga de esta ramificación en particular. Esto significa que si la estimulación activa a dos grupos cercanos de neuronas, en el futuro la conexión entre estos dos grupos será más fuerte que con otras neuronas.

Este efecto da lugar a un importante fenómeno de asociación, así como de reconstrucción. De Bono menciona que en términos neurológicos, en este fenómeno se presenta un cambio de enzimas que asegura que la "capacidad de conexión" entre neuronas excitadas al mismo tiempo sea mayor que con otras neuronas.

Así, en el futuro, ante la estimulación que provocó la activación/coloración más intensa de estos grupos neuronales, existen más posibilidades de que esta mancha de color intenso se extienda hacia donde las neuronas están mejor conectadas más que a ninguna otra parte.

De este modo, si la situación estímulo se presenta nuevamente, la mancha de color intenso/activación sigue la pista de conexión en aumento que, en sí misma, depende de la experiencia pasada; se repite la secuencia. En esta forma, la multitud de neuronas puede repetir o reconstruir un patrón.

Ahora bien, como se mencionaba, los grupos de neuronas pueden tener una activación extensiva y una forma de inhibición de esta activación, de manera tal que, cuando se da esta inhibición en un grupo o en unos grupos neuronales, otro grupo o grupos neuronales que han permanecido inactivos pueden activarse/adquirir una coloración más intensa. Así, podría verse que la mancha de color intenso cambia de un grupo a otro; esta forma en que adquiere color intenso un área tras otra es también una secuencia o patrón.

En este punto De Bono (1999b) indica que la relación entre los factores estimulantes y la activación neuronal, no es lineal. Él lo llama efecto de umbral y lo considera típico del sistema nervioso. Esto significa que hasta cierto punto una estimulación en aumento no tendría absolutamente ningún efecto, pero más allá de dicho punto las neuronas tendrán una actividad plena. Para ilustrar este efecto, De Bono utiliza las analogías de las cosquillas y de una pistola. Usted puede hacerle más y más cosquillas a alguien sin ningún efecto pero, repentinamente, la persona prorrumpe en carcajadas. También es como aumentar la presión sobre un gatillo que, repentinamente, basta para liberar todo el poder de la pistola.

Para De Bono, este efecto no lineal es un aspecto muy importante de la conducta de las redes nerviosas, y no debe ignorarse al considerar la conducta potencial de dichas redes.

Pues bien, continuando con los cambios de activación de grupos neuronales, De Bono dice que tomando como referencia un primer grupo activado/sensibilizado, puede suceder que los cambios de lugar de la mancha de color intenso/activación sigan una secuencia que termine nuevamente en la activación de este primer grupo neuronal - gracias a la ventaja de que ha sido más sensibilizado-. Esto conduciría a una circularidad del patrón. La activación neuronal comenzaría en una parte del cerebro ante un estímulo directo, cambiaría de lugar siguiendo una secuencia, después volvería al punto original y repetiría el circuito.

Esta circularidad de actividad neuronal es la base que explica, según De Bono (1999b), la formación, estabilidad y facilidad de repetición de las percepciones, los actos de lenguaje/significado y otras conductas aprendidas.

Así pues, para distanciarse de la noción de la creatividad como algo misterioso y complicado, De Bono (2000 b) recurre a este modelo simple y dice al respecto:

“En esto no hay magia ni misticismo, se trata simplemente del comportamiento del Sistema Nervioso...Los neurofisiólogos y los biólogos que estudian la química del

cerebro podrán discrepar acerca de cuales son exactamente las enzimas involucradas en el proceso, pero el cuadro general [en sus aspectos más amplios] no cambia” (págs. 38-39).

Según él nuestros cerebros están diseñados para ser brillantemente *no creativos*. Están diseñados para formar pautas estructuradas, fijas, y para luego utilizarlas en cuanta ocasión se presente (De Bono, 1998).

Ahora bien, De Bono (1996; 1999b; 2000a; 2000b) pone mayor énfasis en las pautas perceptuales como los primeros elementos útiles que están estrechamente ligados con otros dos tipos de pautas en los que no pone tanto énfasis pero que también considera importantes cuando se habla de creatividad: pautas conceptuales o de significado (de lenguaje) y pautas de acción.

De este modo, al hablar de estas pautas de percepción encontramos que, una vez establecidas resultan muy útiles porque permiten “reconocer” las cosas, nombrarlas y actuar en consecuencia.

“Cuando la pauta ya se ha establecido, la seguimos y vemos las cosas en función de la experiencia previa....cada vez que miramos a nuestro alrededor nos disponemos a ver el mundo en función de nuestras pautas previas...Por este motivo, la percepción es tan útil y tan poderosa. Rara vez nos desorientamos; somos capaces de reconocer la mayoría de las situaciones. El cerebro solo puede ver lo que está preparado para ver [a través de las pautas existente]” (De Bono, 2000b, p.39).

Así, el cerebro elabora los patrones con mucha facilidad, además de que los reconoce instantáneamente, lo que reporta su utilidad para la sobrevivencia, ya que sin este comportamiento del cerebro, no podríamos leer, escribir, hablar, comer, vestirnos, etc., la vida sería imposible.

Nos dice De Bono (1999b) que existen patrones rutinarios de percepción por medio de los cuales podemos reconocer cosas y gente; y que además existen patrones rutinarios de significado, por medio de los cuales podemos (entender al) escuchar, leer y comunicarnos.

A lo anterior se puede agregar que existen patrones rutinarios de acción que nos permiten interactuar, interrelacionarnos con las personas, convivir. ** (3)

“...El razonamiento es solo un aspecto de las cosas. El otro aspecto importante es la acción. A veces el pensamiento es un fin en sí mismo pero, por lo general, el propósito

** (3) Por las palabras que dice De Bono respecto al razonamiento, al autor de este trabajo le queda la idea de que estos patrones de percepción, significado y acción pueden estar en una relación constante unos con otros.

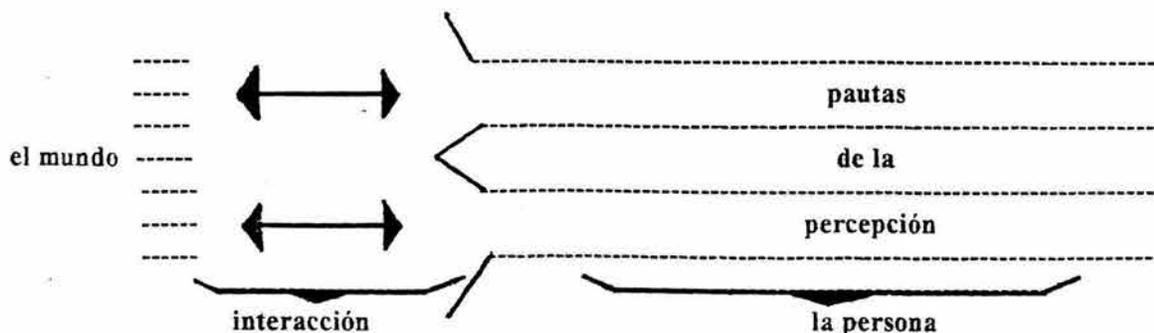
del pensamiento es elegir un curso de acción. En ocasiones se produce una fase de pensamiento y luego una fase de acción. Otras veces el pensamiento y la acción están ligados de manera que el pensamiento tiene lugar durante la acción.” (De Bono, 1999a, p. 21).

Como se mencionaba, en este modelo se enfatiza el proceso de establecimiento y utilización de las pautas, primeramente como perceptual.** (4)

De ahí que, la cuestión de la formación original de pautas de funcionamiento en las personas y el posterior uso de estas para seguir funcionando, es apreciado por De Bono (1996; 2000b) principalmente a través del fenómeno de la percepción.

Para él, la percepción es la formación original y el posterior uso de las pautas. Esto incluye el «reconocimiento» de la pauta adecuada y la certeza de que la estamos siguiendo. Además dice que es la percepción la que nos proporciona las observaciones o las proposiciones que luego manipulamos con la lógica, y que es aquella la que nos proporciona las palabras y la elección de los vocablos con que podemos pensar acerca de cualquier cosa.

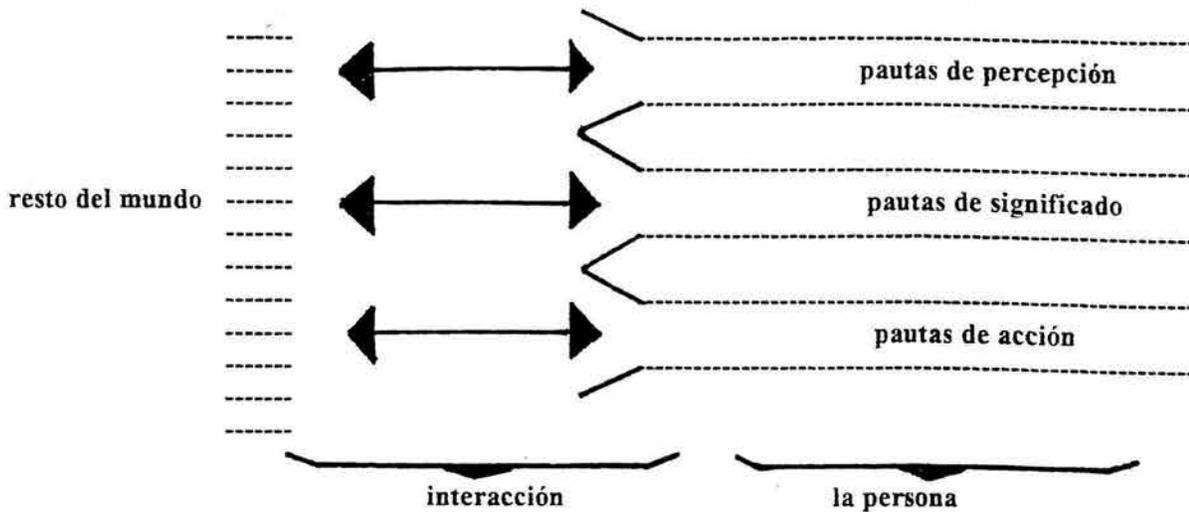
Para ilustrar la importancia que tiene la percepción para la conducta (y para el pensamiento y la conducta creativos) se reproduce la siguiente figura elaborada por De Bono (2000b, p.40)* (5):



** (4) Para el autor de este trabajo no es tan importante la cuestión del orden en que se desarrollan las diferentes pautas. Más bien, encuentra la utilidad del modelo de De Bono, en la mención de la formación, existencia y utilidad de este tipo de patrones.

* (5) Se han agregado algunos elementos (las llaves y las palabras “interacción” y “la persona”) a la figura original para tratar de dar más claridad a la idea que representa dicha figura.

El autor de este trabajo propone una modificación a la figura precedente, considerando los patrones de lenguaje (conceptuales/de significado) y de acción (maneras de hacer):



De estas figuras este mismo autor quiere rescatar una idea principal mencionada atrás, que tiene que ver con la conceptualización de creatividad de Edward De Bono: *La interacción de la persona con su medio ambiente resulta en la formación de pautas de funcionamiento habituales.*

Partiendo de esta consideración, se puede pasar a explicar como puede ilustrarse la creatividad.

La secuencia temporal de nuestra experiencia establece caminos de rutina (pautas-patrones) perceptuales, de lenguaje, de acción.⁽⁶⁾ Vemos las cosas de cierto modo, hablamos acerca de las cosas de cierta manera y esperamos que las cosas se hagan de cierta forma. Es probable que estos hábitos de conducta (hablando en un sentido general) sean útiles y suficientes para un funcionamiento satisfactorio de las personas. Sin embargo, a veces este comportamiento lógico de formación de patrones y su utilización, no es suficiente ni útil ante una necesidad o un deseo de encontrar una alternativa a algo que necesita o quiere ser cambiado:

⁽⁶⁾ El autor de este trabajo no considera que estos sean los únicos patrones que operen en una persona, ya que el análisis de una conducta en particular puede ser hecho desde diferentes niveles. Ver por ejemplo los niveles de análisis desde los que se puede abordar el fenómeno que denominamos esquizofrenia según Schefflen (1981) y su semejanza con los niveles de explicación propuestos por el biólogo Steven Rose (1971, p.30) como los mínimos necesarios para comprender la conducta del cerebro (en Cade y O'Hanlon, 1995, p. 71).

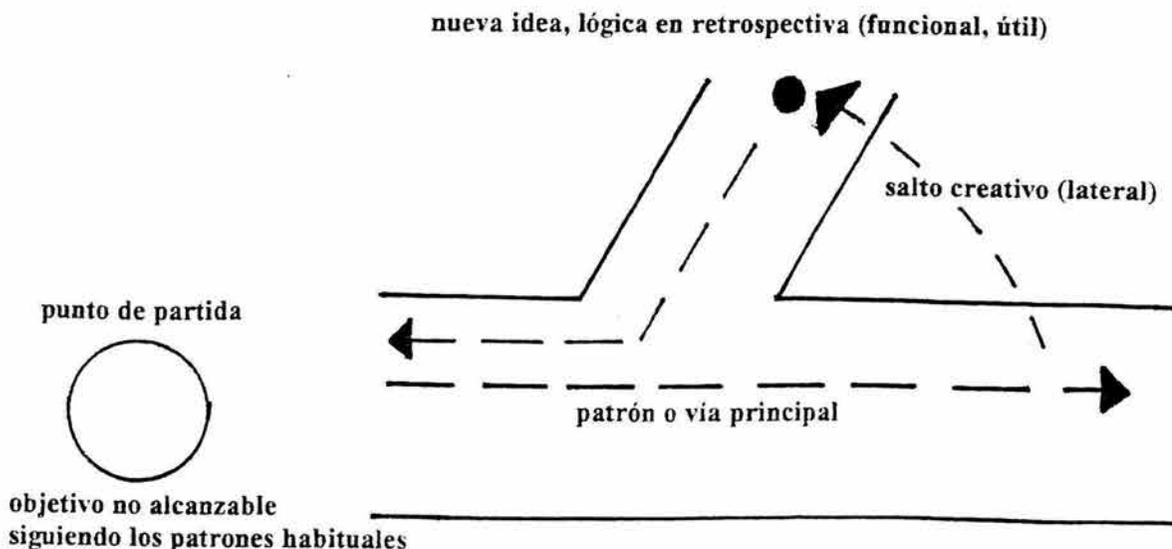
“...uno de los principales objetivos de la utilización de la creatividad consiste en descubrir mejores [nuevas] maneras de hacer las cosas.” (De Bono, 2000b, p. 23)

Según De Bono (1999b) la mayoría de las personas podemos salir adelante con unos cuantos patrones extensos de conducta, en lugar de tener que aprender gran cantidad de patrones por separado. Desde un punto de vista práctico de supervivencia esta característica es inmensamente útil. Sin embargo, también nos menciona que siempre existen otros patrones potenciales adyacentes, laterales al patrón o vía principal; solo que no los vemos por la misma naturaleza del sistema de funcionar con unos pocos patrones.

Pero si por alguna razón somos ayudados u obligados a abandonar ese patrón o vía principal, es muy probable que caigamos en la cuenta de que “existía” -mirado en retrospectiva- otra vía alternativa y útil para nuestros propósitos. Es decir, si de alguna forma algo nos aparta de nuestras pautas habituales de percepción y/o lenguaje y/o acción, es probable que emerjan ideas nuevas y acciones nuevas y útiles.

En relación con lo anterior dice De Bono (1999b): “La secuencia de nuestra experiencia personal [histórica y presente], las palabras y los conceptos proporcionados por la cultura, el contexto proporcionado por el medio ambiente inmediato, determinan el patrón de la vía principal. Si de “algún modo” podemos saltar a una pista lateral, entonces podremos encontrar una idea creativa que es perfectamente lógica...una vez que la hayamos encontrado” (p. 24). Ver figura abajo.

Es de esta manera que, recordando que la interacción de la persona con su medio ambiente da lugar a la formación de pautas de funcionamiento habituales, puede decirse que el salto fuera de estas pautas que genere ideas/acciones nuevas constituye la creatividad.



Si seguimos el patrón habitual, no alcanzamos el objetivo, pero si intervenimos en este, lo alteramos o “saltamos fuera” de la vía, puede resultar que encontremos una idea/acción que ‘abra’ o se convierta en otra vía o patrón alternativo que nos conduzca a nuestro objetivo.

Hablando de las ideas creativas, De Bono(2000a; 2000b) insiste en que toda idea creativa valiosa siempre debe ser lógica a posteriori (esto significa, que funcione). Ya que, si una vez formulada no resulta lógica, entonces no podremos estimar su valor y la consideraremos simplemente una idea “alocada”.

“Con la mayor parte del pensamiento constructivo y creativo, la realización no está completa mientras no se ponga a funcionar la idea y se demuestre que funciona.” (De Bono, 1999, p. 177)

Resumiendo, podría decirse que el cerebro es un dispositivo que permite que la información que ingresa se organice y traduzca en pautas; que una vez configuradas, con sus amplias zonas de captación (de integración de la información nueva), se utilizan en procesos integrados de percepciones/conceptualizaciones/acciones (De Bono, 1996, 2000b). Y que si de algún modo podemos alterar (“saltar fuera” de) estos patrones o vías habituales de percepción/conceptualización/acción, esta alteración puede dar lugar a ideas/acciones nuevas, funcionales, lógicas en una visión retrospectiva, que pueden ser útiles para diversos fines. En otras palabras si logramos promover la creatividad podemos tener la esperanza de obtener buenos resultados de este ejercicio creativo.

Ahora bien, antes de pasar a examinar para qué puede servir la creatividad, veamos lo que dice De Bono (2000b) respecto a como promoverla (7), esencialmente a través de lo que él llama los tres enfoques principales de la creatividad:

- *Las alternativas*
- *El cuestionamiento*
- *La provocación*

(7) En un sentido específico, el trabajo sobre creatividad de Edward De Bono se centra principalmente en alentar el desarrollo de ésta a través de lo que el llama técnicas de pensamiento lateral; aunque reconoce que la creatividad puede fomentarse de otras maneras: *“Desde luego, el valor práctico y la importancia de las técnicas del pensamiento lateral no implica que la creatividad no pueda también originarse en otras fuentes”* (De Bono, 2000 b, p. 93). A los lectores interesados en el concepto “pensamiento lateral” y sus técnicas, se les sugiere consultar las obras *El pensamiento lateral* (2000a) y *El pensamiento creativo* (2000b) escritas por De Bono, listadas en la bibliografía.

Estos tres enfoques se mencionan por la similitud que tienen con lo que acontece en una Terapia Orientada a las Soluciones, aunque la cuestión principal que al autor de este trabajo le interesa rescatar de la conceptualización de creatividad de Edward De Bono para atreverse a considerar este tipo de terapia como un ejemplo de ejercicio creativo es que la intención del trabajo clínico que se hace, también está encaminada a cambiar los patrones habituales de la experiencia problemática de los clientes; es decir, se intenta que los clientes “salten fuera” de estos patrones y que el resultado de este salto sea algo útil para ellos.

Pues bien, siguiendo esta misma idea, veamos cómo sugiere De Bono alterar patrones:

Las alternativas

Dice De Bono (2000b):

“La operación básica de la actividad creativa es la búsqueda de alternativas” (p. 181).

Podemos hacernos las siguientes preguntas:

¿Hay otra manera?

¿Qué más se puede hacer?

¿Cuáles son las alternativas?

En cierta forma, la creatividad puede definirse como una búsqueda de alternativas. Esto se aplica especialmente al intento de ser creativo respecto de algo que ya existe.

Aunque la búsqueda de alternativas es fundamental para la creatividad, dice De Bono (2000b) que el proceso no es tan fácil como lo supone la mayoría de la gente. Él sugiere:

Detenerse para buscar alternativas.

“Si uno se encuentra en una situación en la que el siguiente paso lógico es fácil, uno da ese paso, no busca alternativas. Y si el siguiente paso lógico también es fácil, lo da. En otras palabras: es muy difícil detenerse para buscar alternativas cuando no las necesitamos” (p. 182)

Es así que las alternativas nos son necesarias cuando la lógica no nos conduce al objetivo deseado; entonces, ¿de dónde salen las alternativas?, ¿cómo las conseguimos cuando las necesitamos?

Encontrar alternativas

De Bono (2000b) responde las preguntas anteriores diciendo que, encontrar nuevas alternativas o crear nuevas posibilidades puede conseguirse cambiando los límites de la situación (*ampliación del contexto*)^{±(8)}, introduciendo nuevos factores (*agregar algo a la pauta o patrón*), o involucrando a otras personas en el proceso situacional (*variar la pauta o patrón de relación*).

Además de lo anterior, a veces las alternativas surgen de una búsqueda consciente y de la revisión de la experiencia (*búsqueda de excepciones, remitirse al pasado cuando no se ha presentado el problema, exploración de las capacidades y habilidades y de cómo se han utilizado*); pero en todos los casos tiene sentido el esfuerzo por encontrar alternativas antes de dedicarse a su ejecución.

Las alternativas existentes suelen ser conocidas y estándar, y pocas veces brindan una idea original nos dice De Bono; además agrega que no obstante esto, como principio general, conviene por lo menos, tener conocimiento de las alternativas existentes, antes de empezar el desarrollo de otras nuevas (*considerar el valor de la experiencia*).

“No tiene sentido buscar una manera rarísima de hacer algo cuando existe un modo muy bueno que está al alcance de la mano si uno realiza el esfuerzo de encontrarlo” (De Bono, 2000b, p. 189) (*tomar en cuenta la simplicidad, no complicar las cosas*).

Pues bien, para el propósito de la creatividad, el significado estricto de la palabra “alternativa” es, una elección diferente:

“...utilizo el término con su significado corriente de múltiples elecciones, opciones o posibilidades.” (De Bono, 2000b, p. 190)

En pocas palabras, las alternativas significan negarse a considerar la situación como si fuera fija; significan cambiar los límites y los elementos.

Continuando, el segundo enfoque principal de esta concepción de la creatividad es el cuestionamiento.

^{±(8)} Como en este trabajo se utiliza la idea del salto fuera del patrón en el modelo de creatividad de De Bono para visualizar lo que ocurre en una Terapia Orientada a las Soluciones como un ejercicio de creatividad, desde este momento se hará un enlace entre cuestiones sugeridas por De Bono (2000b) en torno a como promover este salto fuera de los patrones y cuestiones que se abordan en la terapia con el mismo fin, de tal modo que se acotarán ambas como analogías que el autor de este trabajo observa en estos modelos donde la finalidad es lograr que las personas vean y actúen diferente y que esto les reporte alguna utilidad. Los conceptos y frases entre paréntesis y en cursivas hacen referencia a lo que se puede hacer y se hace en terapia orientada a soluciones (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

El cuestionamiento

Dice De Bono (2000b):

“El cuestionamiento es una parte clave de la creatividad. Podemos preguntar, ¿Tenemos que hacer las cosas de este modo? ¿Existe una manera mejor?” (p. 336).

Es importante tener claro que el cuestionamiento no es una crítica; ya que si este se convierte en crítica, deja de pertenecer a la creatividad; pues la crítica constante resulta perturbadora y molesta. El cuestionamiento creativo es más bien la disposición a considerar que podría haber una *manera diferente de actuar* y que esta manera diferente de actuar podría ofrecer ventajas. De este modo, quien adopta una actitud de cuestionamiento creativo supone que la *actual manera de hacer* puede no ser la mejor, la más útil.

El cuestionamiento incluye *una pausa para preguntarse por qué algo se realiza de determinada manera*. Lo anterior incluye cierta consideración del análisis de continuidad, análisis de porqué se sigue haciendo de tal o cual manera, tal vez una reflexión.

Algunas preguntas más que se pueden plantear para el propósito anterior podrían ser: ¿Existe acaso una razón histórica (cultural, de tradición, de creencia)? ¿La manera de hacer las cosas está determinada por requerimientos de otras personas?. En síntesis: el cuestionamiento es una forma amable de insatisfacción e incluye la convicción de que hay una posibilidad de introducir un cambio beneficioso.

El tercer enfoque que propone De Bono para promover la creatividad, es la provocación.

La provocación

“Einstein acostumbraba realizar lo que denominaba «experimentos de pensamiento». Decía: ¿Qué vería si estuviera viajando a la velocidad de la luz?” (De Bono, 2000b, p. 216)

La provocación es una especie de experimento mental tendiente a producir una discontinuidad que nos obliga a rebasar los límites habituales de lo “razonable” establecidos por nuestra experiencia (De Bono, 2000b).

De hecho, en opinión de De Bono, la provocación es una necesidad lógica en todo sistema autoorganizado de formación y utilización de pautas; ya que *estos sistemas tienden a inmovilizarse por decirlo así, en estados estables o pautas habituales*, de modo que una provocación introduce inestabilidad y *puede permitir alcanzar una nueva estabilidad o una nueva formación de pautas*.

En la provocación, se emite un enunciado (como en el ejemplo de Einstein) y después, si su efecto fue útil, esto proporciona una “retrojustificación” por haberlo formulado. Es decir, el efecto justifica el haber alterado la pauta.

Dice De Bono (2000b) que podría parecer que la provocación es simplemente un procedimiento caprichoso, según el cual uno dice lo primero que le pasa por el pensamiento, con la esperanza de que de ello resulte algo útil; sin embargo, la provocación es una especulación que se construye en nuestro pensamiento y que luego se usa para perfeccionar éste mismo respecto a una situación dada. Algo así como lo que sucede con la hipótesis, que al trabajar con nuestras percepciones, las orienta en determinada dirección; la diferencia con la provocación, es que ésta trata de desviarlas de su dirección habitual, *ver las cosas de otro modo que nos conduzca a un resultado útil*.

De Bono sugiere que una* (9) de las formas de utilizar la provocación para promover la creatividad es presentando enunciados, orientados a que nuestro pensamiento se modifique.

Él propone frases como: “¿*Qué pasaría si...?*”, “¿*Supongamos que...?*”, “¿*Y si...*” (De Bono, 2000b, p. 239). Estas expresiones pueden ser útiles para presentar enunciados razonables, que indican ciertas condiciones, que después pueden permitir analizar lo que sucedería y brindar una visión diferente, y potencialmente una acción distinta para alcanzar un objetivo.

Aún cuando De Bono propone la provocación como una especie de experimento mental tendiente a producir una discontinuidad, en terapia se hace algo similar, no solo a nivel mental, sino se llevan a cabo ‘experimentos’ conductuales tendientes a rebasar los límites de lo ‘razonable’ establecidos por la experiencia, cuando se invita, sugiere o se indica a los clientes realizar acciones atípicas que posiblemente los lleven a una solución.

Este tercer enfoque para promover la creatividad, al igual que los dos anteriores, resume su importancia en el interés de conseguir ideas/acciones prácticas, válidas y útiles; y en que en la creatividad se aceptan muchas maneras de alcanzar ese objetivo.

* (9) Nuevamente, a los lectores interesados en saber más acerca de otra estrategia de presentación de provocaciones para promover la creatividad, se les sugiere consultar los libros de De Bono, *Yo estoy bien/Tú estás mal* (1999b), *El pensamiento lateral* (2000a), y *El pensamiento creativo* (2000b), listados en la bibliografía.

Ahora bien, al mismo tiempo que De Bono (1999b, 2000b) ofrece enfoques, técnicas y procedimientos específicos para promover la creatividad, también distingue entre dos tipos de creatividad, y posibles usos de la misma. Nos dice cómo puede presentarse la creatividad y para qué nos puede servir.

1.2 ¿Para qué puede servir la creatividad?

Edward De Bono (2000b) distingue dos clases de creatividad o como él lo llama dos usos: *creatividad cotidiana* y *creatividad específica*.

Hay dos usos de la creatividad amplios y perfectamente diferenciables. Uno de ellos es el <<cotidiano>>, en el que la creatividad forma parte del pensamiento normal y puede, por lo tanto, ser aplicada a cualquier situación que requiera pensamiento. Esto sucede sin esfuerzo normal o deliberado. Luego está la creatividad específica, en la que se ha definido una necesidad determinada.* (10)

La creatividad cotidiana

Según De Bono (2000b) existe gente creativa o motivada para serlo que afirma que utiliza la creatividad “cotidianamente”, de tal forma que esta llega a formar parte de su pensamiento corriente: “*La creatividad está tan presente como los mecanismos de la dirección en el automóvil...*” (p. 335). De este modo se usa la creatividad automáticamente. Hay una actitud creativa y constructiva; una disposición para buscar ideas nuevas propias y desarrollar acciones nuevas y propias; así como para examinar las ideas nuevas que otras personas presentan.

En cierto sentido puede considerarse que la capacidad para ser creativo siempre está presente en cualquier persona y que es muy probable que cualquiera de nosotros en algún momento haya sido capaz, y sea capaz de alterar sus propios patrones habituales de pensamiento/acción, gracias a la naturaleza interaccional y cambiante de la vida humana. Es decir, el mismo transcurrir de la vida favorece o exige a veces, que encontremos maneras nuevas, diferentes y útiles de pensar/actuar que difícilmente habríamos alcanzado siguiendo nuestras pautas habituales de conducta.

La creatividad específica

Aquí la creatividad (el salirse de los patrones habituales de pensamiento/acción) se emplea como un procedimiento deliberado para la producción de ideas/acciones nuevas.

* (10) En un sentido, esto da la idea de una creatividad “espontánea” y de una creatividad “voluntaria”.

En la creatividad específica destacan tres aspectos según De Bono (2000b):

- 1) La definición del foco o la tarea creativa (*en terapia esto pudiera ser similar a la definición del objetivo terapéutico; ¿què se quiere cambiar?, ¿a dónde se quiere llegar?, ¿qué se quiere conseguir, lograr?*).
- 2) La estructura para la aplicación deliberada de los instrumentos o técnicas creativas que induzcan a abandonar los patrones habituales de conducta (*en una terapia orientada a las soluciones, esto podría asemejarse a la estructura de la primera sesión y sesiones subsecuentes, en donde se buscan excepciones, se normaliza, se hacen preguntas presuposicionales, se elogia, etc.*).
- 3) La evaluación y aplicación, y nueva evaluación del resultado del pensamiento creativo (*en terapia algo parecido a la evaluación de las intervenciones y evaluación de los resultados; seguimiento*).

De Bono dice que el foco es la definición de una necesidad creativa; donde las pautas corrientes de percepción/acción/lenguaje no son suficientes: "*Me gustaría encontrar algunas ideas nuevas en este punto (o para este objetivo)*" (p. 337). Además, dice que los focos creativos pueden surgir de diferentes maneras: algunos problemas surgen y se identifican por sí mismos; otras veces, los individuos construyen focos creativos definidos (*por ejemplo en terapia cuando se negocia o se define un problema resoluble*); o bien puede haber una necesidad creativa obvia.

Hasta aquí esta descripción de los dos tipos de creatividad que menciona De Bono.

Ahora bien, veamos para qué puede servir la creatividad.

Cuando no existe una solución estándar, o no se puede poner en práctica, quizá se plantee una necesidad patente de creatividad: "*...hay que hacerlo de otro modo*" (De Bono, 2000b, p. 51)

Esta necesidad práctica de creatividad se divide en dos áreas:

- 1.- Donde se necesita realmente una idea nueva, hasta el punto en que sin ella no podemos seguir adelante. Puede tratarse de un problema, una crisis o un conflicto. Otros procedimientos han fallado. La creatividad es la única esperanza.
- 2.- Donde no se necesita urgentemente una idea nueva (o acción), pero se reconoce que reportaría oportunidades, ventajas y beneficios.

De estas consideraciones se desprenden algunas de las principales aplicaciones de la creatividad, *“aunque sólo sea una manera de ver los usos de la creatividad. Puede haber otros modos igualmente válidos”* (De Bono, 2000b, p. 116)

Dichos usos son: *el perfeccionamiento, la resolución de problemas, la creación de oportunidades, la consideración del futuro, y la motivación.*

El perfeccionamiento

El “perfeccionamiento” es para De Bono (2000b) el uso más amplio de la creatividad y el mayor uso “potencial” de ésta. Podemos aplicarlo a cualquier cosa que estemos haciendo, con la esperanza de introducir una mejora o de encontrar una manera “mejor” de llevarla a cabo. Las posibilidades son grandes ya que, por lo general, nos damos por satisfechos con nuestra manera habitual de actuar. Para dicho autor, es necesario tener una idea clara de lo que se quiere dar a entender cuando se dice “mejor”. Esa palabra puede significar entre otras cosas menor costo en menos tiempo, menos errores y fallos; un comportamiento más satisfactorio y humano; menos despilfarro etc. En el futuro, uno de los sentidos más importantes de “mejor” será “más simple”; ya que la simplicidad tiene un elevado valor (De Bono, 2000b; 2000c)

Por lo tanto, es muy importante definir la dirección de la idea de perfeccionamiento. Es probable que esta idea de perfeccionamiento haya incluido todo lo que concierne a la eliminación de defectos, resolución de problemas y corrección de fallos; pero el punto clave del mejoramiento es *la capacidad de examinar cualquier método o procedimiento y dar por sentado que podría haber otro mejor*.

El mismo De Bono (2000b) considera que actualmente existe ya un conocimiento generalizado del valor de la búsqueda de nuevos procedimientos para mejorar lo presente, aún cuando no existan problemas visibles. Para dicha tarea, se pueden introducir mejoras basándose en la experiencia, las nuevas tecnologías, la nueva información, el análisis y la lógica. Cuando hay fallos, los métodos lógicos de resolución de problemas suelen ser más que suficientes para eliminarlos. *“Pero cuando no hay fallos, la creatividad es indispensable para plantear nuevas posibilidades”* (p. 118) *(por ejemplo en terapia, cómo mejorar una solución: “¿Qué tienes que hacer para que las cosas sigan por buen camino?”)*.⁽¹¹⁾

⁽¹¹⁾ Como se ha mencionado estas anotaciones entre paréntesis y en cursivas que han aparecido en este trabajo, hacen referencia a cosas que ocurren en una terapia orientada a las soluciones y el autor de este trabajo las utiliza como ejemplos donde él ve semejanzas entre lo que es la creatividad y sus usos, y lo que ocurre o puede ocurrir en una terapia de este tipo.

La resolución de problemas

La resolución de problemas constituye un área tradicional de la creatividad. Si los procedimientos estándar no ofrecen una solución, hay que usar la creatividad. Para De Bono un problema es algo así como un dolor de cabeza o una piedra en el zapato. Uno sabe que está allí. Según él, los problemas provienen del mundo que nos rodea (reglamentaciones gubernamentales, cambios en el valor de la moneda, desastres naturales, dificultades ecológicas, etc.) o de accidentes en nuestros propios sistemas de actividad (maquinarias, ordenadores, relaciones laborales, otras relaciones humanas, etc.). *“En una palabra, nadie tiene que salir en busca de sus problemas”* (De Bono, 2000b, p. 119)

Aún cuando están este tipo de problemas, existen también otra clase de conflictos: los que uno mismo se plantea. *“Uno se marca una labor y después se dedica a cumplirla. Si puede realizarse de manera rutinaria, no hay problema. Pero si esa manera rutinaria no existe (o no puede seguirse), entonces uno mismo se ha planteado un problema y necesitará la aplicación del pensamiento creativo para resolverlo”* (De Bono, 2000b, p. 119). Según De Bono mientras más confianza adquiera uno en su razonamiento creativo, más inclinado se sentirá a proponerse misiones “aparentemente imposibles” *(esta confianza es algo que se puede fomentar y de hecho se fomenta en los clientes en terapia)*.

En este sentido, cuando encaramos un problema o una tarea autoimpuesta (que podemos concebir como problema), sabemos a donde queremos ir; solo necesitamos una nueva manera de lograrlo.

“Por norma general, se concede mucha importancia a la ‘definición del problema’ . Esta definición es sin duda importante y puede encararse formulando la siguiente pregunta: <<¿Cuál es el verdadero problema?>>...no obstante, hay que esforzarse para tener en cuenta definiciones alternativas del problema, algunas más amplias y otras más restringidas. Más importante que conseguir una definición “correcta” es encontrar una “alternativa”. Tarde o temprano se hallará una definición satisfactoria, capaz de producir resultados positivos” (De Bono 2000b, p. 119) *(esto es análogo a la importancia que tiene definir un problema resoluble en terapia)*.

Una acotación final en esta cuestión de resolución de problemas que hace De Bono (2000b) es la siguiente:

Se sabe que una parte importante en la resolución de un problema puede consistir en “evitar el problema”. En lugar de resolverlo podemos remontarnos al comienzo y alterar el sistema para que el problema no se produzca. *“Este es un proceso de rediseño: por ejemplo, si la gente siempre pierde las llaves, se rediseña el sistema de seguridad para que nadie tenga que usarlas”* (p. 120) *(esto se asemeja a la alteración de los patrones*

de acción en terapia al remitirse al comienzo de la pauta problemática y alterarla justo cuando empieza).

Oportunidades

El tercer uso del pensamiento y la acción creativos se relaciona con la generación de oportunidades.

Lamentablemente, dice De Bono (2000b), no resulta fácil incentivar a la gente para que parta en busca de oportunidades, para que haga uso, recuerde o incremente más sus recursos, capacidades y habilidades; ya que cuando una persona se ha formado en la aversión por el riesgo, es difícil convencerla de que algo mejor puede ser arriesgarse y esforzarse al máximo para encarrilarse en maneras alternativas de acción y pensamiento.

“La generación de oportunidades requiere pensamiento creativo...Las oportunidades solo <<caen del cielo>> si alguien se lanza a buscarlas” (p. 121).

De esta forma, las ideas generadoras de oportunidades deben de ser producidas. Redefiniendo las situaciones que se quieren o hacen falta cambiar y alentando a las personas a percibirse/concebirse a sí mismos con facultades para hacer uso de los medios propios y ajenos para crear estas oportunidades.

El futuro

Para conjeturar acerca del futuro es necesario pensar, imaginar. Nunca se tiene suficiente información sobre el futuro y, sin embargo, es allí donde se desarrollarán y tendrán consecuencias todos nuestros actos presentes. Por eso se necesita la creatividad para prever las consecuencias de la acción y para generar nuevas alternativas a tener en cuenta.

“También precisamos la creatividad para preparar el futuro posible donde quizá tengamos que actuar...se necesita la creatividad para producir las discontinuidades que no surgirán de la extrapolación de las tendencias (pautas o patrones) actuales” (De Bono, 2000b, p. 122) (sobre la importancia en terapia, de la alteración de las pautas problemáticas corrientes de acción para producir pautas nuevas de solución <<futuras>>).

Una consideración pertinente respecto al futuro que hace De Bono es, que en vez de esforzarnos para tener razón a toda costa, será más conveniente la flexibilidad. Si no se

puede predecir el futuro con exactitud, es mejor ser flexibles y estar preparados para enfrentar los diversos futuros posibles (*en terapia se utilizan preguntas orientadas al futuro como estrategias de alteración de las pautas corrientes, tanto perceptuales como de acción, para alentar la capacidad de los clientes de hallar soluciones en estos futuros posibles*).

En relación con lo anterior De Bono dice:

“Según mi experiencia, mucha gente cree que elaborar una estrategia consiste en un proceso de reducción por el cual las diversas posibilidades se limitan a un curso de acción sensato. Se necesita mucha creatividad para la generación de más posibilidades y para idear maneras de enfrentarse a múltiples posibilidades” (De Bono, 2000b, p. 122)

Según el autor de este trabajo entiende lo anterior, la elaboración de una estrategia útil sobreviene más por la consideración de múltiples posibilidades que pueden dar lugar a múltiples cursos de acción, que por la reducción de las mismas.

La motivación

En opinión de David Tanner (De Bono, 2000b) que dirigía el Centro para la Creatividad en la empresa Du Pont, la “creatividad” permite a las personas contemplar todo lo que hacen con la intención de repensarlo. Él dice que casi siempre ese nuevo examen produce mejoras que dependen más de la lógica que de la creatividad; pero que sin esa ayuda de la creatividad los nuevos pensamientos y las nuevas acciones no se habrían producido.

El mismo Tanner y De Bono consideran que la creatividad es un poderoso factor de motivación porque logra que la gente se interese por lo que está haciendo. *“La creatividad insufla siempre la esperanza de encontrar una idea valiosa. Brinda a todos la posibilidad de alcanzar logros, de hacer la vida más divertida y más interesante. Proporciona un marco para el trabajo en equipo con otras personas”* (De Bono, 2000b, p. 123) (*sobre la relevancia y la utilidad que tiene el promover la creatividad en los clientes en terapia como un hábito, costumbre, siempre disponible; todo a través de la relación terapéutica propuesta en una terapia orientada a las soluciones*).

Estos aspectos mencionados arriba por De Bono, él los ve como aspectos motivadores de la creatividad que están separados de los resultados concretos del esfuerzo creador. Sin embargo, *“lo que importa es el fomento y la recompensa del esfuerzo creador. Si uno espera los resultados para entonces fomentar o recompensar, sólo logrará que la gente se esfuerce menos. Pero si uno logra producir mucho esfuerzo (creativo) con el*

tiempo obtendrá resultados” (De Bono 2000b, p. 123) (sobre la importancia que tiene en terapia, el elogio hacia los clientes por sus esfuerzos para cambiar).

Finalmente, De Bono (2000b) concluye sus sugerencias para los usos de la creatividad con las siguientes palabras:

“...he examinado algunos de los principales usos del pensamiento creativo. Tal vez habría resultado más simple decir que siempre que es necesario pensar es necesario también tener creatividad. Pero no es totalmente cierto, porque en algunas ocasiones, como en el perfeccionamiento y en el diseño de oportunidades, no se plantea una “necesidad” aparente de pensamiento creativo, a menos que uno se formule esa necesidad.

Nadie se siente obligado a buscar una oportunidad hasta que casi es demasiado tarde. Nadie siente la obligación de introducir mejoras hasta que casi es demasiado tarde. Afortunadamente, la cultura del pensamiento está empezando a cambiar en el mundo de los negocios y también en otras actividades. Hoy en día, la modalidad consiste en pasar del pensamiento puramente reactivo al pensamiento activo. Y eso requiere creatividad” (págs. 123-124).

Quien esto escribe podría decir también, que hoy en día la modalidad consiste en pasar de la acción o conducta puramente reactiva a la acción o conducta proactiva, especialmente en un ámbito de interés en psicología, como es el de la terapia.

De este modo, es del interés del autor de este trabajo mostrar qué es lo que se hace y puede hacerse en la Terapia Orientada a las Soluciones para promover este cambio en la cultura del pensamiento y acción en los clientes, de tal forma que pueda apreciarse qué hacen los terapeutas para que sus clientes den el salto fuera de sus patrones problemáticos; o lo que es lo mismo para fomentar y promover su creatividad en busca de soluciones a las situaciones que los aquejan.

Los siguientes capítulos tratarán de abordar estas cuestiones.

CAPITULO II. LA TERAPIA ORIENTADA A LAS SOLUCIONES

Así como el concepto “creatividad” puede tener significados y acepciones diversas que conduzcan a las personas que trabajan en este campo por rutas muy diferentes en cuanto a la teorización, la práctica y la investigación de la creatividad, el concepto “psicoterapia” o “terapia” puede tener igualmente diversas acepciones y significados que orienten de la misma forma la teoría, la práctica y la investigación de esta disciplina. Es decir, es muy probable que dependiendo de como sea “vista”/ “conceptuada”¹² la terapia; la práctica y la investigación de la misma se encaminen en la dirección que esta percepción/conceptualización les dicten.

Originalmente el término psicoterapia fue acuñado al combinar “psique” (mente) y “terapia” (tratamiento) en una sola palabra. Se esperaba que los tratamientos para la mente se desarrollarían para igualar aquellos utilizados para aliviar el dolor del cuerpo. Además siguiendo esta analogía médica, se esperaba (y en algunos casos se espera) que los “pacientes” (en una imagen de un ser humano pasivo o que ‘padece’, y que espera “pacientemente”) fueran “curados” con la ayuda de otra persona (Efran, Lukens, y Lukens, 1994).

Los autores que se acaban de citar mencionan un hecho curioso en el campo de la psicoterapia: no todos los terapeutas influyentes comenzaron sus carreras como profesionales al cuidado de la salud. Carl Rogers estudió como clérigo en el Union Theological Seminary, Sigmund Freud comenzó dirigiendo investigaciones neurológicas básicas, Carl Jung estaba muy comprometido con los estudios clásicos y religiosos, George Kelly era un profesor de lenguaje, Carl Whitaker era ginecólogo, David Epston es trabajador social y Jay Haley estaba en el campo de la comunicación.

Así, como lo señala Orlinsky (1989) es probable que esta diversidad de medios pueda explicar el hecho de que, además de su caracterización oficial como tratamiento para la salud mental, la psicoterapia o terapia ha sido interpretada como una educación personal, una redención moral o espiritual y una reforma o corrección social.

¹²(12) Se escriben estas palabras divididas por una diagonal para hacer alusión a que el autor de este trabajo considera que para decir como ‘vemos’ algo nos apoyamos en el lenguaje, utilizamos conceptos con sus respectivos significados.

Por ejemplo, puede “verse”/“concebirse” como una “investigación de laboratorio con emplazamientos de campo” (Efran et al. , 1994), como una “construcción social” donde clientes y terapeutas co-crean historias nuevas y más satisfactorias enfatizando el carácter social, cultural y relacional que implica este ejercicio terapéutico (Mc Namee y Gergen, 1996), como un “mito” en el sentido médico-curativo de “enfermedades mentales” (Szasz, 1996), o en términos muy simples como “...una conversación entre dos personas como mínimo (un terapeuta y un cliente) sobre el modo de alcanzar la meta de este último” (de Shazer, 1988, p. 131).

Dentro de esta variedad de concepciones, al autor de este trabajo le interesa destacar la apreciación que tienen William H. O’Hanlon y Michele Weiner-Davis (1990) de la psicoterapia:

“La terapia fue engendrada en un mar de diferentes disciplinas, con afluentes de la psicología, la medicina y la filosofía. Estas disciplinas se ocupan habitualmente de explicar, diagnosticar y comprender la naturaleza humana. Aunque estas disciplinas constituyen empresas valiosas, el tiempo ha demostrado y nosotros lo hemos llegado a sospechar cada vez más, que la terapia implica un conjunto distinto de preocupaciones. A nuestro modo de ver, la terapia implica intentos deliberados de producir un cambio de punto de vista y/o de acción, que lleve a la solución” (p. 21).

Esta apreciación es una parte esencial del modelo denominado *Terapia Orientada a las Soluciones*; dicho modelo es desarrollado por William Hudson O’Hanlon (O’Hanlon, 2001e) partiendo de las influencias que él mismo reconoce:

“La impronta que dejó en mí la influencia de Erickson [Milton H. Erickson] hizo que prestara atención a los recursos y capacidades de mis clientes. Para Erickson todo era una capacidad, incluyendo la capacidad de experimentar síntomas. Estudiar con [Richard] Bandler y [John] Grinder también ejerció una gran influencia en mí. Estos autores destacaban la importancia de identificar las <<mejores prácticas>> y los mejores momentos de los clientes y otras personas con el fin de conseguir que los clientes los emplearan como soluciones cuando se enfrentaran a futuros problemas. Más o menos en esa época asistí a un seminario est (Erhard Seminar Training). La importancia que da esta técnica a la distinción entre los acontecimientos y las descripciones que nos hacemos de ellos también contribuyó a que desarrollara un método orientado a soluciones” (p. 85).

Además de admitir estas influencias William Hudson O’Hanlon o Bill O’Hanlon como es más conocido, reconoce la deuda que tiene con el terapeuta Don Norum, quien al parecer fue el primero en proponer un método basado en soluciones; y también la importancia de la colaboración del terapeuta Jim Wilk y de la terapeuta Michele Weiner-Davis en el desarrollo de sus ideas (O’Hanlon, 2001e):

“...Parece que estas ideas fueron articuladas por primera vez y de una manera bastante completa en una ponencia presentada en 1978 por un terapeuta llamado Don

Norum y titulada <<Brief Therapy: the Family Has the Solution>> [Terapia Breve: La Familia Tiene la Solución], donde argumentaba que era preferible preguntar a las familias por sus propias soluciones que centrarse en sus problemas o en las ideas que el terapeuta pudiera tener sobre su solución y donde también hablaba de clientes que habían experimentado un cambio positivo antes del tratamiento. Las ideas que expuso fueron reflejadas y desarrolladas en diversos métodos basados en soluciones...deuda que todos tenemos con este héroe olvidado” * (13) (p. 86).

Hablando específicamente de la Terapia Orientada a las Soluciones, dice: “Muchas de mis ideas básicas que condujeron a este método fueron desarrolladas en directa colaboración con Jim Wilk...y con Michele Weiner-Davis” (p. 86).

Estas son las influencias; ahora bien, porque esta terapia puede ser vista desde el punto de vista del autor de este trabajo como un ejemplo de ejercicio creativo. Veamos.

*(13) O’Hanlon (2001e), menciona algo que parece una ironía: “La ponencia se remitió a *Family Process* para su publicación, pero fue rechazada por <<floja, dudosa y carente de base>>” (p. 86).

2.1 La terapia como una relación creativa.

Como se mencionaba más atrás, para O'Hanlon (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990) el objetivo de la terapia es intervenir para producir cambios. En este terreno de la intervención no hay diagnósticos correctos o erróneos ni teorías correctas o incorrectas: solo datos sobre que métodos funcionan o son útiles para unos casos concretos. Por encima de todo se destaca lo particular.

Estos postulados dan origen a lo que en este modelo se conoce como "El Principio de Incertidumbre en Terapia". Dicho principio hace alusión a que la manera de observar altera los datos que se observan; o sea que, la definición del problema depende del proceso de evaluación, que a su vez está influenciado por las metáforas y los supuestos del terapeuta en relación con las personas, la naturaleza de los problemas y la teoría a aplicar para su solución (O'Hanlon, 1988a, 1988b; O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Es decir, que en terapia los clientes ofrecen datos, pero la *interacción terapéutica* durante la evaluación y después de ella hace que adquieran la forma más sólida de un <<problema planteado>> concreto. Por ejemplo, nos dice O'Hanlon (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990):

"Si el cliente entra en la consulta de un conductista, saldrá con un problema de conducta. Si entra en la consulta de un psicoanalista, saldrá con problemas derivados de conflictos no resueltos de la infancia. Y, si busca la ayuda de un ericksoniano, es probable que acabe con un problema idóneo para el tratamiento mediante hipnosis... Con esto no quiero decir que los terapeutas asignen problemas a sus clientes al azar. Los problemas se derivan de los datos que ofrece el cliente y se acuerdan mutuamente con él" (p. 95)⁽¹⁴⁾

Refiriéndose a este punto O'Hanlon (1991) ha comentado también que en general, los clientes no suelen decidir que teoría les puede ir mejor para después buscar un profesional que trabaje con ella, sino que vienen quejándose de algo o preocupados por algo y el terapeuta les ayuda a expresar esas quejas en forma de problema terapéutico, es decir, un problema que se puede resolver siguiendo las técnicas y métodos que suele aplicar ese terapeuta concreto.

⁽¹⁴⁾ En cuanto a las percepciones y creencias que pueden elicitar prescripciones en los terapeutas, Bradford P. Keeney (1994) explica este punto diciendo que el método mediante el cual los "datos" son "captados" (seleccionados arbitrariamente por la índole de las hipótesis ya formadas por los terapeutas) es una de las formas de construir y mantener el contexto terapéutico. O en otra palabras, las preguntas y las hipótesis del terapeuta contribuyen a crear "la realidad" del problema que trata. Los terapeutas se unen a sus clientes en la construcción de una realidad compartida, gracias a la manera en que conocen cosas, piensan y deciden, y a la manera en que piensan que conocen cosas.

Las implicaciones de esta cuestión son muy interesantes: si los problemas son negociables, bien se puede negociar un problema de modo que su resolución sea fácil o posible. Ya que generalmente el cliente ha llegado por su cuenta a alguna definición (percepción/concepción) del problema y no le ha servido para mejorar la situación por la que acude a terapia, es preferible negociar una definición del problema que tanto él como el terapeuta puedan resolver, proponiendo definiciones nuevas (percepciones/conceptualizaciones) y más aprovechables del problema, y escuchar atentamente lo que dice el cliente en busca de algo que permita su resolución (O'Hanlon, 1988b; O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Para ilustrar este principio de ofrecer una definición (forma de ver /concebir) nueva y más útil del problema, tomemos un ejemplo del libro *Tea with demons* (1985), escrito por Carol Allen y su psiquiatra Herbert Lustig, citado por O'Hanlon (1988a). En este fragmento abreviado, extraído de dicho libro nos dice O'Hanlon que Carol teme volverse loca y expresa su inquietud al doctor Lustig (las elipsis indican el material eliminado).

“<<Anoche me sentía totalmente fuera de control -le expliqué- Tenía muchísimo miedo.>>

<<¿Miedo de qué?>>, me preguntó.

<<Miedo de que, si toda esa fuerza se soltara, me acabaría desintegrando, explotando en millones de pedazos>>.

<<Pues lo pondrías todo perdido, ¿no? -Contestó el doctor Lustig con humor. Miró la pared que teníamos enfrente y señalándola con la cabeza, me dijo -: Tú, ahí...salpicando todo el universo>>.

<<Bueno, tampoco era eso -le dije-. Era más bien como una sensación. La sensación de que sería incapaz de contener la ira>>.

<<!Vaya, vaya...¡>> -respondió melodiosamente, como si estuviera contemplando el problema bajo una nueva luz -^{}(15) .¿Incapaz de contener la ira? Bueno, eso ya es otra cosa>>.*

Mientras hablaba sacó un billete de veinte dólares de su cartera y me lo dio. <<Quiero que tomes este billete y salgas a comprarte un jersey.>> Miró brevemente el pañuelo rojo y azul marino que llevaba en la cabeza aquel día y me dijo: <<Cómprate el jersey de color rojo o azul oscuro. Y procura que sea muy ajustado para que puedas sentir los límites de ti misma ...tus límites físicos. Entonces, cada vez que sientas que estás a punto de perder el control, o cuando creas que ya lo estás perdiendo, toma el jersey y pónelo de inmediato. Esto te permitirá percibir con precisión tus límites externos y contener sin problemas cualquier emoción que estés experimentando...por muy espantosa y poderosa que sea.>>

Algunos días después me compré un jersey azul muy ajustado y durante el mes siguiente me lo puse en varias ocasiones para calmarme. Más adelante, fui viendo poco a poco que ya no me hacía falta ponérmelo. Las palabras del doctor Lustig me habían proporcionado un poco del control interior que buscaba. Ya no necesitaba,

^{*}(15) Las negritas en este fragmento son del autor de este trabajo.

por lo menos de momento, un contenedor simbólico para mis miedos.” (págs. 100-101).

Por otro lado, en la Terapia Orientada a Soluciones también se busca evocar algo que O’Hanlon (1988a) llama la *respuesta interior: hacer que los clientes resuelvan sus propios problemas*. (Para el autor de este trabajo, esto podría verse como evocar la creatividad en las personas).

Para el propósito anterior, un terapeuta orientado a soluciones puede empezar desde el objetivo final y trabajar hacia atrás hasta conectar con el estado actual de la vida del cliente. Milton Erickson (1954) empleaba una técnica llamada de <<seudorientación temporal>> la cual constituye un ejemplo de este método de ir de atrás hacia el momento presente. Erickson hacía que el cliente alucinara (normalmente en una bola de cristal imaginaria) que se encontraba con él en el futuro, después de que el problema se hubiera solucionado (alteración de los patrones de percepción). Durante esta entrevista imaginaria, él le pedía al cliente que le contara cómo se había solucionado el problema e inevitablemente conseguía una descripción de la *tarea ingeniosa o de la idea brillante* que había conducido a la solución. Luego Erickson inducía una amnesia para la alucinación y mandaba al cliente a su casa. Nos dice O’Hanlon (1988a) que los clientes no siempre empleaban la solución alucinada, pero era muy frecuente que resolvieran con éxito su problema (alteración de los patrones de acción).

También en relación con lo anterior Michele Weiner-Davis (O’Hanlon, 1988a) una terapeuta orientada a soluciones, hablando de un proyecto de investigación que había dirigido, menciona algunos datos y resultados interesantes para la terapia:

“Los clientes vienen a terapia pensando que tienen un problema insuperable (patrón de pensamiento/conceptual/de lenguaje/de significado no útil)”⁽¹⁶⁾. Sus percepciones <<en blanco y negro>> son muy claras (patrón perceptual). En consecuencia, nuestra tarea consiste en hacer preguntas sobre las circunstancias en las que el problema no se presenta y explorar que hay diferente en esas ocasiones (alterar/cambiar/saltar fuera del patrón habitual de percepción). Los clientes suelen darse cuenta por primera vez de que gran parte de su vida transcurre sin el problema y que, de alguna manera, están haciendo algo correcto para que ocurra así (cambio en los patrones de percepción/acción).

Nuestro equipo de investigación observó que los clientes solían mencionar (cambio en el patrón de lenguaje) que habían experimentado algunos cambios entre la llamada para concertar una cita y la primera sesión, aunque no les daban mucha importancia. Sin embargo, nosotros nos preguntamos si estas variaciones podían constituir el principio del proceso de cambio en sí. Si los clientes empezaran a cambiar antes del tratamiento (empezaran a cambiar sus patrones, a usar su creatividad), nuestra tarea

⁽¹⁶⁾ Las negritas y las palabras entre paréntesis son del autor de este trabajo.

consistiría simplemente en ayudarles a seguir con esos cambios y a evitar las recaídas (ayudarles a seguir usando su creatividad cotidiana y alentarlos a utilizarla para planear su futuro y si fuera necesario volverla a usar).

Puesto que los clientes que mencionaban estos cambios previos a la primera sesión no les daban mucha importancia, nos preguntamos si habría muchos más clientes que no mencionaran sus intentos de eliminar el problema y que hubieran tenido éxito (que usaran su creatividad si era necesario). Después de todo, los clientes no esperan iniciar la terapia hablando de lo bien que controlan su vida. Sin embargo, desde nuestra perspectiva, ésta es la información que queremos obtener.

Ideamos tres preguntas y empezamos a encuestar de una manera informal a los clientes que iniciaban una terapia. (Este estudio se llevó a cabo con ayuda del personal de la Mc Henry County Youth Service Bureau de Woodstock, Illinois). Les decíamos a los clientes que <<nuestro centro está realizando una investigación y antes de empezar la sesión quisiéramos hacerle algunas preguntas>>:

- 1. - Nuestros clientes suelen observar que, entre la llamada para concertar una cita y la primera sesión, las cosas ya parecen distintas. ¿Qué cambios ha notado usted en su situación?*
- 2. - ¿Están estos cambios relacionados con el problema?*
- 3. - ¿Son éstos los cambios que le gustaría seguir experimentando?*

De los treinta clientes encuestados, veinte dijeron haber experimentado cambios antes del tratamiento. De esos veinte, todos contestaron <<sí>> a las preguntas 2 y 3, además, una vez iniciada la sesión, algunos de los que habían respondido <<no>> a la pregunta 1 comunicaron cambios que se habían producido antes de que empezara la terapia” (págs. 102-103).

Es probable que el lector pueda advertir que en los dos casos anteriores se empieza haciendo que los clientes proporcionen los datos que conducirán al éxito en la resolución del problema y haciendo luego que se concentren en esa solución. O en otras palabras, haciendo que se alteren sus patrones de percepción/lenguaje/acción; que reparen en su capacidad creativa, entendida como el “salto fuera” de estos patrones habituales de pensamiento/acción, generador de ideas y acciones útiles y valiosas para un objetivo.

Así pues, además de tratar provocar la *respuesta interior* en la Terapia Orientada a las Soluciones se hace uso de otro principio: *Creación de un contexto de competencia*; esto es, acceder a las capacidades de los clientes y transferirlas a otros contextos para crear un nuevo contexto útil para resolver la queja; reparar en qué es lo que hace bien el cliente y utilizarlo de alguna forma.

Es posible que los clientes que llegan a terapia vivan su vida desplegando sus actividades en varios planos o contextos, contextos laborales, escolares, domésticos, de

agrupaciones culturales, religiosas, deportivas, etc. También es posible que en alguno de estos contextos o en varios tengan la percepción de una habilidad o capacidad que les permita hacer bien las cosas, de una manera satisfactoria para ellos. Pues bien, en este sentido, una de las tareas en una terapia orientada a las soluciones es cooperar con los clientes y descubrir y utilizar lo que ya saben hacer bien, con miras a provocar el cambio.

Como se mencionaba en un principio, en esta terapia no existen diagnósticos correctos o incorrectos, teorías incorrectas o correctas, y dado que por encima de todo se destaca lo particular de cada caso; para crear un contexto de competencia es posible utilizar aún los <<síntomas>> incluso cuando esto pueda parecer inútil o contraproducente.

Esto es así, ya que en este método se parte del supuesto de que el cliente tiene la capacidad necesaria para resolver el problema. Y de que la tarea del terapeuta es crear una situación que permita transferir esa capacidad desde el contexto en el que ya la usa o la ha usado al contexto del problema (O'Hanlon, 1988a).

Ahora bien, es necesario mencionar que la Terapia Orientada a las Soluciones parte de ciertas premisas, mismas que guían el trabajo terapéutico. Estas premisas se sustentan en una idea descubierta experimentalmente (Burham, 1966; Rosenthal, 1966; Schuller, 1976): *las expectativas del experimentador influyen sobre el resultado del experimento*.

Partiendo de que lo que se espera influye sobre lo que se consigue, los terapeutas orientados a las soluciones mantienen aquellas presuposiciones que aumentan la cooperación cliente-terapeuta, fortalecen a los clientes y hacen más eficaz y agradable el trabajo. Mantienen premisas que se centran en los recursos y las posibilidades, ya que estas asunciones también ayudan a crear profecías autocumplidoras.

Las premisas de las que se hace mención son las siguientes (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990):

a) Los clientes tienen recursos y fuerzas para resolver sus quejas. (Tienen la capacidad de alterar sus patrones habituales que no les son útiles para encontrar sus soluciones; es decir, los clientes son potencialmente creativos).

Es tarea del terapeuta atender a la idea de que todas las personas ya disponen de recursos y habilidades que pueden usarse para resolver las quejas; es también su tarea acceder a esas capacidades y lograr que sean utilizadas. Ya que es común que los clientes, abrumados por sus dificultades, *pierdan de vista* sus recursos de resolución de

problemas (se enfrasquen en un solo patrón de pensamiento/acción para hacerles frente); tal vez solo necesiten que se les recuerden las herramientas de que disponen (que les recuerden su capacidad creativa) para que desarrollen soluciones satisfactorias y duraderas. Otras veces, puede que tengan algunas aptitudes que pueden ser aumentadas o perfiladas para ayudarles a superar su situación.

b) El cambio es constante.

Si un terapeuta admite que el cambio es constante, se comportará como si el cambio fuera inevitable. Por medios verbales y no verbales los clientes reciben la impresión de que sería sorprendente que la queja que presentan persistiera. Cuando informan que nada ha cambiado es su forma de ver (su percepción) lo que ha quedado igual.

En la terapia orientada a las soluciones se piensa que el terapeuta conduce la sesión en una dirección determinada basándose en sus presupuestos. Es decir, que junto con el cliente podrá favorecer la creación de un contexto positivo orientado al cambio. Dado que *un terapeuta con un enfoque orientado a las soluciones se centra en la omnipresencia del cambio, cambiará el tema de conversación: de cómo las cosas han seguido igual se pasará a cómo las cosas han cambiado.*

c) El cometido del terapeuta es identificar y ampliar el cambio.

En este enfoque es importante tener claro que el terapeuta ayuda a crear una realidad determinada por medio de las preguntas que hace y los temas en los que elige centrarse, así como mediante los que elige ignorar. En el cúmulo de información que proporcionan los clientes, es importante centrarse en lo que parece estar funcionando, por pequeño que sea, calificarlo como valioso, y trabajar para ampliarlo.

d) Habitualmente no es necesario saber mucho sobre la queja para resolverla.

Normalmente los terapeutas orientados hacia las soluciones no encuentran útil reunir una amplia información histórica acerca del problema presentado. A veces sólo es necesario un mínimo de información para resolver la queja. En vez de una información detallada sobre la queja, lo importante para los terapeutas orientados a las soluciones es lo que los clientes hacen y que les da buenos resultados. Se considera que se puede aprender mucho de las excepciones, es decir, de los momentos en los que los problemas que llevan a los clientes a terapia no resultan molestos. Sea lo que fuere diferente en esos momentos, puede identificarse y el cliente puede aprender a repetir una y otra vez lo que funciona, hasta “no dejar espacio” al problema (en otras palabras, crear una

pauta nueva funcional). *Si se consigue que los clientes perciban o actúen sobre los recursos y las soluciones fuera de la sesión, esa percepción o experiencia puede convertirse en parte de sus vidas fuera de la terapia.*

e) No es necesario conocer la causa o la función de una queja para resolverla.

Es común que, antes de empezar el tratamiento, la mayoría de los clientes hayan especulado acerca de las causas y razones de sus dificultades. Este tipo de análisis rara vez les acerca a la solución; si lo hiciera, no estarían en terapia. Rara vez saber “por qué” se tienen ciertos hábitos o patrones de conducta sirve para cambiar estos (O’Hanlon, 1986; O’Hanlon y Hudson, 1996). Aún cuando algunas veces los clientes pueden decir que su objetivo en el tratamiento es entender “por qué” tienen el problema; por lo general están de acuerdo en que lo que realmente quieren es aliviar el problema.

f) Sólo es necesario un cambio pequeño; un cambio en una parte del sistema puede producir cambio en otra parte del sistema.

La tendencia de que los pensamientos y acciones entren en escalada puede actuar en una dirección positiva. Puede ser que los clientes perciban sus situaciones problemáticas como círculos viciosos, pero se les puede ayudar a crear “espirales benevolentes”: una vez que se hace un pequeño cambio positivo, la gente suele sentirse optimista y con algo más de confianza para abordar nuevos cambios.

Otra característica del cambio es que es contagioso; un cambio en una parte del sistema produce cambio en otra parte del sistema. O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) y O’Hanlon y Hudson (1996) han observado repetidas veces que un cambio en una parte de la familia lleva a cambios en otras partes de la familia. De igual forma, un cambio pequeño en una parte de la vida de un individuo crea a menudo un efecto de onda expansiva en otras áreas. Puesto que el cambio parece producir más cambio, los terapeutas orientados a las soluciones, en vez de preocuparse por la sustitución de síntomas o la recaída al final de la terapia, vislumbran un futuro aún más brillante que la situación del cliente al terminar la terapia. Se tiene la sensación de que los cambios positivos al menos continuarán y que tal vez se expandirán y tendrán efectos beneficiosos en otras áreas de la vida de la persona.

g) Los clientes definen los objetivos.

Los terapeutas orientados a soluciones no creen que haya una forma “correcta” o “válida” de vivir la propia vida. Se ha llegado a la conclusión de que lo que en una familia o para una persona es una conducta inaceptable, resulta deseable para otra. Por

lo tanto son los clientes, no los terapeutas, los que identifican los objetivos a conseguir en el tratamiento (esto es diferente de la identificación de los problemas, que se considera una co-creación entre clientes y terapeutas).

Con relación a lo que se acaba de decir, Milton Erickson decía: *“Cada persona es un individuo único. Por lo tanto, la psicoterapia debería formularse para satisfacer la unicidad de las necesidades del individuo, en vez de adaptar a la persona para que quepa en el “lecho de Procusto” de una teoría hipotética de la conducta humana”* (Zeig, 1982, p. vii).

En esta terapia se le pide a la gente que solicita la ayuda que establezcan sus propios objetivos para el tratamiento. Sólo en circunstancias poco frecuentes se hacen sugerencias alternativas a los objetivos de los clientes; como podrían ser el establecimiento de objetivos ilegales y el manejo de metas claramente inalcanzables o no realistas.

h) El cambio o la resolución de problemas pueden ser rápidos.

Se cree que como resultado de la interacción terapeuta-cliente durante la primera sesión, los clientes obtendrán una visión nueva, más productiva y optimista de su situación (el vislumbre de una pauta alternativa útil de percepción/acción). Si tras la primera sesión aún piensan que su situación necesita mejorar, se espera que vayan a casa y hagan lo que sea necesario para hacer sus vidas más satisfactorias (que desplieguen su incipiente creatividad). Por lo tanto es común que durante la segunda sesión se informe de cambios significativos y que estos cambios sean duraderos. Para los terapeutas que trabajan de esta forma, la duración media del tratamiento varía, pero generalmente es inferior a las diez sesiones, habitualmente más bien sobre las cuatro o cinco, y ocasionalmente sólo una. Aunque lo importante no es el tiempo que va a durar una terapia, sino su eficacia y utilidad para la(s) persona(s) que la buscan (O’Hanlon, 1990).

Ante el convencimiento de que los terapeutas y clientes co-crean realidades. Tal vez el factor más importante que contribuye a las expectativas de cambio de los clientes sea lo que el terapeuta cree que en última instancia puede conseguirse.

i) No hay una única forma “correcta” de ver las cosas; puntos de vista diferentes pueden ser igual de válidos y ajustarse igual de bien a los hechos.

En terapia, cuando se describen diferentes puntos de vista sobre la situación problemática, no se les califica de “correctos” o “erróneos”, más bien se admite que la percepción de cada persona representa una parte integral, igualmente válida, de la situación.

Aunque no se piensa que haya puntos de vista correctos o erróneos, se cree que existen puntos de vista más o menos útiles. Es decir, las opiniones que las personas tienen acerca de sus problemas (sus patrones perceptuales/de lenguaje/significado) aumentan o disminuyen la probabilidad de solución. Los *puntos de vista* útiles ofrecen una salida a las redes psicológicas (las explicaciones “psicológicas”) que tejen las personas. Los puntos de vista que las mantienen bloqueadas simplemente no son útiles.

Aunque tal vez nadie ponga en duda los “hechos” de una situación dada, puede haber profundos desacuerdos respecto al “significado” de estos hechos. Dichos puntos de vista influirán en como se intente resolver la situación.

Por lo tanto, los significados que las personas atribuyen a la conducta limitan (o pueden limitar) el abanico de alternativas que emplearán para enfrentarse a una situación. Si los métodos empleados no producen un resultado satisfactorio, por lo general no se pone en duda la premisa original acerca del significado de la conducta. Si se hiciera, se podrían considerar nuevos significados (saltar fuera de los patrones habituales de lenguaje/concepto/significado), que a su vez podrían llevar a un enfoque diferente y tal vez más efectivo (ideas/acciones creativas). En vez de ello, las personas suelen redoblar sus esfuerzos ineficaces para resolver el problema (continúan en, y refuerzan los patrones habituales de pensamiento/acción), pensando que haciéndolo más, con más empeño o mejor, terminarán por resolverlo.

A veces lo único que hace falta para iniciar un cambio importante es un *cambio en la percepción de la situación* (promover la creatividad, saltar fuera del patrón perceptual).

j) *Centrarse en lo que es posible y puede cambiarse, y no en lo que es imposible e intratable.*

Como terapeutas orientados al cambio, en este enfoque, ellos se centran en los aspectos cambiantes y cambiables de la experiencia de los clientes. Por tanto, no se fijan en las características o aspectos del cliente o de su situación que no sean susceptibles de cambio.

Quienes se orientan a las soluciones trabajan con objetivos definidos y que sean alcanzables en un período de tiempo razonable.

Por lo tanto ubican su atención en aquellos aspectos de la situación de la persona que parecen más susceptibles de cambio, sabiendo que iniciar ciertos cambios positivos y ayudar a conseguir pequeños objetivos puede tener efectos inesperados y más amplios en otras áreas. En este sentido se evitan los constructos psicológicos que no son útiles para el cambio, como pueden ser las “etiquetas diagnósticas” de “trastornos mentales”; ya que la manera en que se etiqueta un problema humano puede cristalizarlo y hacerlo crónico (Haley, 1980).

Ahora bien, en la Terapia Orientada a las Soluciones existe una idea fundamental: *los problemas que la gente lleva a terapia no son cosas, sino patrones de habla, pensamiento y acción; y estas pautas son muy susceptibles de cambiar. Además las*

*situaciones o contextos que rodean a estos patrones forman parte del patrón** (17) (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990; O'Hanlon y Hudson, 1996; O'Hanlon, 2001a).

Partiendo de esta idea mencionemos los cuatro propósitos o tareas que guían el trabajo en esta terapia (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990; O'Hanlon, 1991):

1. - *Validar a la persona y sus experiencias.*
2. - *Cambiar la "forma de ver" la situación percibida como problemática (el patrón de percepción/lenguaje problema)*
3. - *Cambiar la "forma de actuar" en la situación percibida como problemática (el patrón de acción problema)*
4. - *Evocar recursos, soluciones y capacidades que se pueden aplicar a la situación que se percibe como problemática.*

Veamos a que refieren estos puntos.

Validar a la persona y sus experiencias.

Esta tarea que O'Hanlon (2001b) reconoce como "*un aspecto esencial que siempre ha sido una piedra angular de mi método*" (p. 191), se refiere a la necesidad de reconocer y validar los sentimientos y los puntos de vista del cliente, e incluir su experiencia para que se pueda abrir a nuevas posibilidades y direcciones. Según O'Hanlon (2001c), si los clientes no tienen la sensación de que se les ha escuchado, reconocido y valorado, o bien se dedicarán a intentar convencer al terapeuta de la legitimidad de su dolor, su sufrimiento o su dolencia o bien dejarán de asistir a terapia. Sin embargo, si la terapia se limitara a reconocer, validar e incluir, la mayoría de los clientes no progresarían mucho, como se ha visto tras décadas de experiencia con métodos centrados en el cliente. Él nos dice (O'Hanlon, 2001c): "*así pues, creo que toda terapia debe mantener un equilibrio constante entre el reconocimiento y la posibilidad...Para poder invitar al cliente a progresar con rapidez, es necesario que tenga la sensación de que es escuchado y comprendido*" (págs. 198-199).

* (17) Estos patrones o pautas son definidos como regularidades, sucesiones o aspectos recurrentes de una situación. Son observables y especificables e incluyen elementos de tiempo y espacio (O'Hanlon, 2001).

Cambiar la “forma de ver” la situación percibida como problemática.

O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) nos dicen que cambiar los marcos de referencia (percepciones/conceptos/significados) de los clientes, tanto en la sesión como fuera de la sala de terapia, puede llevar a cambios en las acciones (acciones creativas) y a la estimulación de potencialidades y recursos no utilizados (ideas creativas).

Cambiar la “forma de actuar” en la situación percibida como problemática.

Se pretende cambiar las acciones e interacciones que intervienen en la situación, de modo que estas nuevas acciones tengan más probabilidades de resolver el problema. Un cambio en lo que hacen puede producir también un cambio en su marco de referencia (percepciones/conceptos/significados). Además, los cambios en la “forma de actuar” en la situación pueden generar recursos y capacidades nuevas (ideas/acciones creativas) u olvidadas (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Evocar recursos, soluciones y capacidades que se pueden aplicar a la situación que se percibe como problemática.

Esto se refiere a recordar a las personas sus recursos; fomentar estas fuerzas y capacidades puede llevar a cambios en sus acciones y en su punto de vista (percepción) que lleven a una solución.

En la Terapia Orientada a las Soluciones, un elemento clave para llevar a cabo estas tareas o propósitos es el lenguaje. En este enfoque se tiene la precaución de cuidar el lenguaje que se usa en terapia, de tal forma que en cada sesión se genere una *conversación para el cambio*.

Como se ha mencionado, los terapeutas orientados a las soluciones comparten la idea de que dependiendo de los marcos teóricos referenciales de los terapeutas, en las consultas se pueden crear realidades terapéuticas distintas. Una parte de esa creación de una realidad terapéutica es el lenguaje.* (18) El lenguaje ofrece la posibilidad de reificar,

* (18) Esta cuestión de la creación de realidades sociales, realidades terapéuticas, de la creación de realidades individuales entendidas como ‘identidad’ o noción del “sí mismo” por medio del lenguaje, es cada vez más aceptada y ha sido explorada desde diversas teorías explicativas del comportamiento humano. (Ver por ejemplo, Andersen, 1992, 1995; de Shazer y Berg, 1991; Gergen, 1985, 1996; Shotter, 1997; White, 2002). Todo este interés en el poder del lenguaje en la creación de realidades apoya un punto esencial en la Terapia Orientada a las Soluciones: el lenguaje ofrece posibilidades de encaminar a los clientes a la solución, de crear en ellos una sensación de competencia, de capacidad para resolver sus problemas.

solidificar, ciertos puntos de vista de la realidad que se percibe. También se puede usar como instrumento para cuestionar certezas inútiles que los clientes tienen en torno a las situaciones que los aquejan así como respecto a ellos mismos.

En terapia se usa el lenguaje para crear una expectativa de cambio; además se cree que la utilización consciente y creativa del lenguaje es tal vez el método indirecto más influyente para crear contextos en los que se perciba el cambio como inevitable (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Es así que en esta orientación se utilizan métodos que están dirigidos a producir cambios en la percepción y en la conducta (promover soluciones creativas). El denominador común de estos métodos es la utilización de *presuposiciones*; que son formas de hablar que presumen algo sin afirmarlo directamente.

O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) consideran que es imposible hablar sin revelar las presuposiciones que uno tiene sobre el mundo. Debido a esto dicen, que los terapeutas dan constantemente claves a los clientes, tanto sutiles como obvias, respecto a como se les percibe y a sus perspectivas de cambio. Por esta razón, creen que es muy importante que los terapeutas estén conscientes de estas comunicaciones en terapia y que las utilicen para facilitar el proceso de cambio.

Los métodos que ellos proponen para llevar a efecto lo anterior son:

- *Adaptarse al lenguaje del cliente*
- *Adoptar la modalidad sensorial del cliente y,*
- *Encauzar el lenguaje del cliente*

Adaptarse al lenguaje del cliente

Si una de las tareas que un terapeuta tiene en esta terapia es validar la experiencia de los clientes; una de las maneras de hacerlo es adaptarse a su lenguaje: emplear inicialmente las palabras que utilizan como una forma de unirse a ellos y brindarles la sensación de que han sido escuchados y comprendidos.

Las personas seleccionan determinadas palabras para hablar de o reflejar sus experiencias. Las palabras que eligen poseen ciertas connotaciones para el hablante⁽¹⁹⁾. En la medida que los terapeutas adoptan el lenguaje de los clientes, éstos comúnmente llegan a creer que se les entiende, aprecia y que el terapeuta se identifica con sus experiencias subjetivas (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990). El hacer lo anterior

⁽¹⁹⁾Chenail (1995) y Keeney (1992) identifican a estas palabras como "marcos de habla". En el siguiente capítulo se explica este concepto.

puede favorecer la creación de una atmósfera en la que los clientes se relajen, se sientan comprendidos y más dispuestos a cooperar para el cambio.

Además de lo anterior hay varios aspectos de la adaptación al lenguaje del cliente: El primero requiere simplemente que el terapeuta imite el uso exacto que el cliente hace de las palabras o expresiones idiomáticas, ya que muchas veces los clientes emplean determinadas frases (marcos de habla), favoritas para ellos, al hablar de sus dificultades. De forma similar, a veces se toma nota de expresiones clave utilizadas por los clientes para reflejar su experiencia y se incorporan éstas a los mensajes que se les dan después.

Otra forma de adaptación o reflejo del lenguaje del cliente consiste en el uso de sus metáforas. Si los clientes las usan al hablar, el terapeuta las puede utilizar con miras al cambio. Así mismo, saber algo acerca del trabajo o las aficiones de los clientes, también puede resultar muy útil para construir metáforas a las que los clientes respondan favorablemente.

Adoptar la modalidad sensorial del cliente

Bandler y Grinder (1994) desarrollaron una técnica que implica hacer corresponder los verbos y predicados de las personas con las modalidades sensoriales que están usando. Advirtieron que algunas personas emplean palabras orientadas visualmente, por ejemplo, “veo lo que quieres decir” ; otras usan palabras auditivas, por ejemplo, “suena que las cosas van bien” ; otras usan algunas referidas a sensaciones, por ejemplo, “tengo la sensación de que esto no va a funcionar” . Estos autores sugieren que el terapeuta se ajuste a la modalidad sensorial del cliente, a fin de indicar comprensión y desarrollar empatía.

Encauzar el lenguaje del cliente

Siempre teniendo en consideración el objetivo del cambio o la solución, inicialmente se utilizan las palabras que usan los clientes y se empiezan luego a encauzar *los significados* (alterar los patrones de lenguaje/concepto/significado) de esas palabras en una dirección productiva o a emplear palabras distintas.

Resulta útil encauzar el lenguaje y alejarlo de la jerga que emplea etiquetas fijas y negativas (otra vez el propósito de alterar patrones fijos de percepción/lenguaje) y llevarlo hacia descripciones de acciones que se encuentran en el lenguaje cotidiano. Esto debido a que es común que algunas personas usen conceptos de alguna teoría de psicología o terapia, tomados de un contacto con un terapeuta anterior o de algún medio de comunicación.⁽²⁰⁾ Estos conceptos pueden reflejar en alguna medida que los

⁽²⁰⁾ A este respecto Viktor Frankl (1995) ya mencionaba hace más o menos cuarenta años, cómo la divulgación de temas sobre psiquiatría y psicología tiene repercusiones -no siempre benéficas- en las

clientes han sido instruidos con la idea de que sus problemas obedecen a algún déficit mental o psicológico que ellos padecen. Y que entre otras posibles consecuencias los coloca en una posición de inadecuación y desventaja social: se les descalifica como personas capaces de tener un “funcionamiento adecuado” en sus vidas, establecido según criterios promulgados por profesionales en psiquiatría y psicología; se les convence que tienen que estar bajo la tutela permanente de estos profesionales para poder vivir con “buena salud mental” ; se desvinculan los problemas que los aquejan de los contextos naturales y sociales en los que estas situaciones tienen lugar y que son esenciales en la creación y permanencia de este tipo de problemas, y se reelaboran como patologías que requieren “cura”.

Las consecuencias son variadas, lo anterior es solamente un ejemplo de lo que puede ocurrir en la vida de los clientes, y lo preocupante es que una vez que los personas comprenden sus acciones en términos de déficit psicológico, quedan sensibilizadas en cuanto al potencial problemático de todas sus actividades y en cuanto a que ellas -las personas- están enfermas o disminuidas. Ser clasificado en función de la terminología del déficit mental es, enfrentarse a una vida potencial de autoduda (Gergen, 1996).

Así, cuando los clientes emplean rótulos negativos, fijos, para describirse a sí mismos o a otros, (cuando reflejan a través de su lenguaje patrones fijos de percepción/significado /concepto) se traducen esos rótulos a descripciones de acciones. Por ejemplo, cuando alguien dice ser “narcisista”, el terapeuta pregunta para saber qué dice y qué hace ese alguien cuando se comporta de manera narcisista; ya que es mucho más fácil manejar acciones que características fijas. Además, el pasar de etiquetas fijas a descripciones de acciones tiene el efecto de despatologizar o normalizar las situaciones de los clientes (modificar patrones de percepción/lenguaje/significado, y encontrar soluciones).

Aparte de solicitar descripciones de acciones que facilitan la observación del cambio al mostrar algo visible y medible. En la terapia orientada a las soluciones también se encauza el lenguaje en la dirección de proponer descripciones menos patológicas, más normales, de la dificultad. En este sentido el terapeuta puede hacer mucho por *alterar la percepción* que el cliente tiene del problema, modificando gradualmente el rótulo utilizado para describir la situación que constituye una dificultad (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990). Por ejemplo a un cliente que se queje de estar “deprimido” se le puede ayudar a cambiar sutilmente sus percepciones de estar “deprimido” al preguntar algo así como: “¿Ha notado alguien que últimamente te has sentido “con la moral por los suelos”? ; es decir preguntar para hacer referencia a algo menos patológico y rígido, a algo más común y flexible.

vidas de las personas, y cómo sus percepciones y sus ideas sobre ellos mismos y sobre los otros pueden ser fuertemente influenciadas por estos discursos. (Ver por ejemplo, “La problemática de la divulgación de temas psiquiátricos” en el libro citado). De igual forma en época más reciente esta problemática ha sido abordada por Keneth Gergen (1996), cuando analiza las repercusiones que tiene en las personas y sus relaciones la amplia divulgación del discurso del déficit psicológico. (Ver por ejemplo, “Las consecuencias culturales del discurso del déficit” en dicha obra).

Otras formas de normalizar y alterar la percepción del problema pueden referirse a los usos de expresiones de tiempo. Por ejemplo a un cliente se le puede proponer verbalmente *ver* su situación problemática como un “período transitorio” ; o utilizando cuidadosamente los tiempos verbales *crear una realidad en la que el problema está en el pasado y existen posibilidades para el presente y el futuro*. Por ejemplo, cuando los clientes hablan como si aún tuvieran problemas, se cambia el tiempo verbal al reflejar partes de lo que han dicho. Estos tiempos verbales reflejan la opinión de que el “problema” podría desaparecer en cualquier momento o que incluso podría no existir. Si una cliente por ejemplo, dice: “Todos los días me harto de comer y vomito”, probablemente el terapeuta le diría, al reflejarle lo que ha dicho: “De modo que durante algún tiempo has estado hartándote de comer y vomitando todos los días”. Esta formulación no presupone que vaya a seguir hartándose y vomitando en el futuro o que siempre se haya hartado y vomitado. *La utilización de los tiempos verbales tiene un papel importante en la creación de un contexto en el que se produzca el cambio* (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Agregado a lo anterior, en esta terapia es frecuente el uso de la palabra *todavía* para hacer referencia a la posibilidad de un cambio futuro. Por ejemplo, decir: “Aunque las cosas *todavía* no van estupendamente, están evolucionando en la dirección correcta” , implica que las cosas finalmente irán estupendamente.

Otra cosa que se puede hacer en terapia utilizando las palabras para alterar la forma de pensar/la percepción de la situación problemática, (para fomentar la creatividad en los clientes); es hacer preguntas empleando términos definitivos en relación a que las cosas van a cambiar y términos de posibilidad para poner en duda las certezas poco útiles que mantienen los clientes. Por ejemplo, en relación al cambio puede preguntarse: “¿Qué será diferente en su vida cuando...se lleven mejor? (se hace referencia al objetivo alcanzado, al logro, para completar la oración). “¿Quién será el primero en notar cuando...bebas menos? (otra vez se hace referencia al objetivo alcanzado, al logro en la consecución del cambio). En relación con las certezas poco útiles podría preguntarse en un caso dado: “*Si* no sucediera...que su marido apreciara el esfuerzo que ha hecho para mejorar su relación (la conducta deseable), *¿qué podría hacer?*”, en lugar de: “¿Qué *hará cuando* ...su marido busque pelear?”.

Lo anterior tiene la finalidad de mantener las posibilidades abiertas y dar la impresión de que las cosas pueden cambiar.

Una manera adicional de contribuir al propósito anterior es, *la creación de un contexto para el cambio introduciendo distinciones en el pensamiento del cliente* (O’Hanlon, 1982b, 1989). Esto puede hacerse al brindar al cliente definiciones alternativas positivas y útiles de algún concepto que él solo considere negativo. Por ejemplo, distinguir entre un “egoísmo bueno”, pensar en uno mismo primero y tener consideración por los otros ; y un “egoísmo malo” solo pensar en uno sin tener en cuenta las necesidades de los demás.

Otra forma más de hacer distinciones puede ser, resaltar los diferentes ámbitos de una acción. Por ejemplo distinguir entre *pensar* hacer algo, *querer* hacer algo o *llevar a cabo algo*.

Dicen O'Hanlon y Weiner-Davis (1990), que a veces los terapeutas pueden ayudar a los clientes estableciendo estas distinciones que contribuyen a cambiar el punto de vista (la percepción) que tienen acerca de su situación. Por ejemplo, a un cliente que habla en serio sobre el suicidio se le puede dar una charla acerca de la diferencia que existe entre *pensar* en el suicidio, algo que mucha gente hace, o *querer* suicidarse y realmente *llevar a cabo* alguna de estas ideas o sentimientos.

Con estas estrategias en el uso del lenguaje puede ser posible que la realidad terapéutica que se está creando continuamente, pueda hacer aceptable e incluso palpable la posibilidad de éxito.

Sumándose a estos usos generales del lenguaje para producir cambios en la percepción y en la conducta, en la terapia orientada a las soluciones existen prescripciones generales para el cambio que tienen los mismos propósitos, alterar la "forma de actuar" y la "forma de ver" el problema.

Como se mencionaba, las cosas que se intentan hacer en la terapia orientada a las soluciones: validar la experiencia del cliente, cambiar la "forma de ver" y la "forma de actuar" la/en la situación percibida como problemática y evocar recursos, soluciones y capacidades que se puedan aplicar a la situación que se percibe como problemática, tienen un propósito común: *fomentar en los clientes la libertad de usar otras acciones, atípicas, que tengan más probabilidades de resolver el problema que la repetición de pautas sin éxito* (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990). (En otras palabras, estimular y promover su creatividad; esto es una lectura del autor de este trabajo).

Pues bien, retomando la consideración de este enfoque de que los problemas que la gente lleva a terapia no son cosas, sino patrones de habla, pensamiento y acción, que éstos son muy susceptibles de cambiar; y de que las situaciones o contextos que rodean a estos patrones forman parte del patrón principal; en la terapia orientada a las soluciones se utilizan diversas formas de intervenir directamente en los patrones que constituyen la queja con el fin de cambiar estos contextos de modo que ya no contengan problemas o "síntomas" (O'Hanlon, 1982a, 1989; O'Hanlon y Wilk, 1987). O en otras palabras que esta intervención en los patrones lleve a los clientes a encontrar ideas creativas y ejecutar acciones creativas (entiéndase valiosas y útiles en la resolución de sus problemas).

Veamos las intervenciones.

Intervención sobre el patrón de la queja

A menudo la forma más sencilla y directa de intervenir en un contexto que contiene una queja es alterar el propio patrón de la queja. El terapeuta hace que el cliente introduzca alguna modificación pequeña o insignificante en el desarrollo de la queja. Alterar el desarrollo de la queja altera el contexto, a menudo la queja desaparece, gradualmente o de forma abrupta (O'Hanlon, 1989, O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990; O'Hanlon y Hudson, 1996; O'Hanlon, 2001a)

O'Hanlon (O'Hanlon, 1989; O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990; O'Hanlon, 2001a) menciona las siguientes clases de intervenciones sobre el patrón de la queja:

- *Cambiar la frecuencia o tasa de la queja.*
- *Cambiar el tiempo de ejecución de la queja.*
- *Cambiar la duración de la queja.*
- *Cambiar el lugar en que se produce la queja*
- *Añadir (al menos) un elemento nuevo al patrón de la queja.*
- *Cambiar la secuencia de elementos/eventos en el patrón de la queja.*
- *Descomponer el patrón de la queja en piezas o elementos más pequeños.*
- *Unir la realización de la queja a la de una actividad gravosa.*

Además de este tipo de intervención en el patrón de la queja, otro tipo de intervención utilizado en este enfoque es la:

Intervención sobre el patrón del contexto

Cuando la intervención sobre el patrón de la queja no tiene resultado o no es aconsejable, se pueden alterar las pautas personales o interpersonales que rodean o acompañan la queja. Dicho tipo de intervención consiste en modificar patrones que no tienen que ver directamente con la realización de la queja. Para realizar esto, el terapeuta debe pedir descripciones de las acciones e interacciones no relacionadas directamente con la queja y *alterar* aquellas que parecen acompañarla habitualmente (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990). En un ejemplo citado por estos autores (p. 45), puede que una persona "comedora compulsiva" evite salir con los amigos los días que ha comido demasiado. Aunque no salir con los amigos no está directamente relacionado con el hecho de comer compulsivamente, es un patrón que lo acompaña y que puede modificarse mediante la asignación de tareas. Se le puede decir a esta persona, que los días en que crea que se va a hartar, debe insistir en salir con los amigos. Aunque estos patrones regulares que acompañan a la queja no están directamente involucrados con ella, alterarlos puede producir un cambio en el contexto de la queja, llevando a su resolución.

Para llevar a cabo estos tipos de intervenciones, los terapeutas piden a los clientes una descripción muy detallada del problema presentado, y después utilizan esa información para idear una intervención que altere algún aspecto de dicho problema. Esto permite lograr alguna influencia inicial sobre la expresión del problema. Si se consigue que los clientes modifiquen algún aspecto de sus quejas, tal vez estén en condiciones de cambiar otros aspectos relacionados, lo que en última instancia, puede dar lugar a la solución. Otro aspecto de estos tipos de intervenciones, reside en que si los clientes logran cambiar una parte de un problema previamente experimentado como una “cosa” rígida e inalterable, tal vez acepten o perciban con mayor facilidad la inminencia del cambio/solución (O’Hanlon, 1989).

La descripción de cualquier aspecto constante de la secuencia o de las circunstancias del problema puede proporcionar una indicación de dónde intervenir.

Los patrones de la queja y los patrones de contexto abarcarán una gama diferente de elementos para cada persona, de modo que no es posible presentar un “catálogo” fijo de gamas, elementos o intervenciones. Por ejemplo, algunas personas que se descontrolan con la comida sólo lo hacen cuando están a solas, pero otras, en cambio, comen demasiado en presencia de terceros, ocasional o frecuentemente. De este modo, es preciso descubrir los límites del tipo de cosas que pueden servir para mantener los patrones.

A este respecto dice O’Hanlon (1989): *“Hay muchas variaciones sobre el tema que no impiden que el tema siga siendo el mismo. Lo que uno quiere introducir son variaciones que vayan más allá de aquel límite; que por lo tanto definan una pauta nueva”* (págs. 46-47).

Como los patrones o pautas no son “cosas” sino abstracciones descriptivas hechas por un observador, un terapeuta como tal, puede escoger intervenir en aquel elemento de la queja o del contexto que la rodea que sea más significativo o relevante para él, de tal manera que la oportunidad de ejercer su creatividad específica para ayudar a sus clientes está siempre presente. (Ejemplos ilustrativos de este tipo de intervenciones se pueden revisar en O’Hanlon, 1989; O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990 y O’Hanlon, 2001a).

En la Terapia Orientada a las Soluciones, *se considera irrelevante cómo y porqué se constituyeron los patrones, qué significado y función tienen, y demás especulaciones de este tipo; lo importante es descubrir las pautas de acción e interacción que rodean la queja y modificarlas a fin de encontrar una solución* (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990). Esta tarea incluye aspectos tales como quién está presente cuando se da la queja y lo que otros (no implicados directamente) dicen o hacen respecto a la queja con la persona o personas directamente involucradas.

Siguiendo esta misma idea, otras formas que fomentan nuevas conductas y percepciones en los clientes, al crear la expectativa de cambios en el futuro, son las

“tareas de fórmula” , las cuales están diseñadas para orientar la atención de los clientes hacia las soluciones.

Retomando “tareas de fórmula” desarrolladas por el equipo de trabajo del Brief Family Therapy Center (de Shazer, 1987), O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) sugieren el uso de éstas, las cuales tienen la finalidad de cambiar la “forma de ver” la situación problema; aunque es común que esto no solo se quede a ese nivel perceptual sino que elicite cambios en la “forma de actuar” respecto al problema. Las tareas propuestas son:

- *Tarea de fórmula de la primera sesión*
- *Tarea de la sorpresa para parejas o familias*
- *Tarea genérica*

Tarea de fórmula de la primera sesión

Esta tarea reza así: “Desde ahora y hasta la próxima vez que nos veamos, a nosotros (a mí me) gustaría que observaras, de modo que puedas describirnoslo (describirmelo) la próxima vez, lo que ocurre en tu (elijase una de las siguientes: familia, vida, matrimonio, relación) que quieres que continúe ocurriendo” (de Shazer, 1987).

La tarea tiene el propósito de que los clientes vayan a casa con sus “gafas de buscar cosas positivas” y que descubran cosas que quieren que continúen. Es posible que algunas de estas cosas valiosas ya estuviesen ocurriendo, pero pasaban desapercibidas hasta que la tarea dirigió la atención de los clientes hacia ellas.

Otro aspecto interesante de esta tarea es que, aunque a los clientes no se les pide que hagan algo nuevo o diferente en relación al problema, suele suceder que lo hagan, que modifiquen sus pautas de acción respecto al problema. Nos dicen O’Hanlon y Weiner-Davis (1990): *“desde el punto de vista clínico, lo más interesante de estas conductas nuevas y diferentes es que, por lo general, constituyen precisamente los cambios necesarios para resolver el problema. Aún cuando a los clientes no se les manda modificar nada, y tampoco reciben información específica respecto a como resolver el problema. De alguna forma, y sin ninguna orientación, saben exactamente lo que deben hacer”* (p. 149). (A esto se le podría llamar el despliegue de la capacidad creativa).

O’Hanlon y Weiner-Davis estiman que la información sobre excepciones, soluciones y recursos que emerge durante las sesiones orientadas a las soluciones (en otras palabras, los intentos de los terapeutas por alterar inmediatamente los patrones de percepción/lenguaje-concepto-significado/acción) ofrece a los clientes todos los datos necesarios para emplear la tarea de la primera sesión de la forma más provechosa.

Tarea de la sorpresa para parejas o familias

Esta tarea puede plantearse más o menos así: “Haz al menos una o dos cosas que sorprendan a tu(s) (padres, cónyuge, hermanos, etc.). No le(s) digas qué es. (A los padres, esposo, etc. se les dice), su tarea consiste en adivinar que es lo que él/ella está haciendo. No comparen lo que noten; haremos eso en la próxima sesión”(O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990, p. 150).

La tarea introduce un poco de azar en las pautas de relación: hace que las cosas se vuelvan más impredecibles (al igual que otras conductas “individuales”, las conductas relacionales, interaccionales con otras personas, a veces se convierten en problemas al rigidizarse, y esta tarea proporciona la posibilidad de dar un “salto fuera” de las pautas habituales de interacción). Aquí también como en la tarea de la primera sesión suele suceder que los clientes estén atentos de nuevas conductas, y que quienes las realizan no pasen desapercibidos para otros.

Con esta tarea se introduce un cierto tono lúdico. Al introducir el factor “sorpresa” el contexto cambia, si los clientes demuestran sentido del humor durante la sesión en la que se plantea esta tarea, ésta puede favorecer la percepción en los clientes de que resolver problemas puede no ser algo tan serio. Cuando en una sesión posterior se pregunta por las “sorpresas” (positivas), es habitual que la pauta perceptual del problema haya cambiado y que las personas involucradas en el problema hagan atribuciones de conductas “sorpresa” unas de otras, contribuyendo esto a la solución.

La tarea genérica

Esta tarea está encaminada a la utilización del lenguaje del cliente para crear una expectativa de cambio. Si el cliente ha definido su objetivo en ciertos términos, se le puede dejar de tarea que fije su atención en lo que hace y que le acerca más a su objetivo, utilizando sus propios términos.

Por ejemplo, si un cliente quiere sentirse con “mayor control de su vida”, se le puede sugerir: “fíjate que haces esta semana que te hace sentir con mayor control sobre las cosas”. Dos ventajas de esta tarea son que, presupone que entre las sesiones se producirán conductas deseables, y que los clientes que expresan sus objetivos en términos vagos, después de realizar la tarea los pueden definir con más claridad; ya que se les ha invitado a hacer cosas observables que les pueden ayudar a “darse más cuenta” de los cambios o soluciones que quieren.

Por otra parte, una estrategia más que puede ser utilizada en la terapia orientada a las soluciones es la hipnosis.

La hipnosis

Basada en el trabajo de Milton Erickson y ajustada a una orientación hacia las soluciones, la hipnosis utilizada en este enfoque es calificada como “naturalista”, lo que significa, entre otras cosas, que para acceder a un estado de trance, no se necesita la elaboración formal de un ritual de inducción a este.

Este tipo de hipnosis alude a la capacidad natural que las personas tienen para experimentar otros estados de conciencia -aparte de la conciencia cotidiana- para “acceder a los recursos inconscientes”. Es decir, la hipnosis orientada a las soluciones pretende despertar capacidades que el cliente ya tiene, pero que no ha empleado en el contexto del problema. Cuando en la terapia orientada a las soluciones no se utiliza la hipnosis, los terapeutas se centran en los puntos de vista y en las acciones que los clientes pueden usar conscientemente para alcanzar sus objetivos; cuando se utiliza ésta, el objetivo es ocuparse de las experiencias automáticas; acciones que están más allá del control deliberado de la persona y que pueden servir para la solución del problema.

O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) dicen que una forma para evocar estas “habilidades inconscientes” es simplemente hablar de experiencias que pertenecen a la misma clase de soluciones que se quieren evocar. Por ejemplo, si la clase de solución que ayudaría a la persona afligida es “la relajación”, el terapeuta podría hablar sobre los momentos en los que el cliente se tiende en una bañera llena de agua caliente y después se siente muy relajado; tal vez se mencionen unas vacaciones o un masaje en la espalda. Otra forma es sugerir de forma permisiva que la persona tiene la capacidad de relajarse; a diferencia de la sugestión hipnótica autoritaria tradicional, que habitualmente indica al sujeto que se *relajará* o que está *relajado*, en este enfoque se dice al cliente que se *puede* relajar. A menudo esto supera cualquier “resistencia” y permite al cliente encontrar sus propios medios para solucionar el problema. El terapeuta se limita a sugerir y el cliente tiene la libertad de aceptar o no.

Otro de los usos de la hipnosis orientada a las soluciones es ayudar a recordar experiencias que puedan servir como referencia para desarrollar las habilidades necesarias para resolver la dificultad presentada, de manera parecida a los ejemplos del párrafo anterior.

Continuando con este tema, cuando la terapia ha alcanzado un punto muerto, se puede inducir un trance y preguntar al cliente qué hay que hacer para avanzar o resolver el problema presentado. A veces los clientes son capaces, durante el trance, de decir como se les puede ayudar; de observar en este estado recursos que tienen y que habían pasado desapercibidos en estado consciente.

Estas experiencias refuerzan la idea de la terapia orientada a las soluciones de que los clientes son los expertos en resolver sus problemas (o en otras palabras, que tienen una capacidad creativa para vivir sus vidas de una manera satisfactoria). De cualquier manera, *el terapeuta debe tener la habilidad suficiente para crear un contexto que provoque la pericia de los clientes y les ayude a emplearla en sus vidas* (O’Hanlon y

Weiner-Davis, 1990). En el caso de la hipnosis, la pericia del terapeuta consiste en crear el contexto para un trance orientado a las soluciones. Al igual que en el trabajo no hipnótico, en la hipnosis orientada a las soluciones se hace mucho uso de la presuposición de que el cambio es factible y que tendrá lugar.

Resumiendo, el propósito del uso de la hipnosis en este enfoque, es estimular y emplear procesos, recuerdos y experiencias mediadas de forma inconsciente, para resolver las quejas de los clientes y crear la expectativa de cambio.

El autor de este trabajo quiere terminar este apartado con un breve resumen de este modelo (O'Hanlon, 1993) y con un cuadro (O'Hanlon, 1992) que permite reconocer los elementos generales constitutivos del mismo, que le han servido para visualizar este tipo de terapia como una relación (terapeutas/clientes) encaminada principalmente a provocar que los clientes "salten fuera" de sus pautas problemáticas y encuentren/desarrollen soluciones.

De este modo, puede decirse que los dos principios básicos que guían la terapia y la conversación durante las sesiones son *el reconocimiento y la posibilidad*. Los terapeutas deben procurar que el cliente tenga la sensación de que ha sido escuchado, validado y respetado. Al mismo tiempo, también deben tener la precaución de no cristalizar la impresión actual que el cliente pueda tener de la situación (sus experiencias y puntos de vista) y procurar introducir y mantener abiertas las posibilidades de cambio y solución.

La terapia se enfoca como un proceso de cooperación al que tanto el cliente como el terapeuta aportan sus experiencias y conocimientos. El cliente es quien mejor conoce sus propias percepciones y sentimientos y quien posee los datos descriptivos esenciales para que el terapeuta pueda construir una definición viable del problema y establecer un marco y un plan para la solución. El terapeuta es el experto en la creación de un diálogo en cooperación orientado a soluciones y en observar las respuestas del cliente e incorporarlas a lo que se discute.

Terapia Orientada a Soluciones

- *Tanto el cliente como el terapeuta son expertos en ciertas áreas (modelo de cooperación).*
- *El cliente posee recursos y capacidades (modelo de recursos).*
- *Los objetivos se individualizan para cada cliente.*
- *Se basa en el reconocimiento, la valoración y la apertura de posibilidades.*
- *Se orienta hacia el presente futuro.*
- *Se enfoca en las soluciones.*
- *La duración del tratamiento es variable/individualizada.*
- *La conversación estimula la responsabilidad y la acción y evita la culpa y la invalidación.*

Así, después de revisar estas características generales de la Terapia Orientada a las Soluciones, pasemos a revisar los elementos que pueden constituir una sesión particular de este enfoque.

2.2- La sesión terapéutica como momento/espacio para la promoción/emergencia de la creatividad.

Milton H. Erickson decía que una psicoterapia se buscaba en primer lugar, debido a una insatisfacción con el presente y a un deseo de mejorar el futuro (Watzlawick et. al. , 1994). También decía que los problemas que presentaban los clientes que acudían a terapia, ya fueran estos orgánicos o psicológicos, se caracterizaban por una pauta determinada y que un pequeño cambio en alguno de los aspectos de esta pauta podría obrar la diferencia y llevar a la solución (O'Hanlon, 1989).

Muy en la tónica de estas dos apreciaciones y retomando la consideración que se hace en la terapia orientada a las soluciones de que los problemas que presentan los clientes no son cosas sino pautas de habla, pensamiento y acción muy susceptibles de cambiar; las sesiones terapéuticas en este enfoque se centrarán siempre en trabajar con el momento presente (sin descartar la utilización de lo bueno del pasado, como por ejemplo, las excepciones al problema) y con una orientación al futuro; y también se ocuparán desde la primera sesión en el cambio de estos patrones insatisfactorios de conducta.

Las consideraciones anteriores junto con los aspectos que ya se han mencionado como, la utilización del lenguaje en una forma presuposicional para favorecer la expectativa de solución, la asignación de tareas de fórmula, las intervenciones directas en los patrones de acción, el uso de la hipnosis, etc. ; son los elementos a través de los cuales terapeutas y clientes crean un contexto que favorece la búsqueda y el encuentro de soluciones.

Partiendo de aquí, en este enfoque todas las sesiones, desde la primera con su entrevista inicial, son consideradas como intervenciones. Como dice O'Hanlon (1992): *"Puesto que, al fin y al cabo, toda terapia con éxito se reduce a encontrar soluciones haciendo que el cliente haga algo diferente o vea las cosas de manera distinta, la propuesta es que los terapeutas empiecen a orientarse hacia estos objetivos de una manera deliberada desde el inicio de la terapia"* (p.151).

De este modo, vista la sesión como intervención, examinemos los componentes de la entrevista orientada a las soluciones. Una advertencia que hacen O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) y que sería importante destacar es, que cada persona y cada encuentro (terapéutico) son algo único y, que aún cuando se sugieren dichos componentes, éstos no se pueden abordar adecuadamente siguiendo de forma ciega los métodos que se encuentren en un libro.

En relación con esto, Peggy Papp (1984) advierte a los terapeutas que sean conscientes del carácter interactivo de las "intervenciones brillantes". Ella dice: *"a veces los clientes convierten nuestras intervenciones más vulgares en experiencias"*

trascendentales...mientras que otras veces permanecen impasibles a muestras genialidades..." (p.25).

En la terapia los clientes van a algún sitio y los terapeutas procuran ayudarles a conducir sus pensamientos y acciones hacia las soluciones y los objetivos. En este proceso de canalización, es importante reconocer y validar lo que los clientes han estado pensando y sintiendo y luego, tan pronto como sea posible, ayudarles a pensar, sentir y actuar de forma más satisfactoria (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990) (ayudarlos a salir fuera de sus patrones habituales de conducta de modo que encuentren ideas/acciones útiles para sus objetivos; promover la emergencia de su creatividad).

Volviendo a la consideración del proceso de la entrevista como una intervención, suele suceder que en la interacción entre terapeuta y cliente; mediante el uso de diversas técnicas de entrevista orientadas a soluciones, los clientes pueden experimentar, en el transcurso de la sesión, cambios importantes en la forma de ver su situación; es decir pueden empezar a experimentar cambios en sus patrones perceptuales del problema. O'Hanlon y Wilk (1987) estiman que en muchos casos, una tarea asignada al final de la sesión solamente sirve para reforzar el cambio que ya se ha producido en ésta, y que este cambio permite a las personas salir de la sesión y actuar afuera de forma más productiva.

Dentro de este proceso de entrevista -y como ya se ha mencionado- es muy común el uso de la presuposición. Un tipo de preguntas muy utilizado en este enfoque es precisamente el de preguntas llamadas *presuposicionales*, las cuales a través del uso cuidadoso del lenguaje intentan influir sobre las percepciones de los clientes dirigiéndolos a las soluciones. Es probable que reflexionar sobre estas preguntas ayude a los clientes a considerar su situación desde nuevas perspectivas. Estas preguntas están diseñadas para funcionar como "intervenciones", esa es su intención.

Las preguntas presuposicionales persiguen conseguir el efecto de encaminar a los clientes hacia respuestas que *promuevan* sus recursos y los *enriquezcan* en cuanto a *posibilidades* y *alternativas* de solución. Al contestar estas preguntas, los clientes no tienen más remedio que aceptar la premisa subyacente de que el cambio es inevitable (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Estos autores dicen: "*Como dato interesante, hemos advertido que a veces las preguntas son tan poderosas en sí mismas, gracias a las distinciones que establecen durante la sesión, que no se exige una respuesta para que sean efectivas*" (p.92).

Lo anterior podría traducirse como una "siembra de ideas" similar a lo que menciona Haley (1994), la cual brinda a los clientes la posibilidad de modificar sus marcos de referencia y encontrar alguna utilidad en este cambio de experiencia "interna", de este cambio de pensamiento.

Por otro lado, aún cuando este tipo de preguntas se usan frecuentemente, durante la sesión hay momentos en que no se hacen preguntas presuposicionales, en sesión también se hacen afirmaciones para marcar distinciones en la forma de “ver” y/o “actuar”, como por ejemplo, “Eso parece diferente de la forma en que manejaste este asunto la semana pasada”. Además de hacer afirmaciones, también se hacen preguntas neutrales para obtener información o hacer peticiones, por ejemplo, “¿Te parece bien el próximo jueves? ”; pero un objetivo es usar la presuposición como una forma de influencia sutil, pero efectiva, tan frecuentemente como sea posible.

Al hacer este tipo de preguntas presuposicionales, hay que tener en cuenta una regla básica que consiste en que al construirlas se mantengan abiertas, evitando preguntas a las que se pueda contestar con un “sí” o un “no”. Por ejemplo, en lugar de preguntar: “¿Pasó alguna cosa positiva?”, preguntar: “¿Qué cosas positivas sucedieron?”; esta última pregunta implica que el terapeuta está seguro de que sucedieron cosas positivas. Otro ejemplo; en vez de: “¿Has hecho alguna vez alguna cosa que funcionara? ” , preguntar: “¿Qué cosas has hecho en el pasado que hayan funcionado?”. Nuevamente, esta última sugiere que, inevitablemente, ha habido en el pasado soluciones exitosas y que la persona ha participado activamente en ellas, que ha sido proactiva. Esta pregunta invita a los clientes a recordar su capacidad creativa si fuera el caso de que la hubieran usado, o a que sientan que tienen esta capacidad creativa, al cambiarles su percepción presente de que no han podido resolver un problema a una percepción de que han sido capaces de hacerlo. Que se perciban como lo que el autor de este trabajo llama *agentes creativos* (concepto que tratará de aclararse en el siguiente apartado). Hacer preguntas abiertas casi siempre proporciona una respuesta más completa y útil.

Aunque las preguntas presuposicionales se usan tanto como sea posible, las preguntas específicas que se eligen dependen del objetivo en cada momento de la sesión. En la terapia orientada a las soluciones, específicamente en las sesiones de este modelo de terapia *hay un patrón de ordenación de estas preguntas* - el cual se ilustrará un poco más adelante- , especialmente cuando se pregunta por las excepciones al problema.

Antes de mostrar este patrón, veamos lo que sugieren O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) hacer en la primera sesión. Para llamar la atención sobre la importancia de esta sesión y retomando un epígrafe de Richard Rabkin (1997) que dice : “...*La mayoría de nuestros éxitos terapéuticos se pueden atribuir a las fases iniciales de la psicoterapia...Como en el ajedrez, el juego se gana o se pierde en la apertura*” (p. 11), los autores mencionados nos marcan tres pasos iniciales:

- *Unirse a los clientes.*
- *Obtener una breve descripción del problema.*
- *Buscar excepciones al problema*

Unirse a los clientes

Esto implica saludar a los clientes y charlar brevemente sobre cualquier cosa distinta de lo que podría considerarse el motivo de consulta; se puede preguntar en qué trabajan, si les fue fácil llegar al consultorio, etc. . *El objetivo de este periodo de unión y validación es mostrar interés genuino por ellos y ayudarles a que se sientan cómodos.* Para esto se pueden utilizar técnicas de unión descritas anteriormente, como el adaptarse al lenguaje del cliente y adoptar la modalidad sensorial del cliente; evitando la confrontación y los temas de conversación en los que sea probable el desacuerdo. La cantidad de tiempo dedicada a esta fase de la terapia depende de la rapidez con que los clientes parezcan “soltarse” o “entrar en confianza”.

Después de la unión, puede pasarse a solicitar:

Una breve descripción del problema

Habitualmente la pregunta siguiente es: “Bien, ¿qué te trae por aquí?”. Como la terapia está orientada a encontrar soluciones lo más pronto posible; se trata de que la exposición del problema sea generalmente breve; tras lo cual se empiezan a hacer una serie de preguntas diseñadas para extraer información sobre las excepciones al problema, es decir las ocasiones en que las cosas van bien, las soluciones pasadas al problema actual, y las fuerzas y recursos de la persona. O en otras palabras, se hacen preguntas para promover la creatividad (cambio de patrones) y para recordarles a los clientes cuándo, cómo y qué han usado en su creatividad cotidiana anteriormente.

De este modo, el tercer paso es indagar sobre las:

Excepciones al problema

Nos dicen O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) que han observado que, independientemente de la magnitud o la cronicidad de los problemas que sufren las personas, hay situaciones u ocasiones en las que, por alguna razón, el problema simplemente no ocurre. O en otras palabras, que el autor de este trabajo utiliza, aún cuando ha habido patrones rígidos de conducta (“interior” y “exterior”), hay ocasiones en las que las personas han logrado “saltar fuera” de estos y han encontrado ideas/acciones creativas, o sea útiles para sus propósitos; ocasiones en las que han hecho uso de su creatividad cotidiana o específica.

Estos autores también mencionan que la mayoría de las personas, incluyendo a los terapeutas, considera que estos periodos libres de problemas están desconectados de los momentos problemáticos, que no están relacionados con ellos, y que por esta razón es poco lo que se hace para entenderlos mejor o ampliarlos. Esta apreciación se conecta aquí con una consideración del autor de este trabajo y también hecha por De Bono

(2000b) que tiene en cuenta la capacidad creativa que tienen las personas, y de que ésta se puede usar cotidianamente y puede ser fomentada a tal grado que se vuelva un hábito el pensar y el hacer creativo cuando sea necesario.

Pues bien, el considerar las excepciones al problema ofrece una gran cantidad de información acerca de lo que se necesita para resolver el problema. *Si los clientes han podido salir fuera de sus pautas habituales de conducta y eso les ha funcionado, ha sido diferente; hay que indagar como lo hicieron para invitarlos a que lo vuelvan a hacer.*

Como dicen O'Hanlon y Weiner -Davis (1990), se pueden desenterrar las soluciones examinando las diferencias entre las ocasiones en que se ha producido el problema y las ocasiones en que no; ya que con frecuencia los clientes simplemente necesitan hacer más de lo que ya les está dando resultado, hasta que el problema deje de existir. El autor de este trabajo diría, que perciban su creatividad y la sigan usando.

“La idea es muy simple. Si las personas quieren experimentar más éxitos, más felicidad y menos estrés en su vida, ayúdales a evaluar lo que es diferente en aquellos momentos en que ya disfrutaban del éxito, son felices y están libres de estrés. Ahí está la solución: dedicarse más a aquellas actividades de las que hay constancia de que han conseguido (aunque sea por cortos periodos de tiempo) el objetivo deseado” (p. 95).

Por otro lado, es frecuente que cuando se pregunta a los clientes acerca de las excepciones, a menudo se queden callados y parezcan absortos en sus pensamientos. La razón de este silencio es que las personas generalmente perciben los eventos de su vida, o blancos o negros (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

De tal forma que cuando se pregunta por ejemplo: “¿Qué es diferente en las ocasiones en que (las cosas van bien)?”, se le está pidiendo a la gente que hable de experiencias a las que no han prestado mucha atención. Debido a que los patrones perceptuales y de acción tienden a volverse rígidos, a veces no es fácil darse cuenta cuando se ha “saltado fuera” de estos.

Otra razón por la que a veces los clientes parecen poco preparados cuando se les hace este tipo de pregunta presuposicional referente a las excepciones -y que tiene que ver con cuestiones culturales y la forma común en que es percibido un contexto terapéutico tanto por clientes como por terapeutas- (21) es que no esperan que en terapia se comenten las cosas que van bien. La idea común es que *“la terapia es para hablar de*

(21) Desde una postura construccionista social O'Hanlon (2001c) ha mencionado que en la creación de la realidad social que se crea en terapia intervienen, el terapeuta y el cliente, la cultura, y las tradiciones sociales de cada uno. Estas cuestiones han sido examinadas con cierto detalle desde dicha perspectiva construccionista social. A este respecto se puede ver, “Trascender la narración en el contexto terapéutico” en Gergen (1996) donde se analiza cómo es que las terapias se construyen de acuerdo al significado social que tiene este ejercicio profesional, que tradicionalmente ha sido, ocuparse de ‘curar’ los problemas de la ‘mente’ individual o del ‘arreglo’ de una unidad ‘disfuncional’ (p.e., la pareja o la familia).

problemas. Al fin y al cabo, ninguno de los terapeutas que aparecen en televisión o en el cine pregunta jamás por lo que va bien” (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990, p. 96). Así, al preguntar por las excepciones, no solo se está intentando redirigir la atención de las personas hacia lo que ya funciona (hacia su capacidad creativa), sino también orientándoles respecto a lo que los terapeutas orientados a las soluciones piensan que es importante saber y sobre que es importante hablar.

Continuando con estas cuestiones, ya se ha mencionado que Michele Weiner-Davis (1987) ha observado otro fenómeno importante relacionado con las excepciones y con los recursos de los clientes en la resolución de problemas. Con frecuencia, durante la primera sesión, los clientes hablan de los cambios que han hecho entre la llamada para pedir consulta y la primera entrevista; y como en el caso de otras excepciones, éstos no dan mucha importancia a estos cambios, puesto que los consideran casualidades. Lo relevante de estas observaciones dicen O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) es que, si los clientes son capaces de reconocer que ya han empezado a resolver sus dificultades antes del tratamiento, entonces los objetivos de la terapia y más concretamente lo que se hace en las sesiones pueden simplificarse mucho.

O’Hanlon y Weiner-Davis han confirmado que el fenómeno de que los clientes ya han hecho algo por sí mismos que los encamina hacia la solución de sus problemas es muy común; como un ejemplo citan un estudio de caso publicado en el *Dulwich Centre Newsletter* en donde los autores Birch y Piglet (1986) empiezan preguntando: “¿Has notado alguna vez cuántas personas están ya superando su problema en el momento en que consultan contigo? ¿Y has notado que la mayoría de estas personas que ya tienen éxito aplicando la solución que ellos mismos han encontrado, nunca se habían dado cuenta de lo bien que lo estaban haciendo?” (p.10).

Nuevamente estos hallazgos u observaciones apuntan en la dirección de que los clientes han sido y son capaces de encontrar ideas nuevas y acciones nuevas, funcionales para alcanzar sus objetivos; en otras palabras, que han podido hacer uso de su capacidad creativa cotidiana y específica.

Por otra parte, además de los cambios pretratamiento que puede haber, hay otros ejemplos de excepciones o “saltos fuera” -como se nombran en este trabajo- al patrón problema por los que se puede preguntar en las sesiones. La siguiente serie de preguntas presuposicionales ilustra como recabar información sobre estas excepciones. Este es el patrón de ordenamiento de las preguntas presuposicionales al que se hace alusión algo atrás:

1.- ¿Qué es diferente en las ocasiones en que _____ (no se presenta el problema, por ejemplo: se llevan bien, la cama está seca, él va al colegio, etc.)?

Con esta pregunta se exploran todas y cada una de las diferencias existentes entre los momentos problemáticos y los no problemáticos. Aquí se interviene en los patrones perceptuales y de lenguaje, se invita a los clientes a reparar en que su problema puede ser visto de manera diferente, que se puede hablar de manera diferente acerca de él y que también se ha actuado y se puede actuar de manera diferente en relación a éste.

Como se mencionaba un poco más atrás, no es común que los clientes asistan a las sesiones para hablar de cuando las cosas van bien; sin embargo, si el terapeuta asume una postura de sorpresa en cuanto a que no hubiera excepciones, junto con algunas sugerencias de posibilidades que pudieran explicar porqué las cosas van bien, es probable que la mayoría de los clientes puedan describir algo que caracterice lo que sucede cuando no hay problema.

Es importante tener en cuenta el formular las preguntas de tal forma que muestren la certeza de que sí pasan cosas buenas. En relación con esto, el objetivo terapéutico se debe plantear siempre en forma positiva; por ejemplo en un caso donde hay peleas se pregunta sobre “cuando se llevan bien” en lugar de “cuando no están peleando”. *Se intenta que la gente cambie sus patrones de pensamiento en un sentido útil y positivo; ya que como sucede a veces, los conceptos pueden suscitar percepciones o imágenes relacionadas con estos:* No pelearse sigue suscitando imágenes de pelea (del mismo modo, por ejemplo que cuando a alguien se le dice “no te imagines una flor violeta”, inmediatamente se suscita la imagen de una flor violeta) (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Para empezar a preguntar por excepciones en una sesión, es importante estar seguro de que los clientes ya se sienten comprendidos y validados. El tiempo que esto requiera variará de acuerdo a cada cliente.

Si una vez hecha esta pregunta los clientes insisten en que nunca hay momentos en los que no se produce el problema, se pueden buscar las excepciones en forma similar pero relacionada, encontrando lo mejor dentro de lo malo (otra vez se intenta que los clientes “salten fuera” de sus patrones perceptuales). Se puede preguntar por ejemplo: “¿Cuándo es menos grave, frecuente, intenso, o de menor duración”? O “¿Cuándo es diferente en cualquier sentido?”; y aún pueden sugerirse ideas absurdas para demostrar que hay excepciones, preguntando cosas como: “¿Sucede cuando estás durmiendo?”. La mayor parte de la gente dice: “Bueno, no por supuesto que no”; de esta forma se tiene una base para preguntar sobre otros momentos no problemáticos.

2.- ¿Cómo conseguiste que sucediera?

Esta pregunta se hace una vez que un cliente ha descrito una excepción por pequeña que sea. Al nivel más simple esta pregunta reúne información sobre lo que ha hecho el cliente para superar el problema, información sobre cómo ha “saltado fuera” de sus patrones habituales de conducta interior y exterior. *Verbalizar estos cambios o*

diferencias en la forma de ver y/o actuar aportan claridad tanto para el terapeuta como para el cliente. Tanto para unos como para otros, el identificar como se consigue que sucedan cosas positivas, orientará sobre lo que hace falta para seguir en esta dirección.

O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) dicen que, a un nivel más sutil, con esta pregunta *los terapeutas están animando al cliente al atribuirse el mérito por lo que está dando buenos resultados, sea lo que sea.* Ya que normalmente los clientes no se atribuyen ningún mérito, esta pregunta presuposicional funciona a menudo como una intervención. Esta intervención puede leerse también como la invitación hecha una vez más a que los clientes caigan en la cuenta y hagan uso de su creatividad, entendida como la capacidad propia de modificar sus pautas habituales de conducta que los conduzcan a las soluciones que ellos buscan. En otras palabras, se les hace la invitación a que reconozcan su *agencia creativa.*

Por otro lado, como se mencionaba, ya que no es común que los clientes se atribuyan algún mérito por sus cambios; si llegara a suceder que al principio estos rechazaran o negaran la atribución que se les hace; la postura del terapeuta debe permanecer orientada al reconocimiento de la capacidad del cliente para propiciar el cambio. Por ejemplo, si alguien dice: "No hice nada, él simplemente estaba dispuesto a cambiar", se le podría sugerir: "Debes haber hecho algo para estimular su buena disposición, ¿qué podría haber sido?" (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990, p. 99).

3.- ¿De qué manera el que _____ (ocurre la excepción) hace que las cosas vayan de otra forma?

Esta pregunta sugiere que hay otra conexión entre las cosas positivas que suceden en un área de la vida de una persona y las que suceden en otras áreas. Además de esto, ofrece a las personas la oportunidad de rastrear el impacto positivo que una pequeña o gran excepción puede tener en sus vidas.

Si en una sesión hay más de una persona presente se puede plantear la pregunta a cada una de ellas. Al responder, puede ser muy útil para los demás implicados oír como una sola acción positiva por parte de un individuo afecta a la vida de los demás. Esto puede ser muy reforzante y puede servir para ampliar lo que resulta beneficioso.

4.- ¿Quién más advirtió que _____ (el problema se solucionó o esta en vías de solucionarse; por ejemplo: perdiste cinco kilos, él hizo sus deberes, se llevaron bien el último fin de semana)? ¿Cómo puedes saber que se dio cuenta, qué hizo o dijo?

Esta pregunta apela nuevamente al aspecto relacional que suelen tener los problemas que se llevan a terapia y a que de igual manera que se forman patrones de conducta

problemáticos en la interacción con el resto del mundo, una alteración positiva en estos puede dar lugar a la formación de otros patrones de conducta no problemáticos.

Nuevamente, si hay más de una persona en la sesión, a través de las respuestas a esta pregunta, cada miembro puede recibir información acerca de cuáles de sus conductas resultan agradables; lo cual tiene obvias consecuencias útiles para influir sobre su conducta futura.

5.- ¿Cómo conseguiste que dejara de _____ (presentarse el patrón problema; por ejemplo: tener rabietas, pelear, etc.)?

Esta pregunta, hecha cuando los clientes hablan sobre un patrón interaccional problemático requiere reflexionar antes de responder. Es común que la atención de los clientes este centrada en la pelea misma o en una rabieta y en las causas que la originaron; y no en como es que lograron terminarse. En casos como estos, los clientes generalmente no se atribuyen (o no dan a alguien) el mérito de terminar las peleas o las rabietas; se percibe que estas perturbaciones tienen vida propia y mueren por causas naturales, cuando les llega el momento. Al reflexionar sobre esta pregunta presuposicional, los clientes empiezan a *ver* una conexión entre algo que hacen, y pueden hacer, y el cese de un evento desagradable. Además de contribuir al cambio perceptual que tienen los clientes de ellos mismos; de ser incapaces a ser capaces de modificar una interacción desagradable; esta pregunta sirve como una sugerencia clara acerca de una futura forma de actuar para reducir o eliminar estos eventos.

6.- ¿De qué manera es esto diferente de la forma en que lo hubieras manejado hace _____ (una semana, un mes, etc.)?

Esta pregunta, hecha siempre que los clientes informan de algo que parece ser nuevo o positivo, es un instrumento terapéutico muy importante, ya que, como se ha mencionado, a menudo los clientes no reconocen su propio avance hacia la solución.

O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) estiman que no siempre esta "conducta nueva" es realmente "nueva"; sino más bien, es en respuesta a esta pregunta, que se observa y califica como "diferente" por primera vez y, por tanto, es ahora una diferencia que marca una diferencia. Desde el punto de vista clínico -apuntan los autores- establecer esta distinción es un paso inapreciable en la construcción de soluciones, ya que es más probable que las conductas que favorecen las soluciones sean advertidas por los clientes.

Una observación extraída de su experiencia personal que nos hacen O'Hanlon y Weiner-Davis es que, cuando a los clientes se les hace esta pregunta varias veces en el curso de la terapia, estos se adelantan y describen como están manejando sus dificultades actuales de manera más eficaz que en el pasado.

Desde el punto de vista del autor de este trabajo, esta observación parece interesante en el sentido de que esta pregunta favorece la motivación de los clientes para hacer uso

cotidiano de su creatividad como se entiende aquí: salirse fuera de los patrones habituales de percepción/lenguaje/acción, asumir una actitud creativa y constructiva, una disposición para hallar ideas/acciones nuevas propias y para examinar las ideas nuevas que otras personas presentan, y usar todo esto para solucionar problemas, mejorar una solución, poner atención a las oportunidades de cambio, prever el futuro, etc.

Relacionado con lo anterior, y con la idea del enfoque de utilización de la terapia orientada a las soluciones; es importante subrayar que en este enfoque, cuando se dice que se refuerza “cualquier cosa positiva”, eso significa literalmente *cualquier cosa*. No tiene que ser una excepción al patrón problema, ni tiene siquiera que parecer relacionada con el problema. Esto va muy de acuerdo con lo que se menciona en el apartado de creatividad que se refiere a la búsqueda de alternativas, en donde se menciona que lo importante es considerar este término en el sentido de múltiples elecciones, opciones o posibilidades de llegar a ideas/acciones útiles para una finalidad. En este sentido nos dicen O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) que, a veces la conexión de estas “cosas positivas” con la solución no es tan evidente; sin embargo esta información puede almacenarse para usarla cuando la conexión se haga más obvia. Básicamente, el objetivo es localizar y fomentar las tendencias saludables, opuestas o diferentes a las problemáticas. O lo que desde una lectura de creatividad sería, localizar y fomentar pautas útiles, funcionales, como se hace en la creatividad específica donde se emplea el cambio de patrones como un procedimiento deliberado para la producción de ideas/acciones nuevas. Así, cualquier cosa que estén haciendo los clientes que sea positiva para ellos merece atención.

7.- ¿Qué haces para divertirte? ¿Cuáles son tus aficiones o intereses?

Esta pregunta intenta explorar en otros contextos de la vida del cliente las capacidades y el “saber como hacer” que se necesita para resolver su problema. Es probable que los clientes tengan alguna afición u ocupación en la que se destaquen o en la que sean creativos y que pueda aportar habilidades, recursos y capacidades que puedan utilizarse en el contexto de la terapia para resolver sus dificultades.

8.- ¿Has tenido esta dificultad anteriormente? (En caso afirmativo) ¿Cómo la resolviste entonces? ¿Qué tendrías que hacer para que eso volviera a suceder?

Con esta pregunta se investiga sobre soluciones pasadas para la dificultad presente, ya que a veces lo único que el cliente necesita hacer es volver a aplicar una solución conocida; si los clientes ya han sido creativos, pueden volver a serlo.

O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) dicen que, la gente cree, erróneamente que si eliminaron un problema durante un cierto período de tiempo aplicando una determinada solución, y finalmente reapareció el mismo problema u otro similar, entonces la solución original es ineficaz. Ellos no están de acuerdo. Lo que han observado es que, una vez

que la solución funciona (que se han encontrado nuevas ideas/acciones resultantes de un “salto fuera” del patrón habitual de conducta), las personas tienden a relajarse y a volver a sus formas anteriores y menos eficaces de manejar la situación (las personas tienden a dejar de usar estas ideas/acciones y regresar a sus patrones habituales de problema). O empiezan a estar muy ocupados y olvidan la antigua solución que habían empleado con éxito. El resultado es que se encuentran con que el problema reaparece; así cuando suceda, puede ser solamente necesario recordar lo que funcionó en su día y repetirlo.

Una vez que los clientes identifican soluciones del pasado, puede preguntarse: “¿Qué tendrías que hacer para conseguir que eso sucediera de nuevo?”. A cierto nivel, se está preguntando si la situación ha cambiado de tal forma que habría obstáculos para volver a aplicar la solución. En tal caso, ¿cómo se podrían superar? . Si no los hay, la primer pregunta sugiere indirectamente que se haga lo que ya se hizo y funcionó, volver a aplicar la solución previa.

Por otra parte, en las sesiones de una terapia orientada a las soluciones, además de hacer preguntas presuposicionales referentes a las excepciones al problema, se llevan a cabo otros procedimientos que intentan cambiar la forma de “ver” y de “actuar” en la situación percibida como problemática.

Estos procedimientos que un terapeuta puede emplear para ayudar a los clientes en la solución de sus problemas son:

- *Normalizar y despatologizar*
- *Definir objetivos*
- *Hacer una pausa*
- *Elogiar*
- *Hacer preguntas de avance rápido*
- *Preguntar sobre el problema*
- *Buscar recursos y soluciones como “más de lo mismo”*

Normalizar y despatologizar

Si la terapia orientada a las soluciones tuviera que responder acerca de las causas de muchas dificultades que llevan a la gente a terapia, la respuesta sería que han surgido a partir de algunos eventos casuales que simplemente se mantuvieron el tiempo suficiente como para llegar a ser considerados un problema (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990). Estas dificultades tienden a verse como dificultades ordinarias de la vida, no como manifestaciones patológicas.

Es así que, una de las directrices generales que guían el proceder de un terapeuta orientado a las soluciones durante la sesión es considerar la situación del cliente o de la familia como algo normal y cotidiano en vez de algo psicológico o patológico.

O'Hanlon y Weiner-Davis sugieren que esta "normalización" de la conducta y de las experiencias puede hacerse de forma directa diciendo cosas como: "Bueno, eso es muy comprensible", y poniendo luego la situación que hayan presentado como psicológica o patológica en un marco de referencia cotidiano. La tendencia en una sesión es, ofrecer explicaciones de sentido común en cualquier oportunidad, de tal forma que muchas de las cosas que los clientes pudieran presentar como "graves" puedan éstos -gracias a los comentarios del terapeuta- percibir las como no tan "graves" de modo que la nueva explicación tenga un efecto "tranquilizador".

Es común que, cuando los terapeutas normalizan las dificultades que los clientes llevan a las sesiones de terapia, estos parezcan aliviados. Si el terapeuta, quien es el "experto" considera con normalidad las dificultades, esta actitud puede influir sobre los clientes, llevándoles a pensar que tal vez las cosas no son tan malas como parecían. Nuevamente se puede observar el "salto fuera" del patrón perceptual al que se invita a los clientes.

En este terreno sugieren O'Hanlon y Weiner-Davis (1990), tal vez lo mejor sea comunicar la percepción del terapeuta indirectamente. La forma más común que estos autores usan para normalizar durante la sesión es decir cosas como: "naturalmente", "por supuesto", "bienvenido al club", "¿y?", y "eso me resulta familiar", cuando las personas describen cosas que consideran inhabituales o patológicas.

Otra forma en la que un terapeuta orientado a las soluciones puede proporcionar esta retroalimentación normalizadora es *contar anécdotas de la propia experiencia del terapeuta o de personas conocidas por este, que se refieran a situaciones similares a la que lleva el cliente a terapia*; de tal forma que el mensaje que se intenta dar a entender a éste es: "sí, yo también". Además de contar anécdotas, se puede normalizar la situación del cliente interrumpiendo la descripción que éste hace y proceder a terminar la historia con algunos detalles sacados del trabajo terapéutico con otras personas y de la experiencia de los terapeutas en situaciones similares. También anticipar lo que un cliente se dispone a describir -tomando como referencia lo que ha ocurrido en experiencias previas- puede, de nuevo, normalizar implícitamente el tema de ese relato.

Por ejemplo, a un cliente que se queja de pensamientos obsesivos se le puede decir: "No me lo digas, cuanto más intentas quitártelo de la cabeza, más difícil resulta no pensar en ello" (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990, p. 109)

Para esto de adelantarse a la descripción que el cliente hace de su problema, se pueden utilizar preguntas de elección múltiple que muestren claramente que el tipo de patrón problema le resulta familiar al terapeuta. Es decir, preguntar y describir situaciones típicas de determinada clase de conducta problemática (como en el ejemplo anterior), de modo que los clientes sientan que esto no es tan inusual ni perturbador como pudiera parecer en un principio.

Por otro lado, un enfoque indirecto más que puede emplearse para sugerir que tal vez la(s) conducta(s) que resulta(n) alarmante(s) o perturbadora(s) para los clientes es (son) bastante normal(es), *es informar al cliente en primer lugar que el terapeuta se*

encuentra algo confuso y enseguida hacer una pregunta encaminada a normalizar la percepción que los clientes tienen de su problema. Por ejemplo, O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) sugieren que el terapeuta diga algo así: "Estoy algo confuso..." ¿Cómo puede distinguir entre la depresión de su hija (que es lo que teme el padre o la madre) y los cambios de humor normales de los adolescentes?"; o en otro caso de pareja, "¿Cómo puedes distinguir...entre que esté callado porque está enfadado contigo (que es lo que cree la mujer) o que esté callado porque está pensando en sus cosas?" (p. 110). Hacer este tipo de preguntas introduce la duda en percepciones/creencias/conceptos/significados que no son especialmente útiles; se cuestionan las interpretaciones negativas y patológicas que los clientes hacen acerca de sus vidas y de la gente que les rodea.

Estos mismos autores creen que la pregunta, "¿Cómo puedes distinguir entre (el problema formulado) y (una experiencia normalizadora del mismo)?" no requiere en realidad, ninguna contestación para tener efecto; ya que una vez que se ha establecido esta distinción al hacer la pregunta, lo habitual es que la siguiente vez que se plantee la situación de los clientes, estos se pregunten si no se habrán estado tomando las cosas demasiado en serio. Incluso cuando los clientes ofrecen pruebas que apoyan su postura, los autores dicen que eso no significa que la pregunta haya sido ineficaz a la hora de cambiar percepciones, ya que por lo general se ha sembrado una semilla o posibilidad de dar un "salto fuera" del patrón perceptual, lo que puede conducir a los clientes a encontrar y desarrollar nuevas ideas/acciones útiles a sus propósitos.

Siguiendo con esta cuestión de normalizar los problemas de los clientes, se puede hacer destacar el papel que las acciones de éstos tienen en la queja y normalizarla. Es decir un terapeuta le puede compartir a un cliente como él mismo (el terapeuta) se proporcionaría una queja similar realizando determinadas acciones; o le puede proporcionar esta receta al cliente sobre como hacer un "buen problema"; o le puede pedir a éste que le diga cómo es que "hace su problema". La intención de todo esto es que los clientes perciban que si un problema "se puede hacer", de la misma forma siempre "se puede deshacer", con su participación, con sus acciones.

Si la intervención de las "recetas" no fuera suficiente para encaminarse a una solución, la descripción del cliente de cómo "hace su problema" proporciona amplia información sobre que aspectos del patrón problema pueden modificarse con facilidad.

Otra técnica normalizadora que se usa en la terapia orientada a las soluciones y que a menudo es especialmente efectiva a la hora de ofrecer a los clientes una nueva perspectiva más sana sobre su situación es el *elogio*.

Puesto que en este enfoque se considera que muchas de las dificultades que los clientes llevan a terapia son un subproducto lógico de circunstancias, transiciones vitales o producto del impacto de eventos externos sobre su vida; para reducir la culpabilización y los reproches que a veces los mismos clientes se hacen respecto a esto, estos autores sugieren *devolverles o brindarles a los clientes la percepción y la sensación de capacidad para manejar sus problemas* (su agencia creativa) diciéndoles algo así como

(dependiendo de las circunstancias específicas): “Teniendo en cuenta todo lo que me estás comentando sobre los cambios por los que has pasado en los últimos meses, me sorprende que lo estés haciendo tan bien”; o “Teniendo en cuenta que el hecho de que eres una madre soltera muy concienzuda con tus hijos, y que no tienes ningún apoyo emocional, me impresiona mucho que te desenvuelvas tan bien como lo estás haciendo”; o “Sabiendo que tu madre ha muerto hace apenas dos meses, me sorprende tu poder de recuperación” (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990, p. 113).

El efecto que tiene el hacer este tipo de comentarios es que los clientes parecen aliviados después de oírlos.

También a veces, a fin de normalizar mediante un elogio el problema presentado, se puede sacar fuera de contexto lo que dicen los clientes haciendo hincapié en algún aspecto concreto de la situación que sólo han mencionado de pasada. Por ejemplo, si una esposa dice, “Se que todos los matrimonios tienen sus altibajos, pero últimamente nos hemos peleado demasiado” , se le podría hacer un elogio más adelante en la sesión, diciendo: “Me impresiona mucho el que reconozcas que todos los matrimonios tienen altibajos. Algunas personas creen ingenuamente que la vida de casados tiene que ser siempre maravillosa. Tú, en cambio eres más realista” . O, si una madre dice: “Sé que debería soltar a mi hija y permitirle que salga del cascarón, pero es realmente demasiado difícil para mí” , se le podría elogiar más tarde, diciendo: “Me impresiona que sepas la importancia que tiene dar a tu hija la oportunidad de hacerse más independiente. Algunas madres no reconocen este hecho y se aferran excesivamente a la relación con su hija” (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990, p. 113).

Como se mencionaba, en una sesión de terapia orientada a las soluciones son varias las cosas que se pueden hacer para encauzar a los clientes hacia el encuentro de ideas y/o acciones útiles para el cambio que éstos buscan en terapia.

Además del objetivo de centrar la atención de los clientes en las excepciones, soluciones y recursos todo lo posible; y de normalizar continuamente sus experiencias tanto de manera indirecta como directa, otro de los pasos en una sesión (la primera generalmente) es la definición de objetivos.

Definir objetivos

Partiendo de la consideración de que la terapia orientada a las soluciones es un enfoque hacia el futuro, hacia metas; en una sesión es responsabilidad de los clientes decir qué cambios quieren que ocurran, sin embargo es responsabilidad del terapeuta adoptar un papel muy activo para asegurarse de que los objetivos que persiguen los clientes sean alcanzables y lo bastante concretos como para saber cuando se han alcanzado.

El proceso de definición de objetivos es, desde luego, un proceso cooperativo de negociación. El papel activo del terapeuta en este aspecto de la terapia maximiza las

posibilidades de que los clientes vayan a conseguir las metas así construidas (O'Hanlon, 1988b, O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Una de las reglas básicas para definir objetivos es empezar por cosas pequeñas. Para esto se pregunta: "¿Cuál será la primera señal de que las cosas van por el buen camino?". Si en la sesión se han señalado varias excepciones, una pregunta presuposicional adecuada sería: "¿Qué indicará que las cosas siguen en la dirección adecuada?". O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) nos dicen que esto ayudará a reforzar la idea de que el cambio ya se ha producido; en otros términos, nuevamente refuerza la percepción/sensación de la capacidad creativa de los propios clientes.

Dado que una de las premisas básicas de esta terapia es que un cambio pequeño lleva a cambios adicionales, la forma lógica de empezar es con un pequeño primer paso. Aquí se considera que si cambia una persona en una relación, cambia la relación. Si cambia un miembro de la familia, también cambian otros miembros de la familia. De forma que un cambio en un aspecto de la vida de un individuo lleva a cambios en otras áreas (O'Hanlon y Hudson, 1996).

A esto podría agregarse que dado que los patrones de percepción/lenguaje/acción de las personas están permanentemente interrelacionados, un cambio pequeño en alguno de estos puede llevar a cambios en los otros.

Ahora bien, al preguntar por los objetivos, y más precisamente por las "primeras señales" de cambio, algunos clientes pueden hacer referencias a logros utópicos o poco realistas. Ofrecen como primera señal lo que les gustaría ver a la larga como una meta final. Aunque es importante tener en cuenta esta meta final, es esencial ayudar a los clientes a reconocer el proceso del cambio, designando un paso más pequeño como primer indicador de cambio. Normalmente los clientes aceptan esta idea y este proceso de negociación se convierte en una herramienta útil para conseguir los objetivos del tratamiento (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Como ya se mencionaba, en el proceso de definición de objetivos es importante plantearlos en una forma *concreta*. Es decir, que puedan ser observados/percibidos a través de lo que digan o hagan los clientes. Esta forma de plantear los objetivos se asemeja a pedir una descripción de las cosas que se verían u oírían con una cámara de video al estar grabando a los clientes en su accionar encaminado al cambio y la solución.

Por otro lado, un elemento más, útil en la sesión terapéutica para promover la emergencia de la creatividad en los clientes es, hacer una pausa.

La pausa

En el trabajo terapéutico con equipos y cristales unidireccionales es común hacer una pausa para que el/los terapeuta(s) consulten con el equipo; la finalidad de hacer esto

consiste en que el terapeuta y el equipo reúnan y compartan ideas acerca de la dirección del caso. Esta estrategia puede ser incorporada en la sesión aún cuando el terapeuta trabaje solo e igual sirve para que el terapeuta pueda decidir que aspectos de la entrevista merecen ser destacados por su utilidad para los clientes.

Es común que los clientes esperen con expectación la opinión del terapeuta al regresar de la pausa. La pausa que -dicen O'Hanlon y Weiner-Davis (1990)- sirve como un marcador de contexto (Selvini Palazzoli et al. , 1986), como un momento de distinción en la sesión para favorecer más aún el ambiente orientado a las soluciones, permite al terapeuta volver a subrayar algunos comentarios hechos durante la sesión y dejar a los clientes con algunas *ideas nuevas* antes de que se marchen. Al hacer esta separación en la sesión, el mensaje que se da al cliente es visto como algo importante y concluyente. En general se busca que el contexto post-pausa sea creado haciendo un resumen de las cosas bien hechas, de los elogios, comentarios normalizadores y nuevos marcos de referencia (nuevas percepciones), y finalmente, dando el terapeuta una prescripción o tarea que siga favoreciendo el desarrollo de contextos creativos o de soluciones por parte de los clientes fuera de la sesión.

Continuando con los procedimientos usuales en una sesión de terapia orientada a las soluciones, aquí se retoma algo ya mencionado anteriormente: el elogio.

Elogios

Como se hace referencia en párrafos anteriores, en sesión se aprovecha cualquier oportunidad para localizar y destacar tendencias positivas. Cuando el terapeuta oye que el cliente está haciendo algo que es positivo o promueve soluciones, o en otros términos, está siendo creativo ("saltando fuera" de sus patrones habituales problemáticos y encontrando otros de soluciones), toma nota para felicitarle por ello.

El elogio puede hacerse en el transcurso de la sesión o puede reservarse para el final de la misma. Generalmente éste forma parte de la retroalimentación en la que el terapeuta señala a los clientes lo que ya han hecho para empezar a resolver el problema (como han empezado a usar su creatividad) y también lo que pueden evitar para tener un problema.

Elogiar a un cliente o brindarle otra forma de retroalimentación en un sentido positivo puede hacerse utilizando lo que Boscolo, Cecchin, Hoffman y Penn (1987) llaman *reestructuración o connotación positiva*. Esta estrategia es especialmente útil cuando ha sido difícil encontrar excepciones al problema durante la sesión; cuando esto ocurre, la situación presentada por los clientes puede ser reestructurada *alterando los puntos de vista* de éstos sobre aquella, dando un nuevo significado a la descripción del problema. Es decir, que esto de reestructurar o connotar positivamente, consiste en adscribir intenciones y motivaciones positivas a las conductas que se han considerado problemáticas.

Al proporcionar los elogios, el terapeuta observa con cuidado las respuestas no verbales del cliente y la interacción se reduce al mínimo. Solo se anima a los clientes a contestar si lo que quieren amplía los aspectos positivos que se están comentando.

De igual manera que la pausa, el elogio funciona como otra distinción en el contexto de la sesión y proporciona el clima para plantear a continuación la intervención principal, entendida como prescripción o tarea para revisar en una sesión posterior, y también para concertar otra cita si es necesario.

Prosiguiendo con los componentes que pueden resultar útiles en una sesión para favorecer el cambio positivo en los clientes, están las preguntas de avance rápido.

Preguntas de avance rápido

Aunque la terapia orientada a las soluciones pone énfasis en tratar de encontrar excepciones o soluciones pasadas, usos pretéritos de creatividad, algunos clientes son incapaces de identificar esto.

Cuando ocurre así, el paso a seguir es hacer preguntas orientadas al futuro o de avance rápido. Se pide a los clientes que imaginen un futuro sin el problema y describan como es. Aquí se considera que una vez que el cliente describe el futuro sin problemas, ha descrito también la solución (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990).

Una manera de hacer esto es plantear alguna variante de la "pregunta del milagro" desarrollada en el Brief Family Therapy Center (de Shazer, 1987) y que dice: "Supón que sucede un milagro y te despiertas mañana y tu problema está resuelto: ¿qué será diferente?".

O'Hanlon (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990) emplea a veces una versión diferente de esta pregunta, misma que un terapeuta puede usar: "Supón que saco una varita mágica y soy capaz de hacer magia con tu problema, ¿qué cosas sucederán distintas a las de antes?". Ambas preguntas elicitán información acerca de como sería la solución (págs. 119-120).

La utilidad de este ejercicio de imaginación estriba en que parece que el mero hecho de *construir una visión* de la solución actúa como catalizador para producirla, puesto que muchas veces las personas no se han imaginado el futuro con el problema resuelto. Algo agregado es que la utilización del verbo en tiempo futuro da a entender que la solución es inminente.

A veces, cuando las personas describen su milagro, el terapeuta puede preguntar: "¿Hay algo de esto que ya esté ocurriendo?". Con esto se renueva la búsqueda de excepciones. Si la respuesta es afirmativa, la siguiente pregunta lógica es: "¿Qué tienes

que hacer para conseguir que suceda más a menudo?” (Lipchik, 1988). Además de estas preguntas, el terapeuta se asegura de que el cliente tiene claro cuales son los pequeños pasos que ha de dar antes de que el milagro pueda realizarse.

Adicionalmente a las preguntas en torno a los milagros y la magia, hay una serie de preguntas orientadas al futuro que parecen tener un efecto hipnótico sobre los clientes y que pueden hacerse en sesión. Estas preguntas exigen que los clientes no sólo se imaginen un futuro sin el problema, sino que además completen con todo tipo de detalles las escenas futuras en las que serán los principales protagonistas. Mientras más específicas sean, más completo será el cuadro resultante. La actitud del terapeuta es la de asumir que el problema se ha resuelto y preguntar respecto a los cambios que se producirán como resultado de ello. Algunas propuestas son (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990):

- “¿En qué será diferente su vida?”
- “¿Quién será el primero en darse cuenta?”
- “¿Qué dirá o hará?”
- “¿Cómo responderás?” (p. 122).

Este es solo un pequeño ejemplo de la clase de preguntas que se pueden hacer. Por supuesto cada terapeuta es capaz de estructurar las preguntas de acuerdo a cada cliente, ya que los detalles de cada una deben “encajar” con las características de la situación de cada persona. Con este tipo de preguntas, lo que se pide a los clientes es que fantaseen acerca de su futuro de una forma concreta y agradable; lo que puede resultar en una alteración más productiva de sus patrones de pensamiento/acción.

Algo más que se puede hacer en sesión, si los clientes no son capaces de describir excepciones, o de contestar a las preguntas orientadas al futuro es, preguntar sobre el problema.

Preguntar sobre el problema

Un tanto en la línea de trabajo del enfoque de terapia breve del Mental Research Institute (MRI) (Watzlawick, Weakland, y Fisch, 1994; Fisch, Weakland y Segal, 1994), en la terapia orientada a las soluciones, si la situación es pertinente se puede hacer a los clientes un cuestionario para obtener información muy específica acerca del problema, dicha información trata de indagar lo siguiente: los marcos de referencia en los que los clientes sitúan el problema; en que sentido lo ven como un problema; y las circunstancias y la secuencia de eventos cuando sucede el problema (el orden del patrón de la queja).

O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) sugieren hacer las siguientes preguntas:

- “¿Cuál consideras que es el problema? Dame un ejemplo reciente”.
- Al rastrear la secuencia de eventos, preguntar: “¿qué sucede?...¿qué sucede luego?...¿y qué sucede después de eso?” , etc. ; esto se hace hasta que el terapeuta tenga una imagen clara de las interacciones que rodean lo que se califica como problema. Se intenta saber además de como se da, la manera en que los clientes han estado intentando resolver el problema (soluciones intentadas).
- “¿Quién está presente cuando se da el problema?”.
- “¿Qué dice o hace cada uno?” “¿Y después que pasa?”.
- “¿Dónde ocurre el problema con mayor frecuencia?”.
- “¿Dónde es menos probable que ocurra?”.
- “¿Hay algún momento (día, mes, año) en que es (im)probable que se produzca el problema?”.
- “¿De qué forma es un problema para ti?”.
- “Si tu (alguna persona involucrada en el problema: papá, mamá, hijo, hermana, etc.) estuviera aquí ahora, ¿Cómo diría (él/ella) que estás intentando resolver el problema?” (p.124).

Al indagar sobre el problema, a los terapeutas orientados a las soluciones sólo les interesan aquellos aspectos de éste que proporcionan el tipo de información que se necesita para formular intervenciones útiles. Es decir para modificar las formas de “ver” y de “actuar” que redunden en soluciones valiosas para los objetivos de los clientes.

Por ejemplo, nos dicen O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) que, a partir del trabajo de Milton Erickson, está claro que cualquier cambio en el patrón que rodea el problema disminuirá la probabilidad de que se produzca ese problema. Por lo tanto, una vez que un terapeuta tiene una imagen clara de la secuencia de eventos cuando se da el problema, puede sugerir un pequeño cambio que pueda dar lugar a una diferencia significativa en la pauta problema y promover una idea/acción de solución.

También tomando en cuenta el trabajo del MRI con su consideración de que los problemas son mantenidos por los intentos infructuosos de resolverlos, y que lo que hace falta para solucionar el problema es invertir el esfuerzo de solución; una vez que un terapeuta orientado a las soluciones ha comprendido detalladamente los esfuerzos ineficaces de resolución del problema, puede sugerir a los clientes que inviertan la forma en que han estado abordando la situación.

Si mientras se investiga acerca de la secuencia problemática aparece una excepción, rápidamente se pregunta sobre ella, y si esta línea parece fructífera, es decir, si lleva a más información sobre excepciones, se puede abandonar la investigación centrada en los problemas.

Por otra parte, continuando con lo que puede hacerse en una sesión de terapia orientada a las soluciones; es posible que suceda que al adoptar el terapeuta una actitud positiva respecto al cambio, esto pueda llevar a los clientes a ser negativos. Si esto llega a suceder, un procedimiento que se puede utilizar es buscar recursos y soluciones como “más de lo mismo”.

Buscar recursos y soluciones como “más de lo mismo”

En sesión es importante observar siempre la respuesta de la gente a lo que el terapeuta hace y dice; y tener presente el modificar en consecuencia -el terapeuta- sus acciones si es necesario.

Un error terapéutico que puede ocurrir en sesión es que un terapeuta mantenga un énfasis rígido sobre lo positivo incluso cuando el cliente lo descalifica continuamente tanto verbal como no-verbalmente. Aquí es cuando el buscar recursos y soluciones puede convertirse en “más de lo mismo”, es decir en un enfoque que al cliente no le funciona y el terapeuta trata de aplicárselo una vez más. O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) dicen que cuando los terapeutas insisten en continuar esta línea ponen en peligro la relación terapéutica. En el mejor de los casos los clientes pueden comentar su sensación de no ser comprendidos y en el peor de los casos no vuelven a sesión.

Estos autores recomiendan que, cuando el hecho de rastrear excepciones, soluciones y un futuro sin problemas produce la sensación en el terapeuta de “estar nadando contra corriente”, es mejor cambiar de dirección y centrarse en el problema o adoptar una actitud pesimista y observar que ocurre.

Como se decía un poco atrás es importante estar atentos como terapeutas a las respuestas que los clientes dan a las intervenciones desde el principio de la primera sesión, a lo largo de la misma, y a lo que hacen o dejan de hacer entre una sesión y otra. De modo que un terapeuta orientado a las soluciones siempre está pendiente de las respuestas del cliente para colaborar con él de la manera más útil posible.

Respuesta a las respuestas del cliente: la segunda sesión y las sesiones siguientes

En la terapia orientada a las soluciones suele suceder que ocurran “curas de una sesión” (O’Hanlon y Wilk, 1987); sin embargo si esto no ocurre, habitualmente la segunda sesión y las siguientes empiezan comprobando los resultados de la tarea. La pregunta inicial es una pregunta presuposicional cuidadosamente formulada al estilo de los siguientes ejemplos:

“Así que ¿qué ha sucedido que te gustaría que continuara sucediendo?” o “¿qué observaste que hiciste (o alguien hizo) y que te daba (algo deseable para el cliente, por

ejemplo, ‘mayor confianza en ti mismo’)?”, o “¿qué cosas positivas has estado haciendo esta semana?” (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990, p. 159). Al igual que todas las preguntas presuposicionales, esta pregunta inicial expresa la certeza del terapeuta de que los clientes han hecho la tarea y de que han sucedido cosas buenas; además es específica y no vaga. Como dicen estos autores, las preguntas más específicas llevan a los clientes por caminos más productivos.

Una vez que los clientes dan a la pregunta inicial una respuesta positiva, se hacen las preguntas sobre las excepciones descritas con anterioridad, lo cual sirve para ampliar los cambios. O en otras palabras para promover la creatividad de los clientes.

Cuando se investigan las diferencias entre las cosas positivas que sucedieron entre la primera y la segunda sesión y las ocasiones del pasado en las que solía darse el problema, se usan los verbos en pasado, se pregunta por ejemplo: “¿Cómo conseguiste que sucediera?” “¿De qué forma hizo esto que las cosas fueran de otra manera?” “¿Quién más se dio cuenta de que las cosas iban bien?”, etcétera.

En sesión se trata de hablar el mayor tiempo posible sobre los cambios y los aspectos positivos de esos cambios, o cómo es que ha operado la creatividad. Por ejemplo, al trabajar con parejas o familias suele ser fácil mantener la conversación en marcha durante la mayor parte de la sesión, ya que se pregunta a todos qué impacto tuvieron los cambios positivos en su vida.

En esta terapia se ha observado -aún a riesgo de simplificar en exceso- que los clientes se pueden dividir en tres grupos, según la cantidad de cambio experimentado entre la primera y la segunda sesión (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990). Los grupos pueden dividirse en: Los que informan de un período entre sesiones milagroso, una “cura en una sesión”, en donde todo fue muy bien, mucho mejor de lo que se hubieran atrevido a imaginar. A este se le llama el “grupo del milagro”. La segunda categoría es el grupo “así-así”: han tenido un período entre sesiones mejor que antes de venir, pero sigue habiendo muestras de que el problema aún no está completamente resuelto. El tercer grupo no informa de ningún cambio, o quizá informa sobre un retroceso, es el grupo de “igual o peor”.

La estructura de la segunda entrevista (sesión) y de las siguientes depende de la magnitud del cambio entre sesiones que describen los clientes. O’Hanlon y Weiner-Davis (1990, págs. 160-168) ofrecen un “árbol de decisiones” para que los terapeutas se guíen a la hora de ampliar y mantener los cambios que han iniciado los clientes:

El grupo del milagro

Como ya se ha señalado, en este enfoque de terapia se anima a los clientes a que hablen del cambio con todo el detalle y durante todo el tiempo que sea posible. Si se han producido “milagros” entre una y otra sesión esta tarea puede ser muy sencilla. El

objetivo de esta tarea es que al final de la sesión tanto el terapeuta como los clientes tengan una imagen clara de cuáles son los cambios, cómo se han producido, y, lo que es más importante, qué debe ocurrir para que continúen produciéndose. Algunas preguntas sugeridas para este propósito son: “¿Qué tienes que hacer para que los cambios persistan?”, o “¿qué necesita hacer él (ella) para...que las cosas sigan tan bien como van?”.

Además, otra pregunta que se puede hacer para aumentar la probabilidad de que se produzcan cambios es: “¿Hay alguna cosa que pudiera ocurrir en las próximas semanas y que pudiera ser un obstáculo para mantener estas cosas positivas?”. Si la respuesta es afirmativa, debe preguntarse: “¿Cuál sería ese obstáculo?”, y animar a los clientes a describir detalladamente como perciben la posible dificultad. A continuación es conveniente preguntar: “¿De qué otra forma la abordarás en esta ocasión?”. Nuevamente en el lenguaje se utilizan términos condicionales como “pudiera” al referirse a la dificultad, y términos definitivos como “abordarás” en relación a la posible solución. Todo ello tendiente a reforzar una vez más la percepción de los clientes como personas con capacidad creativa para resolver sus problemas.

O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) comentan desde su experiencia, que habitualmente los clientes reflexionan un momento y luego ofrecen un plan razonable. *Si tienen dificultades para plantear una forma creativa de manejar la situación, suelen ser bienvenidas las sugerencias del terapeuta.* Estos mismos autores sugieren que para no pasar ninguna otra cosa por alto resulta útil preguntar: “¿Hay alguna otra cosa que podría aparecer de repente y crear problemas?”; y repetir esta serie de preguntas hasta que el terapeuta tenga la sensación de que no queda ningún cabo suelto. También en la experiencia de estos terapeutas, dicen que muchos clientes mencionan que cuando surgen dificultades es una buena ayuda tener un plan preparado.

Además de lo anterior, los autores citados han visto que aún en el grupo del milagro hay escépticos; y con razón. Basándose en sus experiencias anteriores (la tendencia a permanecer o regresar a los viejos patrones de pensamiento/acción), mucha gente considera necesario protegerse de la decepción que supondría un rápido deterioro de la situación, el miedo es que “igual que viene se va”.

Esto, nos dicen, no es “resistencia” o pesimismo irrazonable; al contrario, constituye información muy útil. Si esto sucede, la misión del terapeuta es descubrir el patrón anterior de altibajos e introducir una distinción -a través del lenguaje- que marque una diferencia en términos de tiempo, de frecuencia o de otra referencia contextual y que sirva como un “marcador de contexto” (Selvini Palazzoli et al. , 1986) que transmita el mensaje: “Esto significa que los cambios van a mantenerse”.

Si el mensaje es aceptado por los clientes, en vez de esperar que las cosas vuelvan a ir mal, tal y como sucedía en el pasado, estos pueden relajarse y esperar a que los cambios continúen. Si la distinción que indica el terapeuta no parece suficiente como para constituir una diferencia para el cliente, se le pide que defina él mismo el límite

temporal, de frecuencia, etcétera. Naturalmente, esto puede requerir también un proceso de negociación para asegurarse de que el objetivo es alcanzable.

En la terapia orientada a las soluciones, por norma, no se suele predecir recaídas o vueltas atrás, debido a la preocupación de los terapeutas de que las profecías se cumplan. Además, dicen O'Hanlon y Weiner-Davis (1990), la mayoría de las veces estas predicciones no son apropiadas ni necesarias. Sin embargo, si las cosas han sido "perfectas" y por alguna razón la opinión clínica del terapeuta es que podría haber un retroceso, puede decirse algo así: "Me preocupa que, puesto que todos los días han sido "perfectos", cuando tenga un día que sea solamente "normal" pueda pensar equivocadamente que las cosas están volviendo hacia atrás. Todos pasamos por momentos buenos y malos, independientemente de lo bien que las cosas vayan en general". Un comentario así puede normalizar y prevenir cualquier posible dificultad.

Al final de la sesión del milagro se pregunta a menudo a los clientes si quieren concertar otra sesión. En la experiencia de los autores mencionados arriba, existen ocasiones en que los clientes se sienten satisfechos con los resultados y no quieren más sesiones. Sin embargo, la mayoría de las veces se fija otra entrevista para una o dos semanas más tarde. *A esta sesión incluso se le puede llamar una sesión "de seguimiento"*; y como en la primera sesión, se comentan todos los cambios; además se puede sugerir a los clientes que sigan buscando señales de que estos cambios se van a mantener.

El grupo "así-así"

Cuando después de preguntar: "Bien, ¿qué cosas positivas sucedieron esta semana?" (o alguna variante), algunos clientes empiezan a describir las dificultades que tuvieron durante ese período; se les interrumpe educada pero firmemente y se les sugiere algo como: "Espere un momento...volveremos sobre esto en un minuto. Primero me gustaría que me contara qué cosas positivas ocurrieron" (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990, p. 163). Estos autores dicen que redirigir la sesión en este punto es importante por varias razones. En primer lugar, los clientes generalmente pueden recordar los momentos agradables de la semana anterior y, a menudo, estos ratos agradables superan en mucho a los desagradables. Esto cambia entonces la perspectiva de los clientes respecto a la importancia de los momentos "no tan buenos" que parecen menos relevantes al final de la sesión. En otras palabras, se orienta su atención para que recuerden su capacidad creativa de resolver sus problemas. La charla sobre los buenos momentos proporciona un contexto excelente en el cual discutir más adelante las dificultades.

En segundo lugar, los terapeutas quieren que los clientes sepan que el camino más directo hacia las soluciones es examinar lo que está dando resultado. Examinar su capacidad creativa. Los clientes reciben el mensaje de que ésta es la información que se necesita para ayudarles de manera más eficaz.

Una vez que se haya concluido el análisis de los recursos y las soluciones (el análisis de la creatividad), se puede preguntar: “Bien, ¿qué te preocupaba? . Si el cliente da una descripción de lo que queda del problema, de inmediato se pregunta de nuevo sobre las excepciones, sobre la creatividad del cliente: “¿De que otra forma lo abordaste esta vez?”. Si continúa existiendo un problema, se sigue la línea centrada en los problemas *para examinar cual es la pauta que siguen estos y entonces diseñar una intervención sobre este patrón que sea adecuada y efectiva.*

Con este grupo “así-así” se puede emplear la *pregunta de la escala*, que es un instrumento terapéutico desarrollado en el BFTC que ha demostrado un inapreciable valor a la hora de mantener y ampliar el cambio (Lipchik, 1988).

Este instrumento consiste en pedirle a los clientes que valoren, sobre una escala de 1 a 10, su situación antes de venir a terapia (o en cualquier momento en que las cosas no estuvieran yendo bien). Después se les pide que valoren la última semana en la misma escala. Finalmente, se les pregunta en qué lugar de la escala tendrían que situarse para sentirse satisfechos. Esta tercera pregunta proporciona a los clientes la oportunidad de reconocer que las cosas no tienen que ser perfectas para ser satisfactorias.

Un ejemplo dado por O’Hanlon y Weiner-Davis (1990, p. 164) puede dar una idea clara de lo anterior: Si una cliente valora su vida con un “2” antes de la terapia y con un “6” la semana anterior (la semana inicial de la terapia), y dice que necesitaría un “8” para sentirse satisfecha, se le puede preguntar: “¿Qué cosa o cosas puedes hacer la semana que viene para llegar a un 6 y medio o un 7?”. Con esto el terapeuta quiere asegurarse de que lo que se identifica es alcanzable. Además de esta pregunta, una tarea útil -sugerida por estos autores-, y que amplía la pregunta de la escala es: “de aquí a la próxima vez que nos veamos, observa y toma nota de todas las “cosas 7” que estas haciendo”. Nuevamente esta tarea la puede devolver el cliente y fomentar su sensación de capacidad creativa para resolver sus problemas.

El grupo “igual o peor”

Cuando los clientes informan que las cosas han seguido igual o que han empeorado, no se acepta este informe sin más, sin una investigación posterior. El terapeuta pregunta qué cosas concretas relacionadas con la queja sucedieron entre las sesiones y que actitud se tomó ante ellas.

Ocasionalmente, los clientes insisten en que sigue habiendo un problema que les amenaza; y los esfuerzos del terapeuta por redirigir la sesión hacia las soluciones son inútiles. Cuando esto sucede se desanda el camino recorrido y se plantea el terapeuta si le falta alguna información esencial.

A veces, cuando se esta atascado en la sesión o en las sesiones, resulta útil preguntarse, “¿Quién es al fin y al cabo, el que tiene el problema?”. Anderson, Goolishian, Pulliam y Winderman (1986), que han desarrollado un enfoque que

denominan “terapia de los sistemas determinados por el problema”, sostienen que las personas que deberían ser tenidas en cuenta en terapia son aquellas que piensan que existe algún problema que las afecta a ellas o a otra persona. De igual manera Fisch, Weakland y Segal (1994) consideran que las personas dispuesta a “comprar” el cambio son aquellas que perciben que hay un problema. O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) dicen que son éstas las que están motivadas a ver cambios y habitualmente también son las que tendrán que considerar que se ha producido un cambio y/o que ya no hay un problema. En pocas palabras la sugerencia es enfocar la terapia sobre estas personas.

Así pues, cuando no se está haciendo ningún progreso en la terapia, es necesario volver a las preguntas básicas:

1. ¿Quién es nuestro cliente? ¿Quién se está quejando de algo? ¿Quién quiere que haya algún cambio? ¿Quién percibe algún problema?
2. ¿Cuál es el objetivo? ¿Cuándo sabremos que lo hemos alcanzado?

A veces el terapeuta tiene que cambiar de estrategia a mitad de la entrevista, cuando se da cuenta que quien está en el consultorio no es un cliente y no está motivado para cambiar. O se esta entrevistando a alguien que no percibe ningún problema, como sucede con los “clientes involuntarios”, como los enviados por juzgados o colegios.⁽²²⁾

Aún con esto, las técnicas orientadas a las soluciones pueden ser útiles con este grupo de clientes, pero a veces no hay nada que motive a las personas que no quieren estar en el consultorio, que no quieren ayuda y que no creen tener un problema.

Otra forma de abordar situaciones en que los clientes informan no haber cambiado o haber empeorado es considerar al terapeuta y a la terapia como parte del problema y no como parte de la solución. *De la misma forma que los individuos, parejas y familias repiten patrones inútiles de pensamiento y acción, los terapeutas y los clientes crean a menudo pautas inútiles que siguen repitiendo* (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990). Si es este el caso, el terapeuta intenta cambiar su parte del patrón terapéutico (intenta ser creativo). Podría hacer algo inesperado, hacer una pausa en la terapia, pedir a otros miembros de la familia que acudan a las sesiones, o cambiar de algún modo su estrategia o su estilo. A veces, incluso, cuando los clientes informan que las cosas no cambian o empeoran, lo más útil es que el terapeuta les “devuelva la pelota” y les pida que lo convenzan de que el cambio es realmente necesario o deseable.

Ya se ha señalado en la descripción de la primera sesión que, cuando los clientes responden negativamente a los esfuerzos terapéuticos por mantener una actitud positiva y orientada hacia las soluciones, a veces el terapeuta adopta un enfoque pesimista. Lo mismo puede hacerse en la segunda entrevista y en las posteriores. Ya que en cuanto el terapeuta forma parte del sistema del cliente, éste observa cuidadosamente cómo

⁽²²⁾ Este tipo de clientes generalmente pueden ser identificados como “visitantes” o “demandantes” de acuerdo al tipo de relación que tratan de establecer con los terapeutas. Una descripción de esta clase de relaciones y cómo pueden subsanarse con técnicas centradas en soluciones puede verse en Berg y Miller (1996).

responden los clientes a las interacciones terapéuticas. Si el terapeuta dice “negro” y el cliente dice “blanco” puede que también ocurra que, al volverse el terapeuta pesimista, el cliente se vuelva más optimista. Además de observar los patrones de interacción durante la sesión, el terapeuta se fija en los patrones intersesiones. Cuando los clientes responden a una tarea directa haciendo lo opuesto a lo sugerido, el terapeuta puede utilizar esta pauta de respuesta asignando tareas que sugieren hacer lo opuesto de lo que podría esperar el cliente (de Shazer, 1987; Haley, 1963; Rossi, 1980).

En general, en las sesiones, se mantienen y amplían los cambios en terapia cuando los terapeutas continúan atentos a las soluciones. Éstos esperan que salgan a la luz los recursos y las habilidades; si no aparecen rápidamente, los buscan. Si siguen sin aparecer, persisten hasta que, vean o *creen* una apertura para el cambio. Si esto falla, *cambian su forma de pensar y su línea de conducta* (ejercen su creatividad) (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990). *La idea es que los terapeutas orientados a las soluciones tienen presente que existe una manera de estar abierto a la influencia que los clientes pueden ejercer en ellos como terapeutas. Que pueden escucharlos en lugar de escuchar a las teorías, y que pueden validar sus experiencias y dejar que les enseñen qué funciona y que no funciona para ellos* (O’Hanlon, 2001d).

Una sentencia de Alan Watts (1966) es usada por O’Hanlon y Weiner-Davis (1990) para ilustrar un recurso auxiliar más que los terapeutas que tienen problemas pueden tener en cuenta para favorecer el cambio de sus clientes; “ante problemas insolubles, debe siempre sospecharse que las preguntas están mal planteadas” (p.55). Estos autores comentan que si se sigue sin tener éxito, algo más que puede hacerse es, pedir ideas a otros colegas sobre como cambiar la forma de pensar y la estrategia terapéutica. Finalmente si eso no tiene resultado, los terapeutas o los clientes terminan por desistir.

Hasta aquí las descripciones y sugerencias sobre lo que se hace y se puede hacer en las sesiones de una terapia orientada a las soluciones para promover la emergencia de la creatividad; sin dejar de recordar que la terapia como toda empresa humana no está exenta de no conseguir los resultados más deseables. * (23)

Ahora bien, en este apartado se ha mencionado que en las sesiones se intenta promover la “agencia creativa” en los clientes por medio de diversas intervenciones. A continuación se tratará de explicar a qué se refiere este término.

*(23) Una breve descripción de un caso sin éxito atendido por O’Hanlon es hecha en, “El Síndrome de Creoke” (O’Hanlon, 2001f).

2.3- El terapeuta y el cliente como agentes creativos.

Como ya se ha mencionado, la terapia orientada a las soluciones parte del supuesto de que los problemas que los clientes llevan a terapia obedecen a patrones rígidos de percepción, lenguaje y acción, y que la principal tarea de los terapeutas es alterar de algún modo estos patrones buscando que el resultado de dicha alteración desemboque en ideas y acciones útiles para la resolución o disolución de las situaciones conflictivas o insatisfactorias que los clientes plantean al terapeuta.

Un punto clave de este modelo de terapia es la conveniencia de mantener la flexibilidad del modelo mismo en general, y la flexibilidad de los terapeutas en particular, para adaptarlo a las necesidades de cada caso que se atiende; es decir que de entrada recomienda a los terapeutas no ceñirse rígidamente a los patrones de intervención derivados del propio modelo y tampoco a sus propios patrones (de los terapeutas) de percepción, habla y acción.

Metafóricamente, la terapia puede entenderse un poco como una escalada, nos dice O'Hanlon (O'Hanlon y Weiner-Davis,1990): *"tienes una idea de la meta, pero la verdadera escalada de la montaña exige usar los métodos generales de escalada adaptados a una montaña en particular. A veces tienes incluso que romper las reglas del método aceptado para alcanzar el objetivo. La montaña te "enseñara" cómo escalarla. De la misma forma, los clientes nos han enseñado cómo ayudarles a conseguir sus objetivos, y a veces nos han enseñado que lograrlos exige algo diferente a los procedimientos habituales"* (p. 89).

Ahora bien, como este apartado pretende hablar del terapeuta y del cliente como agentes creativos, o en otras palabras como personas capaces de alterar sus propios patrones de percepción, lenguaje y acción gracias a una actividad interaccional llamada terapia; se puede retomar una experiencia del propio O'Hanlon (1992) que da cuenta de cómo una terapia puede ser visualizada y construida a partir de un concepto, y cómo los participantes en la misma pueden también ser visualizados como agentes capaces de contribuir en la construcción y desarrollo de ésta. Veamos.

En una conferencia internacional sobre terapia familiar celebrada en Irlanda en 1989, los terapeutas suecos Mía Anderson, Klas Grevelius y Ernst Salamon, del Instituto AGS exponían su trabajo y hablaban de la importancia que tiene para la terapia determinar en cada caso cuál es la *comisión* y quien la ha encargado. Dice O'Hanlon (1992) que esta noción de la terapia como comisión le gustó porque se presta a un buen juego de palabras; *"lo que yo intento descubrir y crear con mis clientes es precisamente eso, una <<co-misión>>"* (p. 152).

Como él mismo lo explica, el establecimiento de una misión conjunta suele suponer una correspondencia mínima entre las agendas de las partes implicadas (que en el caso del terapeuta suele reflejar las teorías que sigue, sus valores como persona y sus intereses legales, éticos y económicos como profesional). O en otras palabras, que es conveniente que los objetivos que se establezcan de mutuo acuerdo con el cliente encajen de alguna manera con la agenda del terapeuta. Si esto no se logra, dice, lo más probable es que se acabe estableciendo una relación <<resistente>>, de escasa solidez: el terapeuta se resistirá a escuchar al cliente y a trabajar en pro de sus objetivos y éste no querrá adaptarse a las necesidades de la agenda del terapeuta.

Además, sigue diciendo, en cualquier caso dado puede haber más de una <<comisión>> y su encargo puede proceder de más de una persona, institución u organización. En resumen, la tarea del terapeuta consiste en desarrollar un <<plan de misión>> que satisfaga a todas las partes implicadas para garantizar su seguimiento.

De esta breve manera O'Hanlon (1992) ejemplifica como un juego de palabras o de conceptos puede servir para describir y orientar lo que uno puede "ver" y hacer en terapia.

De manera parecida, conforme al propósito de este trabajo, su autor utiliza el concepto "agente creativo" para describir y orientar cómo pueden ser percibidos los participantes en una terapia orientada a las soluciones.

Tratemos de explicar a que se refiere el enunciado "el terapeuta y el cliente como agentes creativos" en el contexto de este trabajo.

El término "agente" que se utiliza aquí, se deriva del concepto "agencia personal" que propone el terapeuta Michael White (1994) al hablar de uno de los propósitos que persigue su modelo de terapia.

En relación a este concepto, Karl Tomm (1989) hablando del trabajo de Michael White menciona en que consiste la agencia personal de los clientes: "*[es]...la idea de que el paciente puede decidir, puede elegir, es un agente activo del curso de su propia vida*" (p. 13).

Tomm además explica que, cuando un terapeuta se auxilia de preguntas referentes a esta capacidad de agencia personal, como por ejemplo, las preguntas orientadas al futuro (Tomm, 1987); puede suceder que si la significación implícita o explícita de tales preguntas se ajusta a las experiencias de los pacientes, éstos, dice, se la "toman muy en serio" y la internalizan como parte de su identidad en evolución. En otras palabras, puede suceder que los pacientes se perciban, se describan, se sientan y actúen ya a partir de esto, como agentes activos de su propio cambio.

David Epston y el propio White (Epston y White, 1990) al hacer alusión a las personas como agentes o en una posición de agentes, dicen que esto se refiere a: "*...la sensación de poder desempeñar un papel activo en la tarea de dar forma a la propia vida, la*

sensación de poseer la capacidad de influir en el desarrollo de la propia vida hasta el punto de provocar resultados elegidos” (p. 209).

Es así que, retomando estos conceptos de “agencia personal” y “agente”, auxiliándose de sus significados y teniendo como base los supuestos y los objetivos de una terapia orientada a las soluciones, además de las experiencias de casos que O’Hanlon (O’Hanlon y Weiner-Davis, 1990; O’Hanlon y Hudson, 1996; O’Hanlon y Bertolino, 2001) comparte con sus lectores y de lo que el autor de este trabajo ha observado que ocurre en algunos casos en los que ha participado con este enfoque de terapia; éste mismo percibe que el terapeuta y el cliente pueden ser “agentes creativos” en dos sentidos cada uno:

- *El terapeuta puede ser un agente creativo, en el sentido de poder desempeñar un papel activo en la tarea de promover en los clientes el cambio de sus patrones habituales de percepción, lenguaje y acción problemáticos; de promover que éstos den el “salto fuera” de estas pautas, que los conduzca a nuevas ideas/acciones funcionales para ellos. (Capacidad de influencia en la vida de los clientes).*
- *El cliente puede ser un agente creativo, en el sentido de adecuar, adaptar, utilizar a su manera, rechazar, etc. todo aquello que la terapia orientada a las soluciones en la práctica le ofrece (preguntas, sugerencias, definiciones alternativas, procedimientos, tareas, etc.) para dar el “salto fuera” de sus patrones habituales problemáticos de percepción, lenguaje y acción que lo conduzca a ideas/acciones nuevas y útiles para alcanzar sus objetivos en terapia. (Desempeño de un papel activo en la tarea de dar forma a su vida).*
- *El terapeuta puede ser un agente creativo, en el sentido de poder estar atento y dispuesto a cambiar sus propias pautas de percepción, lenguaje y acción en terapia, en beneficio de los objetivos concertados con los clientes. (Desempeño de un papel activo en la tarea de dar forma a su manera de hacer terapia).*
- *El cliente puede ser un agente creativo, en el sentido de promover el “salto fuera” de los patrones habituales de percepción, lenguaje y acción de los terapeutas en terapia, de modo que de ello resulte la obtención de ideas/acciones nuevas que sean útiles para éste. (24) (Capacidad de influencia en la manera de hacer terapia de los terapeutas).*

Todo ello gracias a la participación de ambos en la creación de un contexto de competencia, de agencia, de cambio.

²(24) Por supuesto, estas distinciones son hechas arbitrariamente por el autor de este trabajo y las expone de esta forma, aún cuando en la realidad terapéutica de las sesiones, en los hechos, cree que pueden formar un proceso continuo.

Ahora bien, en la terapia orientada a las soluciones, como ya se ha visto en los apartados que hablan sobre la terapia en general y sobre la sesión terapéutica en particular, el primer paso para crear este contexto de competencia, de creatividad que favorezca a los clientes en primer lugar, lo da el terapeuta haciendo uso del lenguaje y las técnicas y procedimientos que se han pretendido mostrar.

Sin embargo, en opinión del autor de este trabajo, la creación de un contexto de competencia no solo favorece a los clientes, sino que los terapeutas también se ven favorecidos en su “creatividad terapéutica”. Por eso es que al menos en dos sentidos, como ya se ha mencionado, el terapeuta y el cliente son y pueden seguir siendo (desde el punto de vista de este mismo autor, ese es un objetivo principal de la terapia como actividad en general) agentes creativos del cambio propio y ajeno.

Antes de continuar, y en relación con estos aspectos de la creatividad y de la agencia como capacidad de ser creativo, algunos estudios que se mencionan adelante, han pretendido mostrar que en torno a las dificultades ordinarias que los clientes llevan a terapia y a la capacidad de éstos para encontrar soluciones, o en otras palabras a lo que en este trabajo se ve como creatividad, algunas personas la ejercen sin necesidad de una ayuda terapéutica, y otros solo necesitan conversaciones que les brinden, o mejor dicho que les ayuden a ver las situaciones de manera diferente; nuevamente esto hace alusión a los recursos, capacidades, habilidades y posibilidades de las personas, y a que a veces el factor clave es el surgimiento de un contexto de competencia, donde pueda desplegarse la agencia personal creativa.

Por ejemplo, en una Encuesta Gallup dirigida por la revista *American Health* en todo Estados Unidos a fin de investigar cómo la gente resuelve mejor sus problemas; la gran mayoría de los entrevistados señalaron que era diez veces más probable cambiar por sí mismos, sin el auxilio de médicos, terapeutas o grupos de autoayuda. Se informó que los sentimientos y deseos positivos y el mero reconocimiento de que era hora de cambiar drásticamente las cosas fueron las fuerzas motivadoras que los llevaron a abandonar hábitos tan arraigados como el cigarrillo y los excesos en la comida y en la bebida (Gurin, 1990).

Para Selekman (1996) esta encuesta puede servir como un referente para darse cuenta de que todos los pacientes tienen fuerzas y recursos que los terapeutas pueden aprovechar para la construcción conjunta de soluciones. Él mismo dice: *“Cualquier logro que haya tenido el paciente en el pasado servirá de modelo para otros logros en el presente y en el futuro. Es más probable que los pacientes cooperen y cambien en un contexto terapéutico que saque a relucir sus fuerzas y recursos y no en un contexto centrado en los problemas y en la patología”* (p. 43)

En otra investigación sobre terapia familiar, Beavers y Hampson (1990) descubrieron que las terapias que enfatizan las fuerzas y los recursos de la familia para resolver el problema dan resultados más positivos que otras terapias. De Frain y Stinnett (1992) basándose en su investigación sobre lo que denominaron “familias fuertes”, elaboraron

un enfoque de terapia familiar, en el que ponían de manifiesto la capacidad y los conocimientos de los sujetos valiéndose de preguntas como éstas: “¿Cuáles son las fuerzas de su familia?” ; “¿Cuáles son las áreas de crecimiento potencial?”.

Para estos investigadores, “*las familias fuertes son optimistas en la adversidad y tienden a considerar las situaciones críticas como un desafío y una ocasión de crecimiento*” (De Frain y Stinnet, 1992, p. 22). Dice Selekman (1996) que estos investigadores han demostrado que su enfoque de terapia familiar basado en la salud puede resultar muy eficaz para mejorar el funcionamiento familiar en los casos de abuso de menores y de violencia doméstica.

El investigador Wolin (1991) también trató de mostrar empíricamente que los individuos criados en ámbitos familiares donde existe un alto grado de estrés (familias con padres alcohólicos) se pueden transformar en adultos competentes; investigaciones como esta sirven según Selekman (1996), para poner en tela de juicio la creencia popular de que los hijos de alcohólicos se convierten en adultos emocionalmente conflictuados.

Otros dos ejemplos que pueden ser vistos como muestras de la agencia personal creativa de las personas para resolver problemas son las investigaciones del profesor de Munich, Dieter Frey (Lukas, 2001), sobre la dependencia existente en general entre las actitudes sociales y los estados de salud, por las cuales obtuvo en 1998 el Premio de Psicología Alemana; y las investigaciones sobre conversaciones hechas por Reinhard Tausch (Lukas, 2001), de la Universidad de Hamburgo.

Frey estudió actitudes susceptibles de impedir o facilitar la curación corporal de, entre otros, trescientos pacientes de la sección de traumatología del Hospital Universitario de Kiel. Las heridas de los pacientes iban desde fracturas óseas hasta traumas craneales, pasando por lesiones de médula espinal. A los dos días de ingreso se preguntaba a los heridos si culparían a alguien de su accidente. Los pacientes que asentían rotundamente a la pregunta y se mostraban airados con el culpable, real o presunto de su desgracia, necesitaron una media de cuarenta días de convalecencia en el hospital. En cambio, los pacientes que concedían a la cuestión de la culpa una importancia accesoria y, en su lugar, se preocupaban por influir positivamente en su situación pudieron ser dados de alta, como media, a los veinte días.

Respecto a Reinhard Tausch, este investigador realizó en 1996 una docena de investigaciones con 1200 sujetos para saber cuándo consideraban éstos que las conversaciones entre personas eran profundamente beneficiosas. El resultado con el que más coincidieron las investigaciones fue: *cuando las conversaciones abren nuevas perspectivas*. Un 64% de los sujetos expresó esta idea de distintas maneras: <<Cuando, a través de la conversación, empiezas a ver los hechos desde otra óptica>>. <<Cuando afloran los puntos de vista de un problema que hasta entonces han pasado desapercibidos>>. <<Cuando hay argumentos sorprendentes que te hacen reír>>. <<Cuando aprendes a intentar cambiar tus puntos de partida>>.

Los resultados de estos estudios remiten a dos de los supuestos básicos de la terapia orientada a las soluciones (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990):

--Los clientes tienen recursos, fuerzas y posibilidades par resolver sus quejas.

--Situat a los clientes en un marco (contexto) en el que piensen que disponen de todas las capacidades y recursos para resolver su problema.

Con la intención de precisar un poco más este idea de ver al terapeuta y al cliente como agentes creativos se propone una modificación de estos supuestos haciendo una combinación de los mismos con el concepto de creatividad.

La ampliación de estos supuestos quedaría de la siguiente forma:

--Los clientes y los terapeutas tienen recursos, fuerzas y posibilidades para resolver las quejas; de alguna u otra forma poseen la capacidad creativa (potencial y/o factual) y pueden hacer uso de ella. Han sido y pueden seguir siendo agentes creativos.

--Los clientes y los terapeutas pueden situarse en un marco (contexto construido por ambos) en el que piensen que disponen de todas las capacidades y recursos para resolver los problemas. En otras palabras, los clientes y los terapeutas pueden crear un contexto que favorezca el ejercicio de su capacidad creativa.

En relación con el segundo supuesto y como ya se ha mencionado, el recurso principal para crear este contexto es el lenguaje, el habla, la conversación. Así mismo, la responsabilidad inicial de la creación de este contexto recae en el terapeuta, pero como se ha visto, esta responsabilidad no es exclusiva del mismo, ya que las respuestas que el cliente da a estos pasos iniciales de creación de un contexto de cambio pueden favorecer su ampliación, su desarrollo o su constricción o anulación.

Es en este sentido que en este trabajo, el autor del mismo visualiza que al menos en dos direcciones los terapeutas orientados a las soluciones y los clientes pueden operar como agentes creativos: influenciándose mutuamente a salir fuera de sus patrones habituales de percepción/lenguaje/acción para favorecer la aparición de ideas/acciones útiles para alcanzar el/los objetivo(s) terapéutico(s); y aprovechando individualmente -partiendo de la interacción con el otro- cualesquier recurso que sea útil para alterar estos mismos patrones en aras del cambio terapéutico. (25)

²(25) El autor de este trabajo dice esto porque, concuerda con Flaskas (1992) en que tanto los clientes como lo terapeutas conservan un interés y un compromiso considerables en torno a la propia evaluación de sus experiencias y comprensiones que constituyen su "verdad" . De tal modo que todo aquello que se proponga en terapia (específicamente por parte de los terapeutas) siempre estará a merced de la perspectiva subjetiva de los clientes, quienes estarán influidos por sus respuestas afectivas a lo que el terapeuta, en su hablar y actuar, significa para ellos (lo mismo opera para los

Ahora bien, aún cuando en la práctica profesional se ha observado por el autor de este trabajo y por O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) que algunos clientes tienen más dificultad para "ver", "hablar" y "actuar" de manera diferente en relación con la situación problemática, y que en estos casos el cambio en los patrones de hacer terapia sea más exigido por los clientes a los terapeutas (recuérdese por ejemplo las referencias a los grupos de clientes denominados "así-así" o "igual o peor"); en este trabajo la atención se pone únicamente en los otros dos aspectos que se perciben en la terapia orientada a las soluciones, *cuando se observa que el terapeuta ejerce como agente (promotor) creativo del cambio terapéutico de los clientes, como propulsor del contexto para la emergencia de la creatividad; y al cliente como agente (individual) creativo que se ve favorecido a obtener tal condición gracias al contexto terapéutico creado en las sesiones.*

Retomando para esto último la idea de que la conversación es el recurso principal para crear el contexto para favorecer el cambio de patrones, y teniendo en cuenta que ya se han tratado de describir algunos lineamientos sobre como ser cuidadoso con el lenguaje (por ejemplo, qué preguntas se pueden hacer, cómo se pueden hacer, cómo se pueden reconceptualizar los problemas al normalizarlos, cómo se puede adoptar la modalidad sensorial del cliente, etc.) tratemos de describir, a modo de resumen, como se puede desarrollar la posibilidad de crear este contexto.

Los terapeutas pueden influir mucho durante el proceso de la entrevista sobre las percepciones y la experiencia que los clientes tienen de su situación. Sobre lo que elijan centrarse, lo que elijan ignorar, la forma en que formulen sus preguntas, si deciden interrumpir o permanecer en silencio, todo ello puede ayudar a reconfigurar el retrato de la situación del cliente. *A veces las decisiones acerca de que preguntas hacer no son nada sencillas. La dificultad estriba en que si el entramado de una conversación se forma por las preguntas, comentarios, afirmaciones, etc. , que se hacen, lo más probable es que preguntas diferentes llevarán a cliente y terapeuta a discursos diferentes; sin dejar de ser obvio que las interacciones (no verbales) terapeuta-cliente pueden influir en gran medida en las percepciones y experiencias del cliente, aquí cuenta lo que se dice y cómo se dice* (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990; O'Hanlon, 1992).

terapeutas, que también estarán influidos por lo que los clientes en su hablar y actuar significan para ellos). Y que es muy recomendable que cualquier terapia esté atenta a no pasar por alto este hecho. De ahí la importancia que ya se ha mencionado, de escuchar con atención a los clientes y ser respetuoso de estos.

Además, como advierten Coyne (1985), Cade y O'Hanlon (1995) hablando del "reenmarcado" o "reencuadre" en terapia, es importante recordar que el nuevo marco a veces aferra al paciente en las condiciones artificiales de la sesión de terapia y es invalidado en el primer encuentro con el ambiente cotidiano. Por lo tanto conviene suponer que un reenmarcado no ha sido adoptado hasta que el paciente ha actuado basándose en él y lo ha validado *fuera de la terapia*.

El autor de este trabajo considera que esta apreciación sobre el reencuadre bien puede aplicarse a otros elementos propuestos por la terapia; en el sentido de que, en última instancia la eficacia de éstos depende de su validación en el ambiente cotidiano.

Las preguntas que hacen los terapeutas orientados a las soluciones pretenden generar información acerca de los lados fuertes, las capacidades y los recursos. Es frecuente que las percepciones del problema cambien significativamente en el contexto de este tipo de preguntas (O'Hanlon y Weiner-Davis, 1990), que los pacientes empiecen a dar esos "saltos fuera" de sus patrones perceptuales/de lenguaje y tal vez ya, de acción. En otras palabras es frecuente que los clientes respondan positivamente ante la creatividad específica de los terapeutas, ese procedimiento deliberado para la producción de ideas/acciones nuevas. En este sentido terapeutas y clientes participan en la co-creación de la "realidad alternativa" de los clientes, habilitando así la sensación de agencia creativa de estos últimos.

Una metáfora que proponen O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) para ilustrar el proceso de interacción en terapia es que: "...Puede entenderse esto como una danza. Hay un intercambio constante durante la danza, de modo que tras un cierto tiempo es difícil decir quien está llevando y quien se deja llevar.

Cada bailarín tiene su estilo; la fusión de los dos estilos es lo que constituye la danza. Nuestro estilo es danzar al ritmo de las fuerzas, las soluciones y la competencia. A menudo nuestros clientes nos siguen y empiezan a aportar su propia parte en esa danza" (p. 66).*(26)

Para que los terapeutas favorezcan la aparición de la creatividad en los clientes es necesario que aquellos no reifiquen la realidad del cliente, que mantengan presente que todo es proceso. O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) y O'Hanlon y Hudson (1996). apuntan que, una de las contribuciones de los enfoques interaccionales a la terapia ha sido la idea de que la experiencia de las personas está muy influida por los contextos en los que viven y en donde actúan. De esta manera la "realidad" no es algo dado, fijo, estático. Está influida por nuestra cultura y por las interacciones que tenemos con los demás. Está influida por el lenguaje que hablamos, las palabras que usamos, y las visiones del mundo que compartimos y que están reflejadas en esas palabras.*(27)

Teniendo esto presente, O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) hacen hincapié en que *la terapia es como una pequeña cultura o sociedad creada en la sesión. Y desde su punto de vista (que el autor de este trabajo comparte), esta cultura tendrá una gran influencia sobre los sentimientos, pensamientos, informes y percepciones de los clientes.*

*(26) Esto recuerda otra de las concepciones que puede tener la creatividad: La creatividad se puede ver como una especie de danza entre el observador y lo observado. Las actuales visiones de la ecología reflejan esta filosofía, que sostiene que las acciones más creativas son aquellas verdaderamente adaptables y sensibles al ambiente total de cada uno (Goleman, Kaufman y Ray, 2000).

*(27) Un ejemplo concreto relacionado con esto y que dibuja muy bien cómo las vidas de las personas pueden ser modeladas por conceptos aceptados como atributos personales/sociales, puede ser la investigación hecha por Sara Cobb (1997) en un refugio de mujeres golpeadas, donde se ilustra cómo es que el concepto de "víctima" asumido por las mujeres que cohabitan en este refugio les puede dejar atrapadas en una paradoja social donde para recibir ayuda institucional y escapar del maltrato tienen que aceptar esta condición, pero al mismo tiempo que la admiten, en algunos casos, esto las sitúa en la gran dificultad/imposibilidad de desplegar su agencia personal.

Por ejemplo, si un terapeuta da a un cliente mensajes verbales y/o no verbales de que lo importante de ese encuentro es que el cliente experimente y exprese alguna emoción intensa, como puede ser llorar o tener un arrebato de cólera, es muy probable que suceda esto en el curso de la sesión.

Como los terapeutas orientados a las soluciones creen que la gente puede variar su pensamiento respecto a las situaciones y que esto puede estar muy influido por las indicaciones del contexto. En vez de buscar los verdaderos sentimientos, problemas o puntos de vista de los clientes, los terapeutas, pretenden influir y co-crear activamente estas experiencias; crear con todo esto el contexto de competencia, de creatividad.

En la misma línea de crear un contexto para la emergencia de la creatividad en los clientes es sugerido *hacer desaparecer la idea de que hay un problema*, alterar este patrón perceptual/de habla de que hay una situación problemática.

Para este efecto, O'Hanlon y Weiner-Davis (1990) sugieren empezar todas las primeras sesiones con la premisa de que es posible negociar una realidad terapéutica que haga desaparecer la idea de que hay un "problema". Empleando diversas técnicas que se han tratado de describir antes, se puede ayudar a las personas a ver su situación de una forma nueva, no problemática. A veces, mencionan estos autores, los clientes hacen comentarios al final de la primera sesión como los siguientes: "Supongo que las cosas no son tan malas como pensaba" o "No estoy muy seguro de porqué vine hoy aquí" o "No creo que necesite otra entrevista si simplemente sigo haciendo lo que he estado haciendo (y ha funcionado)". Desde el punto de vista del autor de este trabajo, comentarios como estos reflejan en cierto modo la emergencia o la recuperación de la agencia (personal) creativa de los clientes.

Si durante el transcurso de la conversación inicial no se consigue eliminar el problema, la siguiente prioridad es hacer que el problema parezca más manejable y menos impermeable a una resolución de problemas creativa. El objetivo es reducir el tamaño del problema a los ojos del cliente, haciéndolo parecer más manejable. Si se logra el objetivo de crear una nueva percepción de la gravedad y duración del problema, esto puede dar pie a elaborar planes alternativos de acción para la solución del mismo.

Finalmente, es importante para los terapeutas orientados a las soluciones tener presente que cuando las personas tienen dificultades, a menudo olvidan que tienen recursos y capacidades, olvidan que poseen agencia (personal) creativa. También puede suceder que los clientes no establezcan la conexión entre las habilidades y capacidades que poseen en un área que aparentemente no tiene ninguna relación con sus problemas y que pueden servirles para resolverlos.

Así pues, la tarea de los terapeutas consiste, en resumen, en crear una atmósfera que facilite que los clientes se den cuenta de y usen sus fuerzas y capacidades, o en otras palabras, crear una atmósfera que propicie la emergencia de su agencia creativa.

En este sentido la esperanza es que lo que dicen y hacen los terapeutas, lo que proponen, lo que sugieren a los clientes para el cambio en la forma de ver, hablar y actuar en la situación problemática, tenga un significado tal para éstos, que de alguna manera adopten y adapten cualquier recurso brindado por la terapia para que puedan “saltar fuera” de sus patrones habituales de pensamiento/acción con el consiguiente beneficio de la solución de sus problemas.

En la siguiente parte de este trabajo se abordará un método que posibilita examinar y representar lo que acontece en las conversaciones terapéuticas. El nombre de este método es Análisis de Marcos Recursivos.

CAPITULO III. ANALISIS DE MARCOS RECURSIVOS

En este trabajo se ha mencionado que para la Terapia Orientada a las Soluciones es importante la construcción de un contexto para el cambio terapéutico y que el vehículo (principal) conducente para elaborar este contexto es el lenguaje, el habla, la conversación.

Según Ronald J. Chenail (Rambo, Heath y Chenail, 1993), en el campo de la terapia, a pesar de que el lenguaje es el mayor recurso con que cuentan los terapeutas en sus encuentros con otros cuando establecen relaciones terapéuticas, la mayoría de los profesionales en “salud mental” son en gran parte ignorantes de estar en este mundo de habla; o al menos sus modelos de terapia no parecen estar basados en el lenguaje o tener sensibilidad lingüística, ser sensibles al lenguaje.

A pesar de esto, para él existen notables excepciones como son los casos de Harry Goolishian y Harlene Anderson (1988), Steve de Shazer e Insoo Kim Berg (de Shazer, 1991; de Shazer y Berg, 1992); Michael White y David Epston (1990), y Bradford Keeney (1991).

Chenail (Rambo, Heath y Chenail, 1993) dice que esta ausencia de teoría y práctica orientada por el discurso o el habla no es única de los terapeutas. De hecho, menciona que Walker Percy (1991) pone atención en cómo un aspecto de lo humano es ser ignorante de vivir en el lenguaje: ya que cada persona es una... *“criatura de lenguaje y ve todo a través del espejo del lenguaje, pedirle que considere la naturaleza del lenguaje es como pedirle a un pez que considere la naturaleza del agua. Él no puede imaginar su ausencia, así como no puede considerar su presencia”* (págs. 419-420).

A pesar de esto, dicha situación no es insalvable y para dar una idea de cómo se puede hacer esto, rescata unas palabras de Becker (1991): *“Aunque nunca podemos removernos a nosotros mismos de nuestro ambiente de lenguaje, podemos de cuando en cuando, percibir lo que es estar en el lenguaje, experimentando particularidades de nuestros patrones diarios del uso del lenguaje o “lenguajear” con una luz ligeramente diferente”* (págs. 226-234).

Así pues, en torno a la importancia del lenguaje en la vida diaria y en la práctica de la terapia, Chenail (Rambo, Heath y Chenail, 1993) considera que mirar la terapia desde una perspectiva poética, comunicacional, conversacional o narrativa puede ayudarnos a

ser más sensibles a nuestra actitud aceptada hacia el lenguaje en terapia. De tal modo que una forma de llegar a ser más sensibles al lenguaje en las conversaciones terapéuticas es adoptar y adaptar teorías y técnicas de estas otras prácticas del lenguaje con la finalidad de poner el lenguaje terapéutico en una nueva perspectiva y para desarrollar -como él lo dice- “*un arte y una ciencia básicos de la escucha y el habla en terapia*” (p.157).

Con respecto a esto, al parecer cada vez es más reconocido y se tiene una mayor consideración de la importancia de generar en terapia conversaciones que favorezcan el cambio en los clientes. Por ejemplo, en el libro *Therapeutic Conversations* (1993) compilado por Stephen Gilligan y Reese Price, se da cuenta de formas utilizadas por los diferentes autores que aparecen en este libro para construir tal tipo de conversaciones. Desde el punto de vista de William O’Hanlon (2001c) los métodos de estos terapeutas tienen varias cosas en común aunque sus ideas sean diferentes. Una es, que respetan a sus clientes y colaboran con ellos en el proceso de cambio adoptando una perspectiva que se podría considerar <<co-constructivista>>: *el cliente y el terapeuta, mediante sus conversaciones e interacciones, crean conjuntamente el núcleo de la terapia y la noción y la experiencia de que el cambio es posible*. Otra cosa que tienen en común es que evitan destacar los aspectos patológicos o generar culpa en los clientes.

Ahora bien, retomando el punto de la utilidad de la investigación y la práctica sobre estos aspectos de la articulación del lenguaje en terapia y la sensibilidad ante este, Chenail (Rambo, Heath y Chenail, 1993) considera que esto es importante porque a veces -desde su perspectiva- en las sesiones mejor planeadas las conversaciones terapéuticas se extravían. Algunas veces se puede caer en la exhuberancia: decir más de lo que se quiere decir, y otras veces las palabras pueden ser deficientes: se puede decir menos de lo que se quiere decir.

De manera similar, él mismo señala que en cada conversación terapéutica, los terapeutas deberían tener al menos dos opciones: por ejemplo, “qué sería algo bueno para decir” y “qué no sería algo bueno para decir”; ya que si un terapeuta no tiene idea de sus opciones, es probable que no pueda cambiar lo que está haciendo en una sesión, y es probable que haya clientes que no sean capaces de cambiarlo tampoco.

Una forma sugerida por Chenail (Gale et al. , 1996; Rambo, Heath y Chenail, 1993) para ayudar a los terapeutas a tener claridad en cuanto a las opciones que tienen para articular su habla, es echar una mirada más cercana a lo que hacen los terapeutas en sesión, especialmente a su uso único del lenguaje en las conversaciones terapéuticas. Idealmente -para él- los terapeutas podrían representar gráficamente sus acciones en el habla y notar los cambios y los giros que toma una conversación. Si uno como terapeuta tiene una habilidad para hacer un mapa de sus palabras, podría seguir estas conversaciones -a veces enredadas- y localizar exactamente en donde está en una

conversación o en un caso. Al situarse de este modo, uno podría ver mejor las opciones disponibles en cualquier momento dado.

Chenail (Rambo, Heath y Chenail, 1993) considera que desarrollar esta habilidad puede tomar un poco de práctica, pero si un terapeuta desea jugar seriamente con sus estilos de escuchar y hablar, y/o con los estilos de escuchar y hablar de otros, es posible que llegue a dominar algunas habilidades básicas en el arte de construir conversaciones terapéuticas. Para él, el primer paso en la adquisición de habilidades para construir conversaciones terapéuticas es estar más consciente de que el habla abarca una gran parte de lo que los terapeutas hacen cuando llevan a cabo una terapia. El siguiente paso es aprender un estilo manejable de hacer mapas para graficar los patrones en el habla. Uno de estos sistemas de hacer mapas es el llamado *Recursive Frame Analysis* (RFA) (*Análisis de Marcos Recursivos* [AMR] en español).

Es así que, para el propósito de este trabajo que es: mostrar la Terapia Orientada a las Soluciones como un ejercicio creativo, entendido como un ejercicio encaminado al cambio de patrones de percepción/habla/acción de los clientes que propicie la aparición de ideas/acciones útiles para la solución; este aspecto de la importancia de la conversación en terapia como promotora del cambio puede ser examinado más de cerca auxiliándose del Análisis de Marcos Recursivos como método de investigación cualitativa que se ocupa de analizar y representar gráficamente el empleo del lenguaje en la construcción de conversaciones terapéuticas y otras conversaciones semejantes.

Así pues, veamos qué es el Análisis de Marcos Recursivos.

3.1- El Análisis de Marcos Recursivos como herramienta para mostrar la creatividad en terapia.

Originalmente creado por el terapeuta Bradford P. Keeney (1991), el Análisis de Marcos Recursivos (AMR) es un método para comprender y presentar conversaciones. Posteriormente este método ha sido desarrollado por Ronald J. Chenail (1995) como un método de investigación cualitativa para el análisis de narrativas, conversaciones y otras formas de discurso. En esta modalidad, el AMR es usado como un tipo de análisis secuencial que ayuda a los investigadores y terapeutas a notar sus percepciones de cambios semánticos en una conversación.

Este método ha sido usado por Ronald J. Chenail para investigar una variedad de conversaciones. Estos estudios incluyen una revisión de conversaciones de padres sobre los soplos cardiacos de sus hijos (Chenail, 1991); un análisis de cómo entienden los padres lo que los cardiólogos pediátricos les dicen en consulta (Chenail, Douthit, Gale, Stomberg, Morris, Park, Sridamont, y Schmer, 1990); una descripción de la plática entre un terapeuta familiar y su supervisor que está al otro lado del espejo unidireccional en una sesión de terapia (Chenail y Fortugno, 1995); un análisis del discurso, mediador de divorcio-demandantes, en la resolución de la disputa por la custodia de un hijo (Chenail, Itkin, Bonneau y Andriacchi, 1993 octubre); y una revisión al discurso de la terapia familiar sistémica (Rambo, Heath y Chenail, 1993).

Un comentario que hace Chenail (1995) resultante de su experiencia en la realización de estos estudios, y que al autor de este trabajo le parece importante tener en cuenta, dada la posibilidad de que, a partir del estudio de conversaciones/habla/discurso se pueda obtener un conocimiento valioso para los investigadores y demás personas involucradas en situaciones particulares de este tipo, es el siguiente: *“A través de cada uno de estos estudios he podido aprender algo diferente, algo nuevo, que puede suceder cuando dos partes se sientan para discutir como resolver un problema”* (p.1).

Partiendo de este comentario, veamos cuales son las suposiciones del AMR.

Suposiciones del AMR

Según Chenail (Chenail, 1995; Gale et al. , 1996; Rambo, Heath y Chenail, 1993), las raíces del AMR pueden remitirse al trabajo de Gregory Bateson (1972) y Erving Goffman (1974). Bateson y Goffman entendieron los *marcos*, como *nuestros puntos de vista conceptuales o cognitivos de situaciones particulares*. Nuestras elecciones de *marcos* (de puntos de vista) nos ayudan a escuchar ciertos aspectos del habla, mientras no nos ayudan a escuchar otras partes de la conversación. Por ejemplo, en una situación terapéutica, de acuerdo a nuestros marcos podríamos plantearnos la siguiente pregunta:

“¿Percibimos una historia que escuchamos de un cliente como un cuento de problemas o de soluciones?” (Chenail 1995, p.1).

Ahora bien, además de estas conceptualizaciones de *marcos*, en el AMR *marco* también es sinónimo de contexto, cuya definición de un diccionario es : “*lo que conduce a, y va detrás de, y a menudo especifica el significado de una expresión dada*” (The American Heritage Dictionary of the English Language, 1970, p. 288).

De este modo, para que un observador comprenda una expresión lingüística, una conducta o acción particular, debe identificar o construir un *contexto* o *marco* para dicho evento.

Con el AMR Keeney (1991) y Chenail (1995) han adaptado este uso general de marco y lo han aplicado para la comprensión del habla. Para ilustrar un poco más como un observador construye estos *marcos* o *contextos* en el discurso, puede ayudar la mención de una etimología de la palabra “contexto”.

Dice Chenail (Chenail , 1990/1991; Chenail, 1995, Rambo, Heath y Chenail, 1993) que, la palabra contexto viene de la palabra del Inglés Medio “contextus”, la cual significa “coherencia” o “secuencia de palabras”. El participio pasado de contextus es “contextere”, que significa “unirse” o “tejer” (The American Heritage Dictionary of the English Language, 1970, p. 288). Es así que, *los contextos en una conversación son contruidos por el ensamble o entretejido de palabras*: saber el significado de una palabra o frase es resultado del ensamble de ellas con otras palabras y frases. Desde esta perspectiva nos convertimos en tejedores de palabras cuando intentamos fabricar significado y crear coherencia para nosotros mismos. Así también, Chenail dice (Chenail, 1995, Rambo, Heath y Chenail, 1993) que es importante recordar que el contexto es creado del entretejido de palabras: el contexto no causa aquello que es contextualizado (el texto, lo que se dice) para tener significado; el significado es producido cuando ambos, el contexto y el texto, son producidos juntos.

Un grupo de palabras no sirve de contexto rígido, jerárquico para otro grupo de palabras, más bien, ambos grupos de palabras son tomados y comprendidos juntos dentro de una relación metafórica y recursiva (Chenail, 1990/1991).

Chenail (1995) acota, que en un sentido, el significado es producido por la yuxtaposición del texto y del contexto; para ilustrarlo utiliza la siguiente metáfora: “*...es similar a la forma en que el agua, la levadura, la harina, el azúcar, la sal, y la leche se convierten en masa para pan. Los ingredientes mencionados no causan que el pan sea hecho. El agua, la levadura, la harina y lo demás se convierten en masa a través de sus relaciones activas de unos con otros, al ser amasados juntos, se despliegan una y otra vez uno sobre otro, regresan uno sobre otro, el significado de los ingredientes se vuelve más claro: agua, harina, levadura, azúcar, sal y leche, tomados juntos, se convierten en masa. En otras palabras, el significado de estos ingredientes interrelacionados unos con otros es masa*” (p. 2).

Esta metáfora sirve para explicar además que, en términos del AMR, el proceso de amasar masa es expresado por el uso de la palabra “recursivo”, que se utiliza también para describir *la manera en que el habla se despliega sobre sí misma mientras intentamos dar sentido a las conversaciones*: contexto y texto son a su turno contextualizados por otros contextos y textos. Nuevos significados son ponderados, considerados y reconsiderados a la vez que las relaciones de textos y contextos son comparadas una y otra vez. *La forma o apariencia de una conversación viene de este arreglo de las partes de la conversación*: Las palabras son entrelazadas para crear contextos y entonces estos marcos son configurados para crear una figura o contorno a la conversación. En otras palabras, la conversación o el discurso empiezan a tomar forma y significado mientras construimos estas figuras con nuestras elecciones de marcos (Chenail, 1990/1991).

El AMR entonces se vuelve una vía para “darle figura a la conversación”, y una presentación del AMR, o más correctamente, una representación del Análisis de Marcos Recursivos de una conversación sería una “figura de discurso” (Chenail, 1995) (más adelante se explicará este concepto).

Así pues, dice Chenail que, quizá el punto más importante para el AMR es que *nosotros activamente ayudamos a crear el significado a través de nuestro juego con las palabras*; que incluimos mucho nuestra creación de sentido en el lenguaje, de modo que cuando hablamos y escribimos tenemos que jugar y luchar con el arreglo de nuestras palabras, las ordenamos y reordenamos mientras nos esforzamos para expresar nuestras ideas como mejor podemos con las palabras que tenemos. Lo mismo es válido para nuestra escucha y lectura. Escuchamos y vemos símbolos, y creamos significado de estos signos conforme conectamos activamente estos elementos dentro de palabras, frases, oraciones, párrafos y discurso; y al mismo tiempo, comenzamos a adscribir significados a las palabras. *Las elecciones de significado que podemos hacer para cualquier palabra son muchas y variadas y fluidas. Cómo llegamos a “el significado” o “un significado” para un grupo de palabras depende en gran medida de nuestra experiencia con un lenguaje en general y nuestra contextualización de palabras en una conversación particular* (Chenail, 1995).

En un sentido, el AMR es una aproximación al habla que nos recuerda que nosotros hacemos lo anterior contextualizando algo todo el tiempo. Por ejemplo, “el significado de diccionario” de una palabra puede no ser el mismo significado que esa palabra tome en cierta conversación en un lugar y un momento particulares para una persona específica. *Esta diferencia de significados tiene mucho que ver con ese proceso de contextualización o tejido de palabras. El AMR puede ayudar a construir estos patrones de palabras para nosotros mismos y a apreciar como otros crean sus propias figuras de discurso o patrones de habla* (Chenail, 1995). En otras palabras el AMR puede servirnos para darnos cuenta de lo que hablamos (con los significados personales de esta habla), puede servirnos para construir una manera específica de hablar (conforme a nuestros objetivos personales) y a apreciar como hablan los otros y lo que quiere significar su habla.

Relacionado con lo anterior, otro concepto utilizado por los analistas de marcos recursivos para aproximarse a este proceso de habla es el de “marcos interactivos” (Tannen y Wallat, 1993; Putnam y Holmer, 1992). Por marcos interactivos se entienden, *aquellos patrones lingüísticos a través de los cuales creamos el significado en nuestras conversaciones*. Según estos autores, construimos nuestras conversaciones palabra por palabra y la comprensión de estas palabras que escuchamos y usamos tiene que ver con como las contextualizamos. De tal modo que, contextualizar o enmarcar una palabra es conectarla con otras palabras. *El contexto es construido por las formas en que nosotros conectamos palabras con otras palabras en las conversaciones* (Gale et al. , 1996).

Por otra parte, retomando la noción de recursión, en el AMR los marcos o puntos de vista cognitivos que nosotros pensamos, están en una relación recursiva con los marcos o puntos de vista lingüísticos que hablamos y escuchamos. Así, en una situación dada, nuestra comprensión (primaria) nos ayuda a captar “lo que está pasando” y al mismo tiempo que, experimentamos “lo que está pasando” en una situación, nuestras comprensiones pueden ser re-configuradas o reenmarcadas. En otras palabras, *podemos comprender una situación dada partiendo de los puntos de vista conceptuales y cognitivos que poseemos (nuestros patrones perceptuales/de lenguaje) y al mismo tiempo que vivimos esta situación, nuestra comprensión de la misma puede modificarse debido al cambio en los puntos de vista conceptuales/cognitivos*.

Para ilustrar lo anterior, Chenail (1995) pone el siguiente ejemplo: *“Si un terapeuta entiende la terapia como una situación de “enseñanza”, él o ella organiza la terapia en “lecciones” y “evalúa” que tan bien el cliente ha “aprendido”. Si el cliente hace algo en la terapia que el terapeuta nunca ha experimentado antes, el terapeuta puede entonces ver la terapia como una oportunidad de “aprendizaje” y comenzar a apreciar lo que puede aprender del cliente -como-maestro”* (p.3).

Así mismo, reitera Chenail (1995), también en la conversación, hay una relación recursiva entre texto y contexto. Un trozo particular del texto contextualiza a otro texto, y en su momento, es también contextualizado por los otros pedacitos circundantes de texto. Por ejemplo, si alguien habla sobre el éxito en los negocios en términos de “anotar en grande con un contrato” o “meterse de lleno a la competencia”, se puede escuchar que esta persona contextualiza los negocios en un *marco deportivo*.

De manera similar, en este trabajo, para el autor del mismo, es viable contextualizar la terapia orientada a las soluciones en un marco de creatividad en el sentido siguiente y muy simple: Primero se contempla la creatividad como un “salto fuera” de los patrones habituales de pensamiento/acción que deriven en ideas/acciones funcionales para un propósito o finalidad. Se ve a los terapeutas como agentes promotores de esta creatividad en los clientes, como personas que conciben que los problemas que llevan a los clientes a terapia son patrones ineficaces de percepción/lenguaje/acción y que su tarea es ayudar a los pacientes a salir de estos patrones ineficaces, de tal forma que encuentren/desarrollen nuevas formas de ver/hablar/actuar que sean útiles para sus

objetivos en terapia. Además se percibe a los terapeutas como constructores (junto con los clientes) a través del habla y de la acción, de contextos terapéuticos de solución, en donde los clientes puedan percibirse o recuerden cómo percibirse como agentes creativos, es decir como personas capaces de utilizar recursos, habilidades y capacidades para alterar/cambiar/salir fuera de sus pautas problemáticas de ver/hablar/actuar que generen en ellos ideas/acciones que funcionen para el cambio que desean conseguir al buscar terapia.

Ahora bien, retomando al AMR como recurso para visualizar, entender u organizar conversaciones, hablemos un poco más de como este método se fue desarrollando de manera general y de cómo se puede aplicar en una forma particular, es decir cómo se puede hacer un AMR de una conversación dada.

Concebido como un método para registrar conversaciones, el AMR fue dado a conocer por Bradford P. Keeney en 1991 en su libro *Improvisación en psicoterapia*. Partiendo de sus conocimientos y habilidades musicales Keeney quiso aplicar ciertas nociones de la teoría musical a la comprensión de las conversaciones. Él creyó que si podíamos escuchar conversaciones en términos de “notas”, “frases”, “acordes”, “melodías”, “movimientos”, “tiempos” y “ritmos”, entonces podríamos tener un mejor sentido de como se arman las conversaciones.

Chenail (1995) dice que, como terapeuta, Keeney tenía una orientación de lenguaje para su práctica clínica y que creía que era importante para los clínicos acercarse más al habla en el consultorio; *quería que los terapeutas aprendieran a escuchar “patrones atascados” en el habla de los clientes y ver que estos patrones conversacionales repetitivos de habla reflejaban cómo los clientes estaban atascados en los problemas comunes de la vida*. Desde esta perspectiva reitera Chenail, la terapia era conducida identificando patrones repetitivos en el habla de los clientes y comprometándose en la conversación con éstos para ayudarles a encontrar soluciones a sus problemas. Para Keeney, el cambio en la terapia significaba un cambio en las formas en que los clientes hablaban, y muy probablemente pensaban, sobre sus problemas. Dice Chenail que, si Keeney podía *escuchar cambios en como hablaban los clientes sobre sus problemas en las sesiones, entonces asumía que habría cambios correspondientes sucediendo en la vida de los clientes fuera de la terapia*.

Para ayudar a sus estudiantes a desarrollar un oído para escuchar estos patrones en el habla del cliente, Keeney pensó (Chenail, 1995) en estos patrones como registrar conversaciones, exactamente como un músico anotaría composiciones musicales. De esta manera, el AMR se convirtió en una “ayuda auditiva” para sus estudiantes. Exactamente como un audífono ayuda a una persona a escuchar sonidos que de otra manera “caerían en oídos sordos”, el AMR como una ayuda auditiva ayudaría al terapeuta a reconocer significados o diferencias en una conversación las cuales de otra manera habrían carecido de sentido o habrían sido solo ruido a los “oídos no entrenados” del terapeuta.

En este AMR como proceso de ayuda auditiva, los terapeutas fueron entrenados para escuchar las sesiones terapéuticas como notas, frases, acordes y melodías. Fueron enseñados a escuchar cada palabra en el habla como una “nota”. Los terapeutas podrían escuchar estas palabras individuales como notas y examinarlas para escuchar como estas estaban de acuerdo, o “en un acorde” con las otras palabras circundantes. Cuando el flujo de la conversación continuaba en el mismo tema o tópico para los oídos de los terapeutas, ellos hablaban sobre las palabras, como si fueran una frase musical o melodía.

Posteriormente a este intento de adaptar las conversaciones al sistema de notación musical, Keeney, dice Chenail (1995), se movió hacia una nueva perspectiva. Lo que orilló a Keeney a abandonar la perspectiva musical fue que pensó que había dificultades al adaptar una aproximación de registro musical a la palabra escrita y hablada. Creyó que las complejidades de los sistemas de teoría musical y de anotación musical hacían el proceso completo de seguir los flujos conversacionales demasiado difícil. Además, pensó que las diferencias básicas entre los sistemas de notas y los sistemas de palabras impedían el futuro de la metáfora musical. Puntualizó que en donde la física de la música hacía posible identificar claramente una nota particular, en una clave particular y la armonía permitía la construcción exacta de notas en los acordes, la múltiple interpretación encontrada en las conversaciones parecía no adaptarse a las particularidades de un registro musical, o en otras palabras, una palabra no es lo mismo que una nota.

Cuando Keeney (Chenail, 1995) deja atrás esta perspectiva musical comienza a desarrollar la metáfora del *marco* para comprender conversaciones. Aquí la noción de *marco* es un poco menos rígida que la de nota y esta flexibilidad encajaba mejor con como él conceptualizaba las palabras, los significados y las conversaciones. En este nuevo sistema de notación, *las palabras se volvieron marcos* en lugar de notas, *los agrupamientos contextuales de palabras se convirtieron en galerías* en lugar de frases melódicas y *la creación de significados pasó de ser armonía a ser recursión*.

Aún cuando se dio este cambio, de anotación musical a enmarcar distinciones, un concepto muy importante permaneció en esta nueva metáfora: el concepto de *notación*.

Este concepto sirve para dejar hasta aquí la mención del cambio en general que tuvo el AMR como método para registrar y entender conversaciones. Y a partir de este punto este mismo concepto servirá para introducir a la práctica de un AMR.

Teniendo lo anterior en consideración, veamos que es la *notación*. La *notación* en el AMR es un *proceso de dos pasos* en el cual un escucha “*nota*” *diferencias en el habla* y después *hace traducciones personales* de estas notaciones.

Relacionado con este concepto de notación Bateson (Harris-Jones, 1995) decía:

“...la diferencia entra dos veces en el proceso de la percepción...En el primer momento (en el tiempo), nosotros subjetivamente percibimos la diferencia y las diferencias que hacen una diferencia. En el segundo momento, una percepción de cambio en el patrón de las diferencias se convierte en la distinción en la cual percepciones y premisas son construidas, a través de este “producto” de la diferencia, la distinción “dada” entra en una sensibilidad estética. Hacer visibles estas diferencias requiere investigación de qué tipo de “producto” de interacciones sentimos nosotros a través de nuestras sensibilidades estéticas” (pp 203-204).

Apunta Chenail (1995) que, aunque esto que decía Bateson suena difícil, este proceso de dos-pasos es bien conocido para nosotros, especialmente si alguna vez hemos tenido que “tomar notas” de un artículo o una lección en clase. Al mismo tiempo que leemos las palabras escritas por el autor o al mismo tiempo que escuchamos los sonidos producidos por el hablante, comenzamos a notar diferencias en el flujo de las palabras o sonidos. Después, comenzamos a registrar en nuestros cuadernos o en los márgenes de nuestros libros lo que para nosotros se vuelve “digno de anotar”. Las palabras escritas en las páginas de estos cuadernos y en estos márgenes son nuestros propios rasgos personales de anotación de lo que nosotros escuchamos en la lección o leemos en los artículos, es decir diferencias notables o diferencias de notas que han hecho una diferencia para nosotros mismos.

En otras palabras, cada escucha o lector traza sus distinciones en las palabras de manera diferente. Las palabras que son importantes de registrar para un escucha o lector y la manera en que esta persona las configura en el papel o en su cabeza para ayudarse a saber lo que el hablante o el escritor está diciendo es única para ese escucha o lector (Chenail, 1990/1991).

Así, en el AMR, se nos recuerda que lo que “escuchamos” en una conversación es solamente el primer paso. Esta “percepción de la diferencia” debe ser seguida con una “escucha” o un dar sentido a lo que hemos escuchado o a lo que pensamos que hemos escuchado. El AMR nos ayuda en este proceso de escuchar o dar sentido invitándonos a que hagamos *visibles* o *audibles* estos patrones de diferencia al mismo tiempo que creamos estas *sensibilidades estéticas* personales, o lo que en el AMR se nombra como nuestras propias *figuras de discurso*.

Adentrándose un poco más en cómo se desarrolla en la práctica un AMR, veamos cómo es que se crean en éste las figuras de discurso.

Creando figuras de discurso

Chenail (Chenail,1995, Rambo, Heath y Chenail, 1993.) explica que, en el AMR, las figuras de discurso son creadas cuando los oyentes comienzan a organizar el flujo de la conversación de tal manera que sea coherente o tenga sentido para ellos. Desde esta perspectiva, el AMR puede ser visto como una forma de presentar la “lógica” de una narrativa o conversación. Los analistas de AMR intentan jugar seriamente con el juego de palabras así como crear significados o interpretar el habla. O en otros términos, trazar el flujo de contextos o marcos de dicha narrativa o conversación (Chenail, 1990/1991).

Este juego de palabras comienza con la escucha cuidadosa de una conversación por los analistas. Esta escucha puede ser hecha en tiempo real, conforme el evento se desarrolla, o puede ser hecha fuera del tiempo real, de cintas de audio o de video, de transcripciones de conversaciones o desde una variedad de combinaciones.

Prosiguiendo con la explicación, Chenail (Chenail,1995, Rambo, Heath y Chenail, 1993) dice que, al escuchar el habla, los analistas de marcos recursivos se hacen sensibles o curiosos respecto a las diferencias en la conversación. Por ejemplo, ponen atención a *cuándo y dónde cambia el tema que está siendo discutido*, si las preguntas están siendo contestadas, si las respuestas son cuestionadas; también atienden a cómo es que tiene “sentido” que un hablante diga “X cosa” después que un hablante dice “Y cosa” , o cómo es que tiene sentido que después que un hablante dice “Y”, el otro hablante no dice “X”. Así, de algún modo, los analistas de marcos recursivos tienen que *intentar dar sentido al “qué” y al “cómo” de las conversaciones*.

Aludiendo a su experiencia personal, Chenail (1995) menciona lo que él hace al escuchar a alguien: *“En una conversación cara a cara, yo, como un escucha orientado por el AMR, intento nombrar el habla que estoy escuchando. Por nombrar quiero decir que conscientemente intento caracterizar para mi mismo lo que pienso que está siendo dicho. Yo siempre quiero tener una idea de donde pienso que estoy en una conversación particular en un momento dado. Esto es muy importante porque lo que pienso que está sucediendo en una conversación contextualizará o enmarcará lo que diré o no en una conversación. Dependiendo de como caracterice una expresión particular en una conversación, tengo que decidir si continúo en esa línea de conversación, o si abriré una nueva línea de habla, o si participaré en la conversación permaneciendo callado”* (p.5).

Desde el punto de vista del autor de este trabajo, este proceso descrito por Chenail, es realizado por los terapeutas orientados a las soluciones cuando siguiendo el flujo de las conversaciones terapéuticas con los clientes, intentan desde un primer momento iniciar y mantener dichas conversaciones orientadas a soluciones, a excepciones al problema, a promover en los clientes nuevas percepciones y nuevas acciones orientadas a rescatar y propiciar el uso de recursos y habilidades de éstos, etc. En otras palabras, se mantienen atentos a cómo fluye la conversación, y pendientes de que el flujo se dirija hacia el

cambio de patrones de percepción/habla/acción, es decir hacia la promoción de la agencia creativa de los clientes y de ellos mismos.

Regresando con la descripción que hace Chenail, éste mismo (Chenail, 1995) ofrece el siguiente ejemplo: “...en una conversación terapéutica, intento identificar para mí mismo si creo que el cliente y yo estamos hablando sobre “habla-problema” (por ejemplo, “Mi esposo está de acuerdo en que nuestro hijo de dos años brinque en la cama con nosotros cuando estamos dormidos, pero yo no creo que eso sea correcto”) o “habla-solución” (por ejemplo, “¿Cuál sería la primera señal para todos ustedes de que su relación está mejorando?”), o algún tipo de “habla no terapéutica” (por ejemplo, “El baño está bajando el pasillo y a tu izquierda”). Continúa Chenail: desde mi modelo de terapia, estos enmarcados (“habla solución”, “habla problema”, “habla no terapéutica”) o nombramientos de las actividades son cruciales para la ejecución de la terapia. Yo organizo mi escucha para oír posibles soluciones. Dada esta postura, evalúo cada expresión que escucho en cuanto a su solución potencial, si ni yo ni nadie en la sala escucha algo hablado como una posible solución, entonces no hay un habla de soluciones en nuestra conversación terapéutica. Sí, por otro lado, pienso que un fragmento particular del discurso expresado por uno de nosotros en la sala suena a una probable solución, entonces yo intento seguir esta línea de investigación en la conversación” (p. 5).

Es así que, mientras estas reflexiones -que ilustra Chenail- toman forma a través del curso de una conversación, un escucha puede empezar a construir cómo pueden entenderse para configurar la misma; de tal forma que si el escucha quiere conducir alguna investigación, éste mismo como analista u otros analistas de marcos recursivos pueden dibujar sus representaciones o figuras de discurso⁽²⁷⁾ para visualizar como la conversación está tomando forma para ellos. Es decir que los analistas de marcos recursivos pueden escoger mostrar como el contexto (lo que se construye a partir de lo que se dice) y el texto (lo que se dice) se relacionan uno con otro.

Lo anterior puede hacerse en una variedad de formas. Dos primeras formas propuestas por Chenail (1995, p. 5) para dibujar estas representaciones o figuras de discurso o relaciones texto-contexto son las siguientes: con *sangría* o con *diagonal*.

- 1. La sangría es utilizada para representar la relación entre lo que está siendo designado como contexto (en este ejemplo el “análisis de marcos recursivos”) y aquello que está siendo designado como texto (en este ejemplo “marco”); así esta figura quedaría de la siguiente manera:

⁽²⁷⁾ Como ya se ha mencionado, las figuras de discurso son representaciones del AMR de la conversación o del habla, que dan la idea de coherencia o sentido, y forma de esta habla o conversación.

o Contexto (Análisis de Marcos Recursivos) (De lo que se habla, lo que se construye con lo que se habla)

□ Texto (marco) (Lo que se habla)

A partir de esta figura, marco debe ser comprendido dentro de un contexto de Análisis de Marcos Recursivos (por ejemplo, un nombre para un contexto), a diferencia de como podría ser comprendido el significado de marco dentro de un contexto de “pintura” (por ejemplo, el borde alrededor de una pintura).

- 2. Una diagonal (/) es usada para representar cómo el texto puede ser conectado a otro texto por contraste. Esto es comúnmente llamado una representación “lado a lado”; quedaría así:

o Contexto (marco) (De lo que se habla, lo que se construye con lo que se habla)

□ Texto (pinturas) / Texto (Análisis de Marcos Recursivos)
(Lo que se habla)

En esta re-presentación, “pinturas” lógicamente contrastan y conectan con “AMR” cuando “marco” es el contexto (por ejemplo, dentro de un contexto de marco sería lógico discutir ambos “enmarcar una pintura” y “enmarcar el habla”).

Lo que se acaba de decir puede conducir a ilustrar con más detalle la práctica de AMR.

Práctica del AMR

Chenail (Chenail, 1995; Gale et al. , 1996) da las siguientes sugerencias para la práctica: En el AMR, los observadores escuchan u observan un registro de una conversación mientras leen y re-leen una transcripción del discurso en cuestión; estos observadores pueden discutir:

a) Cómo observan que el tema de conversación se desarrolla (por ejemplo, un énfasis en el contenido o en lo que se está diciendo) y,

b) Cuándo observan que hay cambios de un tema a otro en el curso de una conversación (por ejemplo, un énfasis en el proceso o como son las cosas dichas por los hablantes).

Esto es especialmente útil -dice Chenail- cuando el interés por parte de los investigadores es trazar observaciones de como ellos *ven* el habla de una interacción desplegada. Él mismo explica que estas prácticas a) y b) están fundamentadas en la noción de diferencia. Es decir, mientras escuchamos a alguien discernimos que este hablante esta diciendo una variedad de palabras. Podemos identificar una palabra de otra palabra de muchas maneras; por ejemplo hay diferencias en la pronunciación (diferencias fonéticas), diferencias en el significado (diferencias semánticas), y diferencias en cómo las palabras son usadas (diferencias pragmáticas). Así, al mismo tiempo que escuchamos y marcamos diferencias entre las palabras que escuchamos, creamos patrones en el habla. Hacemos nuestro propio mapa de una conversación, basado en cómo comprendemos el habla (Gale et al. ,1996).

En términos del AMR, *un patrón básico de significado creado por un escucha es llamado marco*, un segmento de habla marcado como siendo significativamente diferente de las palabras que le rodean.

Ahora bien, prosiguiendo con los pasos para el desarrollo de un AMR, después de que el registro ha sido leído cuidadosamente numerosas veces, el analista o un equipo de analistas resalta ejemplos en donde hay un uso repetitivo de ciertas palabras en el habla de los participantes de la conversación, y después él o ellos comienzan a “separar” estos casos dentro de agrupamientos informales.

En el AMR, *separar es el proceso por el cual un observador o equipo de observadores dan sentido a una colección de datos reuniendo aquellos ejemplos del discurso (los marcos) que parecen tener para el/los observador(es) algunas características en común unos con otros*. En la jerga del AMR, se dice que se hace *una separación de estos marcos dentro de galerías* (Chenail, 1995; Gale et al. , 1996).

Un ejemplo propuesto por Chenail (1995) para hacer más entendible lo anterior es el siguiente: en una conversación terapéutica, una galería que puede usualmente ser construida es una *Galería problema*. Esta galería es una separación que podría contener todos aquellos marcos (ejemplos del habla con características en común) expresados por el cliente que el terapeuta o un investigador entiende como “problemas”. Otra galería que puede ser comúnmente separada por los terapeutas podría ser una *Galería de solución*. Nuevamente, esta galería sería una separación de todos los marcos comprendidos por el terapeuta o el investigador como soluciones o posibles remedios. Algo importante es que, en ambos casos, *el separado* del terapeuta o del investigador de los marcos *puede o no ser el mismo* de cómo el paciente comprende la conversación. Asimismo, otros terapeutas o investigadores pueden también diferir en cómo ellos separarían el habla. Con esto, Chenail (Chenail, 1995; Gale et al. , 1996) recuerda que

la percepción y el significado posibles de una conversación son cuestiones, finalmente, de naturaleza estrictamente personal.

Por otro lado, además de conducir un AMR fijando la atención en los significados; alguien interesado puede seguir una secuencia similar a la descrita anteriormente, para realizar análisis pragmáticos (Haslett, 1987; Nofsinger, 1991). *Un análisis pragmático con el método de AMR se refiere a cuando el/los investigador(es) se enfocan en cómo los hablantes usan su lenguaje en su intento por cambiar el flujo del habla* (Chenail, 1995). Al escuchar el habla, los analistas de marcos recursivos desarrollan sensibilidad o curiosidad respecto a las diferencias en la conversación. Por ejemplo, notan ¿cuándo y dónde el contenido en discusión por los hablantes cambia y quién ayuda a hacer ese cambio?, ¿se responde lo que se pregunta?, ¿lo que se contesta ha sido preguntado?, ¿cómo es que tiene “sentido” esta relación de preguntas y respuestas?.

Así, de igual manera que cuando se fija la atención en los significados en la conversación, en este análisis pragmático, los analistas de marcos recursivos tienen también que tratar de dar sentido del “qué se está diciendo” y el “cómo se está diciendo” de las conversaciones. O lo que es lo mismo, tratan de dar cuenta de la relación texto-contexto y contexto-texto; de dar cuenta de esta relación recursiva en donde texto y contexto se retroalimentan mutuamente.

Del mismo modo que en los análisis de marcos recursivos enfocados más en los significados que en el flujo del habla; los analistas, al reflexionar sobre los cambios en la conversación, pueden dibujar sus representaciones o figuras de discurso para visualizar como la conversación está tomando forma.

Siguiendo con el tópico de la práctica del AMR; Chenail (Chenail, 1995; Gale et al. , 1996) en un afán de mostrar a los lectores como la investigación de AMR puede proporcionar información útil para la práctica de la terapia, describe brevemente dos procesos de habla en las personas, que ha notado y ha usado en el consultorio, primero como investigador y después como terapeuta. Dichos procesos él los llama: *habla torcida, y cierres de apertura*.

Chenail dice que, la mayoría de la terapia que practica y supervisa actualmente está organizada por estos dos patrones de habla y que como resultado de esto, encuentra que concentrándose ya sea en que crea que el habla parece estar “estancada” (habla torcida) o en que infiera que el habla está “avanzando” (cierres de apertura), puede estimar mejor cómo participar en la conversación en un momento particular.

Veamos a que se refieren estos conceptos de habla torcida y cierres de apertura.

Habla torcida

Para explicar este concepto, Chenail (1995) dice lo siguiente: *“la mayoría de los clientes acuden a terapia porque sienten que están estancados. Ellos no saben que hacer con una situación de vida, o si saben, que hacer, son incapaces de lograr su(s) meta(s). Siguiendo la pista a los marcos en terapia con AMR, puedo usualmente darme cuenta cuán limitada puede ser el habla para los clientes en terapia. Ellos repiten sus historias, algunas veces palabra por palabra, una y otra vez en las sesiones. La rigidez o estrechez que experimento en estas conversaciones me lleva a describir esta habla como torcida. Por torcida, quiero decir que el habla parece fuertemente enredada para mí y que estoy teniendo problemas para escuchar algún cambio en la expresión de palabras en la conversación”* (p.7).

Partiendo del análisis de una sesión completa de terapia familiar Chenail y otros (Rambo, Heath y Chenail, 1993) realizaron un estudio que puede servir para ejemplificar el concepto de habla torcida. En este caso, la familia había acudido a terapia para discutir cómo un hijo “Randy”; podría mudarse a vivir a la casa de su padre “Ted”. Los padres de “Randy” habían estado divorciados unos años y durante ese tiempo, él había vivido con su madre y el nuevo esposo de ésta, con su padre y también con un tío.

Durante la sesión se separaron un número de marcos dentro de una galería llamada “Habla Randy y Ted poniéndose de acuerdo”, esta era una galería de solución. El habla en la conversación regresó a esa galería nueve veces. Siete de las veces que la conversación viró hacia ese tópico, fue seguida de otra galería llamada “Habla Problema de Ted con Randy”, esta era una galería de problema. Para Chenail, este viraje de habla de solución a habla de problema pareció ser representativo de habla torcida.

Así, según Chenail, muchas sesiones de terapia pueden ser vistas como teniendo un patrón de habla torcida similar al que experimentó al estudiar el caso de Randy y Ted; y hasta que no pueda ser introducido un nuevo trozo de habla en la conversación, ambas, la conversación en el consultorio y la situación fuera de éste permanecerán estancadas. En otra lectura el autor de este trabajo equipara esta idea de Chenail con que si no hay un salto fuera de los patrones de percepción/habla en el consultorio, es probable que la percepción y la acción fuera del mismo permanezcan sin cambio.

Ahora bien, una técnica/proceso aprendido y sugerido por Chenail (Chenail 1995; Gale et al. , 1996) que puede ser útil para “destorcer” el habla es precisamente el cierre de apertura.

Cierres de apertura

Como se ha mencionado, el AMR puede ser usado para conducir un análisis secuencial del discurso. Como en el caso mencionado arriba (“Ted/Randy”), un analista de marcos recursivos puede seguir atentamente el flujo de una conversación y marcar cuando las

conversaciones cambian de un corte a otro. Por ejemplo, en cierto tipo de conversación sobre problemas de una familia, un analista puede marcar cuando la conversación se desvía de un habla acerca de los problemas de los niños en la escuela a un discurso acerca de los problemas de los niños en su casa. El habla puede después desviarse del habla acerca de los problemas de los niños al habla acerca de los problemas de marido y esposa. En cada caso, el investigador o terapeuta marcaría o tomaría nota cuando advirtiera uno de estos cambios.

Junto con el seguimiento cuidadoso de cambios en el significado o desviaciones en estas conversaciones, un analista de marcos recursivos puede también tomar nota de quien está iniciando estas desviaciones y cómo el hablante particular es capaz de trasladar exitosamente el habla de una galería a otra. El término usado para denotar este fenómeno de desviación es llamado *cierre de apertura*, término que Chenail (Chenail 1995; Gale et al. , 1996) toma prestado del análisis de la conversación (Schegloff y Sacks, 1973).

Con un cierre de apertura, el hablante usa ciertas palabras que permiten la apertura de una nueva línea de conversación mientras simultáneamente cierra el tema prevaleciente de habla. En términos del AMR, se dice que una galería es abierta mientras otra es cerrada.

Al igual que con el concepto de habla torcida, estudios realizados por Chenail y otros (Chenail, Itkin, Bouneau y Andracchi, 1993) respecto a tipos diferentes de conversación -en este caso mediación en divorcio- les han servido para sensibilizarse a, y estudiar estos cierres de apertura.

En relación a estos estudios Chenail (Chenail 1995; Gale et al. , 1996) relata que cuando examinaron más de treinta casos de mediación de divorcio desde una perspectiva de AMR, notaron varias veces que el mediador fue capaz de abrir habla de resolución productiva, mientras al mismo tiempo, cerraba un habla improductiva de conflicto. Mientras observaban más de cerca estos momentos de transición de galería, Chenail y sus colegas notaron que el habla dio un giro cuando el mediador recordó a las partes que ambos (marido y esposa) estaban en las sesiones de mediación para los mejores intereses de su(s) hijo(s). En la mayoría de los casos observaron, que ese movimiento por parte del mediador ayudó a abrir una nueva línea de habla, diferente de la línea de conversación anterior.

Para Chenail (1995) este tipo de investigación se emplea en apoyo de la práctica, él confiesa que el estudio de cómo la gente realiza cosas con palabras lo ha ayudado a crear nuevas formas de aflojar habla previamente torcida en sesiones de terapia. Este trabajo de investigación -agrega- también lo ha ayudado a notar otro interesante acto de discurso, la *apertura de cierre*, un tipo de habla que ocurre cuando por ejemplo, *un hablante parece ofrecer una apertura tal como*, “Realmente pienso que eso podría funcionar...” *y después sigue con un final de cierre tal como* “...pero no con esta situación”. Dice Chenail (Chenail 1995; Gale et al. , 1996) que una atención más

cercana a los usos de “Sí, pero” en terapia lo ha ayudado a comprender como líneas aparentemente prometedoras de habla terapéutica pueden ser rápidamente cortadas, y como puede él posiblemente cambiar la situación sin volverse parte del habla torcida.

Para finalizar este apartado y con la intención de ilustrar un poco más la práctica de un AMR, se reproducen a continuación dos ejemplos de conversaciones médico-paciente²(28), utilizadas por Chenail en su artículo *Recursive Frame Analysis* (1995, págs. 8-10) para mostrar cómo hizo su análisis y para dar algunas ideas, comentarios y sugerencias que alguien que esté interesado en realizar un AMR puede retomar, recrear o que pueden servirle como pistas para realizar su propio análisis.

Las conversaciones ejemplo son: 1) De un médico que está hablando con un paciente que empieza una consulta, y el paciente está diciendo porqué fue a esa consulta en particular; y, 2) la de un médico que está hablando con una madre cuyo hijo tiene un soplo en el corazón y asma.

Conversación ejemplo 1

1.1 Médico 1: Bien John, cómo van las cosas?

1.2 Paciente: He tenido mucho dolor en la espalda ya no puedo cortar el pasto o recoger algo en casa (pausa) mi esposa y yo hemos estado teniendo algunas discusiones últimamente no nos llevamos bien como solíamos hacerlo mi hijo se va a la universidad y eso está provocando mucha presión (pausa) no me había dado cuenta que costosos se han vuelto (pausa) mis rodillas también me duelen especialmente con todo este clima húmedo que hemos estado teniendo he estado teniendo problemas para dormir durante la noche mis fosas nasales realmente me han estado fastidiando me congestiono en la noche y estoy roncando más o al menos eso es lo que me dice mi esposa (pausa) total, cuando me levanto no me siento descansado y he estado realmente cansado en el trabajo más o menos todo el mes pasado qué cree que me pasa? (p. 8).

Conversación ejemplo 2

2.1 Médico 2: Cuando el doctor Ramos estaba escuchando hoy, oyó el soplo cardiaco en la ubicación dicha y yo volví y lo escuché y en efecto, hay un soplo ahí que no habíamos escuchado antes de esto y por supuesto, usted había estado enterada acerca del soplo en el corazón cuando él nació? Qué le dijeron sobre eso entonces?

2.2 Madre: Sólo nos dijeron que él tenía un pequeño soplo.

2.3 Médico 2: Bueno y que posiblemente desaparecería?

2.4 Madre: Um-huh.

²(28) En estos ejemplos que se reproducen, pudiera parecer que hacen falta signos ortográficos, sin embargo el texto original no los tiene, y los signos ortográficos como comas, signos de interrogación, paréntesis, etc. que aparecen, se pusieron tal cual están en el original.

2.5 Médico 2: Y nosotros podemos oírlo ahora pero él da la impresión de estar creciendo bien?

2.6 Madre: Um-huh.

2.7 Médico 2: Y él no parece (pausa) no se pone morado o algo así él tiene tos pero eso ha estado mejorando desde que empezó a tomar el Ventolín de hecho usted tiene asma ha empezado a tomar el Ventolín diario?

2.8 Madre: Para Jacob?

2.9 Médico 2: Sí.

2.10 Madre: Tres veces al día.

2.11 Médico 2: Y él parece no toser con eso cuando se agacha o hace algo así? No tiene que ponerse en cuclillas?

2.12 Madre: No.

2.13 Médico 2: Él no se cansa cuando come o se desvela en exceso? (madre niega con la cabeza) bien Uh (pausa) como usted sabe (pausa) bueno (pausa) usted puede no saber (pausa) un soplo cardiaco es sólo un sonido extra que hace el corazón cuando se contrae hay un sonido normal cuando cierran sus válvulas pero algunas veces entre ellas usted puede escuchar un sonido como "click" él tiene lo que llamamos un soplo sistólico que es cuando el corazón está bombeando la sangre hacia afuera (pausa) usted escucha una compresión subiendo en esa forma (p. 9).

Lo que Chenail hizo con estas conversaciones, y las sugerencias, recordatorios y comentarios que hace van como sigue:

1) Lea los ejemplos varias veces.

2) Después de leer los ejemplos varias veces, dibuje casillas alrededor de todos los diferentes marcos que observe en las palabras de los pacientes y los médicos.

Recuerde, un marco sería el más pequeño grupo de palabras que tengan un significado coherente para usted. Un marco podría ser solo una palabra o podría ser un número de palabras tal como un frase o una oración.

Prosiguiendo con las sugerencias,

3) Re-lea los ejemplos y ponga atención inmediata a las palabras que usted enmarcó (o enmarque).

4) ¿Puede separar alguno de estos marcos en algunas agrupaciones semánticas o galerías?

5) Si usted puede separar algunos marcos dentro de una agrupación semántica, ¿cómo llamaría a esa galería?

Recuerde, con el AMR, hay una variedad de formas para representar las conversaciones en papel. En otras palabras, para ilustrar las figuras de discurso utilizando galerías.

De su práctica dice Chenail (1995): <<...en el ejemplo 1, yo enmarqué mucho del habla del paciente como sigue, “he estado teniendo mucho dolor en la espalda”, “ya no puedo podar el pasto”, “recoger algo en la casa”, “mi esposa y yo hemos estado teniendo algunas discusiones últimamente”, “mi hijo se va a la universidad y eso está provocando mucha presión”, “me duelen las rodillas”, “problemas para dormir durante la noche”, “mis fosas nasales realmente me han estado fastidiando”, “estoy roncando más”, “me levanto y no me siento descansado”.

Para mi análisis, yo separé todos los marcos del paciente debajo de una galería y la llamé Galería “Cómo van las cosas” >>.

<< Para el ejemplo 2, enmarqué el siguiente discurso del médico 2: “el soplo cardiaco”, “creciendo bien”, “puesto morado o algo así”, “él tiene tos pero eso”, “empezó a tomar Ventolín”, “de hecho usted tiene asma”, “él parece no toser con eso”, “cuando se agacha o hace algo así”, “Él no se fatiga cuando come o se desvela en exceso”, “un soplo en el corazón es solo un sonido extra que el corazón hace cuando se contrae hay un sonido normal de cierre de válvulas”, “pero algunas veces entre ellas usted puede escuchar un sonido como <<click>>”, “él tiene lo que llamamos un soplo sistólico que es cuando el corazón esta bombeando la sangre hacia afuera (pausa) usted escucha una compresión subiendo en esa forma”. Para hacer las galerías, por ejemplo, separé un número de marcos en una Galería de Habla “Soplo cardiaco” y también agrupé algunos otros marcos en una Galería de Habla “Asma”.

También noté como el médico 2 movía la conversación entre las dos galerías. El médico 2 comenzó el habla en una Galería de Habla “Soplo cardiaco” (ver Turno 2.1) y después conectó galerías en Turno 2.7, cuando fue del Habla “Soplo cardiaco” al Habla “Asma”. Pienso que hubo otra conexión en el Turno 2.13. Esta vez advertí que el médico 2 trasladó la conversación de la Galería de Habla “Asma” de regreso al Habla “Soplo cardiaco”. En contraste a las conexiones del Médico 2, no noté que la madre hiciera algunos cambios semánticos en la conversación. Me parece que su participación fue mayormente de una postura de “contestación” en la que ella pareció participar sólo respondiendo a las preguntas del Médico 2 >> (p. 10).

Para la re-presentación del ejemplo práctico 2, Chenail utilizó para mostrar marcos y galerías, un estilo de representación de sangría, de la siguiente manera:

Galería 2: Habla “Asma”

Marco 2.1: “empezó a tomar el Ventolín”

Marco 2.2: “de hecho usted tiene asma”

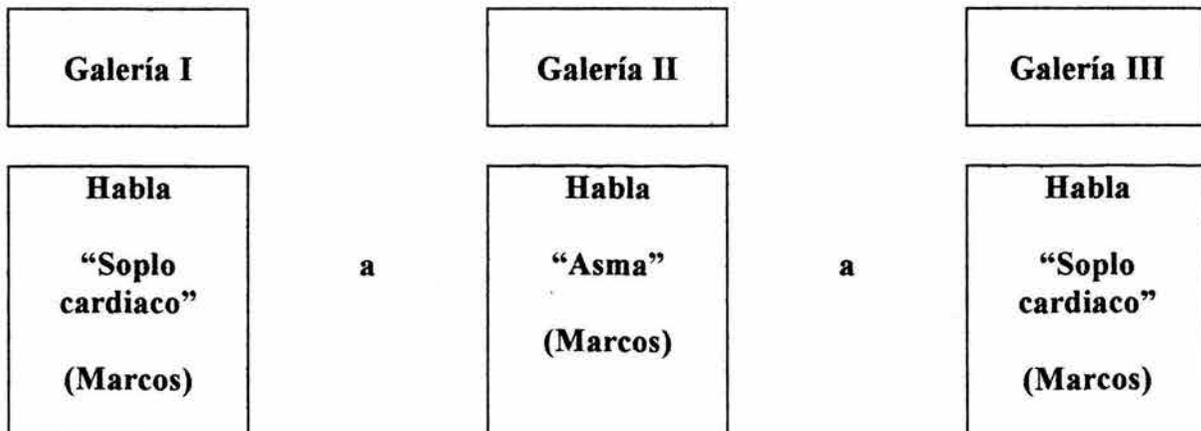
Marco 2.3: “él parece no toser con eso”

Marco 2.4: “cuando se agacha o hace algo así”

Marco 2.5: “Él no se fatiga cuando come o se desvela en exceso” (p. 10)

La sangría se usa para mostrar que los Marcos 2.1 al 2.5 deben entenderse incrustados en la Galería 2 Habla “Asma”. Además, los marcos pueden ser anotados poniendo las líneas numeradas o turnos donde los marcos aparecieron en la transcripción original.

Por otra parte, en adición a esta representación de sangría, Chenail (1995, p. 10) presenta otra opción de re-presentación que consiste en dibujar casillas para representar cómo el investigador construyó los marcos y las galerías, como puede verse en la siguiente figura :



Una recomendación de Chenail (1995) respecto a estos ejemplos de re-presentaciones, que en opinión del autor de este trabajo es de suma importancia tener en cuenta, es la siguiente:

“Yo aliento a los Analistas de Marcos Recursivos a crear cualquier esquema representacional que mejor les ayude a mostrar como “ven” ellos que está siendo organizada la conversación. Asimismo, el tipo de representación del AMR debería

también ajustarse a la pregunta de investigación con la que el investigador está trabajando. Por ejemplo, si la pregunta del investigador era acerca de la relación paciente-doctor y cómo cada parte contribuye a la construcción de conocimiento, cada galería podría ser dividida en lado del médico-lado del paciente. Los marcos en una galería serían colocados ya sea en el lado del médico o en el lado del paciente como se representa en la figura siguiente” (p. 10):

Galería I : Habla “Asma”	
Marcos del Médico	Marcos del Paciente

Chenail dice que, con esta forma, de un vistazo un lector podría leer cuánto y qué es contribución de quién en una conversación en particular, y que por ejemplo, un AMR hecho en esta forma al estilo galería dividida con los ejemplos expuestos, mostraría algunos contrastes interesantes entre el paciente activo en el Ejemplo 1 y el médico activo en el Ejemplo 2.

Es de esta manera que Chenail (1995), después de trabajar con este método para acercarse a las conversaciones y derivar del mismo una utilidad práctica; llega a algunas conclusiones personales que bien pueden servir a investigadores o terapeutas interesados en el habla dentro de un contexto terapéutico.

Dichas conclusiones serían:

- *El trabajo (clínico o de investigación) desde una perspectiva de AMR puede brindar a los terapeutas una sensación más amplia de intervenir desde dentro del habla en terapia. O en otras palabras facilitar la habilidad del uso del lenguaje para favorecer cambios terapéuticos.*
- *La práctica de AMR también puede servir para desarrollar una actitud reflexiva respecto a lo que se dice, cómo se dice y cuándo se dice en terapia; y derivar de este análisis (o examen del habla) efectos útiles tanto para los clientes como para los terapeutas en cuanto a sus objetivos en terapia.*
- *Independientemente de la modalidad de AMR (por ejemplo, secuencial, semántico o pragmático) o de la combinación de análisis que un investigador quiera hacer, un factor que permanece constante y reporta utilidad es que, el AMR permite una vía fácil para marcar el habla de la manera en que uno la escucha y la entiende.*

Es así que, considerando todo lo dicho, en el presente trabajo, a través de este método de uso, comprensión y representación de las conversaciones, se intentará mostrar, partiendo del análisis de un caso atendido con la Terapia Orientada a las Soluciones cómo es que esta terapia puede ser “vista” como un ejemplo de ejercicio creativo en el sentido de examinar la relación cliente(s)-terapeuta(s); y cómo es que cada parte contribuye a la emergencia de la creatividad en terapia, en aras de (principalmente) encaminar a los clientes al desarrollo de soluciones para el/los problemas que los aquejan.

En otras palabras, se usará el AMR como herramienta para tratar de comprender y representar cómo hacen los terapeutas para ayudar a los clientes a ‘saltar fuera’ de sus patrones problemáticos; y se usará también el análisis para observar y mostrar las respuestas de los clientes a lo que hacen los terapeutas.

Pasemos al siguiente apartado.

3.2 Análisis de Marcos Recursivos de un caso atendido con la Terapia Orientada a las Soluciones.

El autor de este trabajo analizó un caso en donde hubo cambio/solución, porque su propósito era mostrar algo que se hizo en terapia y funcionó; esto no quiere decir que se dé a entender que la Terapia Orientada a las Soluciones es eficaz, comprendido este concepto como una generalización, más bien, al autor como analista le interesaba representar que fue lo que ocurrió en un caso particular donde clientes y terapeutas colaboraron para que la terapia concluyera con éxito.

Debe mencionarse que el caso analizado consistió de tres sesiones y fue atendido dentro del Programa de Terapia Familiar y de Pareja con Enfoque Sistémico y Narrativo que funciona en la Unidad Multidisciplinaria de Atención Integral (UMAI)-Zaragoza.

Dicho programa está dirigido a la atención de la población externa a la FES-Zaragoza y está abierto a la recepción de personas que soliciten el servicio de psicoterapia; los pacientes (clientes) pueden ser niños, jóvenes, adultos o ancianos y las modalidades de atención pueden ser terapia individual, de pareja o familiar. De igual forma la terapia está dirigida a tratar el problema que el cliente lleve a la misma, sea éste definido con una etiqueta diagnóstica o no (p. e. , depresión, problema de pareja, etc.) ya que, dadas las características del modelo teórico (sistémico/narrativo) que sustenta este programa y de una de las escuelas de terapia (la Terapia Orientada a las Soluciones de William H. O'Hanlon) utilizada dentro del mismo, se considera que los problemas que las personas llevan a terapia son situaciones de la vida que requieren solución más que 'padecimientos', 'patologías' o 'enfermedades mentales'. Sin embargo, se respeta cualquier definición que el cliente utilice para hablar de su problema, ya sea que use términos como por ejemplo: "estoy deprimido", "tengo mucha ansiedad", "le tengo fobia a...", "soy bulímica", etc.

En este programa la atención se realiza en dos cubículos interconectados por un interfón y un espejo de visión unidireccional en los que permanecen en el transcurso de las sesiones terapéuticas el/los cliente(s), un terapeuta y un coterapeuta de un lado, y un equipo terapéutico que observa, comenta y graba las sesiones (previo consentimiento del cliente) del otro lado.

El equipo terapéutico puede estar conformado por un número variable de personas (puede ir de 2 a 8) y está integrado por pasantes de la Carrera de Psicología de la FES-Zaragoza, y por la profesora responsable del programa.

La experiencia de las personas que integran este equipo puede ser variable ya que puede estar constituido -en el caso de los pasantes- por quienes hayan tenido práctica

previa con este modelo de terapia en el transcurso de la carrera y por pasantes que sólo posean conocimientos teóricos del mismo.

El autor de este trabajo participó como integrante del equipo terapéutico en la atención del caso presentado, y esta fue la base para seleccionarlo como objeto de análisis.

Antes de mostrar la representación gráfica del AMR, se quisiera anotar una apreciación personal:

Desde el punto de vista del autor de este trabajo, lenguaje /percepción/acción forman un entramado constante y permanente en el vivir/experienciar de las personas, de tal modo que la separación que se hace de los marcos en el papel tiene una finalidad ilustrativa y está hecha *ad libitum* de este autor; es así que algunos marcos bien pudieran ubicarse en una galería de percepción/lenguaje o de acción de manera indistinta pero, como bien lo señala Chenail (1995), cualquier observador puede hacer sus propias distinciones y no necesariamente estas coincidirán con las distinciones que haga otra u otras personas que realicen un análisis. Es así que el autor considera que tal vez la riqueza de este ejercicio de análisis estribe en esta libertad personal de trazar distinciones acordes al propósito de la investigación que se quiera realizar.

Tomando en consideración lo anterior, en este AMR se construyeron cinco galerías con el habla (marcos) de los clientes y los terapeutas teniendo en cuenta el concepto de notación, que recordemos, es un proceso de dos pasos, en el cual un analista “nota” diferencias en el habla y después hace traducciones personales de estas notaciones. Además, poniendo atención a cuándo y dónde cambia el tema que está siendo discutido, atendiendo a cómo es que tiene “sentido” para este analista que un hablante diga algo después que otro hablante dice algo, se pudo observar que el habla de los participantes en las sesiones de este caso se movía de una galería a otra.

En la siguiente página se muestra de manera esquemática cómo quedaron las galerías.

**Galería A: Habla
“Validación de los clientes
y sus experiencias”**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
---------------------------------	-------------------------------

**Galería B: Habla “Patrón de percepción/lenguaje”
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
---------------------------------	-------------------------------

**Galería C: Habla “Patrón de acción”
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
---------------------------------	-------------------------------

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
---------------------------------	-------------------------------

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
---------------------------------	-------------------------------

Como ya se ha explicado, en el AMR, el investigador puede hacer sus enmarcados y construir sus galerías de acuerdo a como “ve “ y entiende una conversación desplegada. En el presente AMR cada galería está dividida en el lado de los terapeutas y en el lado de los clientes y los marcos de estos son colocados en sus lados respectivos.

El movimiento del habla de una galería a otra en las sesiones, podrá observarse en la representación gráfica del AMR efectuado. La letra “a” ubicada debajo de cada galería en dicha representación, indica este movimiento o flujo del habla.

En el caso analizado se construyeron cinco galerías en las cuales se trata de representar el habla de los terapeutas y de los clientes, que para el autor de este trabajo como analista, da cuenta de cómo se fue construyendo un contexto terapéutico orientado a las soluciones, que se redefine aquí (porque así se visualiza y construye conceptualmente por el autor) como un contexto terapéutico promotor de la creatividad, como es entendida/definida en este trabajo: el “salto fuera” de los patrones habituales de percepción/lenguaje/acción, que genere ideas/acciones útiles/funcionales para alcanzar un objetivo, en este caso el objetivo terapéutico.

En otras palabras se trató de mostrar a través de las conversaciones del caso atendido, de su re-presentación gráfica, cómo es que la terapia orientada a las soluciones puede ser percibida como un ejercicio creativo. Mediante la construcción de estas galerías se intentó dar sentido al “qué” y al “cómo” de dichas conversaciones, para que la terapia pudiera ser percibida como tal ejercicio.

Aún cuando las conversaciones terapéuticas se forman por un intercambio continuo de habla de terapeutas y clientes, que en su totalidad constituye el caso, se seleccionaron solamente algunos fragmentos de conversaciones por sesión, que en la percepción del autor de este análisis dan una visión clara de algunos elementos constitutivos de los patrones problemáticos y, sobre todo, de elementos útiles para el hallazgo de soluciones/promoción de la creatividad.

Ahora bien, como ya se ha mostrado, las galerías mencionadas se nombraron de la siguiente forma:

- Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”.
- Galería B: Habla “Patrón de percepción/lenguaje” (Problema).
- Galería C: Habla “Patrón de acción” (Problema).
- Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema” (Soluciones/Creatividad específica).
- Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema” (Soluciones/Creatividad específica).

Se nombraron las galerías como “patrón de...” y “salto fuera del patrón de...”, tomando como referencia a los clientes, y considerando que lo que dicen éstos, se visualiza como alusiones a experiencias o acciones “internas/externas” (como las percepciones y el lenguaje; cómo ven y cómo hablan los clientes) o “externas” (como las acciones observables; qué hacen los clientes), que forman en conjunto partes de patrones amplios de conducta, definidos como regularidades, sucesiones o aspectos recurrentes de una situación establecidos por el autor de este trabajo como observador.

También se ubica en una sola galería un patrón de percepción/lenguaje, porque se considera al lenguaje como el vehículo mediante el cual los clientes dan cuenta de como “ven” su situación.

Los marcos contenidos en cada galería se refieren a lo siguiente:

Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”.

En esta galería se ubican aquellos fragmentos del habla en los que los clientes dan cuenta de cosas cotidianas que hacen, piensan, creen, etc. , y ante los que los terapeutas -desde la óptica del autor de este análisis- muestran un interés y una curiosidad encaminados a establecer con los clientes una relación en la que éstos se sientan comprendidos y escuchados.

Galería B: Habla “Patrón de percepción/lenguaje” (Problema).

Aquí se sitúan fragmentos del habla en los que los clientes hacen referencia a cómo “ven” su situación problemática y a cómo los terapeutas indagan respecto a ésta percepción de aquellos.

Galería C: Habla “Patrón de acción” (Problema).

Los marcos contenidos en esta galería hacen alusión a las descripciones de cómo “actúan” los clientes en la situación problemática y a lo que los terapeutas comentan, preguntan, afirman, etc. , en relación con ésta forma de “actuar”.

Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema” (Soluciones/Creatividad específica).

Esta galería contiene aquellos marcos en los cuales los terapeutas intentan deliberadamente ayudar a los clientes a abandonar sus percepciones y descripciones problemáticas. También están contenidos los marcos de los clientes que son sus respuestas a estos intentos. En esta galería y en la siguiente se trata de mostrar la creatividad específica de los terapeutas.

Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema” (Soluciones/Creatividad específica)

Los fragmentos de habla ubicados aquí, son aquellos donde los terapeutas intentan, a través de la conversación, hacer que los clientes se comprometan en conductas diferentes que los encaminen a la solución de su problema; así mismo, se enmarcan las respuestas de los clientes hacia estas invitaciones de los terapeutas.

Para hacer más notorios aquellos fragmentos de habla que para el autor de este AMR son más significativos o que resaltan más la contribución de terapeutas y clientes en la construcción de una terapia orientada a las soluciones, que aquí se visualiza como un ejercicio creativo, se señalan con letras negritas en las galerías estas palabras, frases, oraciones, preguntas, afirmaciones, comentarios, etc. , de ambos participantes.

También en algunos fragmentos de las conversaciones terapéuticas desplegadas de este caso atendido, se señalan y nombran algunos elementos muy distinguibles que se utilizan en la terapia orientada a las soluciones (descritos en los apartados que hablan sobre la terapia en este trabajo), tales como la búsqueda de excepciones, la normalización, la pregunta de la escala, preguntas orientadas al futuro, elogios, etc. . Así también se señalan y se nombran elementos de creatividad, como la búsqueda de alternativas, el cuestionamiento y la provocación con la intención de reforzar la idea de la terapia como ejercicio creativo. Además se indica en dónde, desde la perspectiva del autor de este análisis, se promueve y alienta la agencia creativa ya desplegada de los clientes.

Resumiendo el procedimiento, se indica lo siguiente:

El AMR llevado a cabo fue un análisis de la notación de diferencias en el significado y de la notación de cambios en el flujo del habla, se hizo un análisis semántico/pragmático. Esto quiere decir que se realizó el análisis observando cómo se desarrollaba el tema de las conversaciones, fijándose en el contenido, en lo que se estaba diciendo, (análisis semántico); y, enfocando cómo los hablantes -especialmente los terapeutas- usaban su lenguaje para intentar cambiar el flujo del habla (análisis pragmático).

De acuerdo al propósito de este trabajo y de manera particular, trabajando con las conversaciones terapéuticas el autor de este AMR se centró en:

- 1) Enmarcar fragmentos de habla que para él tenían ciertas características en común.
- 2) Agrupar en galerías estos trozos de habla distinguiéndolos de acuerdo a los significados que tenían para este autor como analista, ya sea como referidos a la forma

en que se “ven/dicen” las cosas (galerías “patrón de percepción/lenguaje” [problema] y “salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema” [soluciones/creatividad específica]). Y como referidos a la forma en que se “hacen” las cosas [galerías “patrón de acción” [problema] y “salto fuera del patrón de acción problema” [soluciones/creatividad específica]). Y como referidos a experiencias cotidianas de los clientes (galería “validación de los clientes y sus experiencias”).

3) Señalar que los cambios de una galería a otra, pueden ser cambios, además de en el significado (notación del autor), intentos de cambio en el flujo de la conversación provocados por los hablantes (también notados por el autor).

4) Identificar cambios donde el autor nota que la conversación pasa a ser una invitación (intentos de cambio de flujo del habla) por parte de los terapeutas para que los clientes salten fuera de sus patrones problema (promueven la creatividad), y se notan las respuestas de estos últimos ante estas intervenciones. También donde nota que los clientes dan cuenta por medio de sus palabras, de que ya han saltado fuera de sus patrones y han encontrado/recuperado ideas/acciones útiles para solucionar su problema (han empezado a desplegar su agencia creativa). Además donde nota que los terapeutas promueven la agencia creativa ya desplegada de los clientes. (Una excepción a este punto 4 se lleva a cabo en la primera sesión donde se señalan preguntas sobre el problema y una breve descripción del mismo).

Así también, para la elaboración gráfica de este AMR el autor se auxilió de los siguientes elementos, en un afán de hacer comprensible su re-presentación de las conversaciones:

a) Numeración progresiva de los turnos de habla tanto de terapeutas como de clientes por sesión, de la siguiente forma:

sesión uno (turnos): 1.1, 1.2, 1.3, etc...

sesión dos (turnos): 2.1, 2.2, 2.3, etc...

sesión tres (turnos): 3.1, 3.2, 3.3, etc...

b) Resaltado con letras negritas de las diferencias en el significado y de los cambios en el flujo de la conversación más marcadas(os) (las notaciones más matizadas del autor), dentro de las galerías.

c) Breves notas descriptivas, señalando/nombrando algunos procedimientos terapéuticos utilizados, elementos de creatividad, y de percepciones propias del autor del análisis en cada sesión, cuando lo creyó conveniente; hechas de la manera siguiente:

Galería (s) (letra [s]): (procedimiento y/o elemento y/o apreciación perceptual)

Así pues, es de esta forma que, tomando en cuenta todo lo anterior, a continuación se muestra la re-presentación gráfica del AMR del caso atendido. Los fragmentos del caso que se re-presentan tratan de dar cuenta de un análisis intra y entre sesiones realizado, que se espera proporcione una visión de la Terapia Orientada a las Soluciones como un ejemplo de ejercicio creativo. En la parte de los Anexos se incluyen las relatorías del caso en su transcripción original.

PRIMERA SESION*(29)

Galería A: Habla "Validación de los clientes y sus experiencias"

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.1 P: Quisiera platicarles como trabajamos, nosotros trabajamos en equipo. Tenemos un espejo bilateral y detrás de él hay un cierto número de integrantes que nos ayudan a llevar su caso, también necesitamos de su aprobación para grabarlos, es una grabación confidencial y se utilizan para fines terapéuticos, entonces necesitamos de su aprobación.	1.2 M: Sí. 1.3 A: Sí.

a

**Galería C: Habla "Patrón de acción"
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.4 P: Y bien ¿en qué les podemos servir? 1.6 N: Discuten mucho, entre ustedes.	1.5 A: Lo que pasa es que por lo que venimos es porque discutimos mucho, de todo. 1.7 M: Sí.

a

*(29) Este caso fue atendido por la terapeuta P y el terapeuta N. Los clientes fueron el señor A y la señora M.

**Galería B: Habla "Patrón de percepción/lenguaje"
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.8 P: ¿De qué?	1.9 A: De cualquier cosa.
1.10 P: ¿Desde cuando?	1.11 A: Desde que nos casamos.
1.12 N: ¿Hace cuánto?	1.13 A: Tres años.
1.14 P: ¿Y siempre se la han pasado discutiendo?	1.15 M: Pues la mayor parte sí.

Galerías C y B: Preguntas sobre el problema y breve descripción del mismo.

a

**Galería D: Habla "Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.16 P: ¿Cuándo es cuando están bien?	1.17 A: Por lo regular cuando no estamos peleando.
1.18 P: ¿Y en otras ocasiones? ¿cuando eran novios...?	1.19 M: Sí, cuando éramos novios.
1.20 N: ¿Cuánto tiempo duraron de novios?	1.21 M: Cerca de año y medio.
1.22 N: Y, ¿cómo se llevaban?	1.23 M: Bien.

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.24 N: ¿Qué es lo que hacían?	1.25 A: Estábamos juntos, nos íbamos a pasear, a comer...
1.26 P: Y se divertían...¿de qué platicaban cuando estaban juntos?	1.27 M: Pues sí de hacer planes para casarnos...
1.28 P: ¿Y cuando no hacían planes para casarse? ¿qué hacían?	1.29 M: Ibamos al cine, íbamos a bailes...
1.30 N: ¿Con qué frecuencia?	1.31 M: Seguido...
1.32 N: Digamos dos o tres veces a la semana...	1.33 A: Cada ocho días...
1.34 N: Los fines de semana...	

Galería D: Búsqueda de excepciones. Desde este momento los terapeutas tratan ya de que los clientes cambien la forma de “ver” su problema. Cuestionamiento creativo.

Galería E: Búsqueda de recursos que pueden utilizarse para la solución. Búsqueda creativa de alternativas.

a

Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.34 N: ...¿Los dos trabajan?	1.35 M: No, nada más él.
1.36 P: ¿Y porqué no hacen planes como antes?	1.37 A: Lo que pasa es que ahora hay que cuidar al bebé.
1.38 P: ¿Qué edad tiene el niño?	1.39 A:...
1.40 N: ¿Cómo se llama su niño?	1.41 A:...
1.42 N: ¿Comparten también tiempo con su hijo?	1.43 A: Sí.
1.44 N: ¿Lo siguen haciendo?	1.45 A: Sí, todo el tiempo estamos con él, desde

<p>1.46 P: A las tres ¿de las qué perdón?</p> <p>1.48 P: ¿Y regresa...?</p> <p>1.50 P: Entonces se va a las tres de su casa y llega hasta las nueve del otro día. ¿A qué hora duerme?</p>	<p>que llego a su casa desde las nueve o las nueve y media hasta las once o doce me pongo a jugar con él y de ahí a las tres que me levanto para ir a trabajar.</p> <p>1.47 A: De la tarde.</p> <p>1.49 A: A las nueve o nueve y media de la mañana, lo que pasa es que yo estoy de cinco a cinco, pero donde trabajo está un poco lejos...entonces...</p> <p>1.51 A: Después de las doce entre semana y el fin de semana casi todo el día.</p>
---	---

Galería A: Los terapeutas muestran interés por las actividades cotidianas de los clientes, esto puede servir para crear un clima de confianza que facilite la aceptación de intervenciones, sugerencias, tareas, etc.

Galería A: Habla "Validación de la experiencia de los clientes"

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.58 N: ¿Le dedica también tiempo a su hijo?</p>	<p>1.57 M: Pues yo en el quehacer...</p> <p>1.59 M: Sí, pues cuando él se va, yo me quedo con el niño a jugar y de hecho cuando él llega, los tres nos ponemos a jugar con él.</p>

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.60 N: Entonces es un momento en el que hay buena convivencia.</p> <p>1.63 P: Ya ve, en ese momento no están discutiendo.</p>	<p>1.61 M: Sí. 1.62 A: Sí</p>

Galería D: Normalización. Como se ha mencionado, la normalización también es una forma de promover que los clientes cambien su forma de “ver” el problema. Cuestionamiento creativo.

a

**Galería B: Habla “Patrón de percepción/lenguaje”
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.65 P: Las discusiones son por eso...</p> <p>1.66 N: ¿Usted vive cerca de donde está su mamá?</p> <p>1.68 P: ¿Cómo son esas discusiones?</p> <p>1.70 P: Es por eso...</p>	<p>1.64 M: De hecho creo que discutimos porque no estamos de acuerdo en muchas cosas. Él no está de acuerdo con que yo vaya a ver a mi mamá o cosas así.</p> <p>1.67 A: No su mamá vive por la</p> <p>1.69 A: No son fuertes, lo que pasa es que luego ella es la que tiene que ver a su mamá y sus hermanas no, y si necesita algo siempre le llaman a ella y ella luego luego viene.</p>

a

**Galería C: Habla "Patrón de acción"
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.70 P: ...¿Podrían darme un ejemplo?	1.71 M: Pues mira apenas ahora discutimos porque mi mamá iba a salir y ella tiene ... y me dijo que si no le hacía el favor de cuidar el puesto, yo le dije y se molestó mucho, y nos dejamos de hablar un tiempo.

**Galería C: Habla "Patrón de acción"
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
	1.88 M: Es lo que luego me enoja porque luego le comento algo y no me pone atención y me dice es que no me dijiste, pero le digo es que no me pusiste atención, a lo mejor también por eso...luego le digo voy a tal lado y me dice que no que quien sabe que, pero él sí puede salir a cualquier lado pero yo no.

**Galería D: Habla "Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.89 P: Bueno, dígame señor ¿qué cosas le gustan a su esposa que usted sepa que le hacen sentir bien?</p>	<p>1.90 A: Que la bese, que le ayude, que le diga que la quiero, que la abrace...</p>

Galería D: Búsqueda de recursos. Búsqueda creativa de alternativas.

**Galería E: Habla "Salto fuera del patrón de acción problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.106 N: Pero no con palabras...señora ¿usted necesita de palabras?</p> <p>1.108 N: También necesita palabras.</p> <p>1.109 P: ¿A usted que cosas sabe que le gustan a él?</p> <p>1.111 P: Algo más efectivo...</p> <p>1.113 P: A ver usted, ¿qué le gusta que le hace su esposa a usted?</p>	<p>1.105 A: Con abrazos, besos...</p> <p>1.107 M: Yo digo que sí.</p> <p>1.110 M: Pues a él más que nada que se le tengan todas sus cosas limpias, que se le trate bien al niño y que se le tenga todo ordenado, porque por ejemplo, por el quehacer o por cualquier cosa, cuando me atraso en bañarme o no está la comida o no he atendido al niño se molesta mucho</p> <p>1.112 M: Pues que le haga la comida que le gusta.</p> <p>1.114 A: Que me acaricie, que me abrace, que me diga así cosas...</p>

1.115 P: ¿Qué más...?	1.116 A: Que yo la sienta así más cerca.
1.117 N: ¿Más cerca?	1.118 A: Si o sea que estemos juntos.

Galería E: Búsqueda de recursos. Búsqueda creativa de alternativas.

**Galería E: Habla "Salto fuera del patrón de acción problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.123 P: Cuando ustedes discuten ¿cuál es la mejor manera de que ustedes se reconcilien? , cuando usted está enojada o usted está enojado, ¿cómo le gustaría que su esposa lo abordara? ¿Cómo le gustaría que su esposa se acercara sin que usted se enoje y cómo le gustaría también a usted que su esposo se acercara sin que usted se enoje?	1.124 M: Pues yo siento que igual pero que nos pidiéramos una disculpa porque siento que los dos tenemos errores.
1.125 N: Por ejemplo, la última vez ¿cómo arreglaron sus diferencias? ¿cómo lo resolvieron para estar aquí juntos tratando de dar solución a sus problemas?	1.126 M: Pues creo que por el niño porque luego se acerca, nos agarra, nos dice ma, pa, entonces luego es por él...
1.127 P: ¿Qué pasaría si en lugar de discutir pudieran hablar y aprendieran a pedir disculpas y alguno de ustedes cediera por ejemplo el señor pero que no contestara groseramente sino con un abrazo?	1.128 M: Pues yo creo que sería mejor.
1.129 P: Usted no lo rechazaría.	1.130 M: No.
1.131 P: Y en lugar de que discutieran también usted le diera, no sé, un abrazo...	1.132 M: Pues sí...

Galería E: Preguntas presuposicionales. Cuestionamiento creativo. Provocación creativa.

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.133 P: ¿No lo habían pensado?</p> <p>1.135 N: Quisiera regresar al tiempo que ustedes pasan juntos. No creo personalmente que el tiempo que pasan juntos sea poco o demasiado sino la cuestión es cómo invertir ese tiempo en ustedes para que hagan o platicuen cosas que sean positivas. Por lo que hemos visto las discusiones consisten en señalar los errores del otro y a su vez contestar. ¿Qué pasaría si cada uno se fijara en vez de los errores, en las virtudes que el otro tiene?</p> <p>1.137 N: ¿Cómo cree que él se sienta?</p> <p>1.139 N: ¿Qué pasaría entonces si en vez de señalar sus errores, señalara sus virtudes? Me imagino que por algo se casó con él...porque vio más virtudes que errores...</p> <p>1.141 P: ¿Y usted qué opina acerca de lo que dijo su esposa de que no le gusta que le hagan ver sus errores?</p> <p>1.143 P: Pues lo felicito, el hecho de que ya a su corta edad ya se haya hecho independiente, no haya necesitado de sus padres y se haya construido un porvenir por usted mismo, dice mucho de usted, y su esposa se lo valora, lo valora por lo que es, pero es importante también...no sé...</p> <p>1.144 N: ¿Con qué fin cree que a usted le digan sus errores?</p> <p>1.146 P: ¿Y si usted en vez de pensar que es para ofender, pensara que ella lo hace porque</p>	<p>1.134 A: Pues sí...</p> <p>1.136 M: Pues yo creo que sería mucho mejor.</p> <p>1.138 M: Lo que pasa es que siento que a él no le gusta que le hagan ver sus errores.</p> <p>1.140 M: Sí, eso sí</p> <p>1.142 A: Pues sí, que tiene razón, bueno yo pienso que desde chico estoy luchando por tener algo yo solo...es lo que le digo a ella hasta ahorita lo que tengo lo tengo por mí y un poco por la ayuda de ella, a ella casi no le pedí nada, yo aprendí desde muy chico a no pedirles nada, entonces no tienen derecho a reclamarme por lo que yo haga o deje de hacer.</p> <p>1.145 A: Creo que algunas veces para ofenderme o para hacerme sentir mal...</p>

<p>lo quiere, lo ama y quiere que estén bien?</p> <p>1.148 N: Usted señora. ¿Con qué fin le dice sus errores?</p>	<p>1.147 A: Pues trataría de corregir mis errores, a lo mejor...</p> <p>1.149 M: Con el fin de que él los vea para que no los vuelva a cometer, más que nada para eso...</p>
---	--

Galería D: Elogio. Provocación creativa. Cuestionamiento creativo.

a

**Galería C: Habla "Patrón de acción"
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
	<p>1.149 M: ...Luego le digo a él que no se le puede decir...por ejemplo yo luego le digo mira, cómo ves, hacemos esto, y luego luego se exalta mucho, luego dice es que tú todo quieres, no es que todo quiera, sino es que por ejemplo el niño luego lo necesita, luego si le hace al niño, luego hay veces que está de malas, y le grita o le pega y le digo nosotros no tenemos la culpa de que vengas molesto de tu trabajo, o sea, siento que saliendo del trabajo deja tus problemas afuera, en el trabajo, porque si no...</p>

a

**Galería E: Habla "Salto fuera del patrón de acción problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.158 P: Pues si, pero ¿qué pasaría si en esos días en que le va mal en lugar de llegar de malas, llegara sonriendo?</p> <p>1.160 P: ¿Escucharía a su esposa?</p> <p>1.162 N: ¿Puede hacerlo?</p> <p>1.164 N: ¿Cuándo empieza? ¿a partir de</p>	<p>1.159 A: Nos llevaríamos mejor, platicaríamos más...</p> <p>1.161 A: Sí.</p> <p>1.163 A: Sí.</p>

<p>ahorita?</p> <p>1.166 N: Creo que es un buen comienzo llegar de su trabajo sonriendo...Y también quiero retomar dos cosas: lo de su tiempo libre para hablar de cosas positivas, aunque a veces será inevitable que alguno de ustedes dos empiece por arreglar sus diferencias,...</p>	<p>1.165 A: Sí.</p>
--	----------------------------

Galería E: Provocación creativa. Normalización.

a

<p align="center">Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema” (Soluciones/Creatividad específica)</p>
--

<p align="center">Marcos de los terapeutas</p>	<p align="center">Marcos de los clientes</p>
<p>1.166 N: ...pero me parece importante que sepan identificar si es para ofender o para que la otra persona aprenda algo...</p> <p>1.167 P: Me parece que no es para ofender, yo pienso que es para construir, el hecho de que busquen ayuda para llevarse bien dice mucho de ustedes como pareja...</p> <p>1.168 N: ¿Usted está convencido de lo que acaba de decir ella?</p> <p>1.170 N: Entonces podemos decir que en el momento de enojo, la interpretación de que el otro nos diga nuestros errores es que aparentemente esté ofendiendo, pero sabiendo que en el fondo es para que cambiemos esas pequeñas cosas...</p> <p>1.173 P: Vamos a ver que es lo que exactamente quieren de este espacio. ¿Cómo quieren que les ayudemos? Y que nos digan en qué exactamente quieren que nosotros les ayudemos. Ya hablamos un poquito de esto pero vamos ahora a definirlo mejor. ¿Cómo vamos a saber que ya no necesitan la terapia?</p>	<p>1.169 A: Sí.</p> <p>1.171 A: Sí.</p> <p>1.172 M: Sí.</p> <p>1.174 A: Pues vamos a venir y les vamos a decir que ya nos llevamos mejor, que ya compartimos más cosas...</p>

Galería D: Definición del objetivo terapéutico.

a

**Galería E: Habla "Salto fuera del patrón de acción problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.175 N: ¿Qué es lo que van a hacer ustedes cuando ya se lleven mejor?	1.176 M: Pues yo siento que también poner de nuestra parte cada quien, para tratar de no molestarnos.
1.177 N: ¿Qué es lo que van a hacer en su tiempo libre?	1.178 M: Pues tener más convivencia, más comunicación...
1.179 P: ¿Qué actividades les gusta hacer juntos?	1.180 M: Pues la verdad desde que nació el niño ya casi no salimos juntos...

a

**Galería C: Habla "Patrón de acción"
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
	1.180 M:...yo también me enoja mucho, cuando por ejemplo en las cosas de la casa casi no me ayuda, a veces, siempre ve que estoy haciendo todo y no me ayuda y es también por lo que me molesto con él,...

Galería E: Preguntas orientadas al futuro. Búsqueda de recursos. Búsqueda creativa de alternativas.

a

**Galería B: Habla “Patrón de percepción/lenguaje”
(Problema)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
	1.180 M:...y está bien que yo sea la mujer pero siento que los dos debemos ayudarnos

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.181 P: Otra cosa...en el momento en el que ustedes ya no necesiten de nuestro apoyo, ¿qué es lo que van a hacer juntos? ¿Cómo van a platicar o...qué es lo que van a hacer juntos?	
1.183 P: ¿Qué hacían antes cuando eran novios?	1.182 A: Pues nos vamos a llevar muy bien...
	1.184 A: Pues ahorita, cuando tengo un poco más de dinero le regalo rosas, o cuando tengo tiempo le he dibujado y así le llevo cartas o rosas, y es cuando le he dicho que como yo, en el medio en que crecí con mis padres yo no tengo bastante facilidad de comunicarme con la gente y si le digo lo que siento, por mi parte, un poco en algunas cartas...

Galería E: Preguntas orientadas al futuro. Búsqueda de recursos y habilidades. Búsqueda creativa de alternativas.

a

Galería A: Habla "Validación de los clientes y sus experiencias"

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.185 P: Y usted señora, ¿sabe algo de lo que está diciendo su esposo?	1.186 M: Sí, de hecho, siempre me llevaba cosas, y de hecho es lo que le comentaba a él que desde hace mucho tiempo no me trae rosas, nada más de novios.

**Galería E: Habla "Salto fuera del patrón de acción problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.197 P: Además de esto que dicen que platicarían más, conversarían sobre sus problemas, ¿qué otras cosas harían juntos? ¿qué les gustaría hacer juntos? 1.199P: ¿A dónde irían?	1.198 A: Salir más, convivir más juntos, salir de la casa, hace poco pensamos hacer un viaje de unos cuantos días... 1.200 A: No sé, ahorita le digo a ella que, quería llevar al chiquito a Chapultepec ahora de más grande, ya que ven más cosas para que vea a los animales y los conozca.

**Galería D: Habla "Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.201 P: ¿Qué piensa usted que va a decir su niño dentro de dieciocho años porque sus papás lo llevaron a Chapultepec?	
1.203 P: ¿Qué piensa que su hijo diría que su padre jugó mucho con él y su mamá también?	1.202 M: Yo siento que él se da cuenta de todo, y se daría cuenta de que nosotros salimos con él.
1.205 N: Y de saber que sus papás se llevan bien...	1.204 A: Se sentiría bien, yo creo que de más grande se sentiría bien de que su papá convivió con él..
1.207 P: Si consideramos que diez es lo mejor que pudieran estar y cero, el momento en que vinieron a pedir apoyo, ¿en qué número se encuentran en este momento?	1.206 M: Yo siento que serían buenos recuerdos para él...y siento que también le ayudarían a él para empezar su propia vida
1.209 P: ¿Y usted?	1.208 A: En el más bajo, como por el uno o el dos
1.211 P: Pues felicidades, porque hay personas que a veces dicen 'menos dos'...	1.210 M: Pues yo pienso lo mismo, igual que él...
1.212 N: Hasta en eso están unidos...	

Galerías E y D: Preguntas orientadas al futuro.

Galería D: Pregunta de la escala. Felicitación. Normalización.

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.212 N:...¿Qué han hecho para que esto no sea un ‘menos dos o menos tres’ , de seguro han hecho cosas muy positivas.	1.213 A: Luego tratamos de platicar, de discutir y de encontrar soluciones, y nos arreglamos...

a

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.214 N: Dicen que cuando platican bien, no suben el volumen de voz.	1.215 M: Más bien nos dejamos de hablar.
1.216 N: Hay silencio.	1.218 M: Pues él se va por acá y yo me voy por allá.
1.217 P: ¿Y cuando se topan en la casa?	1.221 A: Un ocho...
1.219 P: Pues felicidades en ese aspecto por ese respeto que se tienen.	1.222 M: Sí, un ocho.⁺⁺⁺(30)
1.220 N: Creo que también es parte de la herencia que le dejan a su hijo y parte de los recuerdos que después va a poder presumir en un futuro...no cualquiera lo puede hacer...habíamos dicho que el diez es lo mejor que pueden estar, el cero, el momento en que solicitaron este espacio y el dos en el momento en que se encuentran...¿Con cuánto se conforman alcanzar?	

⁺⁺⁺(30) En este momento de la sesión, los terapeutas hacen una pausa para consultar al equipo terapéutico y después de unos minutos regresan con los clientes para continuar la sesión con una **Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema” (Soluciones/Creatividad específica).**

Galería E: Pregunta relacionada a la escala. Provocación creativa.
 Galería D: Normalización. Felicitación. Pregunta en relación a la escala.

a

Galería D: Habla "Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema"
 (Soluciones/Creatividad específica)

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.224 N: Tenemos muchas cosas que nos dijeron y queremos compartir con ustedes...</p> <p>1.225 P: Antes que nada nosotros queremos felicitarlos por lo que han hecho como pareja, por lo que individualmente ha hecho cada quien, usted preocuparse por su esposo, por su hijo, porque las cosas estén bien, el hecho de que no discutan delante del niño, el hecho de que su esposo juegue con el niño, son cosas que son valiosas, aparentemente hay que arreglar pequeñas cosas que pueden andar mal, pero yo las veo muy sencillas, y eso las podemos cambiar con la voluntad de los dos, el hecho de que estén aquí nos dice mucho de ustedes; personalmente creo que tienen muy buenos apoyos.</p> <p>1.226 N: Bueno, también comparto lo que dice mi compañera, y por otro lado nos pidieron que les dejáramos una pequeña actividad. Desde allá observaron que tal vez la forma en que se comunican deja de lado muchos recursos que ustedes tienen como pareja. Me decía usted que le gusta mandar dibujos o cartas a su esposa y a usted le gusta recibirlas ¿verdad?...le hacen sentir bien.</p> <p>1.228 N: Pues esas son formas de comunicarse de hacerle ver a la otra persona lo que sentimos sin que esto implique hablar. Estos recursos, esta capacidad que tienen de comunicarse de forma distinta la percibí desde el principio, de tal forma que haga sentir mucho mejor a la otra persona, y a la vez resaltar las cosas positivas que tiene. Inevitablemente cuando uno escribe alguna carta para decir algo de lo que uno piensa, va a plasmar también sentimientos y deja de lado el arrebató porque nos da la oportunidad de reflexionar antes de lo que vamos a escribir. Ese sentimiento que también</p>	<p>1.227 M: Sí.</p>

<p>puede comunicar un dibujo, unas rosas, un abrazo, una mirada...esa comunicación la han dejado de tomar atención, sin embargo la tienen o sea la forma en como se miran, la manera en como actúan, se ve...ahorita que pasamos del otro lado notamos que se agarraron de la mano, creo que es algo positivo que refleja el amor que se tienen y tal vez el hablarse directamente no sea la mejor vía de resolver sus problemas,...</p>	
--	--

Galería D: Elogios.

a

<p>Galería E: Habla "Salto fuera del patrón de acción problema" (Soluciones/Creatividad específica)</p>

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.228 N:...entonces pueden ustedes recurrir a algo en lo que son expertos, escribir cartas, dar un abrazo, una mirada, mandar rosas o dibujos, de tal forma que hagan sentir bien a la otra persona y que a la vez expresen los sentimientos de cada uno. Lo que les queremos pedir para la próxima vez que nos veamos...</p>	
<p>1.229 P: Necesitamos que se comprometan...necesitamos primero saber si contamos con su voluntad...</p>	
<p>1.230 N: ¿Están dispuestos a lo que sea?</p>	<p>1.231 A: Sí. 1.232 M: Sí.</p>
<p>1.233 N: No va a ser nada que atente en contra de su integridad...</p>	
<p>1.234 P: Al contrario, los va a ayudar para que se lleven mejor.</p>	
<p>1.235 N: Necesitamos de su capacidad y disposición para hacer cosas...¿están dispuestos?</p>	<p>1.236 A: Sí. 1.237 M: Sí.</p>
<p>1.238 N: En primer lugar cada vez que usted llegue de su trabajo va a fingir que esa noche le fue muy bien, excelente, al llegar a su casa va llegar entonces con una sonrisa. Tal vez la tensión de su trabajo haga que usted no llegue con esa disposición, pero usted va a hacer lo suficiente como para fingir que le fue bien, la</p>	

<p>cuestión es que ella también lo perciba.</p> <p>1.239 P: Y a usted que haga algo que le sorprenda a su esposo, que le haga sentir bien...</p> <p>1.240 N: Sobre todo en aquellos momentos en los que están juntos, algo muy sorprendente...usted sabe que hacer para demostrarle cariño...Tal vez sean dos actividades aparte pero por su lado contribuirán para mejorar su relación como pareja. El otro punto es idear alguna forma de comunicar, aprovechando ese recurso que tiene de dibujante, de escritor de cartas, creo que es una buena oportunidad que tienen y que es necesario explotar en este momento. Si a su esposa le gusta esa forma de comunicarse, creo que es una buena oportunidad porque usted me decía que se le dificulta un poco decir las cosas de frente, entonces puede aprovechar esos recursos que usted tiene y que a ella le agrada.</p> <p>1.241 P: Otra cosa también que podrían hacer que en el momento en el que haya esas peleas y ya sabe uno como se calma el otro, pues en vez de que peleen hagan lo que quieran, un abrazo, un beso, y que platiquen.</p>	<p>1.242 A: Sí.</p>
--	---------------------

Galería E: Petición de una tarea directa, de acuerdo a lo que el señor contestó en los turnos 1.159 a 1.165. Petición de la tarea de la sorpresa, modificada. Búsqueda creativa de alternativas.

a

Galería A: Habla "Validación de los clientes y sus experiencias"

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.243 P: Al respecto de su mamá de usted no sé muy bien como esté la situación, pero me había comentado que su mamá estaba en tratamiento ...</p> <p>1.245 P: Pero usted debe de saber tanto así de que su mamá necesitaba ayuda...</p> <p>1.247 P: Bueno nosotros sabemos que ustedes tienen dificultades porque usted va con sus papás y usted con su mamá,...sí es importante en ciertos aspectos como este caso llegar a un</p>	<p>1.244 A: Pues ella fue la que la acompañó hasta ...</p> <p>1.246 M: Sí, o sea de hecho antes de casarme con él ella...</p>

acuerdo, cómo van a apoyar a su mamá de usted y cómo la van a ayudar,... porque su mamá está así como enferma y necesita ciertos cuidados.

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas

1.250 N: Tratar de aprovechar esos recursos de comunicación y buscar la forma de que él vea que las diferencias tienen todo menos la intención de hacerlo sentir mal.

1.251 P: Yo quisiera dejarles para la siguiente sesión,...que hagan un recuento, si lo quieren escribir mejor, de qué es lo que les gustaría seguir conservando de su relación como pareja y me refiero a su relación también con su hijo ¿qué les gustaría seguir teniendo? Que me parece muy valioso lo que tienen, que hagan un recuento de lo que les gustaría seguir conservando...

Marcos de los clientes

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas

1.251 P:...entonces ¿nos podrían repetir lo que les dejamos de tarea?

1.254 P: Y un día de la semana escojan, tal vez no sea el mismo día que coincida, pero tal vez un día de la semana es suficiente para escoger.

Marcos de los clientes

1.252 A: Que cuando llegue del trabajo llegue bien, trate de llegar con una sonrisa.

1.253 M: Y yo que haga algo sorpresivo para que él se sienta bien.

1.255 M: Y que hagamos un recuento de todo lo valioso que tenemos.

<p>1.256 P: Cada quien por su parte. Y vienen y nos lo enseñan aquí la próxima sesión. ¿Alguna otra cosa? Que cuando se peleen, se abracen o hagan otra cosa que sepan que al otro le va a agradar y nos digan que pasó, qué sintieron, qué pensaron, ¿sí?...</p>	
---	--

Galería D: Tarea de fórmula de la primera sesión, modificada.

Galerías D y E: Búsqueda creativa de alternativas.

a

<p>Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”</p>
--

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>1.256 P:...¿estamos hablando dentro de este espacio de lo que ustedes quieren hablar?</p>	
<p>1.259 N: ¿Cómo se sienten al saber que tienen muchas cosas parecidas que comparten?</p>	<p>1.257 M: Sí. 1.258 A: Sí.</p>
<p>1.262 N: Usted señora?...</p>	<p>1.260 M: Muy bien. 1.261 A: Mejor, de tener la oportunidad de salir adelante, de echarle más ganas para salir más adelante...</p>
<p>1.264 N: Veo mucha disposición y muchas ganas de salir adelante, si seguimos así de seguro salimos rápido...</p>	<p>1.263 M: Pues sí, que necesitamos echarle ganas por el bien de nosotros y del niño.</p>

a

<p>Galería B: Habla “Patrón de percepción/lenguaje” (Problema)</p>

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
	<p>1.265 A:...En cierta forma estoy enojado con la mamá de ella porque cuando éramos novios...y nos casamos y yo fui allá con sus papás y la señora y sus hermanas me empezaron a decir varias cosas y que yo le había dicho a ella que con respecto a esas cosas yo he tratado de sacarla y de salir</p>

adelante.

a

Galería: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
1.266 P: ¿Le ha afectado mucho lo que le dijeron? 1.268 P: ¿Le parece si hablamos de esto en la siguiente sesión?	1.267 M: Yo siento que tal vez ella estaba molesta porque es lógico,....pero en sí yo siento que eso ya pasó. 1.269 A: Sí. 1.270 M: Sí.

Galería A: Aquí la terapeuta cierra dos cosas, el habla sobre el problema que abrió el señor en la galería anterior, y al mismo tiempo cierra la sesión.

SEGUNDA SESION

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
2.1 P: Y bien, ¿qué cosas positivas han sucedido, me puede contar usted?	2.2 M: Pues él ha cambiado, ahora sí que ya no llega molesto del trabajo...

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
2.3 P: ¿Ahora qué pasó? , ¿y de la sorpresa que le iba a dar usted?	2.2 M:...Llega sonriendo, me platica lo que le pasó en el trabajo.
2.5 P: ¿No?	2.4 A: Esa no hubo.
2.7 P: Quién sabe a lo mejor sí hay, ¿si la hizo?	2.6 A: Nada.(la señora sonríe)
	2.8 A: No, para mí que no hubo. Ahora sí que se lo diga mi esposa.

Galería D: Pregunta presuposicional inicial de la segunda sesión. Como se sugiere hacer, se empieza la sesión preguntando por los cambios positivos para centrar la conversación sobre éstos y ampliarlos.

Galerías D y E: Desde la óptica del autor de este análisis, éste nota que la señora ya ha dado el salto fuera del patrón perceptual problemático, y en sus descripciones da cuenta de cómo ve ahora a su esposo y de nuevas acciones de éste hacia ella. Preguntas para comprobar la tarea. Aquí la terapeuta trata de introducir cierta incertidumbre en la percepción del señor, en el sentido de que su esposa no hizo nada sorpresivo para él.

a

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
2.9 P: Así...¿Cómo sobrellevó las cosas, se presentó algún problemita que pudo sobrellevar?	2.10 A: Sí, el día veintidós, sí fue el día veintidós cumpleaños de mi hijo. Mi familia está acostumbrada a preparar las cosas desde un día antes, y su familia no, y eso me molestó un poco, pero no le di importancia.

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
2.11 P: ¿Y qué hizo para no darle importancia?	2.12 A: Tratar de sobrellevar.
2.13 P: Y después, ¿qué paso acerca de eso?	2.14 A: Cómo le diré. Tratar de acostumbrarme, también tratar de aceptar su manera de ser y después más que nada...A eso venimos a buscar ayuda para nosotros, y ya no estar discutiendo por eso.
	2.15 M: Sí, una ayuda.

Galerías D y E: Pregunta presuposicional. Como se ha comentado en los apartados que tratan de la Terapia Orientada a las Soluciones, este tipo de preguntas van encaminadas a recordar/desarrollar la agencia creativa de los clientes. Aquí se nota que también el señor ya ha saltado fuera de sus patrones perceptuales/de habla y de acción, cuando describe ahora como “ve” las cosas y qué cosas ha hecho y le han servido para no caer de nuevo en el problema. Preguntas para indagar más acerca de la agencia creativa del señor. El señor da cuenta de su agencia creativa.

a

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
2.16 P: Pues si se logró ¿no? No discutieron, y ¿qué sienten cuando no discuten? ¿Ahora que estuvieron muy bien?	2.17 M: Pues que estamos contentos. Ahora sí se ve.
2.18 P: ¿Qué piensan ahora de lo que pasó?	2.19 A: Que está bien, tratar de no haber peleado.

Galería: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
2.22 N: ¿En qué estaban pensando, qué estaban sintiendo?	2.23 A: Que todo iba a estar bien, tanto por el niño, por nosotros, y por las personas que nos estaban acompañando en ese momento; para estar bien.

**Galería E: Habla "Salto fuera del patrón de acción problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>2.28 P: Entonces, ustedes ya saben, ¿qué pasará, si sucede otra situación, en la que pudieran pelear? , ya saben que hacer, ¿Cómo lo enfrentarían?</p>	<p>2.29 M: Pues yo haría como él. Tratar de no pelear, darle de comer cuando sea hora.</p>

Galería E: Preguntas orientadas al futuro para alentar la agencia personal creativa ya desplegada de los clientes. Búsqueda creativa de alternativas.

**Galería D: Habla "Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>2.61 P: Bueno, ¿se acuerda de la escala que platicamos?, ¿en qué número se encuentra ahorita?</p>	
<p>2.63 P: ¿Y usted señor?</p>	<p>2.62 M: Yo creo que como en un 'seis o un siete'</p>
<p>2.65 P: Nos dijeron que con un 'nueve' se conformarían, ¿qué les falta para el nueve?</p>	<p>2.64 A: En un 'siete o ocho'</p>
<p>2.67 P: ¿Echarle más ganas a qué? , ¿en qué?</p>	<p>2.66 A: Echarle más ganas.</p>
<p>2.69 P: Claro, ya saben que también pueden negociar, pueden suceder algunos otros conflictos, pero ya saben cómo negociarlos, ¿no?</p>	<p>2.68 A: En todo nos podemos llevar mucho mejor.</p>
<p>2.70 N: Sobre todo, porque esta prueba de fuego, la del 'veintidós' creo que estuvo muy bien. Me imagino que por lo regular estas reuniones están llenas de tensión: que todo salga bien, de atender bien a las personas;</p>	

<p>cuidar al niño también...Creo que lo pudieron resolver fue excelente, demostraron sus capacidades y sus recursos también.</p> <p>2.71 P: Pues, yo creo que están muy bien y les daremos otra sesión para seguimiento, para ver cómo siguen, pero yo digo que ya están listos para seguir adelante...Nos gustaría verlos en un mes...</p>	
---	--

a

Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>2.71 P:...Por favor no falten, ah, para nosotros esto que escribieron es un aliciente, esto es algo...</p> <p>2.72 N: Importantísimo.</p> <p>2.73 P: Ajá!...Pues adelante con sus cambios,...</p>	

Galería D: Comprobación de la tarea que se dejó a los clientes con la pregunta de la escala. En las respuestas de los señores, el autor de este análisis, percibe que se asumen con la capacidad de hallar soluciones. Comentario normalizador y previsor de alguna posible dificultad. Comentario normalizador, elogio y aliento de la agencia creativa de los clientes. En este turno, para el autor de este análisis, la terapeuta trata de consolidar lo que los clientes han dicho en relación a los cambios cuando comenta a éstos lo de otra sesión “de seguimiento”.

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>2.80 N: Una última pregunta. Nada más quisiera, hagan de cuenta que yo estoy en su lugar. Si yo quisiera decir que “lo más importante que yo aprendí” , ¿qué fue lo más importante?</p> <p>2.82 N: En vez de eso, ¿qué?</p> <p>2.84 N: ¿Usted señora?</p>	<p>2.81 A: Tratar de ser más feliz, ya no pelear como peleábamos...</p>

<p>2.86 P: ¿Qué pasó para ...? ¿Qué pasó para que su esposa se diera cuenta de que usted llegara siempre contento, le da las gracias y dice que está muy orgullosa de usted? ¿Qué le dice a usted esto, como hombre?</p> <p>2.88 P: Ya sabe que la calle es una cosa y su familia es otra.</p> <p>2.89 N: Pues como que las cosas ya estaban ahí, nada más había que desempolvadas, ¿no?</p> <p>2.90 P: Sí, estaban empolvadas.</p> <p>2.91 N: Sí, yo creo eso. Son muchas cosas que aprendieron en un pequeño lapso de tiempo. Yo siento que había todo eso, nada más que había que darle una pequeña revisada.</p> <p>2.92 P: Sobre todo porque hay amor, y con amor y con ganas.</p> <p>2.93 N: Sí, eso se nota, sí se los digo</p>	<p>2.83 A: Comunicación.</p> <p>2.85 M: Pues pienso que sería buen ejemplo, para el niño, porque ve a sus padres que ya no discuten.</p> <p>2.87 A: Lo que pasa es que ya en ocasiones, bueno, que ya últimamente, ya no he puesto más atención a los problemas que veo en la calle, quiero enfocarme a mi familia.</p>
--	--

Galería D: Búsqueda creativa de alternativas.

a

<p>Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”</p>
--

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>2.94 P: Bueno...felicidades...y que sigan así ...¿En qué podrían estar mejor?</p> <p>2.96 N: Por ahorita entonces está bien seguir todavía con esto, lo que han iniciado.</p> <p>2.97 P: Continúen, con esto y...</p> <p>2.99 P: Pero ya sabe como resolverlos, ¿cuántos meses tiene?</p>	<p>2.95 M: Por ahorita estamos bien.</p> <p>2.98 M: Ahora con el embarazo porque me veo presionada, más que nada con el niño y los malestares del embarazo, posiblemente tenga, posiblemente tenga problemas porque no me voy a aguantar.</p> <p>2.100 M: Un mes.</p>

<p>2.101 P: Pues felicidades. ¿Apenas lo supo?</p> <p>2.103 N: Así que somos los primeros.</p> <p>2.105 P: Felicidades. Esperamos que sigan bien y nos vuelvan a contar cosas positivas</p>	<p>2.102 M: Sí, ahora.</p> <p>2.104 A y M: Sí.</p>
--	--

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>2.105 P: ...No sé, tal vez un nuevo recuento de lo que han hecho; de lo que van a seguir haciendo, estaría bien ¿no? Entonces de tarea nada más, hagan un recuento de lo que han aprendido y de lo que van a seguir haciendo cuando se les presenten problemas que pueden haber; de alguna enfermedad, y es cuando necesitamos el apoyo del otro. ¿Qué otra cosa...? Nada más... Que jueguen con su hijo. Que negocien si hay algún problema, que espero que no y pues, adelante seguir así.</p> <p>2.106 N: Adelante, resolviendo sus problemas de la misma forma como lo han hecho y pues, felicidades, seguir así.</p>	

Galería E: Aliento de la agencia creativa de los clientes. Búsqueda creativa de alternativas.

Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>2.109 P: Pero yo si sé que cuentan con los recursos para resolver sus problemas, de pareja de familia y pues adelante. Que reciban a ese niño en un hogar más feliz que antes ¿no? . Si era feliz pero como que estaba empolvado...¿Qué va a decir el niño?...Mmm,</p>	

<p>en la forma en que él perciba a sus padres...como pareja le va ayudar mucho a su hijo; los primeros años son importantes.</p> <p>2.110 N: Sí, le va a dar mucha seguridad...</p> <p>2.111 P: Necesitamos que celebren esto.</p> <p>2.112 N: Porque nosotros lo vamos a hacer ¿eh?</p> <p>2.113 P: No sé, preparar una cena o que lo celebren de alguna forma.</p> <p>2.114 N: Sí pueden hacerlo ya.</p> <p>2.115 P: Sí, porque es algo diferente.</p> <p>2.116 N: Sí, sorpresa.</p> <p>2.117 P: ¿Hacen algo juntos regularmente? . No sé, ¿qué hacen juntos?</p> <p>2.120 P: Ah, pues eso está bien, es una buena manera de comunicarse, síganlo haciendo.</p> <p>2.122 P: Esperamos que sigan habiendo momentos más juntos.</p> <p>2.124 P: Muy bien, no dejen de hacerlo...¿de acuerdo?</p> <p>2.127 P: Fijese señora: “¿se saco la lotería!” <i>(la señora contesta con una sonrisa)</i></p> <p>2.129 P: Muy bien, a ver si pueden ir de un “día de campo” o jugar pelota en el parque</p> <p>2.131 N: Nada más que tenga tiempo, o al cine, lo que pasa es que a veces no hay películas buenas, y que hay que esperar</p> <p>2.132 P: No sé, comprarse unos chicharrones, celebrar en casa y digan: “celebramos por esto”</p> <p>2.133 N: Disfrutar a su esposo...</p> <p>2.134 P: ...Saben que tienen los recursos para resolver sus problemas</p>	<p>2.118 A: Por lo regular no, pero cuando se llega a presentar...</p> <p>2.119 M: Por lo regular va al mercado conmigo y hablamos que vamos a hacer de comer.</p> <p>2.121 M: Sí, vamos los tres.</p> <p>2.123 A: A veces de que vamos al mercado le digo: “haz esto”</p> <p>2.125 M: Él me ayuda.</p> <p>2.126 A: Como le digo...Le platico, trataba de salir adelante yo solo, en ocasiones salían fuera mis padres y me dejaban solo con mi hermana y ella se iba a trabajar de “siete a cinco” , y yo tenía que hacer la comida y el aseo.</p> <p>2.128 A: Yo le digo: “pues haz esto” y no lo sabe, yo le digo.</p> <p>2.130 M: Tenemos planeado que nos lleve a “Chapultepec” o a “La Villa”.</p>
--	--

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>2.136 P: Dediquen una hora a su hijo. Recuento de lo que han aprendido. Recuento de lo que tienen también, de sus recursos que se han dado cuenta que tienen. Cómo van a enfrentar los problemas cuando se les presenten, si es que se les presentan.</p> <p>2.137 N: Prestando especial interés a los cambios del embarazo, que es el reto más próximo.</p> <p>2.138 P: Y seguir enriqueciendo su matrimonio,...</p>	<p>2.135 A: Por favor, ¿podrían repetir la tarea?</p>

Galería A: Búsqueda creativa de alternativas.

Galería E: Desde el punto de vista del autor de este análisis, esta petición que hace el señor, muestra su interés por seguir ampliando los cambios que ya han estado teniendo. En otras palabras, interés por seguir ejerciendo su agencia personal creativa. En la opinión de este autor, es muy importante acceder a aclarar cualquier duda que tengan los clientes, mostrar interés y escucharlos; sobre todo cuando se nota su disposición a seguir sugerencias o a llevar a cabo tareas.

a

Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>2.138 P: ...Sobre esto, de no descuidar su apariencia, como le digo, usted ahora se ve diferente.</p> <p>2.139 P: Bueno pues hasta pronto.</p> <p>2.140 N: Hasta pronto, y nuevamente felicidades.</p>	

TERCERA SESION⁺⁺⁺(31)

Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
3.1 P: Que bien que ya se sienten mejor,...	

a

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
3.1 P:...plátiquenos ¿qué han estado haciendo últimamente bien.?	
3.3 P: ¿Todo?	3.2 A: Pues todo...
3.5 P: ¿El niño?	3.4 A: Sí, como ella ha estado enferma yo me encargo del niño un rato, y cuando no estoy está con mis cuñadas, entonces llego y me quedo hasta las once o doce con él y ya jugamos cualquier cosa y a esa hora le doy su mamila...y ya se duerme conmigo...
	3.6 A: Sí

Galería D: Pregunta presuposicional para promover la agencia creativa de los clientes. Como es costumbre, la sesión empieza preguntando por los cambios positivos, y como siempre, se espera que los clientes hablen de ello. El señor da una respuesta muy significativa en cuanto al cambio en su percepción.

a

⁺⁺⁺(31) A esta sesión no pudo acudir la señora debido a cuestiones relacionadas con su salud.

Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
3.7 P: Porqué, ¿ella está muy mal o porqué?	3.8 A: SÍ es que, ella se espantó y se le bajó mucho el bebé y se siente muy mal, por eso es que...en la tarde, en la mañana ya al momento de dormir nos dormimos, si tiene sueño se duerme conmigo, si no se queda con sus tías y lo cuidan en la tarde porque yo, este, tengo que irme y me despierto... 3.10 A: Sí, de hecho llego y cambio al niño, luego lo baño, luego me pongo a jugar con él... 3.12 A: ¿Cómo? 3.14 A: Ella está bien.
3.9 N: Entonces han tratado de ayudarse mutuamente en los quehaceres...	
3.11 P: ¿Y ella? ¿cómo la ve a ella?	
3.13 P: De ánimo...	
3.15 P: ¿Si?,...	

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
3.15 P: ...¿qué le dejamos de tarea? ¿la trajo?	3.16 A: Sí, nada más que no...no traigo mucho (saca un cuaderno y se lo muestra a la terapeuta) 3.18 A: No...no pudimos festejar por lo que pasó...como ha estado delicada no...
3.17 P: ¿Festearon?...no sé si recuerde...	
3.19 P: ¿Qué lo lea?(dirigiéndose al otro terapeuta)	
3.20 N: SÍ	
3.21 P: ¿Nos lo puede leer por favor?	

Galería E: Revisión de la tarea.

a

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
3.23 P: Más fuerte...	<p>3.22 A: Les doy gracias por sus consejos...</p> <p>3.24 A: “Les doy gracias por sus consejos ya que los he seguido, no tenemos muchos problemas ni discusiones...estamos mejor...ahora con su embarazo, pues he visto con...pues con mucho gusto, pues gracias a nuestro hijo y el que viene en camino nos han unido más y doy gracias a Dios por darme una esposa tan bella y también doy gracias por tener un hijo así, y con mi hijo también doy gracias...doy gracias también por porque he tenido la oportunidad de tener un hijo así tan hermoso, aunque no tenga yo la oportunidad de estar mucho tiempo con él...pero cada vez que estoy con él, estamos juntos, con gusto estoy con él, con mucho gusto”</p>

a

Galería A: Habla “Validación de los clientes y sus experiencias”

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
3.25 P: A mí también me da mucho gusto...	

Galería D: En la percepción del autor de este análisis, el señor da cuenta de haber validado en su ambiente cotidiano lo que le ha brindado la terapia. La frase “Les doy gracias por sus consejos ya que los he seguido” remite a lo que se ha hecho resaltar sobre la individualidad de las percepciones/significados, y como esto puede habilitar ciertas acciones. Parece ser que para el señor ha sido importante, útil y valioso lo que los terapeutas le han dicho y que para él tiene el significado amplio de “consejos”.

**Galería D: Habla "Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>3.32 N: Yo recuerdo la primera vez que vino con su esposa y nos hablaba de que se sentiría contento cuando usted viniera y nos dijera que su problema se había solucionado y que tendría idea de como seguir luchando por su matrimonio y por su hijo también...mi impresión es que esos objetivos ya se han cumplido. No se usted que piense...</p> <p>3.34 P: Sabemos que nosotros a lo largo de nuestra vida va a haber esos pequeños tropiezos...también ha descubierto que tiene herramientas para afrontarlos...</p> <p>3.36 P:...según nos ha dicho.</p>	<p>3.33 A: Pues sí...ha habido uno que otro tropiezo pero muy pequeñito, ya no es como antes de grandes tropiezos, ahora son pequeños...</p> <p>3.35 A: Sí...</p>

Galería D: Evaluación del cumplimiento del objetivo terapéutico. La frase "mi impresión es que esos objetivos ya se han cumplido", dicha por el terapeuta, contribuye, desde el punto de vista del autor de este análisis, a que el cliente tenga más la sensación de ser agente personal creativo. En la percepción de este mismo autor, a través de sus respuestas, el señor ya asume su posición como agente. Su percepción de la situación y de él mismo han cambiado. Normalización, y aliento de la capacidad de agencia del señor.

a

**Galería E: Habla "Salto fuera del patrón de acción problema"
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>3.37 N: De esos recursos...¿cuáles serían esos recursos que le sirvieron más en estos días, que usted pudo descubrir y pudo aplicar en su matrimonio?</p>	<p>3.38 A: Pues en ocasiones no haciendo mucho caso de lo malo, y pues sí, en ocasiones discutimos, pero muy poco, no mucho y ya nos acercamos uno al otro, pero para seguir platicando, ahorita más que nada porque a eso</p>

	venimos aquí, a salir adelante, no tener tantas discusiones y por eso le dije a ella que viniéramos aquí y me dijo que sí y por eso estamos aquí para salir adelante...
--	---

a

Galería E: Promoción de la agencia del señor por medio de una pregunta sobre sus recursos. A juicio del autor de este análisis, los clientes, por las descripciones que hace el señor, -ya han saltado fuera de sus patrones problemáticos y empiezan a desplegar patrones más benéficos para ellos. Búsqueda creativa de alternativas.

a

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>3.39 N: Muy bien...¿qué de lo que se dijo aquí entre nosotros cree que le haya servido para cumplir con este propósito de salir adelante?</p> <p>3.41 P: ¿Qué otra cosa?</p>	<p>3.40 A: Pues le digo a mi esposa, en que les hemos comentado a ustedes de que...en que escala nos encontrábamos, y ustedes nos habían dicho que, qué íbamos a hacer para subir un poco más, hacerla sentir bien y ayudarla en lo que se pueda y más que nada por eso seguimos bien...</p> <p>3.42 A: Pues por nuestros hijos, para que salgan adelante, y ya para que ellos tengan más adelante un bonito recuerdo de sus padres y sigan adelante...</p>

Galería D: Indagación acerca de los recursos terapéuticos que sirvieron para promover la agencia creativa en los clientes. Búsqueda creativa de alternativas.

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>3.43 N: Bien. Esta pregunta creo que ya anteriormente se la hemos dicho, pero de acuerdo con la experiencia que últimamente, en este lapso de tiempo que ha pasado desde la segunda vez que nos vimos hasta ahorita...Si usted tuviera la oportunidad de enseñarle a alguien lo que ha aprendido aquí o lo más importante que ha aprendido aquí, ¿qué es lo que le enseñaría?.</p>	<p>3.44 A: Que pensarán en más adelante y que escucharán más a su pareja, o sea, que como les dije ahorita, por decir si tienen hijos, no tenerlos así...sin estar con ellos sino compartir el tiempo con ellos.</p>

Galerías D y E: En estos turnos se nota la utilidad que tuvo la pregunta de la escala y al parecer algunas preguntas orientadas al futuro que hicieron los terapeutas en la primera sesión, en relación a algo que es importante para el señor como son sus hijos y su esposa. Promoción de la capacidad de agencia. Búsqueda creativa de alternativas.

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>3.49 P: Si le pudiéramos pedir algún día que llegara una pareja similar al problema que usted trae con su esposa, ¿podría venir a explicarle lo que usted hizo aquí?</p> <p>3.51 P: ¿Qué pasará la próxima vez que se le presente el problema?</p> <p>3.53 P: ¿De qué manera?</p>	<p>3.50 A: Como no, sí...</p> <p>3.52 A: Afrontarlo...</p> <p>3.54 A: Dependiendo de la situación veríamos como lo podemos arreglar, si es algo pequeño yo creo que no le tomaríamos mucha importancia y seguiríamos adelante, si es algo un poco más grande, creo que debemos platicar,...</p>

Galería E: Más aliento de la capacidad de agencia. Como se decía un poco atrás, ya se nota en el señor su percepción como agente. Agencia creativa, recursos, habilidades, capacidades del señor. Búsqueda creativa de alternativas

a

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>3.55 N: Y, ¿Cómo se imagina, cómo visualiza con todo lo que hemos hablado, por ejemplo dentro de dieciocho años cuando su hijo ya se torne independiente? Porque generalmente es la edad en la que buscan independizarse, ¿cómo visualiza el futuro respecto a esto?</p>	<p>3.54 A: ...tenemos la facilidad de decir lo que nos molesta, lo podemos sacar y seguir adelante</p> <p>3.56 A: Más que nada como le decía, un día decirle que su mamá y yo en una ocasión venimos a pedir ayuda porque las cosas con su mamá no andaban del todo bien, pero que por ustedes han cambiado las cosas....</p>

Galería D: El señor da cuenta de su agencia creativa. Preguntas orientadas al futuro.

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>3.81 P: Bueno, tenemos algo para ustedes dos, queríamos darle también a su esposa pero como no puede pues, usted va a llevárselo...no sé si usted se la lleve...</p> <p>3.83 N: Es también para corresponder lo que hace rato leyó para nosotros...</p> <p>3.84 P: Le hicimos algo a usted también...bueno dice: “A y M: Por medio de la presente nos dirigimos a</p>	<p>3.82 A: Sí.</p>

ustedes con el propósito de reconocer sus logros. Así mismo también poner de relieve el descubrimiento de sus propios recursos, así como la conservación y el enriquecimiento de los que ya conocían, tales como la protección que le brindan a su hijo, el darle lo mejor de sí e incluso no discutir delante de él.

Esperamos que lo que hayan aprendido hasta ahora, les sea de gran utilidad para las próximas dificultades que pudieran presentarse. Estamos conscientes de que son una pareja muy fuerte y que además son buenos padres, que sabrán guiar a sus hijos hasta que se vuelvan independientes y puedan realizar su propia vida. Por último les recordamos que un buen matrimonio y una buena relación de pareja, pueden servir, entre otras cosas, a sus hijos, para poder emprender igualmente una relación sólida y fuerte con su pareja.

Con nuestros más fervientes y sinceros deseos, esperamos haber sido de utilidad. Igualmente deseamos que sigan construyendo un matrimonio sólido, pues consideramos que tienen los recursos y las herramientas para continuar hacia adelante por sí mismos.

De cualquier forma estamos a su disposición en el momento que lo puedan requerir.

De ustedes sus atentos y seguros servidores.

Equipo terapéutico y sus terapeutas P.R. y N.A.”

3.85 A: Gracias...

Galería D: Elogio y promoción de la agencia creativa de los clientes. A pesar que en la Terapia Orientada a las Soluciones no se menciona el uso de documentos terapéuticos como cartas, aquí los terapeutas recurrieron a esta forma escrita de reconocimiento de los clientes como agentes creativos, contribuyendo al mismo tiempo -según el autor de este análisis - a que tengan una nueva percepción de ellos mismos y de su situación familiar, fortaleciendo esa sensación que los clientes han adquirido de que pueden resolver sus problemas por sí mismos. Una ventaja que tiene este modelo de terapia es su flexibilidad para usar variados recursos terapéuticos.

a

**Galería E: Habla “Salto fuera del patrón de acción problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
3.86 P: Entonces se la lee a su esposa y pueden conservarla para cuando surja algo, ya saben...algo que les recuerde, no creo que se les olvide...	3.87 A: No, de hecho...y le digo que no se preocupe y que les diga a sus papás que los ayude ,y ya no recuerdo que le dije... pero ella está contenta

a

**Galería D: Habla “Salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema”
(Soluciones/Creatividad específica)**

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
3.88 P: Sí así estamos nosotros...consideramos nosotros que están listos...	

Galería D: En una apreciación del autor de este análisis la frase “consideramos que están listos”, sirve como un cierre importante en esta última sesión, y como una intervención más, encaminada a que los clientes asuman su posición como agentes creativos.

a

Galería A: Habla "Validación de los clientes y sus experiencias"

Marcos de los terapeutas	Marcos de los clientes
<p>3.89 N: De allá atrás hicieron extensivas estas felicitaciones y también agradecer por parte del equipo terapéutico que les hayan brindado la oportunidad de compartir esta experiencia con ellos, creo que a todos nos sirve mucho o poco de lo que ha aprendido, nosotros también lo aprendemos de cierta forma y bueno muchas felicidades y a echarle ganas.</p> <p>3.90 P: Nos sentimos satisfechos y también a ustedes por ayudarnos a aplicar lo que sabemos y esperemos que sí funcione...no sé un abrazo o algo así, pues no sé, me felicita y me saluda a su esposa y ya sabe que aquí estamos para servirle cuando usted lo necesite, que esperemos que no, que puedan hacer las cosas.</p> <p>3.92 N: ¿Algo más que quiera agregar?</p> <p>3.94 N: Claro...</p> <p>3.95 P: Incluso para darme esa hoja que me...no sé, si usted quiere una pregunta de información que nosotros le podemos orientar, nosotros aquí estamos los martes de diez a dos, ¿si?.</p>	<p>3.91 A: Gracias.</p> <p>3.93 A: Pues no...nada más, bueno ya me dijeron que si necesitamos venir que podemos venir...</p> <p>3.96 A: Sí.</p>

RESULTADOS

Como se ha mencionado en diferentes partes de este trabajo, el propósito de esta investigación es mostrar cómo la Terapia Orientada a las Soluciones puede ser percibida como un ejercicio creativo, en el sentido de que promueve que los clientes abandonen sus patrones problemáticos para que desarrollen ideas/acciones de solución.

Tomando esto en cuenta, al autor le interesó examinar la contribución de terapeutas y clientes en la construcción de una terapia de este tipo y notar más específicamente, qué es lo que hacen los terapeutas para promover estos cambios de patrones, y cuáles son las respuestas de los clientes ante estas intervenciones.

Así fue que, después de realizado el Análisis de Marcos Recursivos del caso atendido se encontró, como es sugerido por el modelo de terapia, que en las tres sesiones que se llevaron a cabo, la mayor parte del tiempo la conversación mantuvo un equilibrio entre el reconocimiento y la apertura de posibilidades para el cambio o como se menciona en el contexto de este trabajo, el salto fuera de patrones, la creatividad.

Una manera de describir estas notaciones del autor de este AMR sería la siguiente:

Primera sesión

La primera sesión se abre dando una breve explicación de la forma de trabajo en el espacio terapéutico, y pidiendo el consentimiento de los clientes para grabar las sesiones.

Del turno 1.4 al turno 1.15 la conversación se aboca a indagar sobre el problema, se nota cuál es el problema y cómo se percibe.

A partir del turno 1.16 los terapeutas intentan cambiar el flujo de la conversación y empezar a dirigir ésta hacia el cambio de percepción en los clientes y hacia la búsqueda de recursos en éstos. Los clientes responden en forma cooperativa, y la conversación se centra en estos tópicos desde el turno 1.16 hasta el turno 1.34.

En el turno 1.34 se abre una galería donde se conversa sobre actividades cotidianas de los clientes, validándolos y mostrando los terapeutas interés en éstos. Esta galería se cierra en el turno 1.51.

En el turno 1.52, los terapeutas nuevamente centran su atención en la búsqueda de excepciones y recursos de modo que esto pueda usarse posteriormente. Desde este turno hasta el turno 1.63, la conversación se mantiene orientada al cambio de percepción de los clientes.

En el turno 1.64 la señora regresa a hablar del problema y de aquí hasta el turno 1.85 la conversación versa sobre cómo se hace y cómo se percibe el problema.

En turno 1.86, la terapeuta cierra las galerías problema y abre una nueva galería de solución, de creatividad, al hacer un comentario normalizador. Turno 1.88, la señora regresa a una galería problema. Turno 1.89, la terapeuta cambia el flujo de la conversación invitando al señor a saltar fuera de su patrón de percepción problema; el señor aporta recursos en el turno 1.90. A partir del turno 1.89 hasta el turno 1.149, los terapeutas tratan de mantener la conversación orientada a que los clientes tengan un cambio en sus percepciones/descripciones y en que reparen que hay cosas que “hacen” (acciones que han llevado a cabo) y que pueden hacer para sentirse mejor.

En turno 1.149 la señora regresa a una galería problema, pero de inmediato en el turno 1.150, el terapeuta abre una galería de salto fuera del patrón de percepción problema. En los turnos 1.150 y 1.152, el terapeuta trata de invitar a los clientes a que hagan algo diferente respecto a una parte de su patrón problema. En los turnos 1.151, 1.153, se nota cómo los clientes responden a esta invitación.

En el turno 1.158, la terapeuta vuelve a hacer otra invitación para actuar diferente en el problema y al parecer los clientes aceptan esto, por lo que se puede ver del turno 1.159 al turno 1.172.

En los turnos 1.173 y 1.174 se hace algo muy importante que es, definir el objetivo de la terapia; queda muy claro en la respuesta que da el señor.

Del turno 1.175 al turno 1.178 se promueve la agencia creativa en relación al objetivo terapéutico.

En el turno 1.180, la señora regresa a una galería problema.

En turno 1.181 la terapeuta cambia el flujo de la conversación y lo dirige nuevamente a que los clientes salten fuera de su patrón de acción problema. De este turno al turno 1.206, los clientes van siguiendo a los terapeutas en sus intentos por cambiar sus percepciones y sus acciones.

En turno 1.207, se hace la pregunta de la escala, del turno 1.211 hasta el turno 1.220 se elogia y normaliza parte del problema, y también en el turno 1.220 se vuelve a preguntar acerca de la escala.

Aquí se hace una pausa de intersesión.

Después de la pausa, desde el turno 1.225 hasta el turno 1.264, el habla de terapeutas y clientes se mantiene orientada en el sentido de hallar nuevas percepciones y nuevas acciones, los clientes se muestran colaborativos. Entre estos turnos, en turno 1.239 se deja a la señora una variante de la tarea de la sorpresa y en turno 1.251, se les deja a ambos clientes la tarea de la primera sesión, modificada.

En turno 1.265, el señor abre una galería de problema, y la terapeuta la cierra y abre una de validación en el turno 1.266. Con esta galería se cierra la sesión.

Segunda sesión

En turno 2.1, la terapeuta abre una galería de salto fuera del patrón de percepción/lenguaje problema con una pregunta sobre lo positivo. En el turno 2.2 la señora describe cosas positivas. A partir del turno 2.9 y hasta el turno 2.21, las preguntas de los terapeutas se centran en promover más el que los clientes ya se mantengan fuera de sus patrones problema, cosa que ya denotan por las respuestas que dan a estas preguntas.

En turno 2.22, se validan los logros de los clientes. A partir del turno 2.23, la conversación empieza a pasar de galerías de creatividad a galerías de validación y viceversa; de tal modo que esto va promoviendo la agencia creativa de los clientes en una medida creciente.

En turno 2.42 los terapeutas hacen una pregunta que trata de devolverles a los clientes su condición de expertos en el manejo de su vida; esta pregunta se refuerza con otras más en los turnos 2.44 y 2.46, mismas que tienen una respuesta favorable en los turnos 2.45, 2.47 y 2.52.

En turnos 2.49 y 2.56, los clientes leen unas cartas escritas por ellos, dirigidas del uno hacia el otro, y aunque en la transcripción original no está escrito el contenido de éstas; el autor de este análisis cree que el reconocimiento del valor de estos documentos por parte de los terapeutas alentó en gran medida la sensación de la agencia en los clientes, por supuesto junto con todo lo demás que se ha hecho en las sesiones.

En los turnos 2.61 al 2.68, se retoman las preguntas relacionadas a la escala y se notan las respuestas favorables de los clientes.

En turno 2.71 la terapeuta, desde el punto de vista del autor de este análisis, fortalece la agencia creativa de los clientes al decirles que habrá otra sesión “de seguimiento” . Desde este turno hasta el turno 2.134, la conversación fluyó de galería en galería, siempre tratando los terapeutas de consolidar que los clientes se mantengan con la sensación de agencia.

En turno 2.135 el señor muestra su interés y disposición a seguir participando activamente en la terapia, y en turno 2.136 la terapeuta le aclara su pregunta. La sesión termina con una galería de validación, con los turnos 2.138, 2.139 y 2.140.

Tercera sesión

Esta sesión empieza con una galería de validación, y pasa inmediatamente a una galería de salto fuera del patrón de percepción problema, con una pregunta presuposicional sobre cosas positivas como es costumbre empezar las sesiones en este modelo terapéutico, esto puede verse en el turno 3.1. La respuesta del señor en el turno 3.2 parece muy ilustrativa en cuanto a su cambio perceptual.

En turno 3.7, se abre una galería de validación, también como es costumbre, para mantener el equilibrio entre el reconocimiento las posibilidades.

En turno 3.15 se revisa la tarea y en turno 3.16 el señor responde afirmativamente.

En turno 3.24, el señor lee un documento escrito por él donde, desde el punto de vista del autor de este análisis, da cuenta de que ha validado fuera del consultorio lo que los terapeutas le han brindado, además de mencionar otras circunstancias que para él son importantes y que han contribuido a su cambio.

En el turno 3.32 el flujo de la conversación tiene un cambio importante, ya que el terapeuta revisa el objetivo de la terapia y da su punto de vista en cuanto a su cumplimiento. En turno 3.33 el señor corrobora que se ha cumplido con el objetivo.

En turno 3.34, la terapeuta normaliza la percepción de alguna posible dificultad, y al mismo tiempo promueve más la agencia creativa del señor. La respuesta de éste en el turno 3.35, es ilustrativa de su propia aceptación como agente.

En el turno 3.38, se nota el efecto positivo de la pregunta que hace el terapeuta en el turno 3.37, cuando el señor habla acerca de lo nuevo que hace y percibe, en los turnos 3.41, 3.42, y lo que hacen él y su esposa en pareja.

En turno 3.39, el terapeuta hace una pregunta importante, en el sentido de saber cuáles son las cosas que brinda la terapia para favorecer la creatividad de los clientes. En turno 3.40, el señor menciona la utilidad que tuvo para él la pregunta de la escala.

En turno 3.41 la terapeuta pregunta por algo adicional, y en turno 3.42 el señor da una respuesta relativa a sus creencias personales en cuanto a algo que considera importante para sus hijos.

En turno 3.43 el terapeuta hace una intervención encaminada a fortalecer la sensación de agencia creativa del señor. La respuesta del señor en turno 3.44, desde el punto de vista del autor de este análisis, ilustra ya, que hay esa sensación de agencia en él.

Los turnos 3.45 a 3.48 hacen alusión a la percepción que el señor tiene sobre la agencia de su esposa. Del turno 3.49 al turno 3.54, la conversación es orientada por los terapeutas a través de preguntas, a afianzar más esta sensación de agencia creativa en el señor; sus respuestas reflejan que éste ya ha encontrado nuevas ideas que han sido y le serían de utilidad si se presentara una situación semejante a la que lo hizo buscar la terapia.

Del turno 3.55 al turno 3.80 se sigue tratando de fortalecer la agencia del señor y validando sus experiencias.

En turno 3.84, la terapeuta lee un documento elaborado por ella y por su compañero terapeuta, en el cual se elogia y se reconoce el trabajo que los clientes han realizado a raíz de la terapia.

En turno 3.88, se percibe que la terapeuta da un cierre importante a la sesión y al caso, con una indicación hacia los clientes que ratifica la agencia personal creativa de éstos.

Finalmente esta sesión y este caso concluyen con una galería de validación de los clientes y sus experiencias; y se hace un agradecimiento por parte de los terapeutas y el equipo terapéutico hacia los clientes, en los turnos 3.89 y 3.90, por la oportunidad de poder brindarles apoyo.

De todas estas notaciones hechas por el autor de este trabajo como analista de marcos recursivos, y debido a la extensión en el papel que puede alcanzar un AMR, solo algunas trataron de hacerse visibles para el lector, a través de los elementos gráficos y decriptivos (títulos de las galerías, mención de procedimientos utilizados de los modelos de soluciones y de creatividad, comentarios personales del autor, letras negritas, etc.) utilizados en la representación gráfica de este análisis.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado el análisis/representación gráfica de las conversaciones de un caso donde la Terapia Orientada a las Soluciones tuvo éxito, y ligando los hallazgos de este análisis con el planteamiento teórico que se hizo de un modelo práctico de creatividad, de un modelo práctico de terapia y de un método evidentemente práctico para investigar conversaciones terapéuticas, se llegó a las siguientes conclusiones.

La creatividad puede ser algo muy simple de conceptualizar, puede ser entendida como un salto fuera de un patrón “x” con un resultado funcional. A entender del autor de este trabajo, llevar a cabo un ejercicio creativo entendido así, puede no ser algo tan simple.

El núcleo de este trabajo fue la terapia, y más concretamente el examen, a través del análisis de sus conversaciones, de una terapia orientada a las soluciones desplegada.

El modelo de creatividad como salto fuera del patrón le fue útil al autor para explicarse a él mismo, y para tratar de mostrar a los demás, por medio de la re-visión del lenguaje en terapia, qué y cómo ocurre algo cuando terapeutas y clientes conversan/interactúan para conseguir un objetivo terapéutico.

Más que tratar de convencer a alguien para que adopte la percepción de este autor, de la terapia como un ejercicio creativo, el interés fue mirar más de cerca el habla en terapia. Reparar en el recurso del lenguaje como facilitador de cambios, y compartir esto con alguien.

Observando la puesta en práctica de procedimientos sugeridos por la Terapia Orientada a las Soluciones es posible notar cómo el uso del lenguaje puede favorecer el cambio de percepciones/descripciones y acciones en los clientes, que los lleven a soluciones.

Como se decía, si en teoría la creatividad consiste en saltar fuera del patrón o ayudar a alguien a saltar fuera de un patrón, en la práctica, llevar a efecto esto parecería sencillo. Sin embargo, como se ha tratado de mostrar a través de las conversaciones registradas, la empresa en terapia implica un esfuerzo constante por parte de los terapeutas y un sentido de colaboración por parte de los clientes para lograr ese salto fuera. Implica una sincronía de dos afanes, iniciales o desarrollados en el curso de la terapia, por encontrar soluciones.

Decir que con el lenguaje en terapia se puede crear una realidad/contexto para el cambio es una cosa, lograrlo es otra. Aunque cada caso es diferente, el poder examinar lo que se dijo en una terapia donde se alcanzó el objetivo terapéutico, puede dar una idea sobre cómo se puede intentar hacer esto.

Los clientes, las personas que buscan ayuda en una terapia, como se puede ver en este caso, y como dice la teoría, llegan con problemas y esperan hablar de sus problemas en el espacio terapéutico. Como en este modelo de terapia se destacan las habilidades y las capacidades de los clientes para resolver sus propios problemas y se asume la validación explícita de las personas y sus experiencias; y como se ha tratado de mostrar en el caso analizado, se promueve la agencia creativa de estas, al autor de este trabajo, le surgen una serie de preguntas relacionadas con estos detalles, mismas que se anotan más adelante.

El autor ve que si, como en este caso, la terapia pudo promover lo que él llama agencia creativa en los clientes; la práctica constante de este modelo que enfatiza el equilibrio entre el reconocimiento y la apertura de nuevas posibilidades, tal vez pudiera promover más el desarrollo de la cultura de la agencia personal en terapia, tanto en los clientes como en los terapeutas, principalmente en el sentido de que los clientes vayan conociendo que hay terapias en donde se puede hablar mucho de soluciones y poco de problemas y que hay terapeutas que pueden auxiliarlos conversando con ellos de esta forma.

De tal modo que, a diferencia de que las personas queden sensibilizadas en cuanto al potencial problemático de sus vidas y a que ellas están disminuidas en sus facultades de pensamiento y acción, a raíz de ser instruidas en conceptos que denotan déficits psicológicos o patologías; estas mismas personas como clientes, queden sensibilizadas -después de participar en una terapia que se enfoque en las soluciones- respecto a que tienen recursos, habilidades y capacidades para resolver situaciones de vida que los aquejan. En otras palabras, si en lugar de ser instruidas en sus déficits, se les ayuda a reparar en sus recursos, es posible que esto les deje con una sensación de enfrentarse a una vida, teniendo un potencial de agencia creativa.

Para el autor de este trabajo sería importante ponderar la utilidad de una terapia de manera conjunta con los clientes, desde dentro de una misma terapia en curso y también desde observaciones y análisis posteriores de los terapeutas, y los que pudieran hacer los mismos clientes una vez terminada la terapia. Al autor, le parece importante creer que algo que hizo en terapia fue útil y también le parece importante escuchar la voz de los clientes en este sentido.

En fin, este mismo autor aprecia, que estudiar más de cerca casos concretos mediante métodos de análisis del elemento mayor en terapia que es el habla, puede reportar utilidad para comprender y observar algunos elementos propuestos por la terapia, como técnicas, procedimientos y algo más que los clientes tal vez podrían decir, que puede ayudarles en la resolución de sus problemas. Este examen de casos concretos podría

servir, por ejemplo, para la autosupervisión de los terapeutas, y para el entrenamiento en el modelo de la Terapia Orientada a las Soluciones.

Las preguntas/conclusiones que le quedan al autor después de haber realizado este trabajo son las siguientes:

-Si suele ser común que los clientes y los terapeutas sean instruidos con una cultura del déficit psicológico, ¿es posible que la terapia orientada a las soluciones pueda brindar la oportunidad de instruirlos en otro tipo de cultura psicológica: la cultura de la agencia personal creativa, a través del conocimiento y participación en este tipo de terapia?

-Si la creatividad puede ser un salto fuera de patrones que resulte útil, ¿se podría como terapeuta transmitirle este conocimiento a los clientes cuando, además de trabajar con ellos con los procedimientos sugeridos por el modelo, se les mencionara una vez que han conseguido sus objetivos, este concepto de “creatividad” y de que ellos han actuado como personas “creativas” , para que lo asuman como un atributo personal/social que los ayude a encontrar soluciones cuando se vean en situaciones a las que no les encuentran salida?

-Si esta terapia generalmente es breve, ¿podría beneficiar esto a los clientes, en el sentido de que la reconozcan y la recomienden como una terapia que es rápida y que no cuesta mucho?

-¿Podría la divulgación de este modelo en la población estudiantil de la carrera de psicología de la FES-Zaragoza, que esté interesada en el estudio y la práctica de la de la terapia, contribuir al crecimiento de una cultura de estudio de modelos de atención basados en la agencia personal, y de una cultura de despatologización de los problemas que se atienden en el rubro de la “salud mental”?

-¿Se puede fomentar una cultura de la creatividad en los terapeutas, invitándolos siempre a que estén pendientes de no quedar atrapados en sus patrones de trabajo con los clientes, y a hacer una terapia siempre abierta a las posibilidades, a través de la escucha atenta de los clientes sobre lo que les funciona y no les funciona; examinando por ejemplo, estas cuestiones cuando la terapia esta en curso, y después en análisis de conversaciones -registradas en papel u otro medio-, con un método como el AMR; y por medio de entrevistas post-terapia a los clientes?

-Aunque la validación en el ambiente cotidiano de lo que una terapia les brinde a los clientes sea un elemento importante en cuanto a su eficacia, ¿se puede habilitar a futuros terapeutas en la práctica constante de conversaciones que promuevan la agencia personal creativa de los clientes -con la esperanza de que éstos la validen fuera de terapia-, auxiliándose de análisis de habla en terapia, como el hecho en este trabajo, y usándolos de algún modo para fomentar más el cuidado del lenguaje en la misma?

Como el autor decía, este trabajo le deja preguntas, más que respuestas. Su interés al llevarlo a cabo fue encontrar algo útil que pudiera servir tanto a terapeutas como a clientes; a unos para hacerse más sensibles a su uso del lenguaje en terapia; y para conocer, con la aplicación práctica de un método de análisis de habla, una de muchas posibilidades de realizar esta tarea, encaminada entre otras cosas a crear conversaciones que faciliten conseguir objetivos terapéuticos. A otros, para que, como resultado de estas prácticas de sensibilidad al lenguaje y su uso en terapia por parte de quienes los atienden, encuentren soluciones a sus quejas en un ámbito de respeto e interés por ellos, donde se les ayude a recuperar/descubrir/desarrollar sus recursos, sus habilidades, sus capacidades. O en otras palabras donde se les ayude a dar ese salto fuera de los patrones problemáticos, a ejercer su creatividad.

Como suele suceder cuando uno pone en marcha un proyecto, uno sabe en donde empieza, pero no está tan seguro de cómo marchará y de las posibles direcciones que pueda tomar. El autor realizó el análisis de un caso desde una perspectiva; ahora se da cuenta de que pudo ser desde otra. Decidió dejarlo así, esperando haber cumplido su propósito de mostrar la Terapia Orientada a las Soluciones como un ejercicio creativo. El trabajo hecho por él ahí está, es solo una de muchas formas posibles de hacerlo, gracias a que tuvo la oportunidad de utilizar dos modelos y un método, que en su esencia parten de la premisa de probar diferentes percepciones y de una apertura a múltiples posibilidades para utilizar algo, para hacer algo, para alcanzar un objetivo.

BIBLIOGRAFIA

- Allen, C. y Lustig, H. (1985). *Tea with demons*. Nueva York: William Morrow.
- Andersen, T. (1992). "Reflexiones sobre la reflexión con familias" , en S. Mc Namee y K. J. Gergen (1996), *La terapia como construcción social* (págs. 77-91). Barcelona: Paidós.
- Andersen, T. (1995). *El lenguaje es poderoso, pero puede ser peligroso*. Conferencia expuesta en el 7o. Congreso Mundial de Terapia Familiar en Guadalajara Jalisco, México. Octubre 25-29.
- Anderson, H. , Goolishian, H. , Pulliam, G. , y Winderman, L. (1986). "The Galveston Family Institute: Some personal and historical perspectives" , en D. Efron (comp.) *Journeys: Expansions of the strategic-systemic Therapies*, (pp. 97-122). Nueva York: Brunner/Mazel.
- Anderson, H. , y Goolishian, H. (1988). "Human systems as linguistic systems: preliminary and evolving ideas about the implications for clinical theory" . *Family Process*, 27(4),371-395.
- Bandler, R. , y Grinder, J. (1994). *De sapos a príncipes*. Santiago de Chile: Cuatro Vientos.
- Bateson, G. (1976). *Pasos hacia una ecología de la mente*. Buenos Aires: Carlos Lohlé.
- Beavers, W. R. y Hampson, B. (1990). *Successful Families*. Nueva York: W. W. Norton.
- Becker, A. L. (1993). "A short essay on languaging" , en F. Steir (De.), *Research and reflexivity* (pp. 226-234) Newbury Park, CA: Sage.
- Berg, I. K. , y Miller, S. D. (1996). *Trabajando con el problema del alcohol. Orientaciones y sugerencias para la terapia breve de familia*. Barcelona: Gedisa.
- Birch, J. , y Piglet (1986). "Clandestine courage training: Discovered" , *Dulwich Centre Newsletter*, primavera, p. 10.
- Boden, M. A. (1994). *La mente creativa*. Barcelona: Gedisa.
- Boscolo, L. , Cecchin, G. , Hoffman, L. y Penn, P. (1987). *Milan systemic family therapy*. Nueva York: Basic Books.
- Burnham, J. R. (1966). "Experiment bias and lesion labeling" , manuscrito inédito, Purdue University.

- Cade, B. y O'Hanlon, W. H. (1995). *Guía breve de terapia breve*. Barcelona: Paidós.
- Cobb, S. (1997). "Dolor y paradoja: la fuerza centrífuga de las narraciones de mujeres víctimas en un refugio para mujeres golpeadas", en M. Pakman (comp.) (1997) *Construcciones de la experiencia humana*. Vol. II. Barcelona: Gedisa.
- Coyne, J. C. (1985). "Toward a theory of frames and reframing: The social nature of frames", *Journal of Marital and Family Therapy*, 11:337-354.
- Chenail, R. J. (1990/1991). "Bradford Keeney's Cybernetic Project and the Creation of Recursive Frame Analysis", *The Qualitative Report*. [On line serial] 1 (2&3). Available <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR1-23/keeney.html>
- Chenail, R. J. (1991). *Medical discourse and systemic frames of comprehension*. Norwood, NJ: Ablex.
- Chenail, R. J. (1995). "Recursive Frame Analysis", *The Qualitative Report*, Vol. 2, No. 2, Octubre. (<http://www.nova.edu/ssss/QR/QR2/rfa.html>).
- Chenail, R. J., Douthit, P. E., Gale, J. E., Stomberg, J. L., Morris, G. H., Park, J. M., Sridaromont, S. y Schmer, V. (1990). "It's probably nothing serious, but...": Parents interpretation of referral to pediatric cardiologists. *Health Communication*, 2(3), 165-187.
- Chenail, R. J. y Fortugno, L. (1995). "Resourceful figures in therapeutic conversations" , en G. H. Morris y R. J. Chenail (eds), *The talk of the clinic: Explorations in the analysis of medical and therapeutic discourse*, (pp. 71-88). Hilldale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Chenail, R. J. , Itkin, P. , Bonneau, M. y Andriacchi, C. (1993, oct.). *Managing solutions in divorce mediation: A discourse analysis*. Paper presented at the Twenty-first Annual Society of Professional in Dispute Resolution International Conference, Toronto, Canada.
- De Bono, E. (1996). *Lógica fluida. Una alternativa a la lógica tradicional*. México: Paidós.
- De Bono, E. (1998). *Seis sombreros para pensar. Una guía de pensamiento para gente de acción*. México: Granica.
- De Bono, E. (1999a). *Seis pares de zapatos para la acción. Una solución para cada problema y un enfoque para cada solución*. México: Paidós.
- De Bono, E. (1999b). *Yo estoy bien/Tú estás mal. El camino hacia el Nuevo Renacimiento*. México: Diana.
- De Bono, E. (2000a). *El pensamiento lateral. Manual de creatividad*. México: Paidós.
- De Bono, E. (2000b). *El pensamiento creativo*. Buenos Aires: Paidós.
- De Bono, E. (2000c). *Simplicidad. Técnicas de pensamiento para liberarse de la tiranía de la complejidad*. México: Paidós.

De Frain, J. y Stinnet, N. (1992). "Building on the Inherent Strengths of Families: a Positive Approach for Family Psychologists and Counselors" , *Topics in Family Psychology and Counseling*, 1(1),pp. 15-26.

de Shazer, S. (1987). *Claves para la solución en terapia breve*. Barcelona: Paidós.

de Shazer, S. (1988). "¿En qué radica la eficacia de la terapia breve?" , en J. K. Zeig y S. G. Gilligan (comps.) (1990), *Terapia breve. Mitos, métodos y metáforas* (págs. 122-132). Buenos Aires: Amorrortu.

de Shazer, S. y Berg, I. K. (1992). "Doing therapy: A post-structural re-vision" , *Journal of Marital and Family Therapy*, 18, 71-81.

Dilts, R. B. , Epstein, T. y Dilts, R. W. (1991). *Tools for dreamers. Strategies for creativity and the structure of innovation*. California: Meta Publications Inc.

Efran, J. S. , Lukens, M. D. y Lukens, R. J. (1994). *Lenguaje ,estructura y cambio. La estructuración del sentido en psicoterapia*. Barcelona: Gedisa.

Epston, D. y White, M. (1990). "Asesorar al asesor. La documentación del conocimiento alternativo" , en M. White (1994) *Guías par una terapia familiar sistémica* (pp. 203-217). Barcelona: Gedisa.

Erickson, M. H. (1954). "Pseudo-orientation in time as hypnotherapeutic procedure" , *Journal of Clinical and Experimental Hypnosis*, No. 2 , pp. 261-283.

Fisch, R. , Weakland, J. H. y Segal, L. (1994). *La táctica del cambio*. Barcelona: Herder.

Flaskas, C. (1992). "A reframe by any other name: On the process of reframing in strategic, Milan and analytic therapy", *Journal of Family Therapy*, 14: 145-161.

Frankl, V. (1995). *La psicoterapia al alcance de todos*. Barcelona: Herder.

Gale, J. et al. (1996). "Research and Practice: a Reflexive and Recursive Relationship~Three Narratives, Five Voices", *Marriage & Family Review*, Vol. 24, No. 3/4, pp. 275-295.

Gardner, H. (1993). *Creating minds. An anatomy of creativity seen through the lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham, and Gandhi*. Nueva York: Basic Books.

Gergen, K. J. (1985). "The social constructionist movement in modern psychology", *American Psychologist*, 40(3): 266-275.

Gergen, K. J. (1996). *Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social*. Barcelona: Paidós.

Gilligan, S. y Price, R. (1993). *Therapeutic Conversations*. Nueva York: W. W. Norton.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Gordon, R. (1979). "El proceso creativo: autoexpresión y autotranscendencia", en S. Jennings (1979) *Terapia Creativa* (pp. 9-26). Barcelona: Kapeluz.
- Gurin, J. (1990, marzo). "Remaking our Lives", *American Health*, pp. 50-52.
- Haley, J. (1963). *Strategies of psychotherapy*. Nueva York: Grune & Stratton.
- Haley, J. (1980). *Terapia para resolver problemas*. Buenos Aires: Amorrortu/
- Haley, J. (1994). *Terapia no convencional. Las técnicas psiquiátricas de Milton H. Erickson*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Harries-Jones, P. (1995). *A recursive vision: Ecological understanding and Gregory Bateson*. Toronto: University of Toronto Press.
- Haslett, B. J. (1987). *Communication: Strategic action in context*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Keeney, B. P. (1991). *Improvisational therapy: A practical guide for creative clinical strategies*. Nueva York: Guilford. (Versión en español: *La improvisación en psicoterapia. Guía práctica para estrategias clínicas creativas*. Barcelona: Paidós. 1992)
- Keeney, B. P. (1994). *Estética del cambio*. Barcelona: Paidós.
- Landau, E. (1987). *El vivir creativo: Teoría y práctica de la creatividad*. Barcelona: Herder.
- Lipchik, E. y de Shazer, S. (1988). "Purposeful sequences for beginning the solution-focused interview", en E. Lipchik, *Interviewing*, (pp. 105-117). Rocville, MD: Aspen.
- Lukas, E. (2001). *Paz vital, plenitud y placer de vivir. Los valores de la logoterapia*. Barcelona: Paidós.
- Matussek, P. (1984). *La creatividad. Desde una perspectiva psicodinámica*. Barcelona: Herder.
- Mc Namee, S. y Gergen, K. J. (comps.) (1996). *La terapia como construcción social*. Barcelona: Paidós.
- Nofsinger, R. E. (1991). *Everyday conversation*. Newbury Park, CA: Sage.
- O'Hanlon, S. y Bertolino, B. (2001). *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve* Barcelona: Paidós.
- O'Hanlon, W. H. (1982a). "Strategic pattern intervention", *Journal of Strategic and Systemic Therapy*, 1(4), 21-25.
- O'Hanlon, W. H. (1982b). "Splitting and linking", *Journal of Strategic and Systemic Therapy*, 1(4), 62-33.

O'Hanlon, W. H. (1986). "Fragmentos de una autobiografía terapéutica", en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve*, (pp. 167-179). Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (1988a). "Solution Oriented Therapy: A Megatrend in Psychotherapy", en J. Zeig y S. R. Lankton, *Developing Ericksonian Therapy. State of Art* (págs. 93-111). Nueva York: Bruner/Mazel.

O'Hanlon, W. H. (1988b). "Una gran teoría unificada para la terapia breve: situar problemas en un contexto", en J. K. Zeig y S. G. Gilligan (comps.) (1990), *Terapia Breve. Mitos, métodos y metáforas* (págs. 109-121). Buenos Aires: Amorrortu.

O'Hanlon, W. H. (1989). *Raíces profundas. Principios básicos de la terapia y de la hipnosis de Milton Erickson*. Buenos Aires: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (1990). "Espacio que tengo prisa. Cuando un terapeuta breve debe trabajar a largo plazo", en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve* (pp. 181-188). Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (1991). "Possibility Therapy: From iatrogenic injury to iatrogenic healing", en S. Gilligan y R. Price (eds.) (1993), *Therapeutic Conversations* (págs. 3-17). Nueva York: W. W. Norton.

O'Hanlon, W. H. (1992). "Historias personales: Terapia cooperativa y orientada a las soluciones para las secuelas de abusos sexuales", en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve*. (pp. 149-165) Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (1993). "Piense en dos personas y llámelas por la mañana: Terapia breve orientada a las soluciones para la depresión", en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve*. (pp. 109-142) Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (2001a). "Intervención en las pautas contextuales. Integración de métodos individuales e interactivos en el tratamiento de la bulimia y del hartazgo", en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve*. (pp. 67-74) Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (2001b). "Tercera fase. Terapia de posibilidades. Introducción a la tercera fase", en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve*. (pp. 191-192) Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (2001c). "Terapia de posibilidades. Las alteraciones iatrogénicas como medio de curación" (artículo ampliado), en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve*. (pp. 193-214) Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (2001d). "Ni estratégico ni sistémico: después de tantos años aún perdura la confusión", en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve*. (pp. 75-82) Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (2001e). "Segunda fase. Terapia orientada a soluciones. Introducción a la segunda fase", en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve*. (pp. 85-86) Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. (2001f). "El Síndrome de Creoke", en S. O'Hanlon y B. Bertolino (comps.) (2001), *Desarrollar posibilidades. Un itinerario por la obra de uno de los fundadores de la terapia breve*. (pp. 215-216) Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. y Hudson, P. (1996). *Amor es amar cada día*. Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. y Weiner-Davis, M. (1990). *En busca de soluciones. Un nuevo enfoque en psicoterapia*. Barcelona: Paidós.

O'Hanlon, W. H. y Wilk, J. (1987). *Shifting contexts: the generation of effective psychotherapy*. Nueva York: Guilford.

Orlinsky, D. E. (1989). "Researches' images of psychotherapy: Their origins and influence on research", *Clinical Psychology Review*, 9 (pp. 413-441)

Papp, P. (1984). "The creative leap", *Family Therapy Networker*, 8(5),20-29.

Percy, W. (1991). *Signposts in a strange land* (P. Samway, Ed.) Nueva York: Farrar, Straus & Giroux.

Pullias, E. V. y Young, J. D. (1999). *El maestro ideal*. México: Pax.

Putnam, L. L. y Holmer, M. (1992). "Framing, reframing, and issue development", en L. L. Putnam y M. E. Roloff (eds.) *Communication and negotiation* (pp. 128-155) Newbury Park, CA: Sage.

Rabkin, R. (1977). *Strategic psychotherapy*. Nueva York: Basic Books.

Rambo, A. H. , Heath, A. W. y Chenail, R. J. (1993) *Practicing Therapy: Exercises for growing therapists*. Nueva York: W. W. Norton.

Rosenthal, R. (1966). *Experimenter effects in behavioral research*. Nueva York: Appleton-Century-Crofts.

Rossi, E. L. (1980). *The collected papers of Milton Erickson on hypnosis*. Nueva York: Irvington, 4 vols.

Rossi, E. L. y Ryan, M. (comps) (1985). *The seminars, workshops and lectures of Milton H. Erickson: life reframing in hypnosis*, Vol. II. Nueva York: Irvington.

- Schegloff, E. A. y Sacks, H. (1973). "Opening up closings", *Semiotica*, 8, 289-327.
- Schuller, R. H. (1976). *You Can Become the Person You want to Be*. Nueva York: Hawthorn Books.
- Selekman, M. (1996). *Abrir caminos para el cambio. Soluciones de terapia breve para adolescentes con problemas*. Barcelona: Gedisa.
- Selvini Palazzoli, M. (1978). *Self-starvation: From the intrapsychic to transpersonal approach to anorexia nervosa*. Nueva York: Jason Aronson.
- Selvini Palazzoli, M. , Cirillo, S. , d'Ettore, L. et. Al. (1986). *El mago sin magia. Cómo cambiar la situación paradójica del psicólogo en la escuela*. Barcelona: Paidós.
- Shotter, J. (1997). "El lenguaje y la construcción del sí mismo" , en M. Pakman (comp.) (1997) *Construcciones de la experiencia humana*. Vol. I,(pp. 213-225). Barcelona: Gedisa.
- Szasz, T. S. (1996). *El mito de la psicoterapia*. México: Coyoacán.
- Tannen, D. y Wallat, C. (1993). "Interactive frames and knowledge schemas in interaction: Examples from a medical examination/interview" en D. Tannen (ed.) *Framing in discourse* (pp. 57-76) Nueva York: Oxford University Press.
- The American Heritage Dictionary of the English Language* (second edition) (1970) Nueva York: American Heritage Publishing.
- Tomm, K. (1987). "Interventive interviewing: Part II, Reflexive Questioning as a mean to enhance self-healing" , *Family Process*, 26, 167-183.
- Tomm, K. (1989). "Externalización del problema e internalización de la posición como agente", en M. White (1994) *Guías para una terapia familiar sistémica*, (pp. 9-17). Barcelona: Gedisa.
- Watts, A. (1966). *The book: On the taboo against knowing who you are*. Nueva York: Pantheon.
- Watzlawick, P. ,Weakland, J. H. ,Fisch, R. (1994). *Cambio. Formación y solución de los problemas humanos*. Barcelona: Herder.
- Weiner-Davis, M. , de Shazer, S. y Gingerich, W.(1987). "Building on pretreatment change to construct the therapeutic solution: An exploratory study" , *Journal of Marital and Family Therapy*, 13(4),359-363.
- White, M. (1994). *Guías para una terapia familiar sistémica*. Barcelona: Gedisa.
- White, M. (2001). *Reescribir la vida*. Barcelona: Gedisa.

White, M. y Epston, D. (1990). *Narrative means to therapeutic ends*. Nueva York: W. W. Norton (Versión en español, *Medios narrativos para fines terapéuticos*. Barcelona: Paidós. 1993)

Wolin, S. (1991, octubre). *The Challenge Model: How Children Rise above Adversity*. Conferencia pronunciada en 1991, en la reunión plenaria anual de la American Association for Marriage and Family Therapy, en Dallas, Texas.

Zeig, J. (1982). *Ericksonian approaches to hypnosis and psychotherapy*. Nueva York: Brunner/Mazel.

ANEXOS

RELATORÍA DE SESIÓN

Nombre de los pacientes: A y M

Terapeutas: P y N

Relator de sesión: N

Fecha: 18 de abril del 2001.

ENTREVISTA

- 1.1. P. Quisiera platicarles cómo trabajamos, nosotros trabajamos en equipo. Tenemos un espejo bilateral y detrás de él hay un cierto número de integrantes que nos ayudan a llevar su caso, también necesitamos de su aprobación para grabarlos, es una grabación confidencial y se utilizan para fines terapéuticos, entonces necesitamos de su aprobación.
- 1.2. M. Si.
- 1.3. A Si
- 1.4. Y bien ¿n qué les podemos servir?
- 1.5. A: Lo que pasa es que por lo que venimos es porque discutimos de mucho. de todo.
- 1.6. N: discuten mucho, entre ustedes.
- 1.7. M: Si
- 1.8. P: ¿De qué?
- 1.9. A: De cualquier cosa.
- 1.10. P: ¿Desde cuando?
- 1.11. A: Desde que nos casamos.
- 1.12. N: ¿Hace cuánto?
- 1.13. A: Tres años
- 1.14. P: ¿Y siempre se la han pasado discutiendo?
- 1.15. M: Pues la mayor parte si.
- 1.16. P: ¿Cuándo es cuando están bien?

- 1.17. A: Por lo regular cuando no estamos peleando.
- 1.18. P: ¿Y en otras ocasiones? ¿Cuándo eran novios..?
- 1.19. M: Si. cuándo éramos novios.
- 1.20. N: ¿Cuánto tiempo duraron de novios?
- 1.21. M: Cerca de año y medio
- 1.22. N: Y ¿cómo se llevaban?
- 1.23. M: bien.
- 1.24. N: ¿Qué es lo que hacían?
- 1.25. A: estábamos juntos, nos íbamos a pasear, a comer..
- 1.26. Y se divertían.. ¿De qué platicaban cuando estaban juntos?
- 1.27. M: Pues si de hacer planes para casarnos.
- 1.28. P: Y cuando no hacían planes para casarse ¿Qué hacían?
- 1.29. M: Íbamos al cine, íbamos a bailes..
- 1.30. N: ¿con qué frecuencia.
- 1.31. M: seguido
- 1.32. N: Digamos dos o tres veces a la semana..
- 1.33. A: Cada ocho días...
- 1.34. N: Lo fines de semana.. ¿Los dos trabajan?
- 1.35. M: No nadamás él.
- 1.36. P: ¿Y por qué no hacen planes como antes?
- 1.37. A: Lo que pasa es que ahora hay que cuidar al bebé.
- 1.38. P: ¿Qué edad tiene el niño?
- 1.39. A:
- 1.40. N: ¿Cómo se llama su niño?
- 1.41. A: J. A
- 1.42. N: ¿comparten también tiempo con su hijo?
- 1.43. A: Si
- 1.44. N: ¿Lo siguen haciendo?

- 1.45. A: Si, todo el tiempo estamos con él, desde que llegó a su casa desde las nueve o nueve y media hasta las once o doce me pongo a jugar con él y de ahí a las tres que me levanto para ir a trabajar.
- 1.46. P: A las tres de las que perdón?
- 1.47. A: De la tarde
- 1.48. P: ¿Y regresa...?
- 1.49. A: A las nueve o nueve y media de la mañana, lo que pasa es que yo estoy de cinco a cinco, pero donde trabajo está un poco lejos.. entonces...
- 1.50. P: Entonces se va a las tres de su casa y llega hasta las nueve del otro día ¿A qué hora duerme?
- 1.51. A: Después de las doce entre semana y el fin de semana casi todo el día.
- 1.52. N: Me comentaba también que ocupa tiempo para su hijo. ¿Qué es lo que hacen?
- 1.53. A: Como ahora que le compraron un juguete nuevo, le enseño como jugarlo, me pongo a jugar con él lo que sea.
- 1.54. N: Y es frecuente....
- 1.55. A: Y si no lo llevo a comer hamburguesas, o jugar carritos, o sino nadamás ir corriendo por a calle.
- 1.56. P: Y usted disfruta mucho de eso.. todo eso el niño lo asimila, esos recuerdos para el ya que los primeros cinco años son cruciales para el niño.. que bueno que usted le dedique tiempo a pesar de que trabaja .. ¿y usted señora?
- 1.57. M: Pues yo en el quehacer...
- 1.58. N: ¿Le dedica también tiempo a su hijo?
- 1.59. M: Si, pues cuando él se va, yo me quedo con el niño a jugar y de hecho cuando él llega, los tres nos ponemos a jugar con él.
- 1.60. N: Entonces es un momento en el que hay una buena convivencia.

- 1.61. M: Si.
- 1.62. A: Si
- 1.63. P: Ya ve en ese momento no están discutiendo.
- 1.64. M: De hecho creo que discutimos porque no estamos de acuerdo en muchas cosas. El no está de acuerdo con que yo vaya a ver a mi mamá o cosas así...
- 1.65. P: Las discusiones son por eso..
- 1.66. N: ¿Usted vive cerca de donde está su mamá?
- 1.67. A: No su mamá vive por
- 1.68. P: ¿Cómo son esas discusiones?
- 1.69. A: No son fuertes. lo que pasa es que luego ella es la que tiene que ver a su mamá y sus hermanas no, y si necesita algo siempre le llaman a ella y ella luego luego viene.
- 1.70. P: Es por eso.. ¿Podrían darme un ejemplo...?
- 1.71. M. Pues mira apenas ahora discutimos porque mi mamá iba a salir y ella tiene un local en el mercado y me dijo que si no le hacía el favor de cuidar el puesto yo le dije y se molestó mucho, y nos dejamos de hablar un tiempo.
- 1.72. P: Y cuando llega estos arrebatos ¿Qué es lo que usted está pensando?
- 1.73. M:¿Cómo
- 1.74. P: Si me refiero a su actitud, dice que no se dicen groserías...
- 1.75. N: ¿Entonces cómo saben que están peleados?
- 1.76. A: no nos hablamos
- 1.77. M: A parte de eso yo siento mucho coraje, porque cando él necesita que yo vea a su mamá yo voy a verla entonces yo siento que debe de ser parejo.
- 1.78. P: Y usted señor ¿Qué piensa de lo que dice su esposa?

- 1.79. A: Lo que pasa es que le da más ayuda a su mamá que a mi mamá está más tiempo con ella y luego mi mamá está enferma y necesita también de compañía y luego está más tiempo con su mamá que con mi mamá.
- 1.80. M: Pero es que yo siento que su mamá tiene más confianza con él que conmigo, porque se como yo le digo, si tu vas a ver a tu mamá se siente mejor a que yo vaya sola, por eso yo me siento mal de que vaya sola, por eso le digo vamos los dos y ya..
- 1.81. P: Pero él también la ha acompañado a usted cuando va a ver a su mamá.
- 1.82. M: Pues sí, pero luego me siento mal porque luego llega y ni saluda, o sea me deja ahí mientras él está ahí o se va a otro lado.
- 1.83. A: Luego lo que pasa es que llegó a hablar despacio o luego no me escucha, luego los saludo y no me hacen caso, luego los vuelvo a saludar y ya me saludan y luego me dicen pero yo les digo que ya los había saludado, y tengo que hablar un poco más fuerte.
- 1.84. N: sí como que el volumen de su voz es bajo.
- 1.85. M: Si es lo que dice mi mamá es que habla más fuerte porque luego nos saluda dice y no te oímos y se pretexto por el que no le quiere contestar y entonces le dicen habla más fuerte. Mi papá casi ya no oye, entonces cuando lo saluda dice es que no hablas más fuerte .. y se enoja.
- 1.86. P: Suele suceder así, yo comparto lo mismo que el señor porque yo hablo muy despacio y me dicen habla más fuerte.
- 1.87. N: Y luego es difícil escuchar lo que se dice..
- 1.88. M: Es lo que luego me enoja porque luego le comentó algo y no me pone atención, y cuando le digo, me dice es que no me dijiste, pero le digo es que no me pusiste atención, a lo mejor también por eso ..luego le digo voy a tal lado y me dice que no que quien sabe que, pero él si puede salir a cualquier lado pero yo no.

- 1.89. P: Bueno dígame señor A ¿qué cosas le gustan a su esposa que usted sepa que le hacen sentir bien.
- 1.90. A: que la bese que le ayude, que le diga que la quiero, que la abrace.
- 1.91. N: ¿Con qué frecuencia lo hace?
- 1.92. A: En realidad no lo hago.
- 1.93. N: Pero usted sabe que de esa forma, a su esposa la hace sentir bien..
- 1.94. A: Si pero lo que pasa es que yo pienso que no estoy acostumbrado a decir ciertas palabras, decir mis sentimientos
- 1.95. P: Al principio cuesta trabajo, pero después..
- 1.96. A: Pero como se lo he dicho, para que te digo las palabras si no estoy acostumbrado a eso, para que te las digo si no me hace decírtelas, yo cuando te diga..
- 1.97. P: ¿Y si se las has dicho?
- 1.98. A: Si se las he dicho.
- 1.99. P: Porque por lo que tu dices no acostumbras pero puede ser que un día te sientas muy afectuoso pero por la pena de decir lo que siente no lo haya hecho ¿si le ha sucedido?
- 1.100. A: Casi no
- 1.101. P: Casi, pero no estas diciendo no.
- 1.102. A: sí, son pocas las veces pero..
- 1.103. P: Pero si ¿Ya vió?
- 1.104. N: Entonces de que forma demostrar su cariño, que ella sepa que usted está demostrándoselo.
- 1.105. A: Con abrazos, besos..
- 1.106. N: Pero n con palabras.. señora ¿usted necesita de palabras?
- 1.107. M: Yo digo que si
- 1.108. N: También necesita palabras.
- 1.109. P: ¿A usted que cosas sabe que le gustan a él?

- 1.110. M: Pues a él más que nada que se le tengan todas sus cosas limpias, que se le trate bien al niño y que se le tenga todo ordenado, porque por ejemplo, por el quehacer o por cualquier cosa, cuando me atraso en bañarme o no está la comida o no he atendido al niño se molesta mucho.
- 1.111. P: Algo más afectivo..
- 1.112. M: Pues que le haga la comida que le gusta.
- 1.113. P: A ver usted. ¿qué le gusta que le hace su esposa a usted?
- 1.114. A: Que me acaricie, que me abrace, que me diga así cosas..
- 1.115. P: ¿Qué mas... ¿
- 1.116. A: Que yo la sienta así más cerca.
- 1.117. ¿Más ceca?
- 1.118. A: Si o sea que estemos juntos.
- 1.119. P: Cuando ustedes están justos ¿usted (señora) se siente correspondida?
- 1.120. M: A veces porque luego a veces no me siento correspondida.
- 1.121. P: Usted ¿qué piensa porque se siente así?
- 1.122. M: Pues es lo que yo le he dicho a él que ha de ser por los problemas que tenemos, por las discusiones que tenemos.
- 1.123. P: Cuando ustedes discuten ¿Cuál es la mejor manera de que ustedes se reconcilien? ¿cuándo usted está enojada a usted está enojado, como le gustaría que su esposa lo abordara? ¿cómo le gustaría que su esposa se acercara sin que usted se enojara y como le gustaría también a usted que su esposo se acercara sin que usted se enoje?
- 1.124. M: Pues yo siento que igual pero que nos pidiéramos una disculpa porque siento que los dos tenemos errores.
- 1.125. N: Por ejemplo, la última vez ¿cómo arreglaron sus diferencias? ¿cómo lo resolvieron para estar aquí juntos tratando de dar solución a sus problemas?

- 1.126. M: Pues creo que por el niño porque luego se acerca, nos agarra, nos dice ma. pa. entonces luego es por el..
- 1.127. P: ¿Qué pasaría si en lugar de discutir pudieran hablar y aprendieran a pedir disculpas y alguno de ustedes cediera por ejemplo el señor pero que no contestara groseramente sino con un abrazo?
- 1.128. M: Pues yo creo que sería mejor.
- 1.129. P: Usted no lo rechazaría.
- 1.130. M: No
- 1.131. P: Y en lugar de que discutieran también usted le diera, no se, un abrazo.
- 1.132. M: Pues Sí.....
- 1.133. P: ¿no lo habían pensado?
- 1.134. A: Pues sí...
- 1.135. N: Quisiera regresar al tiempo que ustedes pasan juntos. No creo personalmente que el tiempo que pasan juntos sea poco o demasiado sino la cuestión es como invertir ese tiempo en ustedes para que hagan o platicuen cosas que sean positivas. Por lo que hemos visto las discusiones consisten en señalar los errores del otro y a su vez contestar, ¿qué pasaría si cada uno si fijara en vez de los errores, en las virtudes que el otro tiene?
- 1.136. M: Pues yo creo que sería mucho mejor....
- 1.137. N: ¿Cómo cree que el se sienta?
- 1.138. M: Lo que pasa es que siente que a él no le gusta que le hagan ver sus errores.
- 1.139. N: ¿Qué pasaría entonces si en vez de señalar sus errores, señalara sus virtudes? Me imagino que por algo se caso con él.. porque vio más virtudes que errores....
- 1.140. M: Si eso si...

- 1.141. P: ¿Y usted que opina acerca de lo que dijo su esposa de que no le gusta que le hagan ver sus errores?
- 1.142. A: Pues que sí que tiene razón, bueno yo pienso que desde chico estoy luchando por algo por tener algo yo solo... es lo que le digo a ella hasta ahorita lo que tengo lo tengo por mí y un poco por la ayuda de ella, a ella casi no le pedí nada, yo aprendí desde muy chico a no pedirles nada. entonces no tienen derecho a reclamarme por lo que yo haga o deje de hacer.
- 1.143. P: Pues lo felicito, el hecho de que ya a su corta edad ya se haya hecho independiente, no haya necesitado de sus padres y se haya construido un porvenir por usted mismo, dice mucho de usted, y su esposa se lo valora, lo valora por lo que es, pero es importante también ... no se
- 1.144. N: ¿Con qué fin cree que a usted le digan sus errores?
- 1.145. A: Creo que algunas veces para ofenderme o para hacerme sentir mal..
- 1.146. P: ¿Y si usted en vez de pensar que es para ofender, pensará que ella lo hace porque lo quiere, lo ama y quiere que estén bien?
- 1.147. A: Pues tratarla de corregir mis errores, a lo mejor...
- 1.148. Usted señora ¿Con qué fin le dice sus errores?
- 1.149. Con el fin de que él los vea para que no los vuelva a cometer, más que nada para eso. Luego le digo que a él no se le puede decir... por ejemplo yo luego le digo mira, como vez, hacemos esto, y luego luego se exalta mucho. luego dice es que tu todo quieres, no es que todo quiera, sino es que por ejemplo el niño luego lo necesita, luego si le hace al niño, luego hay veces que está de malas , y le grita o le pega y le digo nosotros no tenemos la culpa de que vengas molesto de tu trabajo, o sea siento que saliendo del trabajo deja tus problemas afuera, en el trabajo, porque si no...

- 1.150. N: ¿Y cómo convencerlo a él de que los errores que le está diciendo no son para ofenderlo? ¿Cómo hacer que él haga esa diferencia?
- 1.151. M: Es lo que no se. le he hablando de muchas formas y no...
- 1.152. N: Como decirle a usted sus errores convenciéndolo e que es para que los corrija y no tanto para ofenderlo?
- 1.153. A: Es que tiene mucho que ver con la forma en que me los dice.
- 1.154. P: ¿Y usted qué opina acerca de lo que dice su esposa de que saliendo del trabajo se desquita o está de malas.
- 1.155. A: Lo que pasa es que yo siento que en mi trabajo no es nada, sino siento que es en el trascurso de mi trabajo a la casa, es que el tiempo que hago es mucho, hago hora y media, y luego por eso llego a llegar de malas, por ejemplo le digo a ella que en el camión vi a una señora que traía a sus hijos y los iba golpeando y les iba gritando, y luego ..
- 1.156. P: Pero usted llega a su casa y ve a su niña y que...
- 1.157. A: Me da gusto...
- 1.158. P: Pues si. pero ¿qué pasaría si en esos días en que le va mal en lugar de llegar de malas, llegara sonriendo?
- 1.159. A: Nos llevaríamos mejor, platicaríamos más...
- 1.160. P: ¿Escucharía a su esposa?
- 1.161. A: Si
- 1.162. N: ¿Puede hacerlo?
- 1.163. A: Si
- 1.164. N: ¿Cuándo empieza? ¿a partir de ahorita?
- 1.165. A: Si
- 1.166. N: Creo que es un buen comienzo llegar de su trabajo sonriendo. Y también quiero retomar dos cosas: lo de su tiempo libre para hablar de cosas positivas, aunque a veces será inevitable que alguno de ustedes dos empiece por arreglar sus diferencias, pero me parece importante que

sepa n identificar si es para ofender o para que la otra persona aprenda algo....

1.167. P: Me parece que no es para ofender, yo pienso que es para construir, el hecho de que busquen ayuda para llevarse bien dice mucho de ustedes como pareja...

1.168. N: ¿Usted está convencido de lo que acaba de decir ella?

1.169. A: Si

1.170. N: Entonces podemos decir que en el momento de enojo, la interpretación de que el otro nos diga nuestros errores es que aparentemente esté ofendiendo, pero sabiendo que en el fondo es para que cambiemos esas pequeñas cosas.

1.171. A: Si

1.172. M: Si

1.173. P: Vamos a ver que es lo que exactamente quieren de éste espacio. ¿Cómo quieren que les ayudemos? ¿y qué nos digan que exactamente quieren que nosotros les ayudemos? Ya hablamos un poquito de esto pero vamos ahora a definirlo mejor. ¿Cómo vamos a saber que ya no necesitan la terapia?

1.174. A: Pues vamos a venir y les vamos a decir que ya nos llevamos mejor, que ya compartimos más cosas.

1.175. N: ¿Qué es lo que van a hacer ustedes cuando ya se lleven mejor?

1.176. M: Pues yo siento que también poner de nuestra parte cada quien, para tratar de no molestarnos.

1.177. N: ¿Qué es lo que van a hacer en su tiempo libre?

1.178. M: Pues tener más convivencia, más comunicación...

1.179. P: ¿Qué actividades les gusta hacer juntos?

1.180. M: Pues la verdad desde que nació el niño ya casi no salimos juntos ... yo también me enojo mucho, cuando por ejemplo en las cosas de la casa

casi no me ayuda. a veces, siempre ve que yo estoy haciendo todo y no me ayuda y es también por lo que me molesto con el, y está bien que yo sea la mujer pero siento que los dos debemos de ayudarnos.

1.181. P: Otra cosa.. en el momento en el que ustedes ya no necesiten de nuestro apoyo ¿qué es lo que van a hacer juntos? ¿cómo van a platicar o... que es lo que van a hacer juntos?

1.182. A: Pues nos vamos a llevar muy bien..

1.183. P: ¿Qué hacían antes cando eran novios?

1.184. A: Pues ahorita, cuando tengo un poco más de dinero le regalo rosas, o cuando tengo tiempo le he dibujado y así le llevo cartas o rosas, y es que yo le he dicho que como yo, en el medio en que crecí con mis padres yo no tengo bastante facilidad de comunicarme con la gente y si le digo lo que siento, por mi parte, un poco en algunas cartas...

1.185. P: Y usted señora, ¿sabe algo de lo que está diciendo su esposo?

1.186. M: Si de hecho, siempre me llevaba cosas, y de hecho es lo que le comentaba a él que desde hace mucho tiempo no me ha trae rosas, nada más de novios.

1.187. P: ¿Y no le ha escrito cartas? ¿Dibujos?

1.188. A: Lo que pasa es que luego no tengo tiempo, estoy con el niño o hago cualquier cosa, y aparte cada dibujo que le hacía, lo hacía muy aparte para que ella no se diera cuenta, pues más que nada para darle la sorpresa, para que ella no lo viera hasta que se la entregara o hasta que yo iba a su casa, ya lo viera.

1.189. P: Puede volver a hacer eso, dice que su esposa luego no está en su casa

1.190. A: No por lo regular está ella.

1.191. P: Es que usted dice que casi siempre está con su mamá y luego dice que por lo regular está en su casa.

- 1.192. A: Si más que nada cuando no está ella, no estoy yo, no estamos en la casa sino con su mamá...
- 1.193. N: Están juntos.
- 1.194. Si estamos juntos.
- 1.195. Si, siempre estamos juntos.
- 1.196. M: Es lo que he hablando con el porque le digo pues no te descuido, o sea yo siento que el podría molestarse cuando no lo atendiera, pero no porque trato de tenerle bien todo, malo fuera de que dijera que por irme con mi mamá no hiciera la comida o no le tendría la ropa limpia, o sea trato de atenderlo igual para que no haya problemas.
- 1.197. P: Además de esto que dicen que platicarían más, conversarían sobre sus problemas, ¿qué otras harían juntos? ¿qué les gustaría hacer juntos?
- 1.198. A: Salir más, convivir más juntos, salir de la casa, hace poco pensamos hacer un viaje de unos cuantos días.
- 1.199. P: ¿A dónde irían?
- 1.200. A: No sé ahorita le digo a ella que, quería llevar al chiquito a Chapultepec ahora de mas grande ya que ven más cosas para que vea a los animales y los conozca.
- 1.201. P: ¿Qué piensa usted que va a decir su niño dentro de 18 años porque sus papás lo llevaron a Chapultepec?
- 1.202. M: Yo siento que el se da cuenta de todo, y se daría cuenta de que nosotros salimos con él.
- 1.203. P: ¿qué piensa que su hijo diría que su padre jugó mucho con él y su mamá también.
- 1.204. A: Se sentiría bien, yo creo que de mas grande se sentiría bien de que su papá convivió con él..
- 1.205. N: Y de saber que ss papás se llevan bien...

- 1.206. M: Yo siento que serían buenos recuerdos para él... y siento que también le ayudarían a él para empezar su propia vida.
- 1.207. P: Si consideramos que diez es lo mejor que pudieran estar y cero, el momento en que vinieron a pedir apoyo, en que número se encuentran en este momento.
- 1.208. A: En el más bajo, como por el uno o el dos.
- 1.209. P: ¿Y usted?
- 1.210. M: Pues yo pienso lo mismo, igual que el...
- 1.211. P: Pues felicidades, porque hay personas que a veces dicen menos dos..
- 1.212. N: Hasta en eso están unidos...¿Qué han hecho para que esto no sea un menos dos o menos tres?, de seguro han hecho cosas muy positivas.
- 1.213. A: Luego tratamos de platicar, de discutir y de encontrar soluciones, y nos arreglamos.....
- 1.214. N: Dicen que cuando platican bien, no suben el volumen de voz.
- 1.215. M: Más bien nos dejamos de hablar.
- 1.216. N: Hay silencio.
- 1.217. P: ¿Y cuando se topan en la casa?
- 1.218. M: Pues el se va por acá y yo me voy por allá.
- 1.219. P: Pues felicidades en ese aspecto por ese respeto que se tienen.
- 1.220. N: Creo que también es parte de la herencia que le dejan a su hijo y parte de los recuerdos que después va a poder presumir en un futuro.. no cualquiera lo puede hacer. Bien, nos llaman, pero antes de pasar al otro lado, habíamos dicho que el diez es lo mejor que pueden estar, el cero, el momento en que solicitaron éste espacio y el dos en el momento en que se encuentran.. ¿Con cuánto se conforman alcanzar?
- 1.221. A: Un ocho...
- 1.222. M: Si un ocho...
- 1.223. N: bien entonces permítanos pasar al otro lado y continuamos después.

INTERVENCIÓN FINAL

- 1.224. N: Tenemos muchas cosas que nos dijeron y queremos compartir con ustedes .. y P quiere empezar.
- 1.225. P: Antes que nada nosotros queremos felicitarlos, por lo que han hecho como pareja. por lo que individualmente ha hecho cada quien, usted preocuparse por su esposo por su hijo, porque las cosas estén bien, el hecho e que no discutan delante del niño, el hecho de que su esposo juegue con el niño, son cosas que son valiosas, aparentemente hay que arreglar pequeñas cosas que pueden andar mal, pero yo las veo muy sencillas. y eso las podemos cambia con la voluntad de los dos, el hecho de que están aquí nos dice mucho de ustedes personalmente creo que tienen muy buenos apoyos.
- 1.226. N: Bueno. también comparto lo que dice mi compañera Patricia, y por otro lado nos pidieron que les dejáramos una pequeña actividad. Desde allá observaron que tal vez la forma en la que se comunican (verbalmente). deja de lado muchos recursos que ustedes tienen como pareja. Me decía usted que le gusta mandarle dibujos o cartas a su esposa y a usted le gusta recibirlas ¿verdad? ... le hacen sentir bien .
- 1.227. M: Si
- 1.228. N: Pues esas son formas de comunicarse de hacerle ver a la otra persona lo que sentimos sin que esto implique hablar. Estos recursos, esta capacidad que tienen de comunicarse de forma distinta la percibí desde el principio. de tal forma que haga sentir mucho mejor a la otra persona y a la vez resaltar las cosas positivas que tiene. Inevitablemente cuando uno escribe alguna carta para decir algo de lo que uno piensa, va a plasmar también sentimientos y deja de lado el arrebató porque nos da la oportunidad de reflexionar antes lo que vamos a escribir. Ese

sentimiento que también puede comunicar un dibujo, unas rosas un abrazo, una mirada .. esa comunicación la han dejado de tomar atención, sin embargo la tienen o sea la forma en como se miran, la manera en como actúan, se ve.. ahorita que pasamos del otro lado notamos que se agarraron de la mano, creo que es algo positivo que refleja el amor que se tienen y tal vez el hablarse directamente no sea la mejor vía de resolver sus problemas, entonces pueden ustedes recurrir a algo en lo que son expertos, escribir cartas, dar un abrazo, una mirada, mandar rosas o dibujos, de tal forma que hagan sentir bien a la otra persona y que a la vez expresen los sentimientos de cada uno. Lo que les queremos pedir, para la próxima vez que nos veamos...

1.229. Necesitamos que se comprometan .. necesitamos primero saber si contamos con su voluntad..

1.230. N: ¿Están dispuestos a lo que sea?

1.231. A: Si

1.232. M: Si

1.233. N: No va a ser nada que atente en contra de su integridad. ..

1.234. P: Al contrario, los va a ayudar para que se lleven mejor.

1.235. N: Necesitamos de su capacidad y disposición para hacer cosas.. ¿están dispuestos?

1.236. A: Si

1.237. M: Si

1.238. N: En primer lugar cada vez que usted llegue de su trabajo va a fingir que, esa noche le fue muy bien, excelente, al llegar a su casa va a llegar entonces con una sonrisa. Tal vez la tensión de su trabajo haga que usted no llegue con esa disposición, pero usted va a hacer lo suficiente como para fingir que le fue bien, la cuestión es que ella también lo percibe.

- 1.239. P: Y a usted que haga algo que le sorprenda la su esposo, que le haga sentir bien..
- 1.240. N: Sobre todo en aquellos momentos en los que están juntos, algo muy sorprendente.. usted sabe que hacer para demostrarle cariño.. Tal vez sean dos actividades a parte pero que por su lado contribuirán para mejorar su relación como pareja. El otro punto es idear alguna forma de comunicar. aprovechando ese recurso que tiene de dibujante, de escritor de cartas. creo que es una buena oportunidad que tienen y es necesario explotar en este momento. Si a su esposa le gusta esa forma de comunicarse. creo que es una buena oportunidad porque usted me decía que se le dificulta un poco decir las cosas de frente, entonces puede aprovechar esos recursos que usted tiene y que a ella le agrada.
- 1.241. P: Otra cosa también que podrían hacer que en el momento en el que haya esas peleas y ya sabe uno como se calma el otro, pues en vez de que peleen hagan lo que quieran, un abrazo, un beso, y que platicuen.
- 1.242. A: Si.
- 1.243. P: Al respecto de su mamá de usted no se muy bien cómo esté la situación. pero me había comentado que su mamá estaba en tratamiento ...
- 1.244. A: Pues ella fue la que la acompañó hasta el hospital..
- 1.245. P: Pero usted debe de saber tanto así de que su mamá necesitaba ayuda..
- 1.246. M: Si o sea de hecho antes de casarme con el ella ya estaba
- 1.247. P: Bueno nosotros sabemos que ustedes tienen dificultades porque usted va con sus papás y usted con su mamá si es importante en ciertos aspectos como este caso llegara un acuerdo, como van a apoyar a su rama de usted y como la van a ayudar, porque su mamá está así como enferma y necesita ciertos cuidados.

- 1.248. N: Entonces quedamos que usted para la otra ocasión usted va a traer de su trabajo una sonrisa, y usted que va a hacer algo sorpresivo para su esposo que le agrade.
- 1.249. P: Pero si queremos que escoja un día ... nosotros le vamos a dar cita dentro de quince días... queremos que escojan un día a la semana en el cual usted finja que llegó contento, ya si tuvo un mal día, también que finja que usted está bien. También usted escoja un día en que le va a dar la sorpresa y nos comenten que sintieron que paso.
- 1.250. N: Tratar de aprovechar esos recursos de comunicación y buscar la forma de que él vea que las diferencias tienen todo menos la intención de hacerlo sentir mal.
- 1.251. P: Yo quisiera dejarles para la siguiente sesión que es dentro de quince días, que hagan un recuento, si lo quieren escribir, mejor de que es lo que les gustaría seguir conservando de su relación como pareja y me refiero a su relación también con su hijo ¿qué les gustaría seguir teniendo? Que me parece muy valioso lo que tienen, que hagan un recuento de lo que les gustaría seguir conservando ...¿entonces nos podrían repetir lo que les dejamos de tarea?
- 1.252. A: Que cuando llegue del trabajo llegue bien, trate de llegar con una sonrisa.
- 1.253. M: Y yo que haga algo sorpresivo para que el se sienta bien.
- 1.254. P: Y un día de la semana escojan, tal vez no sea el mismo día que coincida, pero tal vez un día de la semana es suficiente para escoger
- 1.255. M: Y que hagamos un recuento de todo lo valioso que tenemos...
- 1.256. P: Cada quien por su parte. Y vienen y nos lo enseñan aquí la próxima sesión. ¿Alguna otra cosa? que cuando se peleen se abracen o hagan otra cosa que sepan que al otro le va a agradar y nos digan qué pasó, qué

sintieron, que pensaron, ¿sí?.. estamos hablando dentro de éste espacio de lo que ustedes quieren hablar?

1.257. M: Si

1.258. A: Si

1.259. N: ¿Cómo se sienten al saber que tienen muchas cosas parecidas que comparten?

1.260. M: Muy bien

1.261. A: Mejor, de tener la oportunidad de salir delante de echarle más ganas para salir más adelante ..

1.262. N: Usted señora..

1.263. M: Pues sí, que necesitamos echarle ganas por el bien de nosotros y del niño.

1.264. N: Veo mucha disposición y muchas ganas de salir adelante si seguimos así de seguro salimos rápido...

1.265. A: En cierta forma estoy enojado con la mamá de ella porque cuando éramos novios y nos casamos y yo fui allá con sus papás y la señora y sus hermanas me empezaron a decir varias cosas y que yo le había dicho a ella que con respecto a esas cosas, yo he tratado de también de sacarla y de salir adelante.

1.266. P: ¿Le ha afectado mucho lo que le dijeron?

1.267. M: Yo siento que tal vez ella estaba molesta

Pero en si yo siento que eso ya paso.

1.268. P: ¿Le parece si hablamos de esto en la siguiente sesión?

1.269. A: Si

1.270. A: Si

2ª Sesión

2 de Mayo de 2001.

- 2.1. P: Y bien, ¿qué cosas positivas han sucedido me puede contar usted?
(dirigiéndose a la señora M)
- 2.2. M: Pues él ha cambiado, ahora si que ya no llega molesto del trabajo.
Llega sonriendo, me platica lo que le pasó en el trabajo.
- 2.3. P: ¿Ahora qué pasó?, ¿y de la sorpresa que le iba a dar usted?
- 2.4. A: Esa no hubo.
- 2.5. P: ¿No?
- 2.6. A: Nada (sonríe)
- 2.7. P: Quien sabe a lo mejo si hay, ¿si la hizo?
- 2.8. A: No, para mi que no hubo. Ahora si, que se lo diga mi esposa.
- 2.9. P: Así.. ¿Cómo sobrellevó las cosas, se presento algún problemita que pudo sobrellevar?
- 2.10. A: Si e día 22, si fue el día 22 cumpleaños de mi hijo. Mi familia está acostumbrada a preparar las cosas desde un día antes, y su familia no, y eso si me molesto un poco, pero no le di importancia.
- 2.11. P: ¿Y que hizo para no darle importancia?
- 2.12. A: Tratar de sobrellevar
- 2.13. P: ¿Y después, qué pasó acerca de eso?
- 2.14. A: Cómo le diré. Tratar de acostumbrarme, también tratar de aceptar su manera de ser y después más que nada.. A eso venimos a buscar ayuda para nosotros, y ya no estar discutiendo por eso.
- 2.15. M: Sí, una ayuda.
- 2.16. P: Pues si se logro, ¿no? No discutieron ¿y que sienten cuando no discuten? ¿Ahora que estuvieron muy bien?
- 2.17. M: Pues que estamos contentos. Ahora si se ve.

- 2.18. P: ¿Qué piensan acerca de lo que pasó?
- 2.19. A: Que ésta bien, tratar de no haber peleado.
- 2.20. N: Me gustaría que me explicaran, de que el 22 pudieron haber peleado pero no lo hicieron. ¿cómo lo lograron?
- 2.21. A: Tratar de no hacer caso a mi enojo para poder estar más que nada.. No .. Más que anda para no echar a perder la fiesta de mi hijo.
- 2.22. N: ¿En qué estaban pensando, qué estaban sintiendo?
- 2.23. A: Qué todo iba esta bien, tanto por el niño, por nosotros, y por las personas que nos estaban acompañando en ese momento: para estar bien.
- 2.24. N: ¿Cómo hacer.. esto es para nosotros, ¿verdad?, ¿ésta? (refiriéndose a unos escritos?)
- 2.25. A: Las dos.
- 2.26. P: Ellas no ha leído su carta, ni usted ha leído la de ella.
- 2.27. A: No
- 2.28. P: Entonces, ustedes ya saben, ¿qué sí pasará, si sucede otra situación, en la que pudieran pelear?, ya saben que hacer, ¿cómo lo enfrentarían?
- 2.29. M: Pues, yo haría como él. Tratar de no pelear, darle de comer cuando sea hora (refiriéndose a su esposo).
- 2.30. P: ¿Qué les dice a ustedes como pareja, de que tratan de resolver los problemas de otra manera?
- 2.31. A: Más que nada.. Sería, tratar de estar tranquilo, sin tener problemas... Para darle confianza al niño.
- 2.32. P: ¿Salieron una vez con el niño?
- 2.33. A: Por el momento, no
- 2.34. N: ¿Piensan salir?
- 2.35. A. Si
- 2.36. N: ¿Cuándo será eso?

- 2.37. A: No se bien. Aparte... Este.. Yo les planteo la razón; que los días que yo descanso en el trabajo, me han ofrecido trabajar fuera de la ciudad. Lo que pasa es que yo tengo un trabajo, y este realmente tengo que ver cómo. De vez en cuando, últimamente para sacar extra, para una situación. No sé.. No lleguemos a enfermar.
- 2.38. N: Si se prevén.
- 2.39. A: Si, no sé.. tratando de llevarlo al parque.
- 2.40. P: Incluso e su casa: jugando, platicando .. ¿Si platican con su hijo?
- 2.41. A: Si jugamos, cuando puedo. Por lo pronto he estado trabajando en mis días de descanso..
- 2.42. P: Una pregunta.. ¿Qué les dirían ustedes a una pareja que discuten frecuentemente, que le ayudaría, y vinieran a pedir ayuda?¿Qué consejo le darían a esa pareja?
- 2.43. A: Le diríamos que viniera a pedir ayuda a unos psicólogos, para que les ayuden en su problema?
- 2.44. P: Y ustedes.. ¿Qué acciones hicieron, porque también ustedes contribuyeron e hicieron la mayor parte?
- 2.45. M: Pienso que si.. Ya no peleamos y platicamos y, sin tener que pelearnos.
- 2.46. P: ¿Qué lograron con eso?
- 2.47. M: Estar bien
- 2.48. P: Me gustaría que leyera esta carta a su esposo, por favor en voz alta.
- 2.49. M: Me siento feliz.
- 2.50. P: ¡Felicidades!. la felicito hoy se ve muy guapa y se arregló bien ¿Qué dice al respecto señor Alfredo?
- 2.51. N: ¿Qué siente?
- 2.52. A: Me siento contento. Que mi esposa siente algo más por mi, y he visto que le hecho más ganas?

- 2.53. P: Pues ¡Felicidades a los dos! A ver, ¿no se si le gustaría leer su parte?
- 2.54. A: Yo no se leer, mejor tú (se refiere a su esposa)
- 2.55. P: No importan, nosotros nos damos cuenta de sus errores, nosotros vemos el esfuerzo que usted está haciendo.
- 2.56. A:
- 2.57. P: Pues nuevamente felicidades, por todos sus logros, por lo que han hecho, y es debido por ustedes de lo que saben hacer ya.. de lo que han sabido hacer y no lo habían explotado.
- 2.58. N: Me emociona mucho escucharlos sobre todo porque creo que han redescubierto. Han tratado de reconquistarse, que bueno que estén aprendido todo eso, que bueno que sea en esta etapa. Creo que la preocupación que usted tiene ella lo va a valorar. Me da mucho gusto por Usted. .. No sé.. solamente ¿..? (Preguntándole a la CT su opinión)
- 2.59. P: Me gustaría que me regalaran su hoja, por favor
- 2.60. A: Si (su esposa moviendo la cabeza también lo aprobó)
- 2.61. P: bueno se acuerda de la escala que platicamos, ¿e qué número se encuentra ahorita?
- 2.62. M: Yo creo que como e un 6 ó 7
- 2.63. P: ¿Y usted señor?
- 2.64. A: En un 7 o 8
- 2.65. P: Nos dijeron que con un 9 se conformarían ¿qué les falta para el nueve?
- 2.66. A: Echarle más ganas.
- 2.67. P: Echarle más ganas a que? ¿En qué?
- 2.68. A: En todo nos podemos llevar mucho mejor.
- 2.69. P: Claro ya saben que también pueden negociar pueden suceder algunos otros conflictos, pero ya saben cómo negociarlos, ¿no?

- 2.70. N: Sobre todo, porque ésta prueba de fuego, la del 22 creo que estuvo muy bien. Me imagino que por lo general estas reuniones están llenas de tensión que todo salga bien, de atender bien a las personas; cuidar también al niño..., todo. Creo que lo pudieron resolver fue excelente, demostraron sus capacidades y sus recursos también.
- 2.71. P: Pues, yo creo que están muy bien les daremos otra sesión para seguimiento, para ver cómo siguen, pero yo digo que ya están listos para seguir adelante... Nos gustaría verlos en n mes.. Por favor no falte, a para nosotros esto que escribieron es un aliciente, esto es algo.
- 2.72. N: Importantísimo.
- 2.73. P: Aja. . Pues adelante con sus cambios, ¿podríamos dejarle alguna tarea? (refiriéndose al otro Terapeuta)
- 2.74. N: Pues, yo creo que la tarea que les dejamos, no es muy difícil verdad seguirla haciendo: pueden continuar verdad las mismas indicaciones, porque estaría bien que siguieran haciendo han hecho, que por cierto están haciendo bien, de maravilla. No nada más hubo como usted mencionaba, un día maravilloso, sino que todos han sido así.
- 2.75. P: qué bueno. Bien.. Pues serían las últimas recomendaciones, que las cosas están cambiando, que ustedes tienen los recursos, que están dispuestos a dar ago de si para que se lleven bien y que el otro se sienta bien. Sabemos que pueden haber otras crisis,. Pero ya saben resolverlas. Incluso pueden ustedes negociar, si alguien no quiere algo puede renunciar a algo porque el otro renuncie a algo. O sea llegar ustedes a acuerdos. Ahora si nos gustaría dejarles una tarea al respecto de su niño, puede ser los dos juntos o cada quien por su parte que le dedicarán una hora a la semana. Una hora a su hijo a jugar. No 'se, ¿cuántos años tiene?
- 2.76. M y A:

- 2.77. P: bueno en lo que puedan, algo que no implique inversión (de dinero)
- 2.78. M: Pues ahorita le estamos poniendo más atención, porque el otro ya viene en camino y el está muy chico.
- 2.79. P: Así. ¡felicidades!, pues ahora ya va a tener con quien jugar. Usted va a tener que pensar por dos. Bueno creo que van muy bien. Nuevamente felicidades y adelante continúen.
- 2.80. N: Una última pregunta. Nada más quisiera, hagan de cuenta que yo estoy en su lugar. Si yo quisiera decir que “lo más importante que yo aprendí”, ¿qué fue lo más importante?
- 2.81. A: Tratar de ser más feliz, ya no pelear como peleábamos ..
- 2.82. N: En vez de eso, ¿qué?
- 2.83. A: Comunicación.
- 2.84. N: ¿Usted señora?
- 2.85. M: Pues pienso que sería buen ejemplo, para el niño, porque ve a sus padres que ya no discuten.
- 2.86. P: ¿Qué pasó para ..? Creo que ya lo preguntaste .. ¿Qué pasó para que su esposa se diera cuenta de que usted llegará siempre contesta, le da las gracias y dice que está muy orgullosa de usted? ¿qué le dice que ésta muy orgullosa de Usted? ¿Qué le dice a usted esto como hombre?
- 2.87. A: o que pasa es que ya en ocasiones bueno, que ya últimamente, ya no he puesto más atención a los problemas que veo en la calle, quiero enfocarme a mi familia.
- 2.88. P: Ya sabe que la calle es una cosa y su familia es otra.
- 2.89. N: Pues como que las cosas estaban ahí, nada más había que desempolvarla. ¿no?
- 2.90. P: Si. estaban empolvadas.

- 2.91. N: Si, yo creo eso. Son muchas cosas que aprendieron en un pequeño lapso de tiempo. Yo siento que había todo eso, nada más que había que darle una pequeña revisada.
- 2.92. P: Sobre todo porque hay amor, y con amor y con ganas.
- 2.93. N: si eso se nota, si se los digo. Los esperamos entonces...¿.....?
- 2.94. P: bueno. ¿Felicidades? Los esperamos el 30 a la 1p.m. y que sigan así. ¿En qué podrían estar mejor?
- 2.95. M: Por ahorita estamos bien.
- 2.96. N: Por ahorita entonces está bien seguir todavía con esto lo que han iniciado.
- 2.97. P: Continúe. con esto y ..
- 2.98. M: Ahora con el embarazo porque me veo presionada, más que nada con el niño y los malestares del embarazo, posiblemente tenga problemas porque no ve voy a aguantar.
- 2.99. P: Pero, ya sabe cómo resolverlos, ¿cuántos meses tiene?
- 2.100. M: Un mes.
- 2.101. P: Pues. ¡felicidades! Apenas lo supo, ¿no?
- 2.102. M. Si. ahora.
- 2.103. N. Así que somos los primeros
- 2.104. A y N: Si
- 2.105. P: Felicidades. Esperamos que sigan y nos vuelvan a contar cosas positivas. No se tal vez un nuevo recuento de lo que han hecho; de lo que van a seguir haciendo, estaría bien, ¿no? Entonces de tarea nada más. hagan un recuento de lo que han aprendido y de lo que van a seguir haciendo cuando se les presente problemas, que pueden haber; de alguna enfermedad y es cuando necesitamos el apoyo del otro ¿Qué otra cosa? .. Nada más Que jueguen con su hijo. Que negocien si hay algún problema. que espero que no y pues adelante, seguir así.

2.106. N: Adelante, resolviendo sus problemas de la misma forma como lo han hecho y pues. ¡felicidades, seguir así!

Se establece un pequeño diálogo entre los terapeutas.

2.107. N: Si pues que como que los cambios han pasado muy rápido. Cómo que todavía necesitamos.

2.108. P: Pues si necesitamos ampliar el cambio. Hablar mucho del cambio

Se vuelven a dirigir hacia los clientes:

2.109. P: Pero yo si sé. que cuentan con los recursos para resolver sus problemas, de pareja de familia y pues adelante. Que reciban a ese niño en un hogar más feliz que antes. ¿no? Si era feliz pero como que estaba empolvado. Ahora que sean eternamente felices. ¿Qué va a decir el niño? .. Mmm. en la forma en qué él perciba a sus padres va a darle felicidad incluso e una vida posterior como pareja le va a ayudar mucho a su hijo. los primeros años son importantes.

2.110. N: Si. les va a dar mucha seguridad y ¡felicidades!

2.111. P: Necesitamos que celebren esto.

2.112. N: Porque nosotros lo vamos hacer. ¿Eh?

2.113. P: No sé, preparar una cena o que lo celebren de alguna forma.

2.114. N: Si pueden hacerlo ya.

2.115. P: Sí. porque es algo diferente.

2.116. N: Sí. sorpresa

2.117. P: Hacen algo juntos regularmente. No sé, ¿qué hacen juntos?

2.118. A: Por lo regular no. pero cuando se llega a presentar.

2.119. M: Por lo regular va al mercado conmigo y hablamos que vamos hacer de comer.

- 2.120. P: A pues eso está bien, es una buena manera de comunicarse síganlo haciendo.
- 2.121. M: Sí, vamos los tres.
- 2.122. P: Esperamos que sigan habiendo momentos más juntos.
- 2.123. A: A veces de que vamos al mercado le digo: "has esto"
- 2.124. P: Muy bien no dejen de hacerlo jamás, ¿de acuerdo?
- 2.125. M: El me ayuda
- 2.126. A: Como le digo. .. le platico, trataba de salir adelante yo sólo, en ocasiones salían fueras mis padres y me dejaban sólo con mi hermana y ella se iba a trabajar de 7 a 5 (se sobre entiende que de 5:0 a.m. a 7:00 p.m.), y yo tenía que hacer la comida y el aseo.
- 2.127. P: Fíjese señora se sacó la lotería (la señora contesta con una sonrisa)
- 2.128. A: Yo le digo: pues haz esto" y no lo sabe, yo le digo.
- 2.129. P: Muy bien a ver si pueden ir de un día de campo o jugar pelota en el parque.
- 2.130. M: Tenemos planeado que nos lleva a Chapultepec o a la Villa.
- 2.131. N: Nada más que tenga tiempo, o al cine, lo que pasa es que a veces no hay películas buenas y que hay que esperar.
- 2.132. P: No sé comprarse unos chicharrones, celebrar en casa y digan celebramos por esto.
- 2.133. N: disfrutar a su esposo enamorada.
- 2.134. P: Enamorada y esperando un bebé que mas. Saben que tienen los recursos para resolver sus problemas.
- 2.135. A: Por favor. ¿podrían repetir la tarea?
- 2.136. P:

- Dedicuen una hora a su hijo.
- Recuento de lo que han aprendido.
- Recuento de lo que tienen también.
- De sus recursos, que se han dado cuenta que tienen
- Cómo van a enfrentar los problemas cuando se les presente, si es que se les presentan.

2.137 N: Prestando especial interés, a los cambios del embarazo, que es el reto más próximo.

2.138 P: y seguir enriqueciendo su matrimonio, sobre esto, de no descuidar su apariencia como le digo usted ahora se ve diferente.

2.139 P: Bueno pues hasta pronto.

2.140 N: Hasta pronto, y nuevamente felicidades.

RELATORÍA DE SESIÓN

Nombre de los pacientes: A y M

Terapeutas: P y N

Relator: N

Fecha: 30 de mayo del 2001.

ENTREVISTA.

- 3.1. P: Que bien que ya se sienten mejor, platíquenos que han estado haciendo últimamente bien.
- 3.2. A: Pues todo...
- 3.3. P: ¿Todo?
- 3.4. A: Sí. como ella ha estado enferma yo me encargo del niño un rato y cuando las once o doce con él y ya jugamos cualquier cosa y a esa hora le doy su mamila... y ya se duerme conmigo...
- 3.5. P: ¿El niño?
- 3.6. A: Sí
- 3.7. P: ¿Porque. ella está muy mal? ¿O porque?
- 3.8. A: Sí es que. ella se espanto y se le bajo mucho el bebé y se siente muy mal. por eso es que... en la tarde. en la mañana ya al momento de dormir nos dormimos. si tiene sueño se duerme conmigo si no se queda con sus tías y lo cuidan en la tarde porque yo, este, tengo que irme y me despierto...
- 3.9. N: Entonces han tratado mutuamente de ayudarse en los quehaceres...
- 3.10. A: Sí. de hecho llego y cambio al niño. luego lo baño, luego me pongo a jugar con él...
- 3.11. P: ¿Y ella como la ve a ella?
- 3.12. A: ¿Cómo?
- 3.13. A: De ánimo...

- 3.14. A: Ella esta bien.
- 3.15. P: ¿Sí? ¿Qué le dejamos de tarea? ¿La trajo?
- 3.16. A: Sí nadamas que no... no traigo mucho (saca un cuaderno y se lo muestra a la terapeuta).
- 3.17. P: ¿Festearon...? no sé si recuerde...
- 3.18. A: No... no pudimos festejar por lo que paso... como ha estado delicada no...
- 3.19. P: ¿Qué lo lea?
- 3.20. N: Sí
- 3.21. P: ¿Nos lo puede leer por favor?
- 3.22. A: Les doy gracias por sus consejos...
- 3.23. P: Más fuerte...
- 3.24. A: Les doy gracias por sus consejos ya que los he seguido, no tenemos muchos problemas ni discusiones... estamos mejor... ahora con su embarazo, pues he visto con... pues con mucho gusto, pues gracias a nuestro hijo y el que viene en camino nos han unido más y doy gracias a Dios por darme una esposa tan bella y también doy gracias por tener un hijo así, porque ha tenido la oportunidad de tener un hijo así tan hermoso, aunque no tenga ya la oportunidad de estar mucho tiempo con él... pero cada vez que estoy con él, estamos juntos, con gusto estoy con él, con mucho gusto.
- 3.25. P: A mí también me da mucho ... ¿Y porqué dice que no pudo llevar a cabo la celebración?
- 3.26. A: Lo que pasa es que a uno de sus sobrinos también lo operaron y fueron sus hermanas y su mamá del niño, iban a ver, este, lo llevaban al doctor y estaban con él en el hospital y nosotros estábamos en la casa y por eso no se pudo...
- 3.27. N: ¿ Pueden intentarlo esto de la celebración?

- 3.28. A: Sí...
- 3.29. P: Bien podría ser una celebración este rito que usted esta haciendo los quehaceres de su esposa... es una tarea que no había hecho...
- 3.30. A: Sí. si la había hecho... pero no tan seguido...
- 3.31. P: A mí me gustaría que en un futuro, se festejara ésta nueva etapa...
- 3.32. N: Yo recuerdo la primera vez que vino con su esposa y nos hablaba de que se sentiría contento cuando usted viniera y nos dijera que su problema se había solucionado y que tendría idea de cómo seguir luchando por su matrimonio y por su hijo también... mi impresión es que esos objetivos ya se han cumplido. No sé usted que piense...
- 3.33. A: Pues si... ha habido una que otro tropiezo pero muy pequeñito ya no es como antes de grandes tropiezos, ahora son pequeños.
- 3.34. P: Sabemos que nosotros a lo largo de nuestra vida va a haber esos pequeños tropiezos... también ha descubierto que tiene herramientas para afrontarlos...
- 3.35. A: Sí...
- 3.36. P: ... según nos ha dicho.
- 3.37. N: De esos recursos... ¿Cuáles serían esos recursos que le sirvieron más en éstos días, que usted pudo descubrir y pudo aplicar dentro de su matrimonio?
- 3.38. A: Pues en ocasiones no haciendo mucho caso de lo malo, y pues si en ocasiones discutíamos pero muy poco, , no mucho y ya nos acercamos uno al otro, pero para seguir platicando, ahorita más que nada por que a eso venimos aquí, a salir adelante, no tener tantas discusiones y por eso le dije a ella que viniéramos aquí y me dijo que si y por eso estamos aquí para salir adelante...
- 3.39. N: Muy, bien ... ¿qué de lo que se dijo aquí entre nosotros cree que le haya servido para cumplir con éste propósito de salir adelante?

- 3.40. A: Pues le digo a mi esposa, en que les he comentado a ustedes de que ... en que escala nos encontrábamos, y ustedes nos habían dicho que, que íbamos a hacer para subir un poso más hacerla sentir bien y ayudarla en lo que se pueda y más que nada por eso seguimos bien...
- 3.41. P: ¿Qué otra cosa?
- 3.42. A: Pues por nuestros hijos para que salgan adelante, y ya para que ellos tengan más adelante un bonito recuerdo de sus padres y sigan adelante...
- 3.43. N: Bien. Esta pregunta creo que ya anteriormente se la hemos dicho, pero de acuerdo con la experiencia que últimamente, en este lapso de tiempo que ha pasado desde la segunda vez que nos vimos hasta ahorita... Si usted tuviera la oportunidad de enseñarle a alguien lo que ha aprendido aquí o lo más importante que ha aprendido aquí ¿qué es lo que le enseñaría?
- 3.44. A: Qué pensarán en más adelante y que escucharan más a su pareja, o sea que como les dije ahorita, por decir, si tienen hijos, no tenerlos así... sin estar con ellos sino compartir el tiempo con ellos.
- 3.45. N: ¿Qué cree que su esposa haya aprendido con esto?
- 3.46. A: Lo mismo...
- 3.47. N: ¿Alguna otra cosa distinta?
- 3.48. A: No, no sé...
- 3.49. P: Si le pudiéramos pedir algún día que llegara una pareja similar al problema que usted trae con su esposa ¿podría venir a explicarle lo que usted hizo aquí?
- 3.50. A: Como no, sí...
- 3.51. P: ¿Qué pasará la próxima vez que se le presente el problema?
- 3.52. A: Afrontarlo...
- 3.53. P: ¿De que manera?

- 3.54. A: Dependiendo la situación veríamos como lo podemos arreglar si es algo pequeño yo creo que no le tomaríamos mucha importancia y seguiríamos adelante. si es algo un poco más grande, creo que debemos platicar, tenemos la facilidad de decir lo que nos molesta, lo podemos sacar y seguir adelante.
- 3.55. N: Y ¿cómo se imagina, como visualiza con todo lo que hemos hablado, por ejemplo dentro de dieciocho años cuando su hijo ya se torne independiente? Porque generalmente es la edad en la que buscan independizarse ¿cómo visualiza el futuro con respecto a esto?
- 3.56. A: Más que nada como le decía, un día decirle que su mamá y yo en una ocasión venimos a pedir ayuda porque las cosas con su mamá no andaban del todo bien pero que por ustedes han cambiado las cosas.
- 3.57. N: Por ellos...
- 3.58. A: Sí...
- 3.59. P: Y por lo que ustedes también hacen. Yo pienso que es como un aliciente también para nosotros...
- 3.60. A: Y también si tengo oportunidad de traerlo a él (su hijo) en todo caso por ejemplo, cuando tenga dificultades de otros aspectos con el también...
- 3.61. P: Yo lo veo bien y si tiene buenos padres tal vez ni nos necesite... ¿qué podría hacer usted a lo largo del desarrollo de su hijo para que él los recordara de una manera agradable, respetuosa, orgullosa, de usted y de su esposa?
- 3.62. A: Más que nada comunicarse, como hasta ahorita, lo he tratado, no como papá sino como su amigo?
- 3.63. P: ¿Cómo lo trata?

- 3.64. A: ... por ejemplo en la casa luego juego con él de una forma y es como si estuviera con otra persona, en la calle... me llevo con él y lo escucho...
- 3.65. P: Hay que escucharlos... si porque esos niños de ahora van diciendo muchas cosas... tenemos que escucharlos...
- 3.66. A: Entonces este... como con groserías más o menos... como el otro día le decía no manches hijo y él me contó igual... no manches papá...
- 3.67. P: Aprenden rápido...
- 3.68. A: Y también me sirve de que yo hablo un poco como él para que tenga más comunicación con él...
- 3.69. P: Pero... esta bien por eso pero ya se dio cuenta de que ellos aprenden conductas... ellos no pueden distinguir si son malas o buenas usted ya sabe que conductas hacer para que él las pueda aprender. Me da mucho gusto que usted sea muy trabajador, esto es algo que va a aprender él, su hijo de usted.
- 3.70. A: Sí de hecho también creo que también es muy respetuoso con los demás... más que nada...
- 3.71. P: Y respeto también por él, por su cuerpo...
- 3.72. N: Entonces usted tendría que adecuarse conforme vaya creciendo el niño, a sus necesidades y sobre todo a las necesidades de comunicación probablemente irán cambiando poco a poco...
- 3.73. A: Sí...
- 3.74. N: ... pero esto es un proceso de adecuación pero por lo pronto no crees que haya problema alguno... lo único que quedaría pendiente sería lo de la celebración...
- 3.75. P: Es que no se puede... por sus hermanas.
- 3.76. N: Esa sería una opción... o podemos pensar una forma de celebrar más original...

- 3.77. A: Sí lo que pasa es que no lo he hecho porque más que nada pienso que es para nosotros dos... para nosotros tres.
- 3.78. P: Pero quisiéramos que lo hicieran no sé salir a algún lado una cena...algo que ya hagan los tres juntos, bueno los cuatro porque ya son cuatro.
- 3.79. A: Aja.
- 3.80. N: Lo que queremos es que represente ese esfuerzo que ustedes quisieron hacer para resolver ese tipo de cosas y que los llevo a resolverlos y querer enfrentarlos posteriormente.
- 3.81. P: Bueno tenemos algo para ustedes dos, queríamos darle también a su esposa pero como no puede pues, usted va a llevárselo... no sé si usted se lo lleve...
- 3.82. A: Sí...
- 3.83. N: Es también para corresponder lo que hace rato leyó para nosotros...
- 3.84. P: Le hicimos a usted algo también... bueno dice:

~12 de junio del 2001.

A y M

Por medio de la presente nos dirigimos a ustedes con el propósito de reconocer sus logros. Así mismo también poner de relieve el descubrimiento de sus propios recursos, así como la conservación y el enriquecimiento de los que ya conocían, tales como la protección que le brindan a su hijo, él darle lo mejor de sí e incluso no discutir delante de él.

Esperamos que lo que hayan aprendido hasta ahora, les sea de gran utilidad para las próximas dificultades que pudieran presentarse. Estamos conscientes de que son una pareja muy fuerte y que además son buenos padres, que sabrán guiar a sus hijos hasta que se vuelvan independientes y puedan realizar su propia vida. Por último les

recomendamos que un buen servir, entre otras cosas, a sus hijos, para poder emprender igualmente una relación sólida y fuerte con su pareja. Con nuestros más fervientes y sinceros deseos, esperamos haber sido de utilidad . Igualmente deseamos que sigan construyendo un matrimonio sólido, pues consideramos que tienen los recursos y las herramientas para continuar hacia delante por sí mismos.

De cualquier forma estamos a su disposición en el momento en que lo puedan requerir.

De ustedes sus atentos y seguros servidores. Equipo terapéutico y sus terapeutas P R N A.

- 3.85. A: Gracias...
- 3.86. P: Entonces se la lee a su esposa y pueden conservarla para cuando surja algo, ya saben... algo que les recuerdo, no creo que se les olvide...
- 3.87. A: No, de hecho... (suena timbre y falla la grabación)... y le digo que no se preocupe y que le diga a sus papas que los ayude, y ya no recuerdo que le dije... (suena timbre) pero ella esta contenta...
- 3.88. P: Si así estamos nosotros... consideramos nosotros que están listos...
- 3.89. N: De allá atrás hicieron extensivas éstas felicitaciones y también agradecer por parte del equipo terapéutico que les haya brindado la oportunidad de compartir ésta experiencia con ellos, creo que a todos nos sirve mucho o poco de lo que ha aprendido, nosotros también lo aprendemos de cierta forma y bueno muchas felicidades y a echarle ganas.
- 3.90. P: Nos sentimos satisfechos y también a ustedes por ayudarnos a aplicar lo que sabemos y esperamos que su funcione... no sé de un abrazo o algo así, pues estamos para servirle cuando usted lo necesite que esperemos que no, que puedan hacer las cosas .

- 3.91. A: Gracias...
- 3.92. N: ¿Algo más que quiera agregar?
- 3.93. A: Pues no... nadamas. bueno ya me dijeron que si necesitamos venir que podemos venir...
- 3.94. N: Claro...
- 3.95. P: Incluso para darme esa hoja que me... no sé, sí quiere una pregunta de información que nosotros le podemos orientar, nosotros aquí estamos los martes de diez a dos. ¿Sí?
- 3.96. A: Sí.