

LE BUONE PRATICHE DEL COUNSELING

Le regole fondamentali
per costruire
una relazione d'aiuto ottimale

di STEFANO MASCI



*Strumenti per il lavoro
psico-sociale ed educativo*

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



LE BUONE PRATICHE DEL COUNSELING

Le regole fondamentali
per costruire
una relazione d'aiuto ottimale

di STEFANO MASCI

*Strumenti per il lavoro
psico-sociale ed educativo*

FrancoAngeli

Grafica della copertina: Alessandro Petrini

Copyright © 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Introduzione	pag.	9
1. Il counseling in genere	»	11
Il Modello MUS	»	12
L'atteggiamento mentale del counselor	»	14
Il sapere e l'essere del counselor	»	16
I clienti dei counselor	»	22
Auto-Aiuto	»	24
2. Buone e cattive abitudini	»	27
Empatia	»	27
La congruenza	»	28
L'accettazione del cliente	»	30
DiCo AGISCI!	»	32
AA con Rogers	»	36
3. Il cambiamento	»	39
AA con Prochaska	»	42
4. L'obiettivo	»	45
5. Comunicazione e comportamento	»	49
La comunicazione analogica	»	51
AA con il TRO	»	54
La comunicazione digitale (Amelia e Bettino)	»	54
AA con le domande giuste	»	56

Regole di comunicazione terapeutica	pag. 59
AA con Erikson e Paperino	» 61
6. Comunicare via sms, whatsapp ed e-mail	» 63
La manipolazione detta anche resistenza (Claudio e Daniela)	» 64
Il paradosso della comunicazione (Efisio e Fiammetta)	» 64
Seguite le regole delle 6 C	» 65
Clienti	» 69
L'effetto Grimalde	» 70
AA con lo specchio magico	» 71
<i>Clienti va-tutto-bene (Gaia e Gaetano)</i>	» 74
AA con leggera consapevolezza	» 79
<i>Clienti non-voglio-disturbare (Hilary)</i>	» 80
AA con accettazione e impegno	» 83
<i>Clienti non-lo-so (Ilaria)</i>	» 85
AA con Perls e le polarità	» 88
<i>Le relazioni affettive lei-mi-ama-più-di-quanto-la-ami-io (Jacopo e Jolanda)</i>	» 91
AA con i supereroi	» 93
<i>Resistere alla motivazione al cambiamento (Katia)</i>	» 95
AA con la bilancia	» 97
<i>Clienti chiacchieroni (Leopoldo e Luciano)</i>	» 100
AA con l'auto-ascolto attivo	» 104
<i>Clienti sognatori (Moreno e Nicola)</i>	» 107
AA con i sogni e con la gestalt	» 112
<i>Clienti senza forze (Ornella)</i>	» 114
AA con empowerment	» 117
<i>Clienti con bassa autostima (Phoebe e Quintino)</i>	» 122
AA con Rogers May e Rosemberg	» 127

<i>Pazienti depressi e clienti malinconici (Rosalia)</i>	pag. 130
AA con reazione	» 133
<i>Clienti da brief counseling (Sabino e Tancredi)</i>	» 137
AA con un foglio excel	» 141
<i>La scala verso il cambiamento (Ursula e Vittorio; Wilma)</i>	» 143
AA con le scale	» 150
<i>Io sono quello lì (Xenia)</i>	» 153
AA con le foto	» 156
<i>Facciamo finta che... (Ylenia)</i>	» 158
AA con le favole	» 161
<i>Le famiglie Addams e Mulino Bianco (Zoe)</i>	» 163
AA con Bowen	» 167
Conclusioni	» 169
Glossario counseling	» 173
Indice analitico	» 177
Bibliografia	» 181

Introduzione

L'obiettivo principale di questo libro è quello di fornire una panoramica sulle possibili modalità di impiego del counseling a fronte di specifiche tipologie di clienti e di problematiche. Il lettore vedrà che gli esempi che porto (presi da esperienze dirette con i miei clienti o relativi ai clienti di counselor che ho visto in supervisione, o riadattati a scopi didattici o... un mix di tutto questo) attengono a disagi o a frangenti dolorosi che ci accomunano al di là di ogni possibile distinzione. Proprio per questo ho pensato di inserire alla fine di ogni capitolo una parte di auto-intervento, che sarà utile al lettore per mettere in pratica autonomamente ciò che ha letto nel caso preso in esame. Si tratta infatti di suggerimenti su come, tutti noi, possiamo utilizzare degli strumenti – gli stessi che i counselor usano con i loro clienti – per intervenire su noi stessi attraverso un processo di scoperta, consapevolezza ed azione. Per cui, anche coloro che non utilizzano il counseling come professione, potranno beneficiare delle sue tecniche attraverso la lettura: scoprendo come si interviene in un setting di counseling, e quali strumenti si possano impiegare, anche da soli, nei momenti di difficoltà.

Un'altra precisazione doverosa è nell'uso dei termini *cliente* e *counselor* che coniugo, unicamente per motivi grammaticali, al maschile dato che, nella mia esperienza, il rapporto di genere tra i “clienti” è di 9/10 a favore delle donne – ovviamente.

Il paragrafo alla fine dei vari capitoli l'ho chiamato AA, per Auto-Aiuto.

1. Il counseling in genere

Il grande valore aggiunto del counseling è nell'intervento rapido, poiché il lavoro che viene fatto è focalizzato al raggiungimento di un obiettivo concreto e identificabile. Possiamo dire che *non si perde tempo* ad analizzare e percorrere sentieri – se pur stimolanti – *a latere*, e che non portano in un luogo preciso o non sono di interesse primario in quel momento per il raggiungimento dell'obiettivo portato dal cliente. Ed è anche vero, a mio avviso, che il counseling è molto efficace perché probabilmente è qualcosa di più della pedissequa applicazione della triade rogersiana¹.

Molti colleghi counselor vengono da me in supervisione ritenendo che l'obiettivo del loro lavoro sia comunque accompagnare (come dice Rogers) il cliente nell'esplorazione di luoghi piacevoli, evitando come la peste quelli oscuri e dolorosi. La motivazione che portano è che lo scopo del counselor è quello di operare nel benessere o, come dicono alcuni, nella salutogenesi. Bel termine, molto evocativo che non vuol dire nulla e di certo non è caratterizzante della professione: anche il negozio sotto casa di alimenti biologici lavora nella salutogenesi, ma ciò non implica che Adamo-il-commesso, abbia un diploma di counselor. Detto questo non credo che operare nella salutogenesi significhi che vada schivato qualunque accenno a situazioni dolorose portato dai clienti (compresi quelli di Adamo). Dice Perls che nello studio di un terapeuta gestaltico non deve mai mancare, oltre una sedia vuota – bollente – ed un portacenere², un pacchetto di fazzolettini, ad indicare che vanno usati.

Ciò che emerge in modo chiaro dagli incontri di supervisione, è che alcuni counselor allungano prontamente *un* fazzolettino e cambiano velocemen-

¹ La triade rogersiana definisce le caratteristiche del counselor: empatia, congruenza nei comportamenti, accettazione incondizionata del cliente. V. § “Buone e cattive abitudini”.

² Video su una lezione di gruppo gestaltico <https://www.youtube.com/watch?v=T3jYcDbcpUs>.

te argomento più per tutelare se stessi che non il cliente. Sono i counselor che non hanno ancora fatto un lavoro profondo su di sé, che hanno timore delle emozioni – dell'altro e delle proprie per riflesso – e per questo fanno allontanare il più rapidamente possibile il cliente dal campo minato delle lacrime e dei singhiozzi.

Io ritengo che lo scopo di noi counselor sia quello di seguire il cliente là dove vuole andare, ma solo se dietro abbiamo una strategia utile per il suo bene. Possiamo seguirlo, accompagnarlo, guidarlo, condurlo per mano, ma dobbiamo avere noi – nella mano libera – la bussola, in modo che se si perde il sentiero – l'obiettivo – noi siamo in grado di ritrovarlo e, nel peggiore dei casi, abbiamo solo fatto una strada più lunga. Ma chissà che non sia stato anche un bene.

La nostra bussola ha l'ago che oscilla continuamente intorno al Nord del nostro obiettivo; esperienza e occhio clinico sono gli altri strumenti che ci occorrono per arrivare in fretta e bene alla conclusione del lavoro e alla separazione – sana – dal nostro cliente.

L'obiettivo è ciò che il cliente identifica come il risultato del processo di un cambiamento relativamente a qualcosa che *lo fa star male* nel qui e ora. Il nostro primo aiuto è quello di agevolarlo a chiarire questo obiettivo: valutarlo, definirlo nei piccoli dettagli, scomporlo e poi riformularlo all'interno di una operatività concreta. Questo, apportando leggere variazioni al timone, per impedire che la barca possa andare troppo lontana dal porto sicuro. La barca – restando nella metafora – con timone, bussola, sestante, vele e quant'altro, rappresenta le tecniche, i modelli, la teoria, che ci permettono di fare una buona navigazione.

Il Modello MUS

Nella mia idea di modello integrato, non c'è “semplicemente” una integrazione tra le diverse teorie del counseling, o una selezione e un raggruppamento logico ed operativo delle varie tecniche che le caratterizzano. Quello che insegniamo nella nostra scuola è un processo che coinvolge vari attori: counselor, clienti, modelli teorici, tecniche, setting e contesto.

Per distinguerlo da altri approcci che operano una integrazione pluralistica di modelli teorici della psicologia, ho preferito chiamarlo Modello Unificante Sistemico (MUS): unificante e non unificato perché l'intenzione è di sottolineare l'andamento dinamico del counseling che utilizza un tale approccio; l'aspetto sistemico è legato all'impossibilità di definire i vari soggetti al di fuori di un contesto.

La prima considerazione da fare – se non condivisa da tutti, condivisibile – è che nessun modello teorico ha in sé la proprietà – capacità – di trattare qualunque tipo di disagio o di cliente, è quindi normale trovare delle lacune sia nella teoria, sia nelle regole, sia nelle modalità operative di intervento. L’operazione è quindi quella di ridurre la quantità e la qualità di queste lacune, al fine di aumentare la capacità di intervento.

La seconda considerazione risiede in una lettura più ampia del termine “unificare”: non avendo a che fare con componenti meccaniche da assemblare per ricostruire un macchinario, occorre tener conto della complessità del sistema per definire un intervento efficace. Impostare una relazione di counseling efficace significa essere consci che si sta intervenendo su un sistema complesso in cui il numero delle variabili è troppo alto per pensare di poterlo gestire totalmente. Possiamo costruire un Jumbo se abbiamo tempo e un libretto di spiegazioni dettagliato: è lungo e complicato, ma non impossibile. Ma anche se abbiamo letto e studiato tutti i libri di poesie d’amore scritti, non è detto che riusciamo a costruire una relazione d’amore soddisfacente.

Tornando a noi, per lavorare con un approccio di modello unificante bisogna integrare le teorie e le tecniche apprese, sperimentate e arricchite con il proprio vissuto emotivo e cognitivo. Fondere la professione con chi si è. In questo modo i modelli teorici interagiscono dinamicamente con quelle che possiamo chiamare, con un termine fisico-matematico, le *proprietà del counselor*.

Io faccio fotografie da quando a otto anni i miei genitori mi hanno regalato una Kodak Retina. Da allora le fotografie mi hanno accompagnato e mi aiutano anche nelle relazioni con gli altri: le regalo, le ritocco, rendo buffi gli amici, colgo espressioni e comportamenti ignoti agli stessi protagonisti. In tutto questo, l’inserimento del photocounseling nel mio modello “integrato”, creerà un modello differente da quello di un altro counselor che ha elaborato un approccio alla fotografia – non legato all’affetto verso i miei genitori, al piacere di sentirmi apprezzato per un bel primo piano, alla risposta creativa alle mie nevrosi... – diverso dal mio.

La *proprietà di un counselor* diviene così funzione complessa di variabili che possono riassumersi in come la persona sente, pensa e si comporta in un dato momento in un contesto specifico.

L’altro ingrediente che entra nel MUS è chiaramente il cliente. Come verificherete leggendo il libro, ciò che funziona con una persona che porta nel setting un disagio, non è detto che funzioni con un’altra – anche a parità di disagio – e in alcuni casi può creare anche dei problemi. Ad esempio l’uso dell’*amplificazione* può portare a insight da occhi sbarrati e mandibola pendula, come anche a forti irritazioni del cliente che può sentirsi preso in giro.

In quest'ottica, il MUS è tutt'altro che un modello statico dato che tiene conto di fattori fortemente dipendenti dal tempo: il cliente che si trova necessariamente in una fase di cambiamento (anche molto importante) che l'ha portato a intraprendere un percorso autoconoscitivo; l'interazione tra il counselor e il cliente che è una relazione che per sua natura si evolve e si modifica in continuazione; il counselor inserito all'interno di un processo evolutivo sia personale che professionale che lavorando, scopre nuovi aspetti di sé nell'interazione creativa con i suoi clienti. Il counselor che utilizza consapevolmente il Modello Unificante, definisce e comprende, nel rapporto professionale, le sue *proprietà*: quell'insieme di caratteristiche biologiche, culturali ed emotive, legate al suo vissuto e all'interpretazione che ne dà nel qui e ora.

L'ultima componente che entra in gioco è il contesto, o meglio il sistema che lega tutte le parti precedenti. Potrebbe essere il campo di Lewin – o quello di Higgs –, è comunque l'elemento imprescindibile che definisce ogni relazione – così come il campo di Higgs caratterizza le particelle. Per restare nel concreto, basti pensare all'importanza che può avere un ristorante francese per una dichiarazione o ai diversi comportamenti che può avere un counselor nel suo studio o in un setting supervisivo.

Così come capiamo le proprietà di una particella, dalle sue interazioni con le altre, possiamo capire le proprietà professionali ed umane del counselor dalla sua interazione emotiva con i clienti o con il suo supervisore nei vari contesti. Comprendere quali sono le *proprietà* significa per il counselor migliorare la relazione e la qualità dei comportamenti in un processo autoconsistente, in cui il professionista si riconosce nel cambiamento e nel processo di cambiamento.

Solo in questo modo il modello diviene un programma cucito sulle proprietà del counselor e sui bisogni del cliente nel qui e ora. Un ambiente plastico in cui muoversi e dove definire in maniera creativa la relazione, che non è più solo quella che si esplica nel problem solving relativamente all'obiettivo fissato dal cliente, bensì quella che arricchisce e modifica il Modello stesso attraverso un continuo processo di ridefinizione.

L'atteggiamento mentale del counselor

Come dice Berne (2014): “È più facile capire cosa è un gatto se riusciamo anche a capire cosa non sia un gatto”. Per cui vediamo di capire cosa non è – a mio discutibile avviso – counseling.

Il counseling non è accarezzare i capelli del cliente che piange, né metter-

si a piangere con lui come rafforzamento della rappresentazione empatica della relazione. E non è nemmeno dire al cliente, pensando di lavorare nell'ambito dell'empowerment, *va bene così come sei, sei forte, sono gli altri che sbagliano, fregatene di quello che gli altri pensano di te perché tu sei grande, bello e potente* (ovviamente tralasciando di lavorare sul problema che lui/lei ha portato in counseling, perché, in tale modello, il problema è degli altri). Per dirla più brevemente, il counseling non è *maternage* e diffido fortemente dei colleghi che utilizzano questa modalità di intervento terapeutico³.

Quello che ripeto spesso ai miei studenti è che questo atteggiamento molto probabilmente è un modo per avere sì, lo studio pieno: *ma di clienti sempre diversi*. Non c'è dubbio che fa piacere andare da qualcuno che ti coccola, che ti ripete che il mondo è cattivo e che lui/lei non ti merita e non sa che sbaglio ha fatto a tradirti, che sei bello così come sei – sovrappeso, con una alimentazione da fast food, e tre by pass coronarici –, e che non ti devi preoccupare di quello che dicono gli altri perché non ti capiscono, solo il tuo counselor, *dalle grandi tette*, ti conosce e ti capisce.

Forse è vero. Cosa c'è di sbagliato? Non è forse proprio questo lo scopo del counseling? Lavorare sull'*empowerment* e sulla fiducia in se stessi?

No. In questo approccio manca qualcosa che invece è fondamentale: l'incentivo al cambiamento. *Perché dovrei cambiare se il mio counselor mi dice che va tutto bene? Sono gli altri che sbagliano. Loro sì! che dovrebbero andare da un counselor*. Ma questo pensiero dura poco perché i clienti alla fine percepiscono che stanno buttando tempo e denaro, mentre seguono a conservare comportamenti tossici e pensieri disfunzionali.

A me invece fa piacere rivedere i clienti anche a distanza di anni. Certi ritornano, come amo ripetere, per fare un check up⁴. Un tagliando periodico, non necessariamente per qualche malessere esistenziale. Io ho una vecchia Peugeot a cui sono affezionato e credo che, nonostante l'età, vada ancora bene perché le faccio delle revisioni: le cambio l'olio, le faccio la convergenza alle ruote, e faccio sì che il mio meccanico se ne prenda cura⁵. Perché dovrebbe essere diverso per gli esseri umani?

Comunque, forse il lettore attento, si sarà chiesto come mai iniziare un capitolo – di un libro sul counseling – con una serie di negazioni. La considerazione da cui parto è che non necessariamente definendo ciò che è una cosa, l'ho definita nella sua totalità – nella consapevolezza che non posso esaurire, su tempi scala umani, tutte le proprietà, le caratteristiche e le innu-

³ Intervento terapeutico: v. Terapia in § "Glossario counseling".

⁴ Qui lo uso con la stessa accezione del mio meccanico e non del mio medico.

⁵ V. note precedenti.

merevoli sfumature dell'oggetto della mia descrizione: l'Essere umano. Posso, ad esempio, definire *sedia* quell'oggetto composto da materiali come il ferro, la plastica, il legno, con tre o quattro zampe, la cui funzione è quella di sostenere il peso di un corpo. Ma questo vale anche per un tavolo o una poltrona o per un oggetto fantastico che nessuno ha ancora inventato ma molto comodo, ed occorrerebbe un tempo infinito per elencare tutti gli elementi che appartengono all'insieme *sedia*. E se questo è vero per una sedia, pensate la complicazione per gli insiemi *persona* – con i sottoinsiemi Antonietta e Bruno.

Posso dire che il counseling è una relazione d'aiuto. Questa è una definizione accettata in tutto il mondo – e condivisibile –, ma non credo di poter affermare che sia una definizione chiara ed esaustiva.

È certamente una relazione d'aiuto – addirittura per l'intera umanità – riciclare la carta, oppure servire pasti caldi d'inverno ai senzatetto; e non mi sento di escludere da tale definizione l'atto di salvare i cuccioli di foca o le balene dalle uccisioni brutali delle baleniere giapponesi. Però non possiamo dire che questo sia counseling. In caso contrario i vari operatori, dagli ingegneri che vanno alla Caritas agli attivisti di Green Peace, dovrebbero essere tutti counselor per diritto acquisito.

Allora, ogni tanto, quando mi viene in mente, includo nell'elenco di ciò che non è il counseling, qualche altro elemento come: non è counseling aiutare il mio vicino di casa ottantenne a portare il carrello della spesa dentro l'ascensore (ma lo è starlo ad ascoltare per tutti e cinque i piani).

Ho voluto fare questa precisazione, che reputo importante, poiché in questi anni ho sentito colleghi e persone che agiscono all'interno del counseling, ricorrere alle definizioni più articolate – e meno comprensibili – per aggirare le ire potenziali di chi vede il counseling come una minaccia al proprio business e agli interessi delle categorie che rappresentano (a prescindere dal mercato o dalle necessità dell'utenza). Questo, consapevole che chi di voi sa già cos'è il counseling e chi è un counselor, non ha bisogno di definizioni, e chi ha comprato questo libro, spero, lo capirà leggendolo.

Il sapere e l'essere del counselor

Il *buon counselor* deve saper per prima cosa padroneggiare sia le teorie sia le tecniche che sono alla base dei modelli teorici del counseling e del loro approccio integrato, questioni di cui questo libro tratta specificamente.

Conoscere molti modelli di intervento significa, a mio avviso, andare a fare del bricolage con una cassetta degli attrezzi ben fornita. Io non sono

quello che le mogli definiscono un uomo con le mani d'oro, anzi, in alcuni casi vengo placcato quando impugno il trapano mirando ad un muro. Però anch'io mi rendo conto che per svitare una vite a stella è poco funzionale usare un *giravite spaccato*. Nel counseling è un po' la stessa cosa: se abbiamo un cliente che ha dipendenze da alcol o sostanze, un counseling strettamente rogersiano è poco funzionale; in tal caso se troviamo in uno scomparto dell'utensileria un Colloquio motivazionale, possiamo usare quello. Come ogni artigiano sa, conviene investire tempo e risorse per arricchire la cassetta degli utensili, se no si rischia di cadere nella legge di Murphy che ci insegna: "Se tutto ciò che hai è un martello, il mondo ti sembrerà un chiodo".

Detto questo, d'ora in avanti, il counselor a cui farò riferimento: ha una profonda conoscenza dei diversi modelli teorici che attengono al counseling, una specializzazione in uno o due di questi ed è in grado di padroneggiare le tecniche che gli permettono di gestire colloqui individuali e gruppi di crescita o team aziendali (Masci, 2009). Oltre a questo ci sono degli aspetti individuali che vanno al di là delle competenze legate allo studio o alla pratica. Delle caratteristiche personali – innate e apprese – che vanno affinate nel tempo, osservate ed analizzate in supervisione e che permettono di essere – divenire – ottimi professionisti. Vediamo quali sono.

L'empatia. Di definizioni ne trovate a cassette sulla rete e nei libri che tenete a casa, quella che io uso – e che mi piace – è: "l'insieme dei comportamenti e delle modalità espressive che facilitano l'instaurazione e il mantenimento della relazione terapeutica". Ci si nasce empatici (non so se ad oggi hanno trovato un gene dell'empatia, ma so che chi è *naturalmente* empatico riesce meglio nei mestieri legati alla relazione d'aiuto), comunque si può imparare a sviluppare quei comportamenti e pensieri che sono il miglior modo per relazionarsi con l'altro. Ciò che noi insegniamo in CIPA è percepire le emozioni del cliente analizzando il suo non verbale: i gesti, il tono della voce, le espressioni al fine di comprendere *come si può sentire*. Che operativamente diviene *come* ci potremmo sentire noi *se* stessimo vivendo le sue stesse esperienze. È apprendere il *come se* fossimo noi al suo posto. Chiaramente per fare questa operazione occorre che il counselor in formazione faccia un duro percorso personale – sia in incontri individuali sia di gruppo –, per riconoscere le sue emozioni a fronte di determinate situazioni. Capire come il cliente risponde agli stimoli, effettuando una attenta osservazione dei suoi comportamenti e dei suoi stati d'animo. Quindi, l'empatia si può imparare. Si deve imparare se si vuole fare questo mestiere (e non solo questo, a mio avviso).

L'ascolto. La capacità di ascoltare ci permette di seguire il filo dei pensieri del cliente valutando con cura i pattern espressivi, le violazioni linguistiche⁶, il suo paraverbale, l'uso delle metafore e degli esempi a cui ricorre più di frequente nelle sedute. Certe volte è difficile tenere sempre alta l'attenzione, soprattutto se si hanno molti clienti. Il consiglio che do è quello di separare gli incontri con quindici o trenta minuti di pausa, tempo utile per prendere appunti sulla seduta appena conclusa o per prendersi un tè. L'ascolto consapevole è effettuato con l'empatia.

Il rispecchiamento. Come facciamo a capire gli altri? Come facciamo a *intuire* le intenzioni di una persona che si sta avvicinando? Esperimenti recenti (Rizzolatti, Sinigaglia, 2006) hanno portato alla scoperta di un tipo di neuroni che può fare da tramite tra il sé e gli altri: i neuroni specchio (mirror neurons). Questi neuroni, scoperti nella scimmia, si attivano non solo quando la scimmia compie una azione, ma anche quando vede un altro individuo (scimmia o uomo), fare la stessa azione. Il gesto compiuto da un altro fa *risuonare*, in chi osserva l'azione, i neuroni che si attiverrebbero se lui stesso compisse quell'azione. Il sistema coinvolge varie aree del cervello (incluse le aree del linguaggio) e interviene, oltre che nella comprensione delle azioni dell'altro, anche nella capacità di imitazione. Possiamo dire che con questa scoperta si sono definite le basi neurofisiologiche dell'empatia. Detto questo, risulta chiaro come possa essere efficace per un counselor che intenda stabilire una relazione terapeutica, sapere *rispecchiare*⁷ il proprio cliente.

*La metafora*⁸. L'uso della metafora nel counseling è come l'uso del coriandolo nella cucina mediorientale o come la retorica per un maestro di diritto ateniese o... insomma avete capito. È una delle tecniche che il counselor dovrebbe sviluppare fin dall'inizio e padroneggiare con sapienza nella fase matura della sua professione. La metafora va al di là della logica, non passa attraverso i filtri della ragione, ha così la via libera per arrivare al cuore, per stimolare ricordi ed emozioni. È un'immagine generale che invece sembra tagliata su misura per il cliente. È il Viandante di Nietzsche⁹ in

⁶ Le violazioni linguistiche rappresentano il modo in cui il cliente descrive al terapeuta il suo modello del mondo. Sono definite: cancellazioni, deformazioni, generalizzazioni. Bandler R., Grinder J., *La struttura della Magia*, p. 58.

⁷ Il rispecchiamento secondo la PNL, consiste nel ricreare la stessa postura, le emozioni, i gesti, il paraverbale, del nostro interlocutore.

⁸ La metafora è una figura retorica, deriva dal greco "meta" che significa "sopra" e "Phorien" che significa "trasportare o portare qualcosa da un posto all'altro".

⁹ È la metafora per eccellenza del viaggio come scoperta della conoscenza e di sé. È il dialogo tra il viandante e la sua ombra che ad un certo punto chiede: "Non sei contento di

cui ci ritroviamo tutti, e che funziona non solo come metafora della vita ma anche del percorso che il cliente sta facendo con noi. In alcuni casi, può succedere, che sia lo stesso cliente, per spiegare meglio al counselor cosa sta provando, ad utilizzare espressioni prese dalla sua vita o dai suoi hobby o dalle sue passioni: "... mi sento come un luccio preso all'amo"; oppure più romantiche o agganciate alla sua infanzia: "Mi sono sentito come il cacciatore di Biancaneve che strappa il cuore ad un povero cerbiatto...". Tali occasioni (che la fortuna ci ha voluto regalare) non vanno sprecate, per cui negli incontri successivi, il counselor attento e preparato, ricorrerà spesso ad esempi e metafore tratte dall'esperienza del suo cliente. In tale modo egli si sentirà compreso, percepirà che è più facile parlare con qualcuno che condivide – capisce – le sue esperienze e che parla la stessa lingua – quella delle metafore.

La *contestualizzazione*. Può accadere che il counselor, per quanto esposto nel punto precedente, decida di effettuare degli interventi parlando per metafore, nella supposizione di agevolare il cliente e ritenendolo pronto ad effettuare gli opportuni agganci al suo problema. L'errore che si può commettere è quello di non rendersi conto che un'immagine – la metafora – è meno comprensibile – e quindi rassicurante – di un discorso logico e razionale. Succede allora che il counselor continua a parlare di cacciatori e mele avvelenate fino a che il non verbale del cliente diviene esplicito: occhi sbarrati e mandibola pendula. A questo punto occorre divenire espliciti, contestualizzare l'intervento all'obiettivo e far aderire ciò che si è appena detto alla realtà del percorso che si sta facendo insieme.

L'*iperbole* (o il paradosso). È una tecnica che io personalmente utilizzo spesso, ma con precauzione poiché può rivelarsi un boomerang con clienti fortemente resistenti e che possono sentirsi derisi. Trovo che sia uno strumento molto potente perché dà risultati sorprendenti e accelera il processo di comprensione delle proprie necessità e degli obiettivi che si vogliono raggiungere. È amplificare il messaggio, non per renderlo più udibile, ma per distorcerlo: "Uscire con lei mi è costato un rene" mi ha detto recentemente un adolescente che voleva farmi capire quanto amasse la sua compagna di classe. Ma riveste qualcosa di più nel setting di counseling, ha l'effetto di un kōan zen: non arriva subito. Il cliente ti guarda perplesso, non sa se sei serio, se gli hanno consigliato un counselor con l'Alzheimer per fargli uno

avere un'occasione di parlare?", che descrive molto bene la metafora del counselor rogersiano che tiene in primo piano il cliente mettendosi in "ombra".