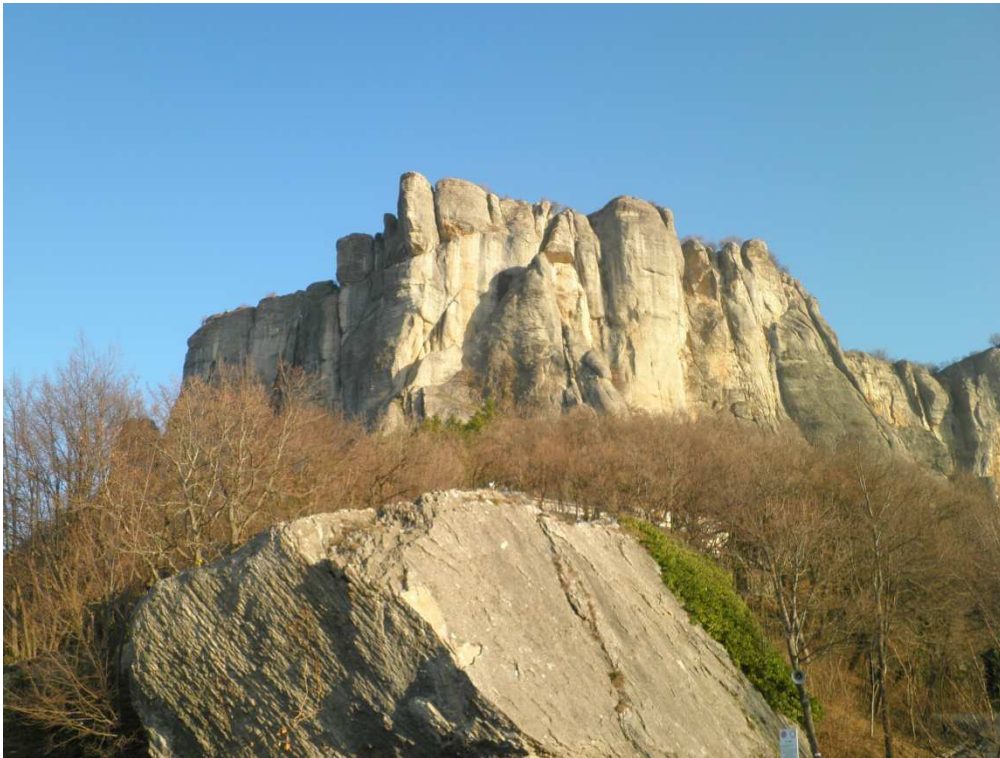


Seminario su:
**Il contratto terapeutico
dei Disturbi Gravi di Personalità**



Paesaggio emiliano:
La Pietra di Bismantova



Relazione su:
**La motivazione verso il trattamento
nelle Dipendenze Patologiche**

Gian Paolo Guelfi
Psichiatra

Associazione Italiana Colloquio Motivazionale
Motivational Interviewing Network of Trainers
(MINT Inc.)

**3 febbraio 2014
9.30- 13.30
Aula Magna
Via Aldo Moro, 30
Bologna
Regione Emilia Romagna**

Il contratto terapeutico coinvolge due contraenti
ognuno dei quali arriva al contratto con le sue motivazioni e i suoi obiettivi.

Il percorso motivazionale verso la decisione di stipulare un contratto comporta
che **entrambi i contraenti siano pronti alla pianificazione dell'accordo.**

Ma non è detto che lo siano:

Uno o entrambi i contraenti possono essere d'accordo solo a parole, o essere esplicitamente contrari all'idea.

Il “cliente”, specialmente se affetto da DGP,

- È ambivalente **per definizione**: vuole e anche, nello stesso tempo, non vuole.
- Può essere infastidito e ostacolato nel percorso dalla percezione di rigidità della controparte e del contratto che percepisce come imposto anziché condiviso

Il “servizio” **per definizione** lavora nell’interesse del cliente.
Ma esistono situazioni che possono annebbiare questa chiarezza.

- Possono esistere motivazioni e obiettivi diversi tra diversi settori del servizio; esempio differenti approcci tra SSM e SERT.

“Questi due approcci possono essere potenzialmente confliggenti e hanno contribuito non poco alle difficoltà di integrazione tra servizi sul tema della cosiddetta Doppia Diagnosi.”

(Ravani: http://salute.regione.emilia-romagna.it/documentazione/convegni-e-seminari/corsi-di-formazione/corso-linee-dgp-bologna-2013/003_contratto_ravani_partisani.pdf. Ultimo accesso 1 feb 2015)

- Può essere imbrigliato da regole e norme che contrastano con le esigenze clinico-assistenziali.
- Può essere costretto ad una rigidità del contratto contrastante con le esigenze del cliente

Il Colloquio Motivazionale può svolgere una funzione nel costruire il percorso verso la decisione di stipulare l'accordo.

Può aiutare a comprendere **il profilo motivazionale**, sia del "servizio" sia del "cliente" (sul quale principalmente mi voglio concentrare) prendendo in considerazione il peso dei fattori della motivazione rispetto al conseguimento degli obiettivi che il contratto prevede.

Come si può descrivere la motivazione a cambiare?

CHE COSA MOTIVA LE PERSONE A CAMBIARE: TRE FATTORI

- **Sofferenza**
- **Paura**
- **Insoddisfazione**
- **Preoccupazione**
- **Un trauma**
- **“Toccare il fondo”**
- **Disperazione**
- **Stanchezza**
- **La consapevolezza**
- **Pressioni esterne**
- **Un evento inatteso**
- **Una opportunità**
- **Prevalenza dei “pro” del cambiamento**
- **Una decisione**
- **Il “momento giusto”**
- **La volontà**
- **Crederci di potercela fare**
- **Vedere opportunità praticabili**
- **Fiducia in se stessi**
- **L’esempio di altri**
- **La fiducia di qualcuno**
- **Condivisione**
- **Confidare sulle proprie forze**
- **Nuovi valori**
- **Una meta da raggiungere**
- **Desiderio**
- **Importanza dell’obiettivo**

La Motivazione al Cambiamento nasce ...

... quando le persone avvertono
con disagio o sofferenza

una incoerenza, una discrepanza

tra il proprio comportamento abituale e importanti
obiettivi personali

PERCEPISCONO

UNA FRATTURA INTERIORE

La Motivazione al Cambiamento si anima ...

... quando le persone si sentono

sufficientemente ottimiste e fiduciose

rispetto alla possibilità di conseguire il risultato
per cui sono chiamate ad impegnarsi

HANNO ALTI LIVELLI DI

AUTO-EFFICACIA

La Motivazione al Cambiamento si concretizza ...

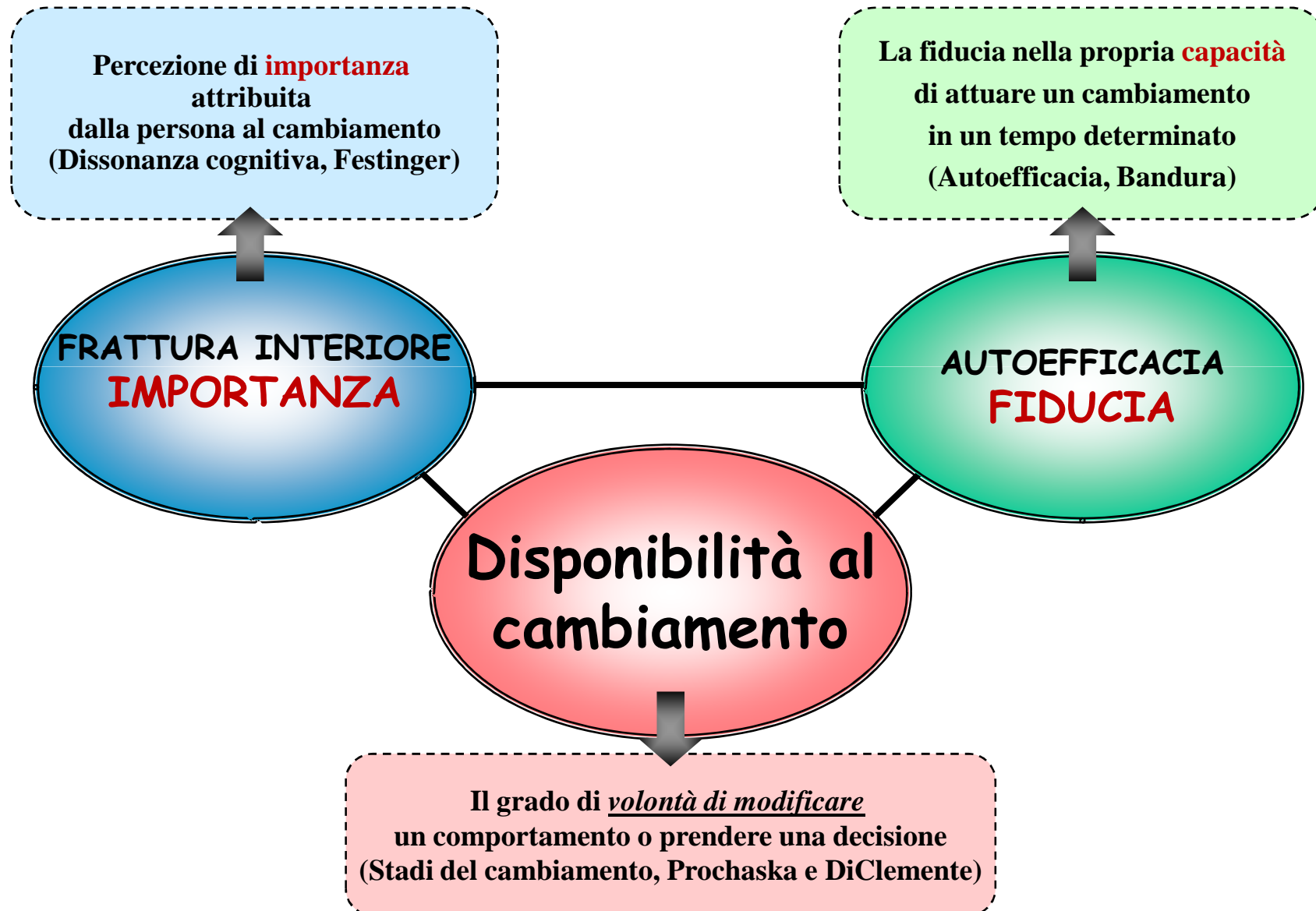
Quando le persone

esprimono la volontà
di affrontare e risolvere il problema

MANIFESTANO UNA SUFFICIENTE

**DISPONIBILITA' AL
CAMBIAMENTO**

Frattura Interiore e Autoefficacia possono essere definiti in modo meno tecnico e più vicino al linguaggio comune



I "tre fattori" della motivazione al cambiamento

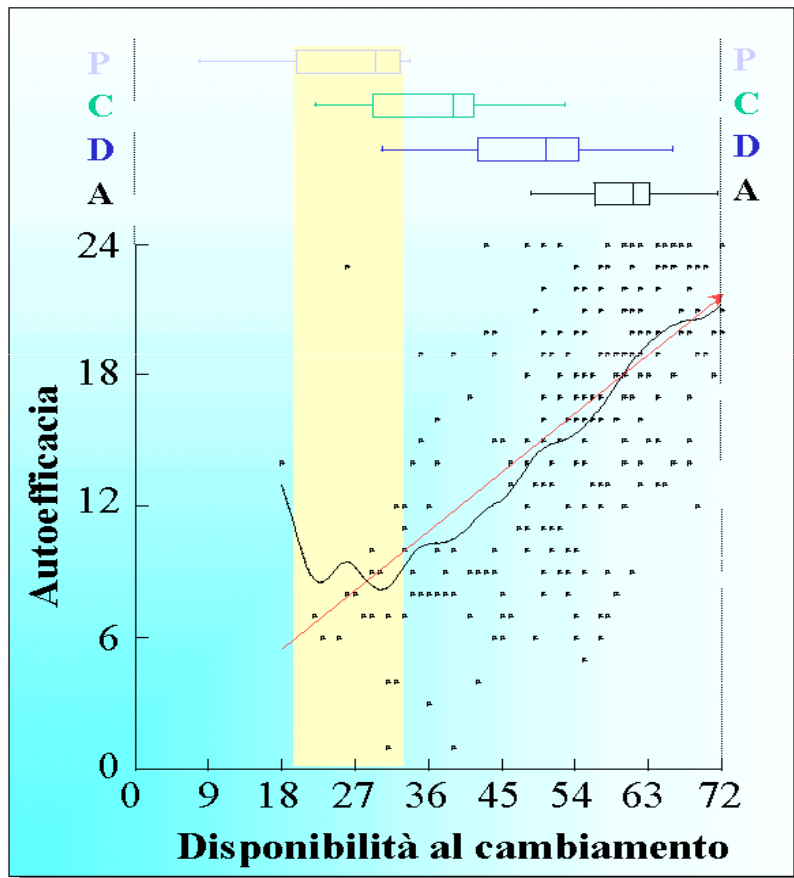
Frattura interiore - Importanza

Autoefficacia - Fiducia

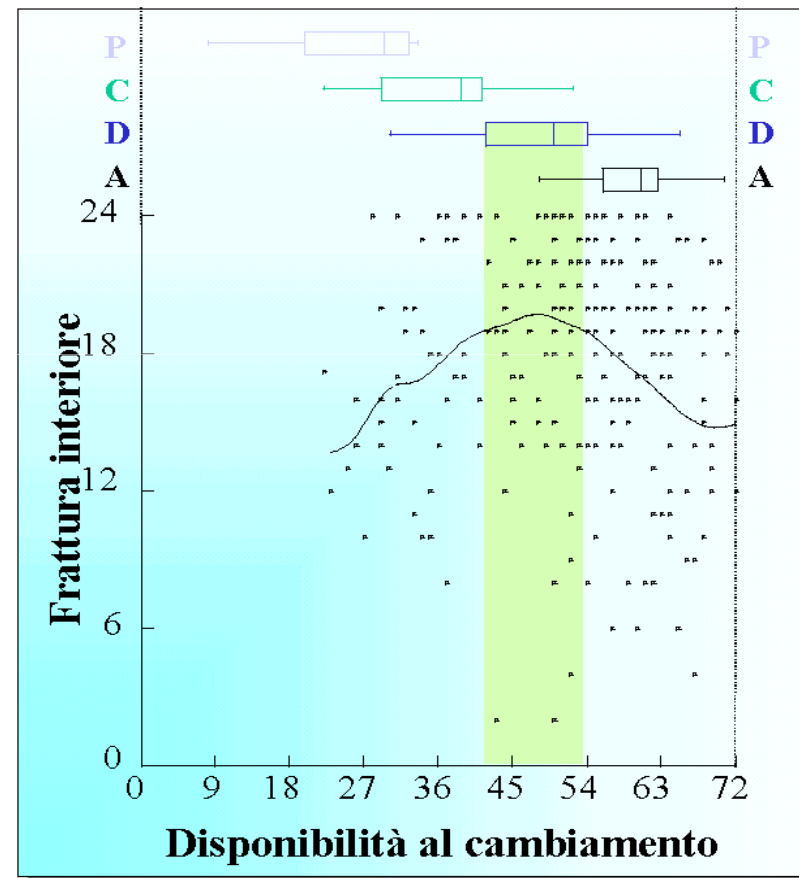
Disponibilità al cambiamento

determinano la motivazione al cambiamento,
e sono legati da relazioni abbastanza stabili

Relazioni fra disponibilità al cambiamento, autoefficacia e frattura interiore (N=316)



La DaC cresce col crescere dell'Autoefficacia



La DaC cresce con l'iniziale crescita della Frattura Interiore; ma l'ulteriore crescita della FI si associa ad una diminuzione della DaC

Importanza e fiducia

I due concetti sono stati ripresi e rivisitati nel nuovo manuale in una maniera molto simile a quella che noi in Italia abbiamo affermato, credo per primi nella forma in cui M&R hanno fatto in MI3.

In sostanza, **l'importanza** è il motore del cambiamento, la ragione (“*the why*”) per cui una persona cambia. **La fiducia** è la possibilità che il cambiamento avvenga.

- **L'importanza** muove il processo di cambiamento se è sufficientemente viva e forte. Ma se è eccessiva diventa controproducente (Principio di Goldilocks in MI3), induce forze contrarie al cambiamento, innanzitutto la ricaduta nel comportamento problematico primario, oppure in altri meccanismi difensivi.
- Un livello basso di **fiducia** tiene basso il livello dell'importanza, ma quest'ultima si rianima quando la fiducia sale: intravedere una possibilità di cambiamento quando in precedenza non se ne vedeva alcuna rende possibile desiderarlo e considerarlo importante

Lavorare su Frattura interiore - Importanza

Per sviluppare la frattura interiore:

- **Elaborare con Domande aperte e Ascolto riflessivo**
 - il disagio e le preoccupazioni
 - le mete e le aspirazioni personali
- **Ipotizzare il futuro (nel bene, nel male)**
- **Considerare differenze con il passato (nel bene, nel male)**
- **Esplorare i valori di riferimento**

Ampliare la frattura interiore non significa:

**biasimare, rimproverare, provocare, offendere,
criticare**

Sostenere Autoefficacia - Fiducia

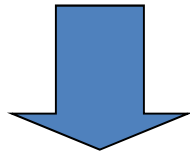
Per sviluppare l'Autoefficacia:

1. **Sviluppa un rapporto di stampo empatico, accogli, non giudicare: in una parola *fai ascolto riflessivo***
2. **Comunica al paziente che essere incerto e ambivalente è una condizione normale (*“normalizzare l'ambivalenza”*)**
3. **Incoraggialo a prendersi il tempo per pensare**
4. **Aiutalo a *vedere le cose in modo diverso***
5. **Guarda indietro (*“in passato hai dimostrato di ...”*)**
6. **Sfrutta *l'effetto “trascinamento”***
7. **Esplora risorse personali e *supporti sociali***
8. **Proponi di fare un *piccolo passo avanti***
9. **Proponi *te stesso come fonte di fiducia* nelle sue capacità**

Quattro Profili Motivazionali

Gruppo A

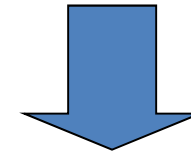
Bassa Importanza - Bassa Fiducia



Queste persone non ritengono che il cambiamento sia importante, né di riuscire a effettuarlo anche se ci provassero. Bassa Importanza e Bassa Fiducia si influenzano reciprocamente in senso negativo.

Gruppo B

Bassa Importanza - Alta Fiducia

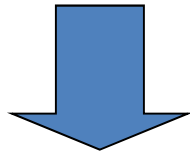


Queste persone sono illusoriamente fiduciose di riuscire a effettuare il cambiamento se lo giudicassero importante, ma non lo sono.

Quattro Profili Motivazionali

Gruppo C

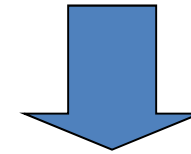
Alta Importanza - Bassa Fiducia



*Le persone giudicano
Importante il cambiamento, ma
hanno scarsa fiducia di riuscire
a conseguirlo.*

Gruppo D

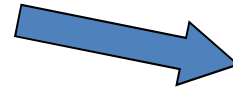
Alta Importanza - Alta Fiducia



*Queste persone ritengono che
sia importante cambiare e, allo
stesso tempo, credono anche di
riuscirci. È il profilo più
favorevole per il cambiamento,
ma può non essere sufficiente:
manca l'atto di volontà finale.*

Quattro Profili Motivazionali

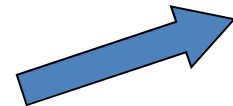
Gruppo A
Bassa Importanza - Bassa
Fiducia



Concentrarsi sull'Importanza

Se il cambiamento non viene percepito come rilevante è improbabile che si verifichi. La Fiducia illusoria crolla col crescere dell'Importanza.

Gruppo B
Bassa Importanza - Alta Fiducia



Concentrarsi sulla Fiducia

Promuovere e sostenere la Fiducia per realizzare il cambiamento. Inutile lavorare sull'Importanza che è già alta.

Gruppo C
Alta Importanza - Bassa Fiducia



Sostenere empaticamente, valorizzare l'autonomia

L'equilibrio tra i fattori è adeguato, la persona potrebbe essere non pronta.

Gruppo D
Alta Importanza - Alta Fiducia



Gli elementi del CM

Miller, Rollnick:

Il Colloquio Motivazionale.
Aiutare le persone a cambiare.

Terza Edizione.
Edizioni Centro Studi Erickson, Trento 2014

Lo 'spirito' del Colloquio Motivazionale

- Accettazione
 - Empatia
 - Valore assoluto della persona
 - Sostegno
 - Valorizzazione dell'autonomia
- Collaborazione
- Evocazione
- Propensione all'aiuto

I processi

- Stabilire una relazione
- Focalizzare
- Evocare
- Pianificare

Le abilità

- Ascolto riflessivo
- Domande aperte
- Riassumere
- Sostenere
- Dare informazioni

L'obiettivo del Colloquio Motivazionale
Suscitare Affermazioni Orientate al Cambiamento

Lo '*spirito*' del Colloquio Motivazionale

(Miller e Rollnick, 2014)

Accettazione (*acceptance*)

Valore assoluto della persona

Empatia

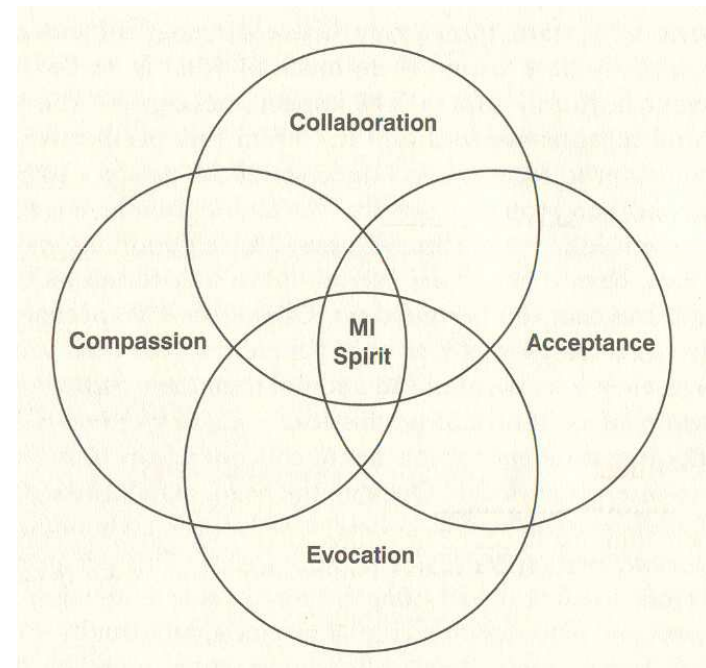
Rispetto dell'autonomia della
persona

Sostegno alla persona

Collaborazione (*collaboration*)

Evocazione (*evocation*)

Propensione all'aiuto (*Compassion)**



•“*Sorrow for the suffering or trouble of another or others, accompanied by an urge to help*”

(Webster's New World Dictionary of American English. Third College Edition 1994)

Uno stile empatico si fonda su tre pilastri:

Non-giudizio

Accurata comprensione

Accettazione ***incondizionata*** della persona
come è

Empatia, accettazione

Empatia non significa:

Identificazione (“Oddìo, anche lei ha un uomo che la picchia!”)
 (“Mettendomi nei suoi panni ...”)
 (“Ho provato anch’io quella roba e sono stato ...”)

Accordo (“Con la vita che fa è logico che beva un po’ di
più”)
 (“E’ stato giusto dimettersi se le facevano
mobbing”)

Approvazione (“Ha fatto bene a separarsi/non separarsi”)
 (“Ha fatto bene ad abortire/non abortire”)

Significato dell'empatia in Rogers

**Secondo Rogers,
la capacità del terapeuta di essere**

empatico ...

(e quindi)

... incondizionatamente accettante

è

condizione necessaria

e

sufficiente

per una relazione che porti ad un miglioramento terapeutico

... e come si crea un rapporto empatico?

L'Ascolto riflessivo (o attivo)

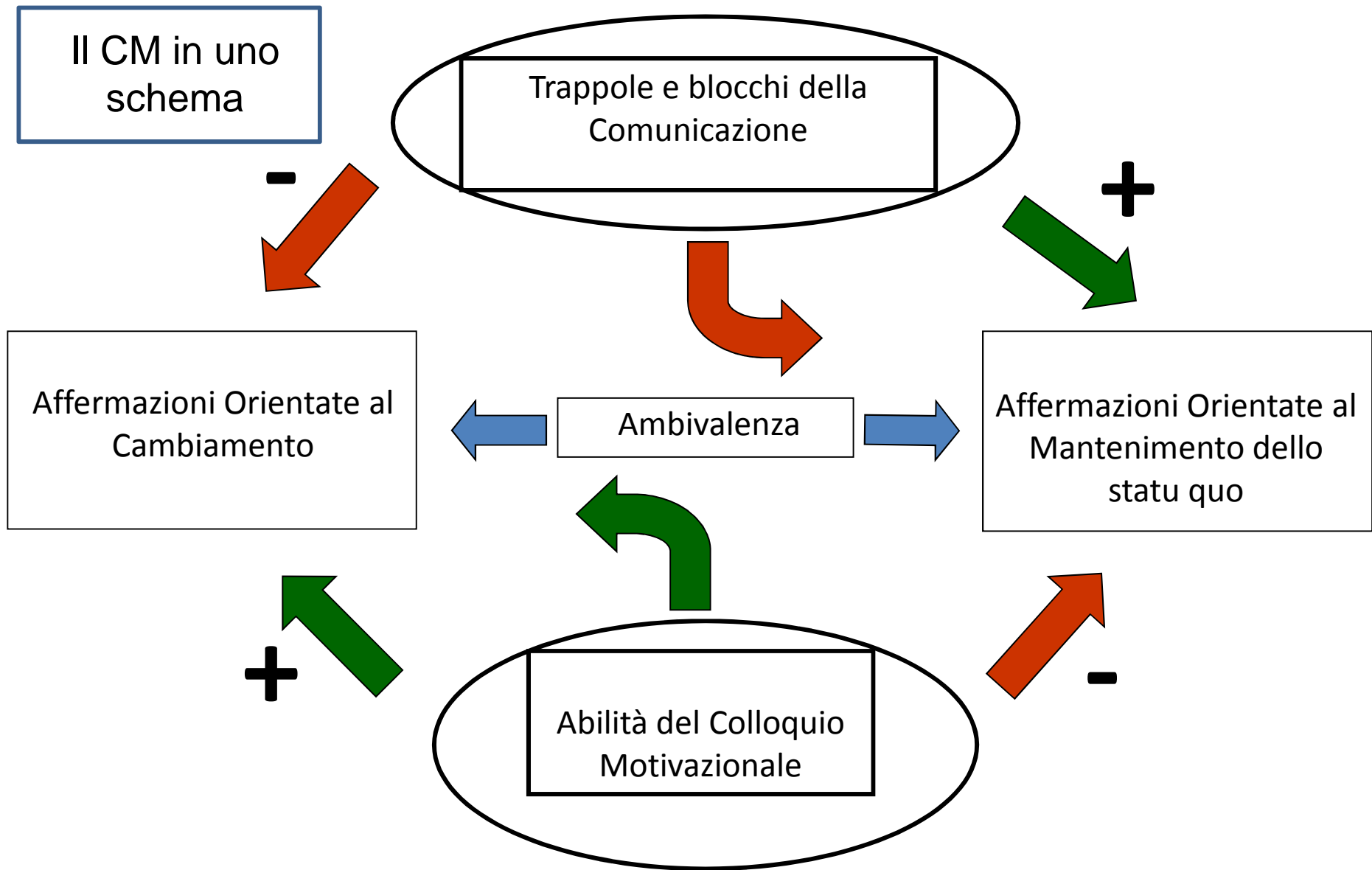
è lo strumento relazionale che più favorisce l'espressione di empatia,

e che maggiormente permette all'interlocutore di percepire l'atteggiamento empatico.

Rispetto e sostegno dell'autonomia

Di fronte ad un cliente che non vuole cambiare o decide nella direzione sbagliata, l'operatore ha sostanzialmente tre possibili opzioni:

OPPOSIZIONE	RISPETTO E GUIDA	INDIFFERENZA
Esercitare pressioni, criticare, sollecitare, ammonire, minacciare	In modo rispettoso, comprensivo delle ragioni, responsabilizzato nel aiutare l'elaborazione delle conseguenze della decisione, con un complessivo atteggiamento di guida.	In modo indifferente, "faccia un po' come crede ... io gliel'ho detto"



Il colloquio motivazionale è coerente con le indicazioni delle Linee di Indirizzo regionali dell'Emilia-Romagna per la gestione dei pazienti con Disturbi Gravi di Personalità. Copre l'ambito problematico individuato col numero 3.2.1.1, p.14 e sg.

L'interesse che il CM riveste consiste nel fatto che utilizzando le abilità del CM i principi enunciati e le indicazioni formulate possono essere messe in pratica con una tecnica coerente ed efficace.

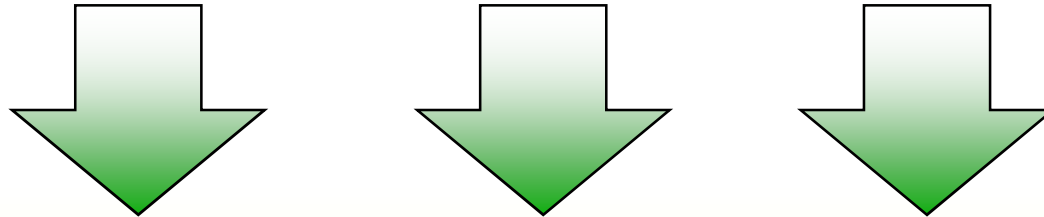
Nella parte restante di questa presentazione non illustrerò il CM in modo esauriente e conclusivo, ma mi limiterò a tre aspetti fondamentali:

- 1. l'Ascolto riflessivo**
- 2. Le Affermazioni Orientate al Cambiamento**
- 3. Il Processo di Pianificazione, per l'utilità che può avere nella stipula del contratto**

Ascolto riflessivo

Le abilità di base

- **Praticare l'*ascolto riflessivo***
- **Formulare *domande aperte***
- ***Riassumere***
- ***Sostenere e confermare***



Evocare affermazioni orientate al cambiamento

Ascolto riflessivo

L'ascolto riflessivo è la comunicazione di una ragionevole supposizione sul significato delle parole del cliente, restituita dall'operatore, sotto forma di una affermazione

Tipi di Ascolto riflessivo (o riflessioni)

Ascolto riflessivo (o riflessione) **semplice**

“A pappagallo”

Parafrasi

Ascolto riflessivo (o riflessione) **complesso**

Riformulazione

Proseguire il discorso

Riflessione dello stato d'animo

Riflessione a due facce

Riflessione amplificata

Riflessione con spostamento del focus

Affermazioni Orientate al Cambiamento

Le Affermazioni Orientate al Cambiamento (“change talk”) sono state riconosciute importanti fin dall’inizio dell’elaborazione del CM (1983) ed erano conosciute con un nome diverso: Affermazioni automotivanti (“*self-motivational statements*”).

Nel primo decennio del 2000 le AOC sono state analizzate, definite, e suddivise in due categorie, la AOC di Preparazione, e le AOC di Attivazione. Le prime preparano le seconde.

Con alcuni studi sull’analisi linguistica di colloqui effettuati e rapportati all’esito del trattamento fu dimostrata sperimentalmente una caratteristica delle AOC di Attivazione che le rende utili e necessarie ai fini del cambiamento, in quanto si sono rivelate

PREDITTIVE DEL CAMBIAMENTO RICERCATO

Cioè la loro comparsa in una certa fase del colloquio, e con una certa sequenza e intensità si associa al conseguimento dell’obiettivo ricercato.

Le affermazioni orientate al cambiamento.

Preparazione

Desiderio:

desidero cambiare

Capacità:

me la sento

Ragioni:

ho buone ragioni

Necessità:

devo farlo

Attivazione

Impegno:

mi impegno

Mobilizzazione:

mi do da fare

Passi Avanti:

muovo passi

AFFERMAZIONI NELLA DIREZIONE DEL CAMBIAMENTO

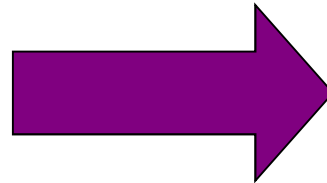
Dalla Preparazione all'Attivazione

Desiderio

Capacità

Ragioni

Necessità



**Impegno
Mobilizzazione**



**Passi Avanti
verso il cambiamento**

Di fronte ad Affermazioni Orientate al Cambiamento *poco credibili*

- Non ricorrere alla confrontazione diretta ed esplicita
- Riconoscere e riflettere gli aspetti positivi che si possono rilevare
- Mostrarsi interessati ad approfondire gli aspetti specifici
- Chiedere di elaborare maggiori dettagli sul perché e sul come
- Esplorare i percorsi che il cliente potrebbe voler percorrere
- Tenere un atteggiamento di curiosità solidale, senza cinismo né aggressività

... e come si favorisce l'espressione delle AOC?

Formulare domande direttamente evocative di Desiderio, Capacità, Ragioni, Necessità

Preferire piuttosto domande evocatrici di AOC, che domande evocatrici di resistenze

Usare il 'regolo dell'importanza'

Esplorare gli estremi

Guardare indietro

Guardare avanti

Esplorare obiettivi e valori

Motivazione al cambiamento e resistenze: Due facce della stessa medaglia



Affermazioni Orientate al Cambiamento e Affermazioni Orientate al Mantenimento dello Statu Quo: DUE FACCE DELLA STESSA MEDAGLIA

AFFERMAZIONI ORIENTATE AL CAMBIAMENTO DEL COMPORTAMENTO	AOC	AFFERMAZIONI ORIENTATE AL MANTENIMENTO DELLO STATU QUO (PER CONTINUARE, PER <u>NON</u> CAMBIARE)
Voglio, vorrei, desidero cambiare	D ESIDERIO	Desidero continuare così; non voglio cambiare
Me la sento, sono in grado di cambiare	A BILITÀ	Me la sento di continuare così; non me la sento di cambiare
Se cambio va meglio; se non cambio ho dei problemi	R AGIONI	Se continuo ho dei benefici; non ho ragioni per cambiare
Devo cambiare, bisogna che cambi	N ECCESSITÀ	Devo continuare così; non ho bisogno di cambiare
Ho deciso di cambiare; lo farò.	I MPEGNO	Andrò avanti così; non ho intenzione di cambiare
Sono pronto a cambiare, mi sto attivando	A TTIVAZIONE	Sono pronto a continuare; non sono pronto a cambiare;
Ho cominciato a cambiare	P ASSI	Sto continuando come sempre; non mi muovo proprio

Destutturazione della resistenza nel CM

Nel CM sono state definite '*sustain talk*' le affermazioni che evidenziano difficoltà oggettive o soggettive della persona a svolgere un compito di cambiamento.

Noi le abbiamo definite *Affermazioni Orientate al Mantenimento dello Statu Quo*.

È stato importante distinguere le *Affermazioni Orientate al Mantenimento dello Statu Quo* dalle affermazioni espressive di opposizione al processo del colloquio o alla persona dell'operatore. Queste ultime sono state definite *Disaccordo (Discord)*

La resistenza

Storicamente attribuita al cliente,
dal CM è ritenuta una
caratteristica della relazione.

Come tale è influenzata

- dalle **caratteristiche del cliente**,
- dal suo **contesto sociale**, e
- dalle **caratteristiche della relazione tra cliente e operatore**

ed è per questo che è stata ridefinita pari pari
(è il caso di dirlo ...)

DISACCORDO

DISTINGUERE

TRA LE FORME DI OPPOSIZIONE AL CAMBIAMENTO: DISACCORDO vs MANTENIMENTO DEI COMPORAMENTI

DISACCORDO ("DISCORD") :

Ciò che si manifesta come un *attiva opposizione* al lavoro dell'operatore, nelle sue forme più apparenti,

(squalifica, contestazione dell'onestà o della competenza, ostilità, accuse di collusione con altre persone considerate ostili, mettere in discussione le posizioni dell'operatore, interrompere, ostinatamente tacere, parlare a fiume in piena, ...)

ma anche nelle forme apparentemente compiacenti, *resistenza passiva*

(passività, trincerarsi dietro l'incapacità, scusarsi, fingere adesione pro bono pacis, incolparsi, ...)

DIFFICOLTÀ A CAMBIARE ESPRESSE COME AFFERMAZIONI ORIENTATE AL MANTENIMENTO DELLO STATU QUO ("SUSTAIN TALK"):

Possono esserci molte ragioni per cui il soggetto desidera mantenere un comportamento che da altri, noi compresi, è considerato maladattivo o patologico. Può avvertire una chiara necessità del comportamento in questione per il mantenimento del suo benessere o del suo equilibrio. Può semplicemente sentirsi incapace di abbandonare il comportamento, o di percorrere il cammino del cambiamento. Per questo insieme di elementi, può essere del tutto o in parte restio ad assumere un impegno, e meno che mai sarà disposto a muovere passi verso il cambiamento.

Che differenza c'è, se ce n'è una, tra il modo come si risponde alle AOMSQ e al Disaccordo? In sostanza no, con un'eccezione:

Per esempio di fronte all'insorgenza di una forma di *Disaccordo* noi possiamo, se appropriato, chiedere scusa (“*mi spiace, non intendevo offenderla*”); oppure “*mi scusi se l’ho ferita, non era mia intenzione.*”)

Cosa che non si fa di fronte ad una persona che ci dice, p.es., “*non ho intenzione di smettere di fumare*”, oppure “*se penso che devo affrontare un’astinenza preferisco continuare a farmi con tutto quello che comporta*”.

Di fronte al Disaccordo

Riconoscere i segni

- Atteggiamento difensivo
- Atteggiamento ostile e oppositivo
- Interruzioni
- Non coinvolgimento:
 - Nello Stabilire una relazione
 - Nel Focalizzare
 - Nell'Evocare
 - Nel Pianificare

Rispondere al Disaccordo

- Riflettere, riflettere e poi ancora riflettere.
- Concordare con variazione
- Valorizzare l'autonomia
- Ristrutturazione
- Se appropriato, scusarsi
- Sostenere
- Spostare il focus

SUGGERIMENTI PER UN COLLOQUIO CON UN SOGGETTO AMBIVALENTE

1. Esplorare l'ambivalenza

- a. Fare **domande aperte** per far emergere i due poli dell'ambivalenza, le ragioni per cambiare, gli ostacoli per il cambiamento
- b. Fare **ascolto riflessivo** su ognuna delle risposte
- c. Fare **riflessione a due facce** catturando i due aspetti dell'ambivalenza

2. Riassumere quanto è emerso

- Dare più peso alle AOC che alle resistenze: elencare le AOC, mettere le resistenze in positivo ("*ci stai lavorando!*", "*hai fatto progressi evidenti!*")

3. Esplorare i "valori" in base ai quali il soggetto vuole cambiare

- a. Quali ragioni principalmente ti spingono a cambiare?
- b. Quanto ti senti già coerente con queste ragioni?
- c. Quali ostacoli? Come li vuoi affrontare?

4. Riassumere quanto è emerso fin qui, e concludere con una domanda tipo: "... e adesso come vorresti andare avanti? Quale passo immagini, prevedi? Cosa ti aspetti che io faccia?"

Il 'processo' di pianificazione secondo il CM



Quattro Processi fondamentali del CM

- 1. Stabilire una relazione , è il fondamento**
- 2. Focalizzare, definire l'argomento e puntarvi l'attenzione**
- 3. Evocare, far emergere quello che il cliente pensa/sente**
- 4. Pianificare, negoziare in concreto come fare**

Passare alla Pianificazione

Segnali di disponibilità

Aumentano le *Affermazioni Orientate al Cambiamento*

Si registrano passi avanti

Si riducono le *Affermazioni Orientate al Mantenimento dello Statu Quo*

Domande sul percorso di cambiamento

Domande su cosa accadrà dopo il cambiamento

L'operatore ha una percezione di cambiamento di clima

Risposta dell'operatore

Sondare e verificare con Domande aperte e Ascolto riflessivo

Ricapitolare attraverso un Riassunto di Transizione

Formulare una Domanda chiave

“Andamento lento”, non forzare

Costruire un piano

Il piano è del paziente! L'operatore assiste e "guida", non impone.

Al piano si arriva attraverso gli altri tre Processi

Un piano condiviso va negoziato

Un piano può richiedere ritocchi, e tale possibilità va prevista esplicitamente.

Un "buon" piano di cambiamento è SMART

Specifico: è focalizzato esattamente sul punto chiave del cambiamento.

Misurabile: ci sono chiari metodi per valutare l'andamento del processo.

Accessibile: il risultato non è fuori della portata del cliente o troppo difficile

Realistico: tiene conto del punto di partenza del cliente; è graduale

Tempestivo: prevede un lasso di tempo per conseguire il cambiamento.

Matulich: Il Colloquio Motivazionale passo dopo passo, 2015

Un caveat: non passare allo stile direttivo

Tre scenari possibili:

C'è un piano chiaro da costruire, su cui siamo d'accordo

Richiamarne i termini

Facilitare il passaggio e il rinforzo delle AOC di Attivazione

Affrontare e risolvere i problemi pratici, spianare gli ostacoli

Concretizzare e specificare

Ci sono opzioni, diverse anche se chiare

Confermare l'obiettivo

Elencare le opzioni

Facilitare le impressioni del cliente

Riassumere il piano

Affrontare e risolvere i problemi pratici, spianare gli ostacoli

Il piano parte da zero

Confermare l'obiettivo, ri-focalizzare?

Le opzioni non si elencano ma si generano in clima cooperativo

Riassunto di ricapitolazione

Bibliografia in italiano sul CM

Guelfi GP. **Motivazione**. In Grosso L. e Rascazzo F. (a cura di) **Atlante delle Dipendenze**. Edizioni Gruppo Abele, Torino, 2014, 436-448

Guelfi GP, Quercia V, Scamperle A, Zavan V. (a cura di) **Il Colloquio Motivazionale nell'ambivalenza dei cambiamenti**. Animazione Sociale 284, 2014, 39-83

Matulich B. **Il Colloquio Motivazionale passo dopo passo**. Edizioni Centro Studi Erickson, Trento, 2015

Miller WR, Rollnick S. **Il Colloquio Motivazionale. Aiutare le persone a cambiare**. IIIa edizione. Edizioni Centro Studi Erickson, Trento, 2014

Naar-King S, Suarez M. **Il Colloquio Motivazionale con gli adolescenti**. Edizioni Centro Studi Erickson, Trento, 2014

Arkowitz H, Westra, HA, Miller, WR, Rollnick, S. **Il Colloquio Motivazionale per il trattamento dei problemi psicologici**. Sovera, Roma, 2010

Grazie per l'attenzione