

# El uso de la metáfora en el trabajo de psicoterapia breve

Lupita Centeno

*El don que ha hecho evolucionar a la especie humana es precisamente su capacidad de imaginar un proyecto, es decir, la posibilidad de transformar al mundo, de transformarnos a nosotros mismos, a cada uno de nosotros, a la humanidad.*

Albert Jacquard

## INTRODUCCIÓN

Desde hace muchos siglos se sabe del uso de relatos como medio de transmisión de valores, conocimientos y tradiciones propios de cada pueblo y cultura. La eficacia de este método se puede comprobar a través de su uso por grandes pensadores, líderes religiosos, políticos, escritores y poetas. Se puede utilizar con personas de cualquier edad e ideología, lo esencial es poder vincular las metáforas con experiencias concretas, específicas de cada persona y situación.

Todo esto indica la importancia de la metáfora como herramienta terapéutica a utilizar siguiendo determinados criterios y características.

Con este ensayo, se pretende demostrar la importancia del uso de

la metáfora como una herramienta terapéutica, explicando en qué consiste, cómo y cuándo usarla, y los requisitos que se deben seguir para su elaboración.

La utilización de la metáfora en el trabajo terapéutico no es algo reciente, ya que se encuentran en las historias y parábolas de la Biblia, en los cuentos y leyendas de las diferentes culturas.

Roberto Cialdini, citado por Nardone y Watzlawick (1992), psicólogo social famoso por su estudio de la persuasión, considera que si alguien quiere convencer a otro a realizar determinada acción debe llegarle a las personas. Así, el terapeuta, al tratar de ofrecer alguna idea que puede resultar útil para el cliente o tratar de persuadirlo en alguna dirección debe de amoldarse lo más que pueda

*Lupita Centeno.* Licenciada en psicología por la Universidad Autónoma de Yucatán. Pasante de la Maestría en Desarrollo Organizacional.

a la edad, género, religión, etcétera, del cliente.

En el campo terapéutico se puede considerar a Milton H. Erickson, citado por Haley (1980), como el maestro o padre de esta herramienta debido a la facilidad y creatividad que tenía para utilizarla dentro de sus intervenciones. Cade B. y O'Hanlon W. H. (1993) citan a algunos autores que utilizan la metáfora en su trabajo terapéutico, tales como Koestler (1975), Grinder y Bandler (1981), Minuchin y Fischman (1981), De Shazer (1980), Combs y Freedman, entre otros. O'Hanlon, así mismo, dentro de su trabajo tera-

péutico, utiliza poesías cargadas de metáforas.

La metáfora, aunque no todos le han dado el sentido que tuvo en su origen, se pretende utilizarla no sólo como una herramienta más, o un relleno en la sesión terapéutica, sino rescatar todo lo valioso que ésta tiene. A través de ella se envía un mensaje sin decirlo de manera literal, pero que llega al cliente mediante el lenguaje percibido por el hemisferio derecho, ocasionando en el cliente posibles cambios actitudinales y/o de conducta. Desafortunadamente, en la actualidad parece no tomarse mucho



en cuenta esto. Por ello la preocupación de promover su uso adecuado.

#### LA METÁFORA

Según Dufour (1998), "la metáfora es un proceso por el que se le atribuye su nombre apropiado a una persona o cosa, con base en una analogía o en una comparación sobreentendida" (p.15). Por ejemplo, una mamá se queja de su hija que está tan flaca como un alfiler, dice que hasta parece que se va a quebrar.

Para Simon, Stiertin y Wynne (1997), "... la metáfora se refiere a un giro del lenguaje que se emplea en un sentido no literal. Si bien una metáfora es una figura del lenguaje, tiene mucho en común con la comunicación analógica; en las dos, se pretende establecer una semejanza entre la imagen y lo que se trata de expresar" (p. 227). Por ejemplo, se utilizan expresiones muy comunes, como: siento mi cabeza como un enjambre de abejas. También sirve para describir aspectos específicos de las relaciones, terapeuta-cliente, terapeuta-familia, etcétera, como por ejemplo: mi matrimonio es como un callejón sin salida. Su finalidad es informar, educar, curar y estimular el crecimiento interno y su principal objetivo es mandar mensajes de solución. Como técnica terapéutica, no tiene como objetivo servir de entretenimiento como se podría pensar en la narración de cualquier cuento

o historia, en ella se tratará en forma generalmente inconsciente algo que le afecta al individuo o que tiene que ver con algún aspecto particular de la vida del oyente.

#### TIPOS DE METÁFORAS

También de acuerdo con Navarro y Beyebach (1995) existen diferentes tipos de metáforas que pueden consistir desde una palabra hasta una larga historia.

Las historias largas están diseñadas para situaciones complejas, tienen que ser cuidadosamente elaboradas y se debe tener mucho conocimiento de la situación problemática.

En las anécdotas o historias cortas el objetivo es limitado y directo. Erickson, mencionado en Navarro *et al.* (1995), sugiere su uso cuando empieza a haber cambios en el cliente o comienza a percibir los efectos positivos que le proporciona el tratamiento.

Las frases metafóricas breves se usan para recalcar en pocas palabras algo muy concreto y están especialmente enfocadas a la vida rutinaria del cliente.

En las metáforas relacionales se propone enganchar un aspecto que se da en el ambiente terapéutico con algo que el terapeuta perciba que está influyendo en el medio en que se da la problemática del cliente. Por ejemplo, en una familia donde el padre no había asistido desde la primera entrevista, preocupada la terapeuta por el



papel que juega el papá dentro de la familia, comenzó a abordar el tema de manera indirecta, preguntando por la ausencia paterna en la terapia. Para ello comenzó a interrogar a cada uno de los integrantes de la familia qué pensaban que había sucedido para que el papá no hubiera asistido. ¿Ella había tenido algo que ver para que él no acudiera? ¿No se había interesado la terapeuta porque el papá participara en la terapia? ¿Cómo o qué podía hacer ella para que se sintiera partícipe del proceso terapéutico?

Las tareas metafóricas consisten en que el terapeuta elija cómo cambiar alguna actividad. Luego, escoge una parecida a la que quiere modificar, pero que le resulte más fácil al cliente. Posteriormente, se le asigna una tarea de esa actividad, que permita alcanzar los resultados deseados tanto en ella como en la que se quiere cambiar. Se recomienda que se realice esta tarea en la sesión o durante el intervalo hasta la siguiente sesión. Por ejemplo, el darle a una persona, que estuvo en terapia de desintoxicación, para cuidar una planta durante un año, la cual debe regar, sacar al sol, al aire, etcétera, es como una manera de "decirle" al cliente que si logra esto podrá valerse por sí mismo y en el futuro tal vez podrá hacerse cargo de otras personas, como encontrar una pareja, formar una familia, etcétera. Esto no se le dice de manera verbal

al cliente todo se da a través del lenguaje metafórico, llevando a cabo ciertos rituales o tareas como tirar y quemar todo aquello relacionado con su problema anterior.

También se usan objetos metafóricos que pueden ser: un muñeco de peluche, una fotografía, unos patines, etcétera, cualquier objeto que de alguna manera signifique algo importante para la resolución de la problemática.

Las metáforas artísticas se usan generalmente en la terapia de juego, que puede consistir en un dibujo, una escultura u otro, como en el caso de una muchacha que considera que nunca fue buena para hablar en público, pero en tercer año de primaria fue elegida para decir la recitación del festival del Día de las Madres, y de esa ocasión guarda una fotografía del evento en la cual se le veía muy tranquila durante su desempeño.

Algo que es importante señalar es que la metáfora no solamente se transmite de manera verbal, sino que puede influir la postura del terapeuta, sus gestos, la actitud que tome durante la sesión, etcétera. Si el terapeuta desea que sus palabras tengan un efecto "mágico", deberá él mismo vivir su relato, por eso no sólo es importante la elección de las palabras sino también el tono de voz y los movimientos de cuerpo y la cabeza.

Es interesante mencionar que hay que percatarse del sentido que predomina en el cliente, que puede ser

kinestésico, olfativo, visual u otro, y es necesario aprender el lenguaje del paciente y presentar la intervención en ese mismo lenguaje o sistema representativo, puesto que mientras más se sienta identificado el cliente con la metáfora, mayor influencia va a tener en él. Un requisito previo para la elaboración de metáforas es prestar atención al lenguaje verbal y no verbal del cliente, o al sentido que predomina en él y construir las lo más parecido posible a la visión del problema del cliente sin perder el objetivo del proceso terapéutico, tal como lo mencionan Grinder y Bandler citados por Cade B. *et al.* (1993).

Parte de los sucesos que acontecen en el cliente deben estar incluidos en el mensaje metafórico; por esto debemos pasar en el relato de la situación problemática a una solución agradable para el cliente. Siempre el relato debe estar descrito en términos positivos y debe ser enviado al sentido que predomina en el cliente. Además, el contenido de la metáfora debe ser lo más vago o ambiguo para estimular la creatividad del cliente; esto es, el mensaje puede incluir personajes ficticios, como duendes, príncipes, héroes mitológicos, animales, personajes célebres, sabios, etcétera, como por ejemplo leerle el cuento de los cuatro



ositos a un niño que sufre porque sus padres van a salir de viaje y que él se va a quedar en casa de un pariente.

Como menciona Kay F. Thompson (1994) en su artículo "La metáfora: un mito con n método" (citado por Zeig J. *et al.*):

"Debemos ir al encuentro de la mente del paciente, determinar su motivación e incorporar luego el método que dé acceso a las habilidades necesarias para efectuar el cambio. No hace falta desarrollar una historia para cada cliente, pero sí debemos elaborar un repertorio aplicable

a muchas situaciones y, luego, variar la historia elegida adoptándola a la idiosincrasia de cada situación. La elaboración de metáforas requiere escuchar con suma atención al individuo". (p. 296).

### CÓMO Y CUÁNDO UTILIZARLAS

Debido a la naturaleza misma de la metáfora, puede usarse en cualquier situación en la que el terapeuta quiera transmitir información a su cliente. Esta información puede ser muy específica o muy general, tal y como lo menciona Navarro *et al.* (1995).



1. Lo que hay que considerar es la forma en que coopera o colabora el cliente con el terapeuta, para ello se debe establecer una relación de confianza para que el cliente se sienta a gusto. Hay que considerar qué tipo de comunicación prefiere el cliente: directa o indirecta. La comunicación directa se usa generalmente con los clientes que son muy colaboradores, por ejemplo, un muchacho que tenía problemas con su pareja, no se había percatado de que tenía que aclarar sus sentimientos y tomar la decisión de seguir o no con su novia; al escuchar una frase que le proporcionó el terapeuta, inmediatamente se dio cuenta de lo que debería de hacer. En la comunicación indirecta las personas no cooperan fácilmente en el proceso terapéutico, por ejemplo, "una joven de 25 años, con tres hijos de padres distintos, pide angustiada una cita con el terapeuta, en la terapia, aunque menciona brevemente haber tenido una niñez un tanto dura y difícil, no presentó la angustia que parecía tener en un principio. Cuanta más información buscaba el terapeuta, más tranquila y calmada parecía ella. De repente, el terapeuta le preguntó que si sabía el cuento de la patita fea. El terapeuta explicó la manera en que la patita había ido por el

mundo y por la vida, pensando que no había un lugar para ella y finalmente había deseado morir. A medida que el terapeuta explicaba, la muchacha comenzó a llorar y a comentar que se había esforzado demasiado para que su última relación no fracasara".

2. De preferencia se debe utilizar metáforas que fomenten la eficacia de la comunicación, si se requiere resaltar la intensidad del mensaje metafórico, procurando que su contenido sea más llamativo. Se debe utilizar la metáfora cuando se desee comunicar algo con mayor rapidez y claridad.

Ahora, si el interés radica en aumentar la duración del efecto del mensaje se debe utilizar recursos mnemóricos, puesto que pueden ser muy útiles para obtener más información. Por ejemplo, el joven que esté muy interesado en las matemáticas se le habla acerca de su problemática utilizando terminología relacionada con esta ciencia.

3. Se puede utilizar la metáfora cuando se quiera resaltar al cliente que él es responsable en el proceso del cambio y darle mayor oportunidad de utilizar sus propios recursos.

Una metáfora se puede convertir en una herramienta integradora del proceso terapéutico, ya que ayuda al





cliente a darse cuenta de actitudes o ideas de las cuales no se había percatado antes.

Se debe comenzar por utilizar técnicas metafóricas breves antes de narrar toda una historia o cuento largo, porque así el terapeuta va ensayando cómo reacciona o percibe el cliente este tipo de mensajes y qué impacto le genera el mensaje metafórico.

Según Zeig (1990), citado por Navarro *et al.* (1995), no hace falta una preparación especial por parte del cliente antes de la metáfora. Erickson, sin embargo, generalmente preparaba el terreno contando relatos sin relación alguna con el problema en cuestión, o también contaba una historia un tanto alocada con la finalidad de desestabilizar el consciente del oyente. En mi opinión, creo que cada terapeuta debe darse cuenta, a través de las respuestas que va dando el cliente durante la conversación terapéutica, del momento justo para proporcionar la metáfora.

Si el terapeuta desea que su mensaje tenga un efecto importante en el cliente, deberá elegir las palabras que utilizará, el tono de voz, los movimientos de todo su cuerpo, lo sincero que es al expresarlo.

Cada terapeuta debe buscar su propio estilo y estar pendiente de cualquier cambio que deba realizar a su mensaje, procurando ser flexible.

Es muy importante, al momento de narrar las metáforas, observar las reacciones del cliente, especialmente debe estar pendiente del lenguaje no verbal. Esto permite saber si la metáfora ha enganchado o no y da la opción de corregir, ampliar o cambiar lo que no funcione. En general, se puede comentar que son las reacciones del cliente las que guían al terapeuta.

Baker (1985), citado por Navarro *et al.* (1995), menciona algunas reglas a considerar en la narración de la metáfora:

1. Pensar en alguna(s) historia(s) relacionada(s) con el problema del cliente.
2. Tomar el tiempo necesario para contarla, no precipitarse.
3. Variar el ritmo y el estilo al contarla.
4. Decidir de antemano cuáles partes de la historia deben ser enfatizadas y realizarlas variando la velocidad, el tono o el ritmo de las palabras.
5. Hacer que la historia suene interesante; esto será más fácil si el narrador la encuentra interesante; se recomienda evitar las historias que resulten aburridas.
6. Prestar atención a las respuestas, especialmente las no verbales, de quienes le escuchan y modificar su técnica con base en ellas.



### VENTAJAS DEL USO DE LA METÁFORA

Una de las principales ventajas, quizás la de mayor relevancia, es la flexibilidad que tiene en sí la metáfora, ya que puede ser moldeada de acuerdo con la situación o persona a la que esté dirigida y, como menciona Thompson, citado por Zeig *et al.* (1994) hay metáforas aplicables a diversas situaciones, sólo es cuestión de adaptarlas.

1. La metáfora sirve para ayudar al cliente para que encuentre él mismo el cambio de la situación problemática.
2. Fomenta que el cliente capte por sí mismo el sentido del mensaje y que obtenga sus propias conclusiones.
3. Sugiere soluciones, evitando las resistencias por parte del cliente.
4. Puede aclarar cualquier confusión que se dé en la terapia.

### DESVENTAJAS DEL USO DE LA METÁFORA

1. Puede darse la posible manipulación del cliente por parte del terapeuta, esto puede evitarse si se ofrecen varias metáforas que sugieren diferentes posibilidades.
2. El cliente puede no captar el mensaje que se le envía, sin embargo, si el terapeuta está pendiente y es buen observador también registrará eso.
3. El terapeuta puede no saber utilizar la metáfora o usar una que no

tenga que ver con el problema del cliente, las respuestas verbales o no verbales del cliente podrían mostrarle eso al terapeuta.

4. En ocasiones puede originar discusiones o malos entendidos, si el terapeuta no está siendo lo suficientemente respetuoso y colaborativo con el cliente.
5. La dificultad del cambio puede verse afectada si el terapeuta interpreta o traduce el significado de la metáfora; generalmente se deja sin traducción para que en su misma vaguedad permita dar cabida a los significados propios del cliente.

### EFFECTOS DE LA METÁFORA

Una metáfora, acorde con la problemática y bien narrada, puede cambiar la visión que tiene el cliente respecto del problema, o, al menos, la enriquece. De lo contrario, puede estacionar al cliente, evitando que salga del mismo. Esto podría ocurrir más por una mala conducción de la conversación terapéutica que por otra cosa.

De hecho, desde el punto de vista post modernista, con su hincapié en la imposibilidad en el conocimiento objetivo, se reducen las "descripciones" consideradas antes objetivas a meras interpretaciones hechas por algún sujeto inmerso en una cierta cultura, valores, limitaciones biológicas y creencias. Así que, finalmente, resulta que cualquier descripción redundante en una "historia más de



las muchas posibles que se puedan hacer sobre alguna experiencia".

Cuantas veces en momentos difíciles de nuestras vidas hemos escuchado una canción o una historia y nos ha hecho sentir una paz interior. Algo que nos ayuda a percatarnos y ver nuestra situación de una manera diferente, a lo mejor menos problemática.

Así, también, en cuentos, poesías o canciones se usan frases metafóricas que pueden usarse en terapia para beneficio del cliente. Al menos, algunas de ellas nos han resultado terapéuticas en un cierto momento de nuestra vida.

## CONCLUSIONES

Una vez expuestos los puntos que se consideran importantes con relación al uso de la metáfora se puede concluir que, en ocasiones, no importa qué tan largo o corto sea el mensaje que se envía, lo que interesa es que la metáfora se ajuste a la problemática del cliente y captemos en éste alguna respuesta positiva hacia ella. Por esto, hay que estar muy atento a las respuestas que el cliente vaya dando en el transcurso de la narración o relato del mensaje, procurando no perder la flexibilidad e ir ampliando o cambiando lo que no funcione. Una metáfora será eficaz si se amolda a las necesidades de cada cliente. Debe basarse en la "teoría" o enfoque del problema que tiene el cliente.

Lo que no debe dejar de considerarse es el uso adecuado de los mensajes metafóricos pues no deben de utilizarse como un último recurso para salir adelante cuando uno se sienta estacionado en el proceso terapéutico, sino deben de usarse como una herramienta terapéutica siguiendo determinados criterios y características, expuestos con anterioridad. Una metáfora, bien empleada, en el momento adecuado, puede ser una herramienta terapéutica poderosísima.

Para finalizar, se considera apropiado mencionar lo expuesto por Hesse citado por Dufoux (1998): "Nada te puedo dar que no exista ya en tu interior. No te puedo proponer ninguna imagen que no sea ya tuya... Sólo te estoy ayudando a hacer visible tu propio universo".

## REFERENCIAS

- Cade B. y O'Hanlon W. H. (1995). *Guía breve de la terapia breve*. España: Paidós.
- Haley J. (1980). *Terapia para resolver problemas: Nuevas estrategias para una terapia familiar eficaz*. Argentina: Amorrortu.
- Haley J. (1980). *Terapia no convencional. Las técnicas psiquiátricas de Milton H., Erickson*. Argentina: Amorrortu.
- Nardone G. Y Watzlawick P. (1992). *El arte del cambio. Manual de terapia estratégica e hipnoterapia sin trance*. España: Herder.
- Navarro J. Y Beyebach M. (comps.) (1995). *Avances en terapia familiar sistemática*. España: Paidós. Terapia Familiar.
- Simon F., Stierlin H. Y Wynne L. (1997). *Vocabulario de terapia familiar*. (2ª. Ed.). Barcelona: Gedisa.
- Zeig J. Y Gilligan S. (1994). *Terapia breve: mitos, métodos y metáforas*. Buenos Aires: Amorrortu.