

LA INTERVENCIÓN ESCOLAR CENTRADA EN SOLUCIONES, ELEMENTO CLAVE EN EL BIENESTAR DEL ALUMNADO


Marga Herrero de Vega

www.aetsb.org

www.puritailusion.com

margadevega@hotmail.com

TOLEDO, 2024



LA INTERVENCIÓN ESCOLAR CENTRADA EN LAS SOLUCIONES

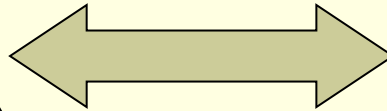
BRIEF FAMILY THERAPY CENTRE

(Milwaukee, USA)

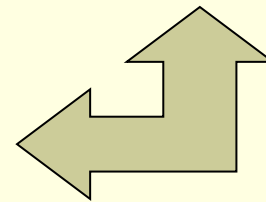
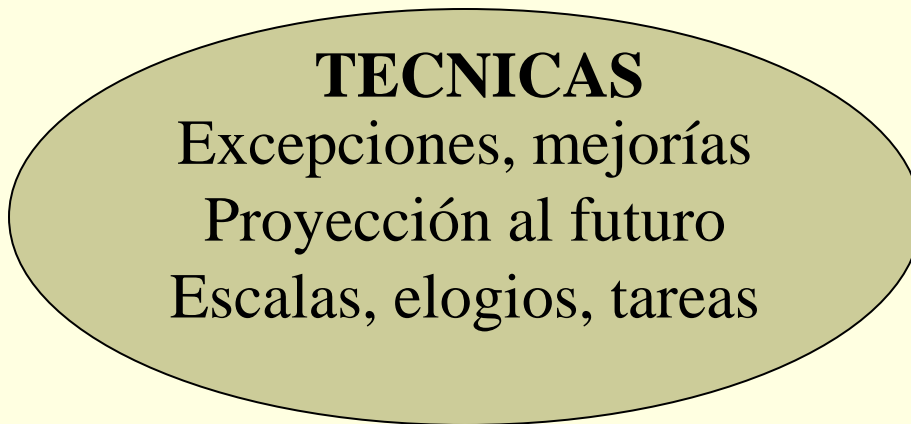
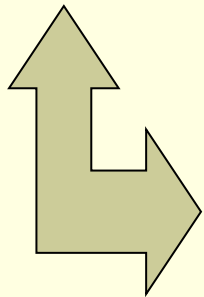
- Steve de Shazer
- Insoo Kim Berg
- Michele-Weiner Davis, Eve Lipchik, Scott Miller, Wally Gingerich, Gale Miller.....

TRES ELEMENTOS DE LA I.E.C.S

- Premisas teóricas
- Técnicas
- Uso del lenguaje



LENGUAJE

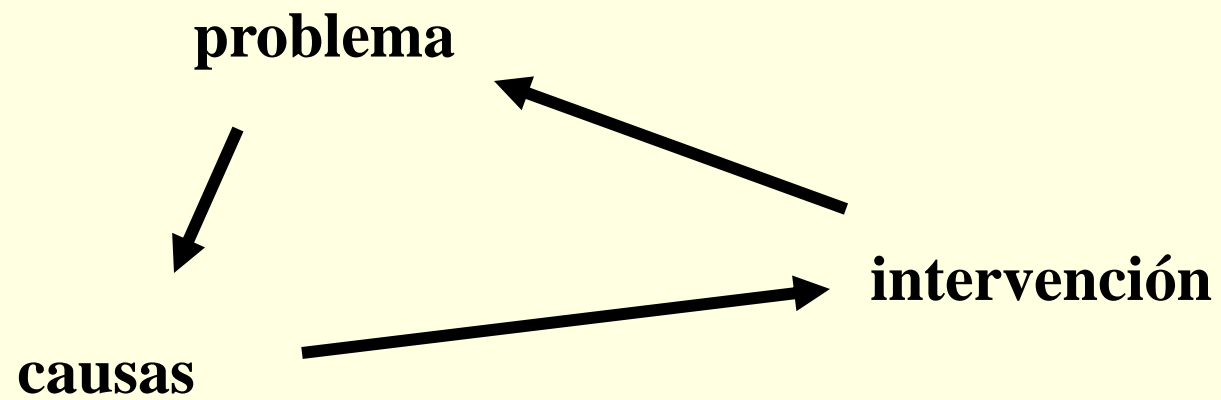


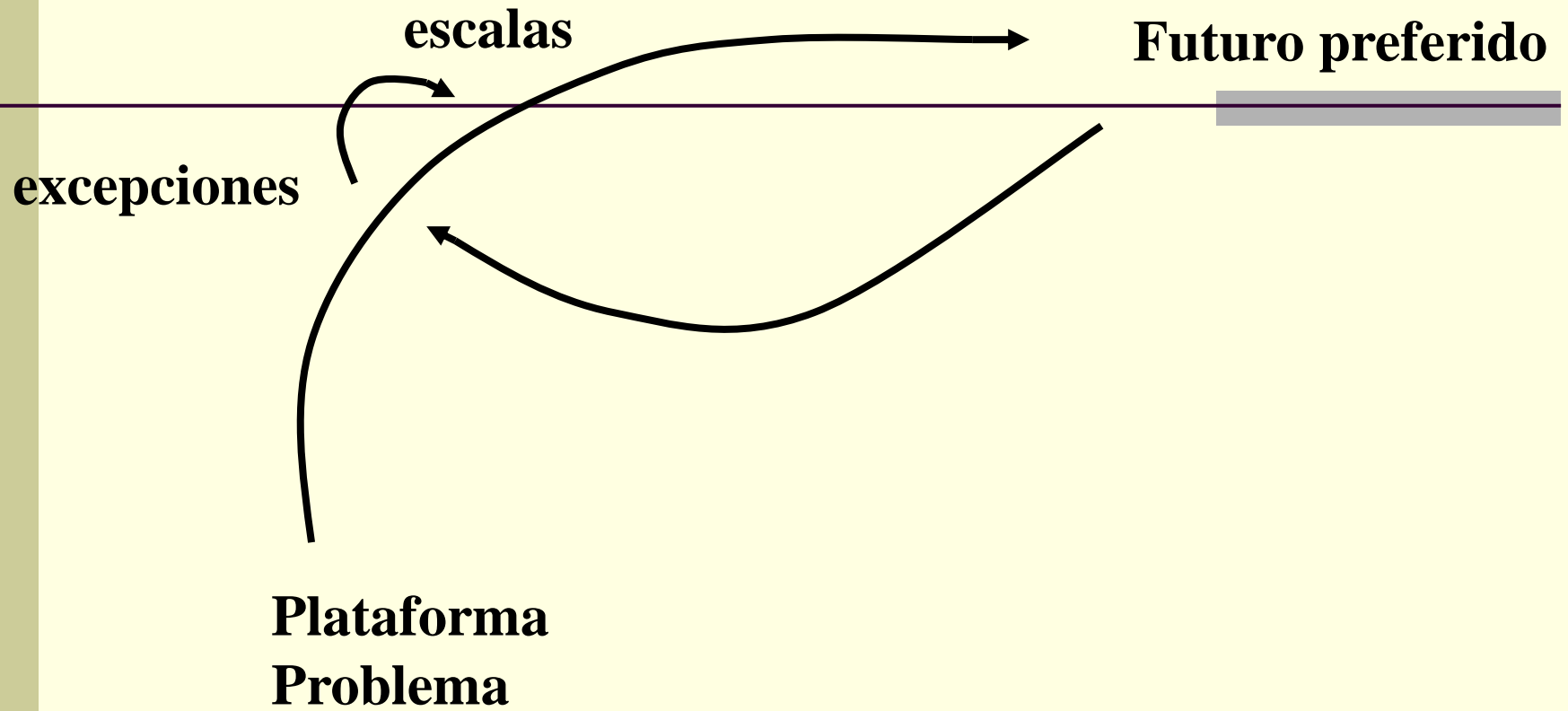
PREMISAS DE LA I.E.C.S

- **El constructivismo relacional**
 - Punto de vista no- normativo.
 - Simplicidad. No leer entre líneas

- El punto de vista **sistémico**

- El punto de vista centrado en las **soluciones/posibilidades**
 - Modelo de recursos
 - Modelo de cambio
 - Modelo de cooperacion





¿Cómo se resuelven los problemas?

- El “Mapa Central” (De Shazer, 1988)
 - “Si no está roto no quieras arreglarlo”
 - “Si funciona, hazlo más”
 - “Si no funciona, deja de hacerlo y haz algo diferente”

La muerte de la resistencia

- La resistencia está en la cabeza del terapeuta... y no es una buena idea
 - (De Shazer, 1979, 1989)
- “La belleza está en el ojo de quien la ve... la negación está en la teoría del terapeuta”

(Berg & Reuss, 1998)

El modelo de cooperación

- Construcccionismo: ver resistencia en los clientes *crea* resistencia, culpabiliza a los clientes y fomenta la oposición

El modelo de cooperación

- Preferimos ver las señales de “resistencia”
 - Como expresión de que no hemos creado suficiente **seguridad** en el sistema terapéutico (Friedlander y cols, 2006) (“es miedo y ansiedad, no resistencia”)
 - Como expresión del “**estilo de cooperación** de los clientes (De Shazer, 1979).
 - Como consecuencia de errores del terapeuta (De Shazer, 1989)

El modelo de cooperación

- Un enfoque centrado en el cliente: “El cliente es el experto”
- Relationship (and context) first!!!
- Cooperación, cooperación, cooperación

¿Qué es cooperación?

“Que el cliente coopere conmigo”

¿Qué es cooperación?

“Que el cliente coopere conmigo”

versus

“Cooperar con el cliente”

¿Qué es cooperación?

- Creer a nuestros clientes.
- Aceptar que ellos son los expertos
 - “expertos en su vida”
 - “expertos en la terapia”
- Trabajar con ellos (no contra ellos)
- Aprovechar sus puntos de vista en vez de cuestionarlos de entrada (principio de utilización)

¿Qué es cooperación?

Centrarse en los **objetivos** del cliente...

...Trabajando “**por detrás**”...

...desde su **postura**...

...y empleando su **lenguaje**.

CREENCIAS UTILES...

- La realidad es co-construida
 - Los clientes definen los objetivos
 - Los clientes tienen recursos
 - El cambio es constante...e inevitable
 - No es necesario saber mucho sobre la queja para resolverla
 - Sólo es necesario un cambio pequeño
-
- No es posible cambiar a los clientes, se cambian ellos mismos.

CREENCIAS UTILES...

(Bill O'Hanlon)

- Los profesionales no podemos conocer la verdad acerca de las personas, porque siempre influimos en qué aspectos de esa verdad se dicen o escuchan.
- *Toda* experiencia mental o emocional es válida; las acciones pueden ser válidas (éticas, seguras, aceptables) o no
- Las personas eligen sus acciones, a menos que se lo impida físicamente algo o alguien

CREENCIAS UTILES...

(Bill O'Hanlon)

- Nadie sabe a ciencia cierta qué causa los problemas comportamentales, psicológicos, emocionales o relacionales, aunque no pocos afirman saberlo.
- Hay muchos caminos que llevan al cambio. Ninguna técnica o método funciona para todo el mundo.
- Lo que favorece el cambio no tiene que ver necesariamente con lo que causó el problema.

CREENCIAS UTILES...

(Bill O'Hanlon)

- El pasado influye en las personas, pero no las determina
- “Nunca es demasiado tarde para tener una infancia feliz” (Ben Furman)
- La sensación que tienen de sus posibilidades futuras influye en las personas

CREENCIAS UTILES...

(Bill O'Hanlon)

- La intervención puede funcionar o no funcionar. Si no funciona, lo mejor es intentar algo diferente, en lugar de decir que la persona no está motivada o es incapaz de cambiar.
- Es más probable que las personas colaboren cuando se validan y respetan sus puntos de vista.

La conversación escolar centrada en soluciones

- Los clientes siempre dan el primer paso
- Las preguntas siempre son respuestas
- Las preguntas siempre se apoyan en las contestaciones
- Pregunta-Contestación son una unidad indivisible
- Cualquier contestación es la contestación correcta.
- Las Preguntas son “validation with a twist”

La conversación escolar centrada en soluciones: tres procesos

- AMPLIAR
- ATRIBUIR CONTROL
- TRABAJAR RELEVANCIA

La conversación escolar centrada en soluciones

“La entrevista centrada en soluciones no es un proceso fácil; es un proceso en el que los terapeutas se tienen que esforzar tanto en buscar preguntas como los clientes en buscar respuestas”

(Ratner, George & Iveson, 2012, p. 109)



¿UNA ESTRUCTURA PARA LA
PRIMERA ENTREVISTA?

Contexto y fase
social



PROYECTO

CAMBIO
PRETRATAMIENTO

PROYECCION
FUTURO

Preg. afrontamiento
Preg. supervivencia
Secuencia pesimista

EXCEPCIONES

Secuencia
S.i.i.

ESCALAS

Estructura
Impacto

Contexto y fase
social



DEMANDA/
PROYECTO



PROYECTO COMPARTIDO

FUTURO
PREFERIDO



EXCEPCIONES



PASOS
SIGUIENTES



ELOGIOS
(TAREAS)

PROYECTO COMPARTIDO

EXCEPCIONES



FUTURO
PREFERIDO



PASOS
SIGUIENTES



ELOGIOS
(TAREAS)

DEFINICION DEL CONTEXTO y FASE SOCIAL

Contexto y fase
social



PROYECTO

CAMBIO
PRETRATAMIENTO

PROYECCION
FUTURO

PREGUNTAS
AFRONTAMIENTO

EXCEPCIONES

ESCALAS

La definición del contexto

- Acogida y recepción
- De parte de todos: una relación omni-partidista.
- Marcando las reglas de juego
 - Sentido de la entrevista
 - Número de sesiones, periodicidad, duración...
 - *Orientar sin perder margen de maniobra*

Efectos de la definición del contexto

- Fortalece la alianza terapéutica y la colaboración
 - Genera **seguridad** y reduce ansiedad de los clientes
 - Confidencialidad
 - Facilita la **implicación en el proceso** terapéutico
 - Si se hace omni partidista, promueve el **sentido de propósito conjunto**
- Favorece que la terapeuta empiece a dirigir el proceso

Definición del contexto e internalización de la motivación

- Numerosas investigaciones en el ámbito académico muestra que se promueve la **internalización** de tareas aburridas...
 - ...explicando para qué sirven
 - ...validando los sentimientos negativos
 - ...dando elecciones

Otras opciones

- La definición del contexto tiene que ver no sólo con las características de la institución o de la forma de trabajo, sino con el tipo de trabajo que se va a hacer.
- En contextos en los que se pueden hacer trabajos diferentes en función de la demanda (p.ej. asesoramiento vs. mediación vs. terapia vs. tramitar un documento) puede ser apropiado hacer la definición de contexto *después* de saber cuál es la demanda inicial.

SACANDO PARTIDO A LA FASE SOCIAL I

- Para “romper el hielo”
- Para empezar a crear una buena relación
- Para transmitir que para nosotros son más que “un problema con patas”
- Para crear un clima emocional positivo que facilite el pensamiento amplio y el cambio
- Para cambiar nuestra propia visión como terapeutas (casos con derivaciones saturadas de problemas)

SACANDO PARTIDO A LA FASE SOCIAL II

- Para acceder a sus recursos a través de sus aficiones, gustos, habilidades
- Para generar metáforas congruentes con su visión
- Para hacernos una idea del contexto familiar y extrafamiliar
- Para encajar mejor futuras tareas.

"Any solution has to fit into the client's everyday life. Otherwise it will, of course be rejected. So we need at last some details of his everyday life" (de Shazer et al., 2007).

SACANDO PARTIDO A LA FASE SOCIAL

- Curiosidad
- Interés
- Auto-desvelamiento
- Humor

Algunas preguntas para la FASE SOCIAL

- ¿Cuáles son tus aficiones?
- ¿Qué cosas son las que más disfrutas?
- ¿Qué es lo que más valoras en tu vida, qué es lo más importante para ti?

Algunas preguntas centradas en soluciones para la FASE SOCIAL

- Si preguntara a tu mejor amigo cuál es tu mejor cualidad, ¿qué me diría?
- Si fuera un periodista que abordara a tu madre y le preguntara qué es lo que más le gusta de ti.... (Selekman)
- Si tu hermana quisiera “venderse” en e-bay, ¿cómo te anunciaría? (Beyebach)

Algunas preguntas centradas en soluciones para la FASE SOCIAL

- Si yo tuviera el privilegio de conocerte realmente bien, durante muchos años ¿qué cosa tuya descubriría, algo realmente especial, que no es muy evidente a primera vista pero que yo describiría? (Quick)
- Puedes adivinar

Algunas preguntas centradas en soluciones para la FASE SOCIAL

- Si estuvieras en una fiesta en casa de tu mejor amigo y él te preguntara qué dos cosas positivas valoras de tu madre, ¿qué le dirías?
- ¿Puedes ponerme un ejemplo de esta cualidad en acción?

Tres elementos de la fase social

- **Aficiones (trabajo)**
 - De cada uno
 - Compartidas
- **Cualidades** que ven unos en otros
- Sitúa el **contexto**
 - Con quién vive/ red social
 - Profesión, tiempo libre

Trabajando fase social con una persona

- **“Antes de entrar en materia, dejadme que nos conozcamos mejor. ¿A qué te dedicas? ¿Qué te gusta hacer?”**
 - Trata de entender en qué es buena esa persona, qué cualidad se manifiesta en esa actividad
 - Devuélveselo
- **Si preguntara a tu mejor amigo/otra persona significativa cuál es tu mayor cualidad, ¿qué nos diría? ¿Qué más?**
- **Sitúa el contexto**
 - Con quién vive/ red social
 - Profesión, tiempo libre

Trabajando aficiones y cualidades con una familia I

- **“Antes de entrar en materia, dejadme que nos conozcamos mejor. ¿A qué os dedicais? ¿Qué os gusta hacer?”**
 - Trata de entender en qué es buena cada persona, qué cualidad se manifiesta en esa actividad

- **Al hijo**

Si preguntara a tu Madre /Padre por una cualidad tuya, ¿qué destacarías?

 - Y tú ¿qué cualidad destacarías de M/P?

- **A la Madre/Padre**
 - Si preguntara a tu hijo qué cualidad tuya destacarías, ¿qué nos diría?
 - Y tú ¿qué cualidad destacarías de tu hijo?

Trabajando aficiones y cualidades con una familia I

- **“Antes de entrar en materia, dejadme que nos conozcamos mejor. ¿A qué os dedicais? ¿Qué os gusta hacer?”**
 - Trata de entender en qué es buena cada persona, qué cualidad se manifiesta en esa actividad

- **Al hijo**
 - Si preguntara a tu mejor amigo/otra persona significativa cuál es tu mayor cualidad, ¿qué nos diría?
 - Si preguntara a tu Madre /Padre por una cualidad tuya, ¿qué destacaría?
 - Y tú ¿qué cualidad destacarías de M/P?

- **A la Madre/Padre**
 - Si preguntara a tu mejor amigo/otra persona significativa cuál es tu mayor cualidad, ¿qué nos diría?
 - Si preguntara a tu hijo qué cualidad tuya destacaría, ¿qué nos diría?
 - Y tú ¿qué cualidad destacarías de tu hijo?

-
- ¿Qué es lo que te gusta? *versus* ¿Qué es lo que **más** te gusta?
 - ¿Qué cualidades tiene? *versus* ¿Qué cualidad **destacarías**?

Trabajando fase social familia – otros comienzos

- **“Antes de entrar en materia, dejadme que nos conozcamos mejor. ¿Qué os gusta hacer juntos como familia? ¿Con qué lo pasáis bien?”**
- **(al hijo pequeño) “Antes de entrar en materia, dejadme que nos conozcamos mejor: Preséntame a tu familia. Dime como se llaman, qué les gusta hacer, qué cualidad de cada uno destacarías”**
- ...
- ...
- ...

Trabajando fase social con una pareja

- **Pregunta al aire: “Antes de entrar en materia, dejadme que nos conozcamos mejor. ¿Cuánto tiempo lleváis juntos? ¿Dónde os conocisteis?**
 - ¿Qué os enamoró al uno del otro?
 - ¿Qué es lo que más te gusta de él/ella?
- **¿Qué os gusta hacer juntos?**
 - ¿Y qué hacéis por separado?
- **Si preguntáramos a algún amigo común qué cualidades tenéis como pareja ¿qué dirían?**
 - ¿Qué cualidades de él destacarías tú?
 - ¿Qué cualidad de ella destacarías tú?
- **Contexto: Mapa familiar /profesiones/tiempos**

■ Frederikson (2001):

- Los estados emocionales positivos facilitan la realización de tareas y el pensamiento divergente
- El pensamiento divergente crea estados emocionales positivos

LA NEGOCIACION DE LA DEMANDA

Contexto y fase
social



DEMANDA/
PROYECTO

CAMBIO
PRETRATAMIENTO

PROYECCION
FUTURO

PREGUNTAS
AFRONTAMIENTO

EXCEPCIONES

ESCALAS

Contexto y fase
social



DEMANDA/
PROYECTO





CREACIÓN DE UN PROYECTO COMÚN DE TRABAJO

- Establecer un **acuerdo sobre el propósito de la intervención** y la naturaleza de nuestro trabajo conjunto. Eventualmente, aclarar **nuestro papel** en la ecología profesional
- Establecer algunos **objetivos iniciales**
- Seguir creando una buena **relación terapéutica**: escuchar y validar

Queja *versus* demanda

QUEJA

- "Me pasa..."
- "Me duele..."
- "Me molesta que yo/que él..."

DEMANDA / PROYECTO / EXPECTATIVAS

- "Quiero conseguir..."
- +
- "Me gustaría que vosotros me ayudarais a..."

Aperturas diferentes

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Cuál es el motivo de consulta?
- ¿Qué os trae por aquí?

- ¿En qué os puedo ayudar?
- Qué esperáis de esta(s) entrevista(s)?
- ¿Qué os gustaría llevaros de esta(s) entrevista(s)

Aperturas diferentes

Origen

Problem-focus

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Cuál es el motivo de consulta?
- ¿Qué os trae por aquí?

- ¿En qué os puedo ayudar?
- Qué esperáis de esta(s) entrevista(s)?
- ¿Qué os gustaría llevaros de esta(s) entrevista(s)

Destino

Solution-focus

Aperturas diferentes

Origen

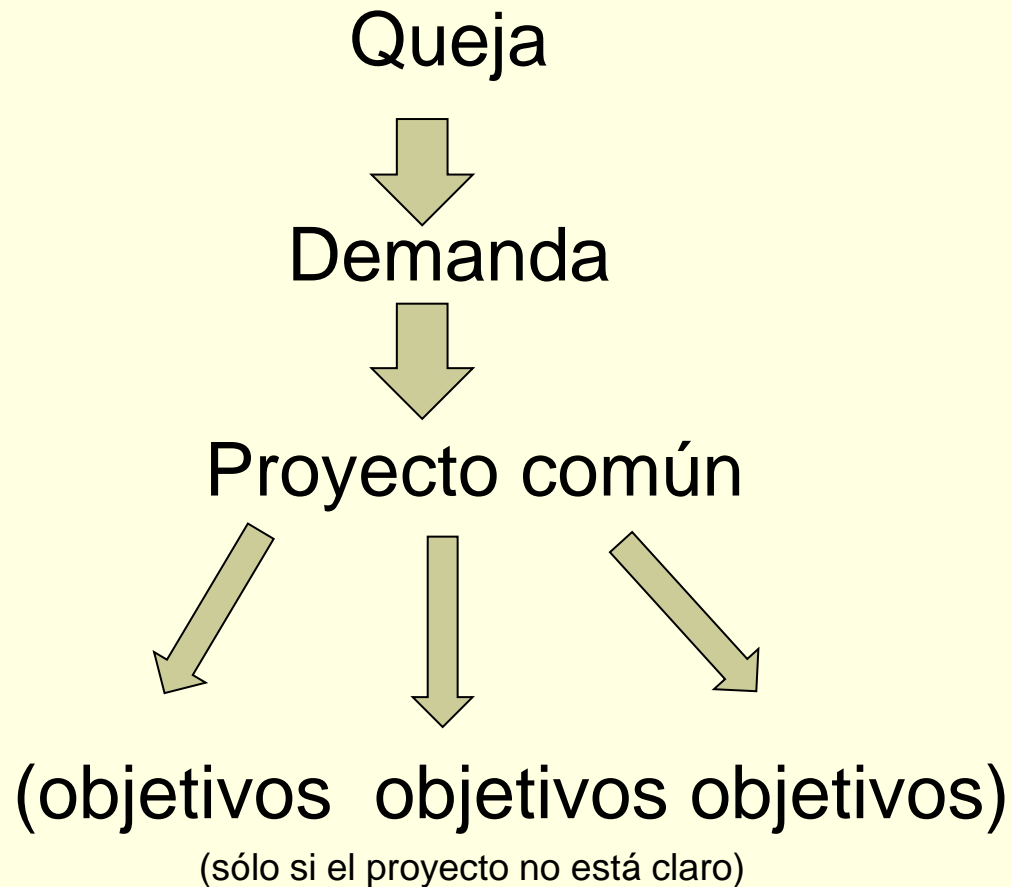
Problem-focus

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Cuál es el motivo de consulta?
- ¿Qué os trae por aquí?
- ¿En qué os puedo ayudar?
- Qué esperáis de esta(s) entrevista(s)?
- ¿Qué os gustaría llevaros de esta(s) entrevista(s)
- ¿Qué os gustaría ver, en las próximas horas, días, semanas, como resultado de nuestro exitoso trabajo conjunto? (Ouer, 2016)

Destino

Solution-focus

De la queja a los objetivos



De la queja al proyecto común

- **Queja:** lo que el cliente ve como problema
- **Demanda:** lo que piden los clientes
- **Proyecto Conjunto:** el acuerdo explícito entre clientes y terapeutas sobre qué (y cómo) se va a trabajar
- **Objetivos:** los indicadores concretos del éxito de que ese proyecto se ha conseguido

Características de una demanda que podemos atender

- Que entre en nuestro campo de **competencia profesional**
- Que sea **alcanzable**
- Que **no** dependa exclusivamente de una **tercera persona**
- Que utilice las **palabras de los clientes**

“Te gustaría, entonces, conseguir dejar de sentirte tan agobiado y tan ansioso cuando tus compañeros de trabajo te exigen”

Características de un buen proyecto conjunto trabajable

- Que entre en nuestro campo de **competencia profesional**
- Que sea **alcanzable**
- Que **no** dependa exclusivamente de una **tercera persona**
- Que utilice las **palabras de los clientes**
- Que plantee un **tema** en **positivo**
- Que sea **compartido** por todos los presentes

“Te gustaría, entonces, que estas entrevistas te sirvieran para ganar seguridad en tus relaciones con tus compañeros de trabajo y encontrar más herramientas para manejar las situaciones difíciles”

Aclarando la nuestro papel

- ¿**Cómo** os gustaría que os ayudara en esto?
- ¿Y que te gustaría que hiciera **yo** en este tema?
- ¿Qué podría *añadir* yo a lo que estás trabajando con ellos?

Ampliando el proyecto

- De los medios a los fines
 - ¿**Para qué** te serviría eso?
 - ¿Qué esperas conseguir con eso?

- ¿Qué más...
 - esperas de esta entrevista ?
 - te gustaría que te ayudara?

Características de los objetivos bien descritos

Los objetivos son los indicadores de que la intervención ha sido exitosa. Los consideramos “bien descritos” si son:

- **En positivo** (“volver a ir a clase” versus “dejar de fumar porros”)
- **Concretos y conductuales** (“sacarme el carné de conducir” versus “ser más autónomo”)
- **Alcanzables** (“comprarme un coche” versus “comprarme un avión”)
- **Relevantes**, que impliquen resolver la demanda

OTROS PROCESOS AL NEGOCIAR LA DEMANDA

- Situar el problema/la solución en su **contexto interpersonal**.
- Descartar riesgo de **violencia** o **suicidio**
- Atender a posibles **factores biológicos** y **complicaciones médicas**

Queja *versus* problema

Para clarificar el problema (Fisch et al., 1982):

- ¿Quién, qué, cuándo, dónde?
- ¿**Para quién** es esto un problema? ¿Quién es el “comprador”?
- ¿**De qué forma** es esto un problema para ti?
- ¿Por qué ha venido a terapia **ahora**?

Contexto y fase
social

```
graph TD; A[Contexto y fase social] --> B[DEMANDA/ PROYECTO]; B --> C1[ ]; B --> C2[ ]; B --> C3[ ]; B --> C4[ ]
```

DEMANDA/
PROYECTO



Tipos de relación

- **Comprador**
- **Demandante**
- **Visitante**

Tipos de relación

(Escudero , 2000)

- Comprador
- Demandante
- Visitante
- **Rehén:** visitante + cabreo con el terapeuta
- **Fugitivo:** no llega a aparecer en terapia

La negociación de un proyecto con *compradores y demandantes*

- ¿**Qué** os trae por aquí? /¿Qué os preocupa? /¿Cuál es el problema?
- ¿**Qué** os gustaría sacar de esta entrevista? ¿Qué tendrías que pasar aquí hoy para pensar que valió la pena venir? ¿Qué esperas de la terapia?
- ¿En **qué** os podemos ayudar?
- ¿Cuál es **nuestro** papel en esto?
- ¿**Cómo** os gustaría que os ayudáramos?

Negociación con *visitantes y rehenes*: *“los dos pasos del merengue”*

1º Validar

- aceptar su postura
- empatizar con su incomodidad

2º Maniobrar, redefinir

- buscar sus razones para estar hablando conmigo
- buscar una posible demanda
- crear un proyecto de trabajo

¿Qué esperas de esta entrevista?



Yo nada. He venido porque me lo han dicho XX

¿Qué esperas de esta entrevista?



Yo nada. He venido porque me lo han dicho XX



¿Y por qué crees que te han dicho que vengas aquí?



Supongo que por lo de *****



¿Y qué parte de ***** te preocupa también a ti también?



Pues lo de *****



¿Y en qué te gustaría que te ayudara?



Pues a...

¿Qué esperas de esta entrevista?



Yo nada. He venido porque me lo han dicho XX



¿Y por qué crees que te han dicho que vengas aquí?



Ni idea. XX son muy pesados



Supongo que por lo de *****



¿Y qué parte de ***** te preocupa también a ti también?



A mí nada.



Pues lo de *****



¿Y en qué te gustaría que te ayudara?



En nada



Pues a...

¿Entonces qué tendrían que ver XX para dejarte en paz?

¿Qué esperas de esta entrevista?



Yo nada. He venido porque me lo han dicho XX



¿Y por qué crees que te han dicho que vengas aquí?



Ni idea. XX son muy pesados



Supongo que por lo de *****



¿Y qué parte de ***** te preocupa también a ti también?



A mí nada.



Pues lo de *****



¿Y en qué te gustaría que te ayudara?



En nada



Pues a...

¿Entonces qué tendrían que ver XX para dejarte en paz?



Supongo que lo que quieren es que yo *****



¿Y en cómo te gustaría que te ayudara en *****?



Pues a...

¿Qué esperas de esta entrevista?



Yo nada. He venido porque me lo han dicho XX



¿Y por qué crees que te han dicho que vengas aquí?



Ni idea. XX son muy pesados



Supongo que por lo de *****



¿Y qué parte de ***** te preocupa también a ti también?



A mí nada.



Pues lo de *****



¿Y en qué te gustaría que te ayudara?



En nada



Pues a...

¿Entonces qué tendrían que ver XX para dejarte en paz?



Ni idea. Pregúntales a ellos



Supongo que lo que quieren es que yo *****



¿Y en cómo te gustaría que te ayudara en *****?



Vale, lo haré. Entretanto, ya que estás aquí ¿en qué te gustaría que te ayudara?



Pues a...

Pues a...

En nada

La redefinición de un proyecto con *visitantes y rehenes*

- ¿Quién tuvo la idea de que vinieras a hablar conmigo hoy?
- ¿Qué crees que le hace pensar que necesitas venir?
- ¿Con qué parte estás de acuerdo? ¿Qué parte sí te preocupa a ti?

sí ➤ demandante/comprador

no ➤ seguimos negociando

La negociación de un proyecto con *visitantes y rehenes*

- ¿Qué tendría que pasar para que él/ella pensara que fue útil?
- ¿Qué hará él/ella diferente cuando crea que tú estás cambiando?
- ¿De qué forma sería eso bueno para ti?
 - sí ➤ demandante/comprador
 - no ➤ seguimos negociando

La negociación de un proyecto con *visitantes y rehenes*

- ¿Qué tiene que pasar en esta sesión para que puedas decir que fue útil hablar conmigo – aunque no fuera idea tuya?
- ¿Qué tiene que pasar para que dejen de insistir en que vienes aquí?
 - sí ➤ demandante/comprador
 - no ➤ buscar a otro cliente

La negociación de un proyecto con *visitantes y rehenes*

- “Si no hay un propósito para la entrevista, encontrar su propósito se convierte en el propósito”

La negociación de un proyecto con *visitantes y rehenes: preguntas útiles*

- ¿Qué parte de eso (que preocupa a XX) te preocupa también a ti?
- ¿Qué parte de eso te gustaría conseguir también a ti?
- ¿Qué ventajas tendría para ti el que (...)?
- Ya que estás aquí, ¿cómo te gustaría aprovechar el tiempo?

¿Y si al final con un visitante o rehén no se genera un proyecto?

De forma colaborativa:

- Cerrar con elogios.
- Esperar a otro día.
- Buscar quién **sí** es comprador o demandante en este caso.

“Veteranos” de la terapia: aprendiendo de intervenciones anteriores

- Resistencia y resiliencia
- Motivación
- Conocimientos

“Veteranos” de la terapia: “six-step tango” (M.Selekman)

1. Validar los sentimientos negativos
 - Frustración, rabia,
 - Impotencia, derrota, fracaso
2. Apoyar la motivación
3. Aprender de los errores anteriores
4. Aprender de los aciertos anteriores
5. El usuario como consultor: qué consejos daría al terapeuta
6. Establecer “marcadores de diferencia”

Cuando la demanda inicialmente es del profesional: familias convocadas

- *Plantear **nuestro** objetivo para la reunión

 - Qué nos preocupa

 - Por qué nos preocupa

 - Qué necesitamos ver para que deje de preocuparnos

- *¿Cómo lo ven ellos? ¿Qué les gustaría sacar **a ellos**?

- *Qué les pedimos / proponemos. Qué nos piden ellos a nosotros

Cuando la demanda inicialmente es del profesional: familias convocadas

*Relación, relación, relación!!!

Cuando los usuarios hacen demandas puramente instrumentales

■ Ampliar

- De acuerdo, ahora veremos lo de la ayuda y espero que podamos conseguirla. **Además** de esto, ¿qué otra cosa te preocupa?

■ Medios/fines

- De acuerdo, ahora veremos lo de la ayuda y espero que podamos conseguirla. **¿Para qué esperas que te sirva esta ayuda?**

■ Trabajar demandas instrumentales y las demandas terapéuticas

- En otra franja horaria
- En otro espacio físico (despacho, mesa....)

Características de las sugerencias: tipo *de relación*

- Es una buena idea pensar en los “clientes visitantes” como “compradores ocultos”
- (sabiendo que nos son “tipos de personas”, sino tipos de relación en un momento dado)
- ...pero no es buena idea tratar de convencerlos de que necesitan terapia

...y además (colaboración)

- * Escuchar la **historia** del problema
- * ¿Cómo se explica lo que le ocurre?: **teoría del problema del cliente**
- * ¿Cuál es su idea de lo que tendría que pasar para resolver el problema? **teoría del cambio del cliente**

...y además (colaboración)

- ¿Qué es **lo peor** que te podría decir hoy? (porque te lo dice todo el mundo/te lo han dicho otros terapeutas, y no funciona) (E. Quick)
- ¿Qué sería **lo más útil** que te dijera hoy? (E. Quick)
- ¿Qué **consejo** me darías, como terapeuta, para trabajar con alguien en tu situación? ¿Qué errores debería evitar? (M. Selekman)

...y además (posibilidades)

- generar recursos desde la queja: **preguntas de afrontamiento**
- **externalizar** el problema
- Evaluar las soluciones intentadas y otros patrones de mantenimiento del problema
- deconstruir la historia del problema: **redefiniciones y re-encuadres**

LA PROYECCION AL FUTURO

Contexto y fase
social

```
graph TD; A[Contexto y fase social] --> B[DEMANDA/ PROYECTO]; B --> C[CAMBIO PRETRATAMIENTO]; B --> D[PROYECCION FUTURO]; B --> E[PREGUNTAS AFRONTAMIENTO]; D --> F[EXCEPCIONES]; F --> G[ESCALAS];
```

DEMANDA/
PROYECTO

CAMBIO
PRETRATAMIENTO

PROYECCION
FUTURO

PREGUNTAS
AFRONTAMIENTO

EXCEPCIONES

ESCALAS

Contexto y fase
social



DEMANDA/
PROYECTO


CAMBIO
PRETRATAMIENTO

PROYECCION
FUTURO

PREGUNTAS
AFRONTAMIENTO

EXCEPCIONES

ESCALAS



“Sólo se cumplen los sueños
que se han soñado”
(R.Tagore)

LA “PREGUNTA MILAGRO”

“Imagínate que esta noche, después de ir a dormir, sucede un milagro y los problemas que te han traído aquí se resuelven. Como estás dormido, no te das cuenta. Mañana por la mañana ¿qué sería diferente? ¿cómo sabrías que ha ocurrido un milagro?”

LA “PREGUNTA MILAGRO”

(versión Salamanca)

“Imagínate que esta noche, después de ir a dormir, sucede una especie milagro y los problemas que te han traído aquí se resuelven, no como en la vida real, poco a poco y con esfuerzo, sino de repente. Mañana por la mañana ¿qué sería diferente?”

CUATRO RAZONES PARA HACER LA “PREGUNTA MILAGRO”

- Es una forma de ampliar y detallar la construcción de objetivos
- Constituye una experiencia emocional que puede generar motivación y esperanza
 - Prepara la búsqueda de excepciones
 - Permite crear una historia progresiva

CARACTERÍSTICAS DE LOS OBJETIVOS TRABAJABLES

- RELEVANTES PARA LOS CLIENTES
 - PEQUEÑOS
 - ALCANZABLES
 - DESCRITOS EN TÉRMINOS CONDUCTUALES. CONCRETOS
 - DESCRITOS COMO “EMPEZAR ALGO”
 - DESCRITOS COMO “PRESENCIA DE ALGO”
 - DESCRITOS EN SU CONTEXTO INTERACCIONAL
-
- SE RECONOCE QUE SUPONEN “TRABAJO DURO”

CONSTRUYENDO OBJETIVOS BIEN FORMADOS

■ **Si el cliente habla... el terapeuta pregunta**

- En términos de queja ¿CÓMO VA A CAMBIAR ESO?
- En negativo (dejar de) ¿QUÉ ES LO QUE HARÁ EN VEZ DE?
- En términos poco concretos ¿EN QUÉ VA A NOTAR QUE...?
¿CUÁL VA A SER LA 1ª COSA...?
- * En términos muy concretos ¿QUE EFECTOS VA A TENER ESO?
- En términos individuales ¿CÓMO VAS A REACIONAR TU CUANDO ÉL...?
¿CÓMO VA A RESPONDER ÉL SI TU...?
- Si se agota un tema ¿QUÉ MÁS? ¿QUÉ MÁS? ¿QUÉ MÁS?

OTRA FORMAS DE PROYECTAR AL FUTURO

- La máquina del tiempo
- Magos, hadas, duendes, meigas... o Harry Potter!
- La “entrevista de seguimiento”
- “sueño”
-
-

- Wampold (2001):
 - El 4 % de la varianza del resultado en psicoterapia se debe a las expectativas del cliente
 - Sólo el 1% al tipo de tratamiento utilizado
- Rodríguez Morejón (1995)
 - Los casos en los que se construye al menos un objetivo bien formado tienen dos veces más probabilidades de ser exitosos al final del tratamiento.

CÓMO HACER LA PREGUNTA MILAGRO

- Cree en la capacidad de tus clientes de contestar la pregunta
- Introduce la pregunta
- Sitúa a la persona añadiendo detalles
- Haz pausas
- ¡Ten paciencia!

CONSTRUYENDO OBJETIVOS BIEN FORMADOS II

■ Haciendo “puentes”

- ¿Qué efectos tendrá eso sobre....?
- ¿Cómo te ayudaría eso a...?
- ¿Cómo haría mejorar eso en...?
- ¿Qué tendría que pasar para...?

!!!COTILLEAR!!!

¿en **qué** lo notarías?

¿**cuánto** tiempo?

¿**cuándo**....?

¿**dónde** estarías?

¿qué saldría en un vídeo mudo?

¿**quiénes**....?

¿quién más...?

¿qué más?

¿QUÉ MÁS?

¿QUÉ MÁS?

¿qué más?

¿qué más?

Preguntas abiertas vs. cerradas

- ¿Notarías algo diferente?
- ¿Qué notarías diferente?
- ¿Diría algo?
- ¿Qué diría él?
- ¿Harías alguna cosa más?
- ¿Qué más harías?

Preguntas abiertas cualificadas

- ¿Notarías algo diferente?
- ¿Qué notarías diferente *en vuestra relación*?
- ¿Diría algo?
- ¿Qué diría él *sobre este éxito tuyo*?
- ¿Harías alguna cosa más?
- ¿Qué más harías *para aumentar tu confianza*?

-
- “La terapia centrada en las Soluciones consiste en preguntar “¿qué más?” y “¿qué más?” hasta que ya parece imposible insistir ni una vez más con la misma pregunta... y luego volverla a hacer una vez más”

(Chris Iveson)

-
- “La terapia centrada en las Soluciones consiste en preguntar “¿qué más?” y “¿qué más?” y “¿qué más?” *sin que se note mucho.*”

(Mark Beyebach)

“La esperanza está en los detalles”

(Yvonne Dolan)

■ Los detalles....

-hacen más real la experiencia y generan sentimientos positivos
- ...permite descubrir las ventajas y recompensas del cambio
- ...pueden convertirse en autoinstrucciones
- ...dan pistas para posibles tareas

Intención y conducta en Psicología Social:

(Gollwitzer, 1999, Ajzen, 2012)

■ “Hay razones diversas por las que una persona pueden no llevar a cabo sus intenciones. Por ejemplo, puede ser que procrastine hasta que sea demasiado tarde, o que cambie de idea ante alguna dificultad no anticipada. En esos casos, una forma muy efectiva de acortar la distancia entre intención y conducta es animar a la persona a formular una *intención de implementación* (Gollwitzer, 1999).
(....) ***Simplemente preguntarles dónde, cuando y cómo llevarán a cabo la conducta aumenta enormemente la probabilidad de que la lleven a cabo.*** (Ajzen, 2012, pp.386)

Aumentando la motivación...

- “¿Qué más te **gustaría** ver en tu milagro?”
- “De todas estas cosas ¿cuáles te harían **sentir** más satisfecho/orgulloso?”
- “¿Cuáles te **apetecen** más?”
-

CONSTRUYENDO OBJETIVOS BIEN FORMADOS III

- Dos preguntas con efecto cognitivo inmediato:
 - “¿Qué cosas diferentes pensarías entonces?”
 - “¿Qué cosas diferentes te imaginas diciéndote a ti mismo?”

ENCAUZANDO EL LENGUAJE

- “milagro” > “especie de milagro” > “cuando estos problemas estén solucionados” > “cuando ya no haga falta que vengas por aquí”
- “harías” > “te ves haciendo” > “estarás haciendo” > “qué harás”

Manejando respuestas complicadas

- “No sabemos exactamente qué pregunta hemos hecho hasta que no oímos cómo contesta el cliente”

(de Shazer et al., 2007, pp. 43)

- ¡No hay respuestas erróneas!

Manejando respuestas complicadas

- “No creo en los milagros”

- “Yo tampoco! Entonces deja que te lo plantee...”

- “No lo sé”

- Esperar en silencio, sin retomar el turno de habla

- Milagros imposibles

- Validar
- “Suponte que...”
- ¿Qué diferencia supondría para ti?” + concretar
- ¿Qué más....?

Manejando respuestas complicadas

- “Mi mujer/mi padre/mi... cambiaría”
 - Validar
 - Pedir detalles
 - Reintroducir la circularidad

- “Dejarían de agobiarme los servicios sociales /el jefe de estudios /mis padres”
 - Validar
 - ¿Qué diferencia supondría para ti? +concretar
 - ¿Qué tendrían que ver diferente en tí para dejar de agobiarte?

Manejando respuestas complicadas

■ Milagros “imposibles”

- “No tendría que ir a clase todos los días” “Mis padres volverían a estar juntos” “Tendría un trabajo”

■ Algunas opciones de respuesta

- No aceptarlo y replantear la pregunta
- Pasar a otra cosa “¿Qué más entra en tu milagro?”
- Explorarlo
 - ¿Qué diferencia supondría para ti?” + concretar + circularidad (“Y eso ¿qué efecto tendría?”)
 - ¿Qué hace falta para que sea posible?
 - Diferenciar objetivos finales / primeros pasos
 - Diferenciar medios/fines



“La sabiduría es el arte de saber qué ignorar”

(William James, citado por Szabo & Meier, 2007)

Manejando respuestas complicadas

- Ante un objetivo que el terapeuta no comparte/no ve claro (“Castigaría a mi hijo sin sentirme culpable” “Tendríamos normas más estrictas en el departamento”
 - Pasar a otra cosa: ¿Qué más entra en tu milagro?
 - Tratar de generar un objetivo de nivel superior: ¿Qué diferencia supondría eso? ¿Para qué serviría? (distinción medios/fines)

ALGUNOS ERRORES FRECUENTES CUANDO SE EMPIEZA A UTILIZAR LA PREGUNTA MILAGRO

(Stith et al., 2012)

- Errores en el timing
 - Introducir la PM de forma abrupta y sin transición
 - Introducir la PM cuando queda poco tiempo de entrevista
- Errores en la formulación
 - Formular el milagro en los términos del terapeuta
 - Formulaciones vagas, contradictorias, difusas
- Errores en el seguimiento
 - No mantenerse en el milagro de forma consistente
 - Centrarse en los negativos y las afirmaciones sobre otros
 - No hacer un Milagro realmente interaccional
 - No cerrar con una escala adecuada

Stith, S.M., Strachman Miller M., Boyle, J., Swinton, J., Ratcliffe, G., & McCollum (2012). Making a difference in making miracles: common roadblocks to miracle question effectiveness. *Journal of Marital & Family Therapy*, 38, 2, 380-393.

ALGUNOS ERRORES FRECUENTES CUANDO SE EMPIEZA A UTILIZAR LA PREGUNTA MILAGRO

(Beyebach, 2016)

- Errores en el seguimiento (micro)
 - No aprovechar adecuadamente la respuesta anterior
 - Abusar del “¿Qué más?” y no detallar cada pieza de información
 - No utilizar el “¿Qué más?” cuando la conversación se atasca
 - Ignorar los momentos emocionales
- Errores en el seguimiento (macro)
 - No construir una narrativa coherente
 - No aprovechar el milagro para el resto de la entrevista

DESPUES DEL MILAGRO

- ¿Cuál es la última ocasión en la que sucedió una pequeña parte de este milagro?
- ¡Si quisieras empezar a hacer alguna de estas cosas mañana...¿cuál sería? ¿cómo te las arreglarías para hacerla? ¿Y qué más....?
- En una escala de 1 a 10, donde 1 sería cuando peor han estado las cosas, y 10 el día después del milagro, ¿dónde están las cosas ahora?



TRABAJO CON FORTALEZAS

Contexto y fase
social



DEMANDA/
PROYECTO

CAMBIO
PRETRATAMIENTO

PROYECCION
FUTURO

PREGUNTAS
AFRONTAMIENTO

EXCEPCIONES

ESCALAS

DIFERENTES TIPO DE FORTALEZAS

- Excepciones actuales
- Excepciones históricas
- Mejorías
- Cambios pre-tratamiento
- Recursos
- “ideas locas”

EXCEPCIONES ACTUALES

- Ocasiones en las que aparecen **conductas alternativas** a la conducta problema.
- Ocasiones en las que **se espera el problema, y no se da.**
- Ocasiones en que la conducta problema se da **con menor intensidad** de lo que se esperaba.
- Ocasiones en que la conducta problema **termina antes.**

EXCEPCIONES ACTUALES

(M. Hjerth)

- Directas
- Parciales
- Metafóricas
- Vicarias

EXCEPCIONES HISTÓRICAS

- **Temporadas** en el pasado en los que los clientes fueron capaces de estar mejor: p.ej. dejaron el consumo o lo redujeron, mantuvieron otro tipo de relaciones, estuvieron de alta en el trabajo, etc.

EXCEPCIONES HISTÓRICAS

(Selekman & Beyebach, 2013)

- Hay una amplia literatura de investigación sobre los “self-changers” en adicciones. Entre los factores que ayudan a dejar una adicción están:
- Comunicar públicamente a amigos y familiares la voluntad de dejar la sustancia/el hábito
- Pedir activamente ayuda a familiares y amigos: ideas para dejarlo y mantener la abstinencia, apoyo práctico
- Estructurar el tiempo “Estar ocupado me evita los problemas”
- Desarrollar hábitos positivos en el tiempo de ocio
- “Out of sight, out of mind”
- Dar pasos para mejorar la relación con la pareja o los padres

EL CONCEPTO DE MEJORIAS

- Son las diferencia en sentido positivo: reducción del problema o avance hacia los objetivos:
 - Más excepciones
 - Excepciones más largas
 - Excepciones en nuevos campos
 - Objetivos conseguidos

EL CONCEPTO DE CAMBIOS PRETRATAMIENTO

- Mejorías que se producen antes del inicio de la terapia (y tras la llamada para pedir cita o la derivación)

EL CONCEPTO DE RECURSOS

- Los **recursos** son aquellos aspectos positivos de la vida de las personas que, aunque no estén directamente relacionados con el área problemática, sí pueden ser de ayuda.
- Vale la pena preguntar sobre ellos y hablar sobre ellos para consolidarlos ampliando y atribuyendo control.

TIPOS DE RECURSOS

- **Positive random events:** Algo que le sucede a un cliente y que genera nuevos insights, ideas o que genera esperanza. Si son muy significativos: **epifanías**.
- **Serendipitous activities:** Hábitos positivos de los clientes en otras áreas de su vida, pero que pueden ayudar con el problema
- **Serendipituous contexts:** Situaciones positivas en las que los clientes interaccionan con gente sana, encuentran inspiración....
- **Personas de apoyo e inspirational others**

“IDEAS LOCAS”

(Selekman)

- “¿Hay alguna idea loca que os hayais planteado, una posible solución que sin embargo no os atrevisteis a poner en práctica porque os parecía demasiado descabellada?”

TRABAJO CON EXCEPCIONES Y MEJORIAS: pasos

- Elicitar: preguntar por ello
- Marcar/reforzar
- Ampliar: cotillear
- Atribuir control: qué pusieron de su parte
- Qué más
 - Llevarlo al futuro
 - Chequear relevancia
 - Otras excepciones

EXCEPCIONES Y MEJORIAS: validando los problemas

- *Sí, me queda claro que esta última semana ha sido realmente mala, muy mal. Entonces, ¿qué fue diferente la primera?*
- *Ya veo que esos momentos son muy muy duros... luego hablamos de ellos y vemos qué puedes hacer... antes de eso: ¿qué es diferente en los momentos menos duros?*
- *Y con lo rebelde y respondón que ha estado, ¿cómo pudiste tener ese detalle con él?*

Excepciones/mejorías relevantes

- Relacionadas con los objetivos
- Valoradas por los clientes como “una diferencia que marca una diferencia”
- Suelen ser más relevantes
 - *Las que suponen una diferencia mayor*
 - *Las más recientes*
 - *Las que se producen en las mismas circunstancias que las actuales*

TRABAJO CON EXCEPCIONES y MEJORIAS

■ 1º AMPLIAR (“cotillear”)

- Qué, quién, dónde, cuándo, cómo???
- Longitudinalmente, transversalmente
- *CHEQUEAR RELEVANCIA*

■ 2º ATRIBUIR CONTROL

- ¿Qué es diferente en esas ocasiones?
- ¿Qué te ayudó a....?
- ¿Cómo lo conseguiste?
- *CHEQUEAR RELEVANCIA*

TRABAJO CON EXCEPCIONES Y MEJORIAS: elicitar

- Momentos en que ya se produjo el “milagro”
- Cambios pretratamiento
- ¿Qué va mejor?
- Recursos

TRABAJO CON EXCEPCIONES Y MEJORIAS: ampliar

¿cuándo....?

¿dónde estabas?

¿cómo respondió él?

¿en qué notaste que...?

¿qué hubiera salido en un vídeo
mudo?

¿quiénes....?

¿quién más...?

!!!COTILLEAR!!!

!!!INVESTIGAR!!!

AMPLIANDO EXCEPCIONES Y MEJORIAS: creando intensidad

- ¿Qué es lo que más te gustó?
- ¿Qué fue para ti lo más importante?
- ¿De qué estás más orgulloso?
- Si tu padre pudiera verte... ¿de qué crees que estaría más orgulloso él?
- Si un periodista amigo publicara esto en un periódico ¿Qué titular pondría?

AMPLIANDO EXCEPCIONES Y MEJORIAS: construyendo relevancia

- ¿Qué significa para ti que el.... /que ella...?
- ¿Por qué es esto importante para ti?
- ¿Qué valor tiene para ti el que...?
- ¿De qué forma esto te puede ayudar a conseguir tus objetivos?

EXCEPCIONES Y MEJORIAS: validando los problemas

- *Sí, me queda claro que esta última semana ha sido realmente mala, muy mal. Entonces, ¿qué fue diferente la primera?*
- *Ya veo que esos momentos son muy muy duros... luego hablamos de ellos y vemos qué puedes hacer... antes de eso: ¿qué es diferente en los momentos menos duros?*
- *Y con lo rebelde y respondón que ha estado, ¿cómo pudiste tener ese detalle con él?*

ATRIBUYENDO CONTROL

- ¿Qué hiciste diferente?
- ¿Qué te ayudó?
- ¿Cómo lo conseguiste?
- ¿Qué pusiste de tu parte?
- ¿Cómo fuiste capaz de hacer eso?
- ¿Cómo se te ocurrió hacerlo?
- ¿Qué dirías que puso ella de su parte?
- ¿Y qué más?
- ¿Qué te dijiste a ti mismo?
- ¿Cuál fue la clave para que pudieras...?

ATRIBUYENDO CONTROL más suavemente

- ¿Qué pudo haber sido un poco diferente?
- ¿Qué crees que pudo notar él en ti?
- ¿Qué ayudó?

ATRIBUYENDO CONTROL más suavemente

Aceptando su punto de vista...

- ¿Cómo respondiste tú al ver que él...?
- ¿Cómo le demostraste que te gustaba eso?
- ¿Cómo lo hiciste ver que eso estuvo bien?

...Y dándole la vuelta:

- Y esa respuesta tuya, ¿qué efecto tuvo sobre él?
- Y al ver él que eso te gustaba, ¿cómo reaccionó?
- ¿Qué efecto tuvo hacerle ver que estuvo bien?

ATRIBUYENDO CONTROL

- ¿Eres consciente de cómo conseguiste hacer eso? (M. Selekman)
- ¿Cuál es el secreto de que consiguieras...?
- ¿De qué estás más orgulloso en cuanto a tu forma de conseguirlo?
- ¿Qué cualidades tuyas dirías que entraron en juego?
- ¿Qué dice sobre ti el que hayas sido capaz de...?

ATRIBUIR CONTROL

- Empodera a los clientes...
- ...*a la vez* que aumenta su enganche en el proceso terapéutico como sujetos activos
- ...y estabiliza las mejorías.

EL CAMBIO PRETRATAMIENTO

- “Hemos observado que con frecuencia las cosas mejoran desde la llamada telefónica hasta el momento de la primera entrevista. ¿Qué mejorías han visto ustedes?”

EL CAMBIO PRETRATAMIENTO

- “La recuperación no empieza el día en que nuestro cliente aparece en nuestro despacho. Empieza el día en que por primera vez piensa “Tengo que hacer algo” (...)” (Kim Berg y Reuss, 1998)
- Fases de Cambio

EL CAMBIO PRETRATAMIENTO

- Son cambios *ya realizados* (“fáciles”)
- Son cambios *de los clientes* (“encajan”)
- Los han iniciado *sin nuestra ayuda*.
- Acorta la terapia!!
- Se asocia a un mejor resultado terapéutico (Rodríguez Morejón, 1995)

Porcentajes de cambio pretratamiento

- Howard y cols. 1996
 - El 10% de los clientes de *cualquier tipo de psicoterapia* mejoran antes de iniciar el tratamiento

Promoviendo el cambio pretratamiento

■ Throckmorton, Best & Allison, 2001

- Dar un “prompting statement” en la llamada telefónica inicial, animando al cliente a observar los cambios que vaya a haber, **no** aumenta el porcentaje de clientes que informa de cambios pretratamiento.
- En contra de lo esperado, los clientes que recibieron la instrucción informan de significativamente **menos** mejorías en primera sesión que el grupo control

■ Richomond, Smock, Bischof & Sauer, 2013

- Los clientes que tienen una entrevista de derivación centrada en soluciones presentan significativamente más cambios pretratamiento en la primera sesión que los que reciben una entrevista diagnóstica tradicional.

Efecto del cambio pretratamiento

- Rodríguez Morejón, 1995
 - Los casos en TCS en los que se identifica y trabaja el cambio pretratamiento tienen cuatro veces más probabilidades de ser exitosos al final del tratamiento.

EL TRABAJO CON ESCALAS

contexto



DEMANDA/
PROYECTO

CAMBIO
PRETRATAMIENTO

PROYECCION
FUTURO

PREGUNTAS
AFRONTAMIENTO

EXCEPCIONES

ESCALAS

ESCALAS DE AVANCE

- En una escala de 1 a 10, donde 1 sería cuando peor han estado las cosas, y 10 que están del todo solucionadas, ¿dónde dirías que estás ahora?
- En una escala de 1 a 10, donde 10 sería el Milagro que acabas de describir/que has logrado este objetivo/que ya no es necesario venir y 1 todo lo contrario....
- En una escala de 1 a 10, donde 10 sería que ya no es necesario venir y 1 lo contrario....

Las tres caras de la ESCALA de AVANCE

- Herramienta para generar más **conversación sobre soluciones**: avances ya producidos, pasos siguientes...
- Como **feedback** para el terapeuta sobre el progreso de la terapia
- Como herramienta de **evaluación** de seguridad y riesgo

OTRAS ESCALAS

- Escala de Avance
- Escala de Confianza
- Escala de Disposición a trabajar
- Escala de Utilidad de la sesión
- Escala de Decisión a pasar a la acción
- Escala de...
- Escala de...

OTRAS ESCALAS

- Escalas de reducción de problemas: “En una escala de 0 a 10, donde 10 es que la ansiedad/la culpa/el miedo son totalmente insoportables, y 0 es que no sientes ninguna, ¿dónde te situarías ahora?”
- Ziortxa: bombillas (de hipervigilancia, en víctimas de agresión sexual) que se van apagando

OTRAS ESCALAS

- “En una escala de 0 a 10, donde 0 es que no hay ningún riesgo de que te suicides de aquí a la próxima sesión, y 10 es el máximo riesgo, que lo intentarías nada más salir por esta puerta...”
 - ¿Cómo es que hay ese riesgo, y no más?
 - ¿Cómo ha conseguido reducirlo?
 - ¿Qué sería una pequeña señal de que el riesgo disminuye otro....?
 - ¿Qué podría poner de su parte para...?

OTRAS ESCALAS: protección familiar

- **Escala de seguridad/riesgo**
- Escala de disposición /habilidad /confianza
- Escala de valoración
 - del maltrato (normal/anormal; grave/leve; aceptable/inacapetable)
 - De las condiciones higiénicas
 - De...
- Escala de satisfacción con la vida
- Escala sobre la relación con un familiar

Andrew Turnell: Signs of Safety

- **En una escala de 0 a 10, donde 10 es que te sientes totalmente segura en la situación, y 0 lo contrario ¿dónde están/estarían las cosas para ti?**
 - ¿Qué entra en ese número? ¿Qué más?
 - ¿Cómo sabrías que hay un punto más de seguridad?
 - ¿Qué puedes hacer para que haya más seguridad?
- **Factores de seguridad/ factores de riesgo**

¿ESCALAS SIN NÚMEROS?

- Escalas con pictogramas: caras, monos ...
- Escalas con fotos de los usuarios (Asprodes)
- Escalas con dianas (Th. Steiner, Africa)
- Escalas con kilómetros (Senegal)
- Porcentajes
- Escalas activas
 - Escalas con sillas
 - Escalas en una escalera
 - Walking scale: escalas con un grupo

¿ESCALAS SIN NÚMEROS?

- Escalas con un pozo
- Escalas con una bomba con mecha
- Escalas con un caminito
- Escala con las letras de un nombre

TRABAJANDO CON ESCALAS

- 1) **AMPLIAR** el punto en el que esta
Qué entra? Quién lo ha notado? Cómo ha respondido? Qué más entra en ese...? Qué más?
- 2) **ATRIBUCION DE CONTROL**
Cómo lo has conseguido? Qué más ha ayudado? Qué más?
- 3) **AMPLIAR** un punto mas
Cuál será la primera señal de que las cosas están un punto más arriba? Que más será diferente? Qué más?
- 4) **ATRIBUCION DE CONTROL**
Qué podrías hacer para que las cosas estuvieran un punto mas arriba? Qué más? Cómo podría ayudarte ? Qué más?

EL TRABAJO CON ESCALA- trabajando las diferencias

- Qué ve ella, que tu no ves, que le permite poner las cosas en un?
- Qué crees que tendría que ver ella para puntuar las cosas en un?

EL TRABAJO CON ESCALA- otras opciones

- Cuál ha sido el punto mas alto en el que ha estado recientemente?
- Hasta qué punto le gustaria llegar? Con cuánto se conformaria?
- En qué punto cree que puede estar dentro de un mes?
- En qué....???????

PREGUNTAS AFRONTAMIENTO

contexto



DEMANDA/
PROYECTO

CAMBIO
PRETRATAMIENTO

PROYECCION
FUTURO

PREGUNTAS
AFRONTAMIENTO

EXCEPCIONES

ESCALAS

PREGUNTAS AFRONTAMIENTO

elicitando excepciones

- ¿Qué cosas sigues haciendo por ti/por tus hijos/por..., pese a estas circunstancias tan complicadas?
- ¿A qué cosas no has renunciado, pese a....?
- ¿Qué cosas de tu familia has conseguido conservar?
- ¿Qué cosas me dirían tus hijos que sigues haciendo por ellos?
- ¿Qué cosas sigues haciendo bien?
- ¿Cómo es que no has tirado la toalla?
- ¿En qué notas que no has perdido la esperanza, pese a todo?
- ¿Qué cosas te siguen dando esperanza?

PREGUNTAS AFRONTAMIENTO

atribuyendo control

- ¿Cómo está consiguiendo sobrellevar esa situación tan complicada?
- ¿De dónde sacas las fuerzas para seguir atendiendo a tu familia/trabajando / viniendo aquí?
- ¿Qué estás haciendo para sobrellevar todo eso?
- ¿Qué/quienes te está/n ayudando a seguir adelante?

PREGUNTAS AFRONTAMIENTO

atribuyendo control

- ¿Qué (cosas del día a día) te están ayudando a seguir adelante?
- ¿Qué estás haciendo para protegerte de él?
- ¿Qué cosas estás haciendo que implican *cuidarte*?
- ¿Cómo recargas las pilas?

PREGUNTAS SUPERVIVENCIA

- ¿Cómo pudiste hacer eso?
- ¿Cómo se te ocurrió?
- ¿Cómo supiste que era lo mejor que podías hacer en ese momento?
- ¿Qué te hizo darte cuenta de que esa era la mejor decisión que podías tomar?
- ¿De dónde sacaste el valor para...?
- ¿En qué más acertaste?

REFLEJANDO COMPETENCIA

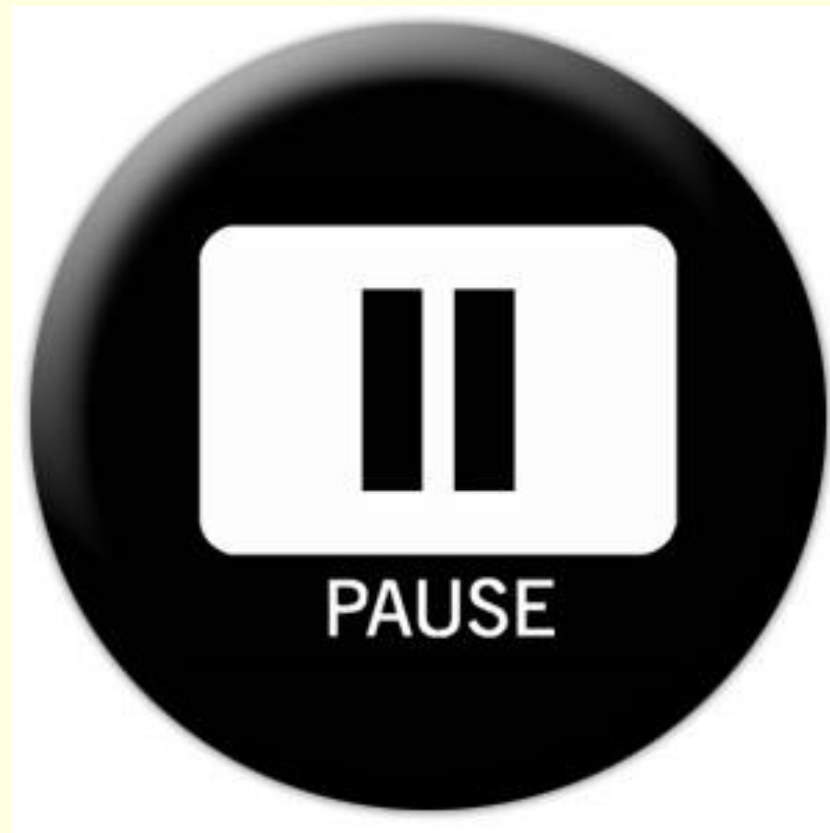
- Al recoger, subrayar las posibilidades peores, los escenarios alternativos más desastrosos
- Al recoger, destacar
 - Las ACCIONES positivas que los evitaron
 - Las DECISIONES positivas que los evitaron
 - Las IDEAS positivas
- Invitar la generación de significados nuevos
 - ¿qué te hace pensar eso (sobre ti mismo)?
 - ¿te sorprendió descubrir que eras capaz de...?

SECUENCIA PESIMISTA

- ¿Se ha planteado tirar la toalla?
- ¿Os habéis planteado dar a sus hijos en adopción?
- ¿Cómo es que no...?



Pausa y mensaje final: elogios y sugerencias



La pausa

- Para organizar la devolución
- Para crear expectativas
- Para aumentar la agencia de los clientes:
“Giving our clients a break”

Elementos del mensaje final

- **Validación** de su situación (dificultades, decisión de venir, confianza de contarle, etc.) y redefinición de la demanda
- **Elogio** de sus recursos y promoción de la esperanza
- **Sugerencias**

Estructura del mensaje final

- Recogida y devolución de la DEMANDA
- Posible explicación no patologizante
- Han venido en buen momento, porque...
- “Trabajo duro”, porque...(VALIDACION DE LA DIFICULTAD)
- ...pero les vemos capaces porque...(ELOGIOS GENUINOS)
- Y por eso les proponemos...(SUGERENCIAS)

Elogios

- Reconocen aquellas cosas que las familias ya hacen y que les ayudan
- Validan sus recursos y sus lados fuertes

Elogios

- Destacan lo que funciona
- Promueven la cooperación
- Aumentan la motivación

Experimento colonoscopia: Si la última experiencia es positiva, se recuerda en conjunta de forma más positiva

Características de los buenos elogios

- **Ser creíbles, genuinos**
- **Estar basado en datos**
- Estar personalizados para cada caso
- Utilizar el lenguaje de la familia
- Incluir a todos los miembros
- Preparar posibles tareas

Algunas características de los buenos elogios

“Complimenting is a high art”...

(Matthias Varga von Kibed)

...porque los elogios corren el riesgo de ser rechazados.

Elogios durante la conversación

(Berg & De Jong, 2005)

- Directos: Señalar al cliente algo positivo
 - “Veo que eres una persona muy cuidadosa”
 - “¿Parece como que cuando decides algo, lo cumples?”
- Indirectos: Preguntar desde otra perspectiva
 - “¿Qué diría tu maestro que se te da bien?”
- Auto-elogios: Preguntas que elicitán elogios
 - “¿Cómo supiste que era el momento?”
 - “¿Cómo se te ocurrió esa idea?”
 - “¿Qué cualidad tuya permitió que pudieras....?”

Elogio “con gancho”

(Metcalf, 2003)

- Noa, has sido capaz de estar sentado toda esta media hora, ¿cómo lo has conseguido?
- Juan, es increíble lo enganchados que les has tenido con esta historia, ¿cuál es tu secreto?

Tipos de elogios finales

- Conductuales /narrativos
- Individuales / Relacionales
- Literales /Selectivos
- Centrados en soluciones /estratégicos

Elogio “con gancho”

(Metcalf, 2003)

- “Noa, has sido capaz de estar sentado toda esta media hora, ¿cómo lo has conseguido?”
- “Juan, es increíble lo enganchados que les has tenido con esta historia, ¿cuál es tu secreto?”

Agradecer

- Dar las gracias también ayuda a
 - Mejorar la relación y crear confianza en el cliente
 - Generar una actitud positiva en el terapeuta
 - Subrayar aspectos importantes

- Se puede agradecer
 - Conductas referidas al consultante (“Te agradezco la confianza”, “Gracias por esperar”)

- **No** se debe agradecer
 - Conductas entre otras personas (“Te agradezco que seas tan cuidadosa con tu hijo”)

Características de las sugerencias en IECS

- “sugerencias”, “propuestas”, “experimentos”
“ideas”

MEJOR QUE

- “tareas”

Características de las sugerencias en I.E.C.S

- “La mejor sugerencia es que no haga falta sugerencia”
- “La mejor sugerencia es la que propone el cliente”
 - Es parte de su repertorio conductual
 - Encaja con sus circunstancias y su “teoría del cambio”
 - No necesita motivación adicional
 - Facilita la atribución de control

Características de las sugerencias en I.E.C.S

- Coherentes con la sesión
- Que los clientes las vayan a hacer
 - Que las puedan hacer (SDT: “optimal challenges”)
 - Que las quieran hacer (acordes con sus metas)
- Simples

Características de las tareas en I.E.C.S: *tipo de relación*

- | | |
|--------------|----------|
| ■ Comprador | HACER |
| ■ Demandante | OBSERVAR |
| ■ Visitante | ELOGIAR |

Características de las sugerencias: tipo *de relación*

- Es una buena idea pensar en los “clientes visitantes” como “compradores ocultos”
- (sabiendo que nos son “tipos de personas”, sino tipos de relación en un momento dado)
- ...pero no es buena idea tratar de convencerlos de que necesitan terapia

Decidiendo qué propuesta hacer

- | | |
|-----------------------------------|--|
| ■ Si hay excepciones deliberadas | HAGALO MAS |
| ■ Si hay excepciones espontáneas | PREDECIR/MONEDA |
| ■ Si hay objetivos bien descritos | HACER ALGUNO/S,
SIMULAR |
| ■ Si hay objetivos vagos | ESCRIBIR O PENSARLOS |
| ■ Si hay patrón de la queja claro | INTERRUMPIRLO /HACER
ALGO DIFERENTE |
| ■ Si no hay información útil | TAREA DE FORMULA |
| ■ Como “tareas comodín” | TAREAS GENERICAS |

Algunos principios neurológicos aplicados al diseño de sugerencias

(S. Stotsny, 2013)

- La focalización amplifica y magnifica aquello sobre lo que pensamos, haciéndolo más importante
 - No te centres en los sentimientos y conductas negativos, sino en las alternativas positivas que la persona desea.

- El cerebro no puede NO hacer algo
 - Proponer a alguien que NO haga algo probablemente llevará a que lo haga más.

Algunos principios neurológicos aplicados al diseño de sugerencias

(S. Stotsny, 2013)

- Donald Hebb (1949) “Neurons that fire together wire together”
 - Los hábitos son respuestas condicionadas que se han creado por repetición.
 - Sólo la práctica *repetida* crea hábitos nuevos
 - 2-6 semanas
 - Mejor si la práctica implica pensamientos, emociones y conductas.
- El aprendizaje y el recuerdo son dependientes del estado y del contexto
 - Necesidad de practicar las nuevas conductas *en el ambiente natural*.
 - Los cambios dramáticos en sesión tienen efectos limitados.

EL CIERRE DE LA INTERVENCIÓN

CUÁNDO CERRAR UN CASO

- Cuando la terapia ha avanzado lo suficiente:
 - Cumplimiento de objetivos
 - Avances en la escala
 - Cambio de perspectiva
 - Juicio del derivante
- Cuando la terapia ya no avanza y puede convertirse en “parte del problema”

CRITERIOS GENERALES

■ CIERRE EXITOSO

- El mérito es de los clientes
- Rituales de cierre
 - “Repartir el mérito” (Ben Furman)
 - Rituales de cierre: “sesión consigo mismo”
 - Rituales de cierre: carta para otro cliente

■ CIERRE NO EXITOSO

- La responsabilidad es de los terapeutas
- Facilitar una buena derivación

CRITERIOS GENERALES

- CIERRE “PROVOCATIVO”
 - Sólo en situaciones puntuales
 - Sin culpabilizar
 - Reconociendo las buenas intenciones
 - Dando elementos de esperanza.

ENTREVISTA SOBRE LA I.E.C.S

- ¿Cómo ha cambiado su forma de ver el problema?
- ¿Qué han aprendido?
- ¿Qué fue lo más útil de la intervención? ¿Lo menos útil?
- De lo que hizo la profesional ¿qué les ayudó más? ¿y menos? ¿Sugerencias?
- ¿Qué cualidades personales de la profesional les ayudaron más?
- ¿Qué cualidades personales de ellos les fueron de más ayuda?

www.aetsb.org

LECTURAS RECOMENDADAS:

la IECS en la escuela

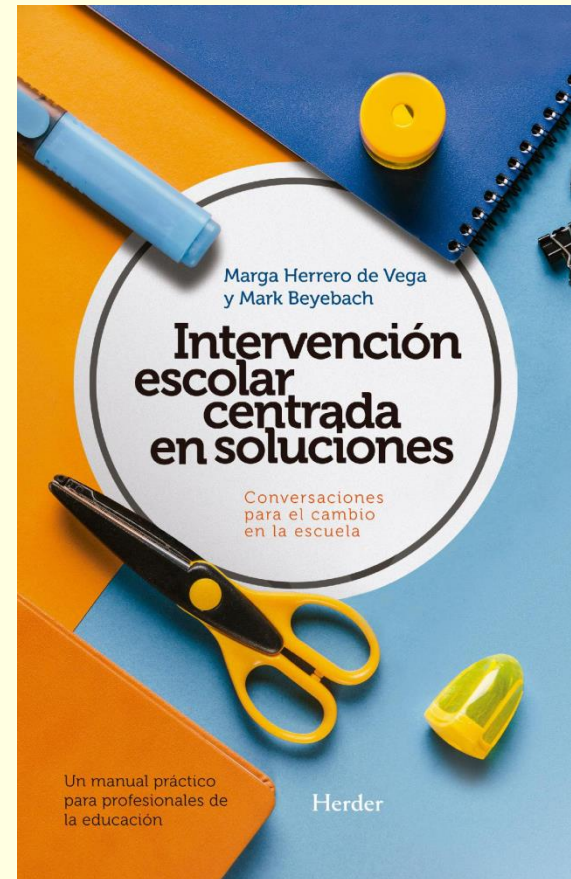
Mahlberg, K., & Sjöblom, M. (2004). *Solution-focused education –for a happier school*. Estocolmo: Scandbook AB.

Hazler, R.J. (1995). *Helping in the hallways*. Thousand Oaks, CA, Corwin Press.

Furman, B. (2010). *Kid Skills in action. Stories of playful and practical solution-finding with children*. Victoria, Australia: St Luke's Innovative Resources.

LECTURAS RECOMENDADAS: *la IECS en la ESCUELA*

- **Herrero de Vega, M. & Beyebach, M.** (en prensa). *Intervención Escolar Centrada en Soluciones: conversaciones para el cambio en la escuela.* Barcelona: Herder.



LECTURAS RECOMENDADAS:

la IECS en la ESCUELA

Kelly, M.S., Kim, J.S., y Franklin, C. (2008). *Solution-focused brief therapy in schools. A 360-degree view of research and practice.* New York: Oxford University Press.

Metcalf, L. (2003). *Teaching toward solutions. Improving student behavior, grades, parental support and staff morale.* Camarthen: Crown House Publishing.

Young, S. (2009). *Solution-focused schools. Anti-bullying and beyond.* London: Brief Therapy Press.

LECTURAS RECOMENDADAS:

la IECS en la ESCUELA

Rhodes, J. y Ajmal, Y. (1995). *Solution focused thinking in schools. Behaviour, reading and organization.* London: Brief Therapy Press.

Sklare, G.B. (1997). *Brief counseling that works. A solution-focused approach for school counselors.* California: Corwin Press.

Durrant M. (1995). *Creative strategies for school problems. Solutions for psychologists and teachers.* New York: Norton.

PURITA ILUSIÓN

www.puritailusion.com



Material para la
la intervención.