



CONCEPTUALIZACIÓN DEL CASO -TEP

OBJETIVO

Explicar los problemas de presentación del cliente vinculándolos con los modos, los esquemas subyacentes y las necesidades emocionales no satisfechas. Con ello se aclarará qué necesidades emocionales deben satisfacerse durante el tratamiento y en qué esquemas y modos se debe trabajar para reducir los problemas de presentación del cliente. Por lo tanto, la conceptualización del caso sirve de base para tu plan de tratamiento: Establecimiento de objetivos y creación de un plan de tratamiento.

Secciones

Los demás escritos describirán los pasos que pueden servir como pautas para aplicar las técnicas. En cuanto a la conceptualización del caso, describimos sus diversas secciones y destacamos los puntos a tener en cuenta en cada una de ellas.

Un formulario de conceptualización del caso debe contener, como mínimo, las siguientes secciones:

- Breve descripción de tu cliente
- Problemas de presentación actuales
- Temperamento y factores biológicos
- Crianza
- Otros eventos o recuerdos relevantes de la vida
- Normas de la familia de origen
- Deficiencias en la satisfacción de las necesidades emocionales
- Esquemas relevantes
- Situaciones que activan los esquemas
- Respuestas de afrontamiento

- Modos
- Relación terapéutica y patrones de interacción entre el cliente y el terapeuta.

El formulario de conceptualización de caso suele ser muy extenso, lo que significa que, en la práctica diaria, a menudo no es factible completar todas las secciones. Sin embargo, siempre debes crear un modelo de conceptualización de caso en el que se resuma claramente la información del formulario (véase el Apéndice 5: Modelo de conceptualización de caso – Tim).

Con base en las sesiones iniciales, ya puedes completar varias secciones del formulario de conceptualización del caso, ya sea en su totalidad o parcialmente. Cualquier información que aún no tengas se puede recabar durante las sesiones con tu cliente. Durante estas sesiones, también podrás poner a prueba tus hipótesis sobre sus esquemas y modos. Para recabar la información que buscas, utiliza los métodos y técnicas descritos (PARTE II: Fase de evaluación).

EXPLICACIÓN POR SECCIÓN

Breve descripción del cliente

Describe brevemente los antecedentes de tu cliente. Toma en cuenta la edad, el género, el nivel educativo y/o la ocupación. ¿Cómo se desenvuelve tu cliente en el trabajo, el tiempo libre, las relaciones familiares, las relaciones sentimentales y las amistades? ¿Cómo es el autocuidado o el estilo de vida de tu cliente?

Problemas actuales de presentación

Enumera los problemas que está experimentando tu cliente, así como los patrones (Intrapsíquicos e interpersonales) con los que está luchando. ¿Desde cuándo existen estos problemas y patrones? ¿Tu cliente ha recibido ayuda para ellos anteriormente?

Temperamento y factores biológicos

Haz una lista de los factores de temperamento y biológicos que puedan influir en los problemas actuales. Intenta obtener información sobre cómo era tu cliente en la primera infancia (Por ejemplo, mediante entrevistas heteroanamnésticas) para descartar, en la medida de lo posible, la influencia de factores ambientales. En el caso de clientes que crecieron en circunstancias complejas, es difícil describir factores de temperamento puros. También puedes incluir aquí tus propias impresiones: ¿Tu cliente

parece ser más bien extrovertido o introvertido por naturaleza? ¿Tu cliente parece ser temperamental o da la impresión de ser naturalmente tranquilo? En cualquier caso, menciona todos los factores biológicos que puedan haber influido en el desarrollo del problema o que puedan complicar la relación terapéutica (p. ej., trastornos físicos, características del autismo, problemas de atención y/o concentración).

Crianza

¿Cómo describe tu cliente el carácter y el estilo de crianza de sus padres y/u otros cuidadores, y cómo vive su relación con ellos? ¿Cuáles fueron los mensajes importantes que recibió durante su infancia? En esta parte del formulario, ya puedes establecer algunas conexiones entre estos factores de fondo y las carencias en la satisfacción de las necesidades emocionales básicas, así como los esquemas y modos resultantes; por ejemplo: “Su padre solía estar ausente, y cuando estaba en casa, le prestaba poca atención al cliente (falta de apego seguro hacia los demás, esquema de Privación emocional)”.

Otros eventos o recuerdos relevantes de la vida

Describe los eventos (Traumáticos) que se cree que han contribuido a la formación de los esquemas.

Normas de la familia de origen

¿Qué normas aprendió el cliente durante su crianza y en el contexto en el que creció?

Busca suposiciones que suelen ser condicionales (*Si le cuento algo a alguien sobre mí, se aprovechará de ello*) o rígidas (*Siempre debo estar ahí para los demás/Nunca debo decepcionar a los demás*). En esta sección, considera también los dichos y expresiones típicos que se utilizaban en la familia de origen.

Deficiencias en la satisfacción de las necesidades emocionales

Para cada necesidad emocional, evalúa en qué medida se satisfizo durante la infancia. Si muchas necesidades emocionales no se satisfacían, es recomendable describir las “Dos o tres principales”.

Esto proporcionará enfoque y claridad: ¿Cómo darás forma a tu actitud de reparentalización limitada con respecto a este cliente en particular?

Si procede, es recomendable incluir siempre el apego seguro a los demás en dicha selección, ya que se trata de la necesidad emocional más fundamental.

Esquemas relevantes

Selecciona un máximo de cinco esquemas para incluirlos en la conceptualización del caso. Si seleccionas más, corres el riesgo de perder el hilo y no poder especificar adecuadamente tu actitud de reparentalización limitada o tu plan de tratamiento.

Aunque es conveniente mencionar aquí las puntuaciones del cuestionario de esquemas (Autoinforme), es importante no dejar que estas determinen la selección de los esquemas más relevantes (**véase el escrito 8: Interpretación y retroalimentación sobre las puntuaciones del cuestionario**).

Situaciones que activan los esquemas

Para cada esquema, describe qué situaciones (Internas o externas) de la vida cotidiana de tu cliente pueden activar ese esquema. Asegúrate de que las situaciones desencadenantes funcionen realmente como estímulos condicionados para tu cliente, en lugar de ser intrínsecamente tan aversivas que expliquen la intensidad de la respuesta emocional. Si tu cliente “Reacciona de forma exagerada” ante ciertas situaciones, esto es un indicio de que se han activado uno o más esquemas.

Respuestas de afrontamiento

En la terapia de esquemas, el afrontamiento se conceptualiza como respuestas a los esquemas activados, en lugar de respuestas a amenazas externas (Como en el caso de las respuestas de parálisis, lucha o huida). Por lo tanto, para cada uno de los esquemas seleccionados, describe cómo se manifestaría la resignación, la evitación o la inversión de ese esquema. ¿Qué siente, piensa y hace tu cliente en cada una de las tres respuestas de afrontamiento? Aunque los clientes suelen tener un estilo de afrontamiento preferido, a menudo muestran múltiples respuestas de afrontamiento ante un esquema, dependiendo de las circunstancias del momento.

Modos

Selecciona los modos que sean más relevantes para los problemas de presentación del cliente.

No te bases únicamente en las puntuaciones del cuestionario de modos (Autoinforme); utiliza también la información obtenida a través de otros métodos y técnicas de la fase de evaluación. Describe los sentimientos, pensamientos y comportamientos de cada uno de estos modos y pídele al cliente que les ponga nombres personalizados. Siempre incluye los modos saludables (Adulto Sano y Niño Feliz), así como al Niño Vulnerable, en tu modelo de modos. Deja claro cómo el Niño Vulnerable está protegido mediante la evitación y/o la inversión de los esquemas asociados por parte de los modos de afrontamiento. El modo del Niño Enfadado suele incluirse en el modelo de modos, o al menos cuando el cliente experimenta demasiada ira (P. ej., en el trastorno límite de la personalidad) o muy poca (P. ej., en el trastorno de personalidad evitativa). La regla general es seleccionar no más de cuatro modos de afrontamiento y elegir solo un modo crítico interior, en el que se pueden incorporar diferentes variantes (P. ej., tanto el Punitivo como el Exigente). Incorpora los esquemas al modelo de modos para especificar los mensajes del modo crítico interior, por ejemplo: “No vales nada y mereces un castigo” (Esquema de Punitividad) y “Debes rendir mejor” (Esquema de Estándares inalcanzables/Hiperocrítica).

Asegúrate de que todos los problemas de presentación se expliquen mediante los modos y esquemas seleccionados. ¿Qué modos muestran un comportamiento problemático? ¿Qué modos son responsables de la autocrítica y las emociones intensas?

Una vez que comprendas dónde se originaron los problemas de presentación, el cliente en su historia de desarrollo y cuáles de sus necesidades emocionales no se han satisfecho lo suficiente, podrás elaborar un plan de tratamiento completo y significativo (**Véase el escrito 11:** Establecimiento de objetivos y creación de un plan de tratamiento).

La relación terapéutica y los patrones de interacción entre el terapeuta y el cliente

Para estar preparado para la transferencia y la contratransferencia, es importante conocer tus propios esquemas y modos (¡Llena tú mismo los cuestionarios pertinentes!) y considerar cuáles de los esquemas o modos de tu cliente podrían activar los tuyos.

Descríbelo en procesos cíclicos: ¿Qué esquemas o modos podrían activarse en ti al interactuar con este cliente (Y sus esquemas y modos)? ¿Qué efecto podría tener esto, a su vez, en sus esquemas y modos? Investiga cuáles de tus esquemas o modos entran en conflicto entre sí (Por

ejemplo, en el caso de los modos Autoengrandecedor en ambos lados) y cuáles son complementarios entre sí (Por ejemplo, el Rendido Complaciente del terapeuta y el Niño Indisciplinado del cliente). Esto te permitirá investigar si estás reforzando (Inconscientemente) ciertos esquemas y modos de tu cliente y diseñar un plan para evitarlo.

Ejemplo

Consulta el Apéndice 2: Conceptualización del caso – Sandra y el **Apéndice 4:** Conceptualización del caso – Tim para ver ejemplos de formularios de conceptualización de casos completados.

Variaciones

Existen diversas variantes del formulario y el modelo de conceptualización de caso en circulación. Asegúrate de elegir una que contenga los elementos fundamentales descritos aquí.

El formulario de conceptualización de caso es un formulario que tú, como terapeuta, debes completar, por lo que no es necesario simplificarlo en cuanto al lenguaje o la complejidad para adaptarlo, por ejemplo, a las capacidades (Cognitivas) de tu cliente. Sin embargo, es importante resumir la conceptualización del caso para tu cliente en un modelo de conceptualización del caso o en un modelo de modos (Simplificado), a fin de crear un entendimiento compartido sobre los antecedentes de los problemas de presentación y proporcionar un punto de partida común para el tratamiento.

Referencia:

Van Der Wijngaart R. & van wijk-herbrink M. Schema Therapy Step by Step: A Contemporary Guide to Schema Therapy Concepts and Techniques. 2026.

Dr. Edgar Rodríguez V.