



**Alumna : Nancy alidahi Roblero Pérez**

**Nombre del tema: modelos fenomenológicos y terapia familiar**

**Parcial: segundo**

**Nombre de la materia: modelo de intervención en psicoterapia**

**Nombre del profesor: Guadalupe Recinos**

**Nombre de la licenciatura: psicología general**

**Cuatrimestre: 7**

# MODELOS FENOMENOLÓGICOS Y TERAPIA FAMILIAR

Evaluación del sistema familiar



familias nutricias

tipos de familia

- Normas flexibles, humanas, apropiadas y sujetas a cambios.
- Comunicación directa, clara, específica y sincera.
- Enlaces con la sociedad, abiertos y confiados.
- Autoestima alta.

familias conflictivas

- Normas rígidas, inhumanas, fijas e inmutables.
- Comunicación indirecta, vaga y poco sincera.
- Autoestima baja.

factores claves

- 1) Autoestima.
- 2) Comunicación.
- 3) Normas o reglas.
- 4) Enlace con la sociedad.



Comunicación

modelos de comunicación son utilizados por las personas y familias.

- es muy correcto, muy razonable, y no demuestra sentir nada. Es tranquilo, frío y ordenado.
- Superazonable
- Culpador
- "Aplacador"
- Es una persona que busca los errores de los demás
- Habla tratando de complacer, Habla como si no pudiera hacer nada por sí mismo.

Empatía



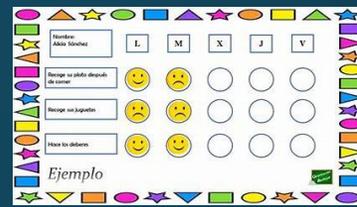
el terapeuta requiere

Se debe adoptar una actitud de empatía, y comunicarla al cliente

Que esté totalmente entregado al esfuerzo por percibir los sentimientos del cliente

pero

no requiere que el terapeuta viva la experiencia de esos sentimientos (Rogers, 1951).



Economía de fichas.

es un procedimiento que se utiliza para realizar los principios del manejo de conductas.

Tiene como objetivo de alterar una amplia variedad de conductas en una persona o grupo de personas

Con el fin que las personas cambien una conducta

Terapia centrada en el cliente

la terapia es un proceso



si el terapeuta crea las circunstancias correctas, el cliente comenzará espontáneamente a cambiar y a crecer.

Estimación positiva incondicional.

el proceso terapéutico ocurrirá por sí sólo, impulsado por el potencial de crecimiento del cliente.

Incluye tres cosas principales:

- no requiere que el terapeuta viva la experiencia de esos sentimientos (Rogers, 1951).
- se preocupe por el cliente como persona
- lo acepte
- Confiar en la capacidad de cambiar y crecer del cliente.



