

El juego de la tienda mágica. Una lectura brasileña y ampliación para uso clínico con niños

Rosane Rodrigues*; Rose Otaka Yukimitsu;**

Instituto Sedes Sapientiae en São Paulo/SP (DPSedes),.

e-mails: *rosateatros@gmail.com; **rose.otaka@gmail.com

Revista Brasileira de Psicodrama. 2014. 22(1), 12-21.

Resumen

Se trata de la lectura brasileña, hecha por Rodrigues, de un juego dramático para grupos: La Tienda Mágica, creada por J. L. Moreno y adaptada por René Marineau. El juego, que funciona básicamente a través de negociaciones realizadas entre un participante/comprador y el conductor, es detallado en sus etapas y sus aplicaciones, utilizando en su adaptación brasileña la metodología del Teatro de Reprise. Las autoras proponen una ampliación del juego, relatando un caso clínico de atención psicoterapéutica de un niño y discutiendo sus rápidos resultados. El juego es especialmente indicado para grupos de adultos, en contextos intimistas, que propicien una atmósfera ritual, y para grupos de niños en una atmósfera lúdica y divertida.

Palabras clave: Psicodrama. Tienda mágica. Bazar de intercambios. Grupo. Psicoterapia infantil.

INTRODUCCIÓN

La Tienda Mágica o Bazar de Intercambios fue definida por Moreno como una "técnica" en la que el director o algún miembro del grupo (escogido por el director) asume el papel de comerciante. Existiría una tienda "repleta de elementos imaginarios, de naturaleza no física" (MORENO, 1997, p. 35), los cuales pueden ser adquiridos por medio de permuta. Es decir, los participantes piden algo que desean y a cambio entregan algo abstracto de gran valor personal. De acuerdo con Moreno (1997, p. 35): "Uno tras otro, los miembros del grupo se ofrecen para subir al escenario, entrando en la tienda en busca de una idea, un sueño, una esperanza, una ambición". El ejemplifica el caso en el que el comerciante Justus Randolph, según él, un terapeuta sensible, negocia con una paciente depresiva que busca "paz de espíritu". El terapeuta le ofrece el ítem a cambio de la renuncia a su fertilidad. La paciente desiste del intercambio y Moreno evalúa que el director alcanzó "un punto sensible" de ella, pues ella tendría cuestiones relacionadas al miedo del sexo y del parto.

Las publicaciones de Moreno sobre el tema son escasas. Sin embargo, lo que resulta evidente es que el sentido de los intercambios que él proponía implicaba gran

sacrificio, aparentemente para responsabilizar a los compradores. Esta estrategia coincide con la mirada pesadamente judeo-cristiana de su época, apoyado en promesas y culpas.

También hay psicodramatistas brasileños que relatan haber experimentado la tienda con la dirección de Zerka Moreno y cuentan experiencias de intercambios abstractos entre compañeros de grupo, siguiendo la línea de la Gestalt-terapia, en la que se intercambian características (cualidades y defectos) entre sí.

Algunas autoras citaron la Tienda Mágica en artículos, como Rosane Rodrigues (2008) y Maria Luiza C. Soliane (1998); Sin embargo, no parece haber escritos psicodramáticos que profundicen en ese tema. Incluso René Marineau, que realizó talleres de la Tienda Mágica en Brasil en el 2000, no parece haber publicado sobre el tema. Rodrigues participó en uno de esos talleres, el cual se convirtió en una referencia fundamental para la realización de su lectura sobre la Tienda Mágica, y creó características propias al hacer adaptaciones.

La Tienda adaptada por Marineau (2000), presentada en Jundiaí / SP, difiere de la propuesta de Moreno (1997) en aspectos relevantes. En ambos, hay intercambios de ítems abstractos valiosos; sin embargo, en Marineau, se convierten en objetos concretos y simbólicos, o sea, el comprador entregaría al vendedor objetos concretos simbólicos que no le sirvan más. Por ejemplo, en un ejercicio de nuestra imaginación autoral, el comprador podría solicitar un ventilador que simbolizara la ligereza que busca en su vida, y su moneda de cambio podría ser una cadena con bola de hierro de presidiario, simbolizando el enorme peso cargado. La diferencia estaría en el principio que mueve al vendedor.

En Moreno, el comprador es responsabilizado a sacrificarse, a renunciar a algo suyo muy valioso para obtener un gran deseo. En Marineau lo que responsabiliza al comprador es la propia negociación, que debe darle una autonomía responsable para que él mismo alcance sus deseos, en un proceso de construcción conjunta entre vendedor y comprador. Por ejemplo, nuestro ventilador y la bola de preso podrían convertirse en una adaptación que hicieran al comprador percibir que sin peso él podría quedar a merced de una gran dispersión o superficialidad. Entonces, el vendedor podría, sin usar ningún tipo de interpretación, ofrecerle una bola menor o que se adapte al dueño. Y en lugar del ventilador, podría ofrecer una hamaca en la que pudiera descansar y recuperarse del peso para luego retomarlo. Todo ello alegando que en la tienda no hay stock de ventiladores, por ejemplo, es decir, sin perder lo fantástico del juego.

Moreno no describe si utilizaba ego-auxiliares, apenas muestra cómo actúa el director. En los años 1970 en Brasil, se replica la Tienda con al menos un ego-auxiliar realizando la negociación en escena, mediada por el director. Marineau al demostrar su modo de realizar la Tienda en Brasil no utilizaba ego-auxiliares como equipo permanente, aunque solicitase auxiliares espontáneos, como ego-actores - término creado por Moreno (1997, p. 458) para designar la sustitución del emergente grupal en el escenario -, retirados de la platea inmediatamente después de la negociación realizada, para mostrar el objeto que había sido negociado y el resultado final. Después de las negociaciones y la concordancia del comprador sobre el producto que se lleva, el comerciante - que es personaje y director - muestra la solicitud del comprador, utilizando la metodología del *Playback Theatre* (SIEWERT, 2014). Es decir, él pide al comprador que elija a alguien para ser él mismo y las otras partes de su objeto. Los ego-actores espontáneos realizan una *performance* para visualización y resonancia del comprador, y entonces el comerciante le pregunta si se quedó satisfecho con la demostración de lo que recibió. En el caso que responda que no, el director monta la escena nuevamente con los cambios solicitados por el participante, como se hace en el teatro *Playback*, que no trabaja con base en la noción del inconsciente.

LA TIENDA MÁGICA DE ROSANE RODRIGUES

Desde la inspiración artística de Marineau en la ciudad de Jundiaí, Rosane Rodrigues lleva realizando continuamente la Tienda Mágica. En un primer momento para mostrar a los alumnos lo que había experimentado, añadiendo en cada intervención, elementos nuevos.

Pasamos a examinar la cuestión del juego, Rodrigues (2008, p. 106) considera a la Tienda Mágica como un juego dramático, y no una dramatización, pues cree que cualquier juego tiene como su primer objetivo, el placer; ya sea dramático, de competición, de azar o de habilidad, basándose en la clasificación de Roger Caillois (1967). Después de los momentos de placer, el juego puede servir para calentar, despertar estados espontáneos, preparar para clases, etc. Para que el objetivo sea primordialmente placentero y que emocione, se debe jugar con papeles desarrollados o "neutros" (la neutralidad no existe, pero se pretende designar algo que genere baja tensión en quien desempeña el papel), sociales o imaginarios, porque la tensión no debe en ningún momento sobrepasar el placer. En la dramatización, así como en el teatro, la escena se centra en uno o más conflictos, que necesitan de alguna forma encontrar un "flujo de resolución" en ese campo de fuerzas, lo que significa, al menos, encaminarla hacia una solución.

El juego dramático, así como cualquier juego, sólo puede ser considerado lúdico si mantiene a sus jugadores relajados y transita en un contexto que está entre lo grupal y lo dramático: el "contexto lúdico" (RODRIGUES, 1995: 112-114).

En el caso de la Tienda Mágica, la acción pasa entre el personaje y la figura del director. Hay un calentamiento físico inicial en el que los participantes se relajan acostados o sentados, de ojos cerrados, y son conducidos a detectar un deseo y convertirlo en un objeto, a detectar lo que no quieren más y convertirlo en otro objeto, y luego seguir un camino imaginario hasta la Tienda. Mientras el director da las instrucciones de la fantasía dirigida, él y su equipo de ego-actores van a cambiar su ropa por un vestuario que sugiera magia. Rodrigues (2008, p.61) diferencia el término *fantasía dirigida* a grupos del término *psicodrama interno*, que sería para una sola persona, en el que el director logra acompañar cada paso de las imágenes del sujeto y hacer adaptaciones según el relato de éste. En la fantasía dirigida, el conductor da la misma instrucción a todo el grupo, haciendo sólo adaptaciones según su percepción y su intuición. Las instrucciones se van configurando en la elección de deseos, recorrido y vehículo para llegar a la Tienda imaginada. En ese momento, es fundamental mantener los ojos cerrados y el ambiente en penumbra. La magia de este juego está en el momento en que, tras la fantasía dirigida, los participantes abren los ojos y encuentran, con el mismo tono de voz monótono y tranquilo, al director encarnado en un personaje mítico de un(a) viejo(a) ancestral.

Con el Grupo Improvise, Rodrigues ha realizado intervenciones con la Tienda Mágica, siguiendo los siguientes pasos:

AMBIENTACIÓN PARA ESTADOS ESPONTÁNEOS:

- Bajar la iluminación, dar instrucciones pausadas y bien articuladas.
- Cerrar los ojos e iniciar la fantasía dirigida, con relajación del cuerpo y calentamiento mental.

FANTASÍA DIRIGIDA DEL DESEO:

- Identificar el deseo y transformar el deseo en objeto concreto.
- Identificar lo que no se quiere y convertirlo en objeto concreto. Comprobar cómo cada uno va a cargar su moneda de cambio.
- Elegir el vehículo que se utilizará para el recorrido hasta la Tienda y cómo va a ser el camino dependiendo del vehículo elegido o viceversa.
- Sugerir posibles obstáculos climáticos y geográficos (interpolación de resistencia).
- Encontrar e imaginar la Tienda Mágica y el vendedor de cada uno.
- Abrir los ojos.

NEGOCIACIÓN TERAPÉUTICA:

- Preguntar el nombre (contexto lúdico, entre contexto grupal y dramático).
- Hacer la negociación para el cambio, orientándose por el sentido de la búsqueda del comprador (escucha activa de qué y cómo explicita su deseo).
- Preguntar si el comprador desea ver una demostración del resultado de la negociación, realizada por ego-actores.
- Ofrecer músicas inspiradas en el deseo del comprador, mientras que los ayudantes preparan el objeto en la metodología del Teatro de Reprise. Pueden ser utilizados ego-músicos o sugerencias de la propia audiencia. En ese caso, el vendedor debe ser afinado para liderar con desinhibición toda la música, aunque no la conozca bien.
- Realizar demostración teatral y resignificada del objeto. Sugerencia: Entregar simbólicamente el producto.
- Efectuar más intercambios según el tiempo disponible.

DESCALENTAMIENTO

- Solicitar que todos cierren los ojos de nuevo. Para aquellos que participaron como público (es decir, no realizaron intercambios directamente con el comerciante), se sugiere que verifiquen si el pedido continúa igual y que realicen el intercambio mentalmente. Todos son instruidos a recorrer el camino de vuelta con el objeto recibido, verificando si el camino o el vehículo han cambiado.

- Compartir, estimulando que cada uno cuente como fue cada recorrido incluso aquellos que no cambiaron directamente.

El juego puede ser realizado por apenas un director, como Marineau hizo en Brasil, aunque los cambios ganan mucho en dimensión y poética cuando el equipo es compuesto por algunos ego-actores, que también se transformen en personajes ayudantes que reciben lo que el comprador va a dejar por no querer más y que representen el deseo teatralmente. De esta manera, al preguntar al comprador si le gustaría una demostración, Rodrigues prefiere usar el Teatro de Reprise (2013). En ese caso, el equipo de ego-actores, que trabajan como agentes terapéuticos, deciden cómo representar el objeto comprado, haciendo los papeles libremente, sin la opinión ni elección del comprador; de esta manera, el flujo inconsciente puede darse de manera intensa por la intuición y la preparación de los ego-actores. Así también, el acierto sensible es grande y los errores que el comprador eventualmente apunta no serán corregidos, pues el rigor forma parte del inconsciente del grupo. La opinión es aceptada, pero la escena no se rehace. Por lo tanto, el comprador se llevará exactamente lo que pidió.

Los aciertos en los objetos que el comprador va a dejar son importantes pues a veces, la persona se coloca como si no necesitara algo que es una sobreestimación de sí mismo. Por ejemplo, recientemente una compradora en una presentación de la Tienda Mágica del Grupo Improvise deseaba una puerta por la que viera a sus muertos y quería dejar un cojín en forma de corazón que representaba la nostalgia. La puerta fue convertida en una ventana basculante que no podía ser abierta en todo instante, y una vejiga que se llenaría poco a poco con los sentimientos de pérdida que ocurría en su vida. Pero si ella dejara la nostalgia, ¿para qué necesitaría una ventana para ver a sus muertos? Entonces, la nostalgia fue reformada de tal manera que ella se diera cuenta de que no podía quedarse sin su preciosa emoción: el dolor que mueve y potencializa transformaciones en todos nosotros.

Así, por más que se garantice que en la Tienda hay de todo - cosas increíbles dejadas por todos los que pasan por ella - el comerciante mago puede decir que no tiene exactamente el objeto deseado cuando el comprador pide cosas que no sean adecuadas o sean muy idealizadas o distantes de sí mismo. O bien, el comerciante puede ofrecer otro objeto además de aquel que se solicitó, de tal modo que va trabajando terapéuticamente propuestas irreales del cliente o con noción mal dimensionada de sí mismo. Todo esto se realiza con sutiles intercambios de miradas y diálogos bien humorados entre el vendedor y sus ayudantes, que pueden hacer sugerencias de objetos y adaptaciones del pedido para el cambio. Siempre con una escucha muy sensible del equipo acerca de la búsqueda del comprador.

La confección del objeto sea por ego-actores profesionales o espontáneos cuenta con el coconsciente y inconsciente vigentes en aquel momento, constatando que, si el calentamiento y la negociación se hacen en un clima de magia y realidad suplementaria, como la modalidad de psicodrama propone, el grupo de ego-actores siempre acertará. No habrá error en este caso, pues todos los participantes, incluido el equipo, están inmersos en el proceso y lo que puede parecer error será parte de mismo. En el caso de los ego-actores espontáneos, Rodrigues recomienda que, a diferencia de lo que hace Marineau, sean convocados desde el inicio de la sesión para que permanezcan con la función de servir desde el principio y se integren en la fantasía dirigida.

Y vale recordar que todas las experiencias son aceptadas, sin ningún juicio o crítica, incluso las que no siguen las instrucciones de la dirección, pues se trata de un juego dramático.

La Tienda produce una atmósfera de fantasía por medio de un buen calentamiento, de la ambientación de la sala, de las vestimentas del director / personaje y de los ego-actores. Un momento en que te envuelven los acontecimientos y se vive todo con mucha poesía y sentido del humor. Esta atmósfera parte del concepto de realidad suplementaria de Moreno (1965 apud MORENO, 2001, p. 212-213). Para él, el psicodrama no se realiza sólo cuando escenificamos situaciones del pasado, del presente y del futuro, sino también en un campo en que se sobrepasa lo que llamamos realidad, por medio de la imaginación. Esta expansión de la experiencia es posibilitada en el psicodrama por los métodos no usados en la vida, como ego-auxiliares, ego-actores, silla vacía, dobles, inversión de papeles, espejo, etc.

Zerka Moreno (2001, p. 60-61) posteriormente definió la realidad suplementaria como técnica usada para "completar y curar", capaz de proporcionar al sujeto un efecto integrador, dándole más autonomía para seguir su vida. De este modo, la autora da ejemplos de escenas en las que se utiliza la realidad suplementaria; como realizar un diálogo con alguien que ya murió, una escena en la que el protagonista puede exponer la rabia contenida que siente por el jefe, entre otras.

Soliane (1998) afirma que la realidad suplementaria no es una técnica, sino la realidad con que se trabaja el psicodrama. Puede ser poco perceptible cuando en una dramatización el protagonista invierte el papel con el hijo, el jefe, etc. O presentarse de forma más intensa cuando se representa el papel de un dios, seres mitológicos, personajes de sueños, etc. Por lo tanto, siempre que estamos actuando dentro del contexto dramático, estamos también dentro de una realidad suplementaria.

La realidad suplementaria está presente en cualquier sesión psicodramática, pero en la Tienda Mágica ella surge con exuberancia, pues se utiliza de objetos intermedios concretos y simbólicos, de manera que los participantes puedan viajar a un mundo imaginario, donde sea posible dar alas a las fantasías y los deseos. Y lo mejor: teniendo la posibilidad de ser contemplados en sus pedidos, lo que sería inviable en el mundo de las consecuencias, es decir, en el contexto social con sus consecuencias más rígidas y limitadas.

EL PRINCIPIO DE LA TIENDA MÁGICA CON INFANCIA

Rose Otaka Yukimitsu, una de las autoras, entró en contacto con la Tienda Mágica en un aula experimental de la profesora Rosane Rodrigues en el curso de Psicodrama Nivel I del Departamento de Psicodrama del Instituto Sedes Sapientiae (DPSedes). Experimentó el papel de público al asistir a los compañeros realizando intercambios con el comerciante y también el papel de compradora cuando se propuso a "adquirir" un objeto deseado, cambiándolo por otro que no le servía más. Lo que la marcó fue el registro de una experiencia intensa y transformadora. Y por medio del objeto mágico recibido pasó a sentirse fortalecida para enfrentar los desafíos que se presentaban en su vida en aquel momento. Después, se propuso utilizar esa modalidad adaptada a una atención psicoterápica bi-personal con un niño. Por lo tanto, el caso clínico relatado aquí es de una sesión en la que la actuación de la directora fue "incorporar" el papel de comerciante en la conducción de sus acciones terapéuticas.

El cliente era un niño de nueve años, Pedro, cuyos padres buscaron la psicoterapia a causa del bajo rendimiento escolar del hijo. El padre dijo que era rígido con el niño y que exigía sistemáticamente un mejor rendimiento, a menudo proponiendo negociaciones de tipo "si comienzas a escribir en cursiva, vas a obtener un nuevo videojuego". El niño a menudo trató de alcanzar las metas, pero fallaba, causándole una baja autoestima, en

los diálogos mostraba un menosprecio a sí mismo, como cuando dijo que era experto sólo en los juegos que realizábamos juntos.

La sesión que aquí se describe brevemente fue iniciada a partir de una historia inventada por Pedro, en la que el sol se había colocado anteojos oscuros y explicaba a la luna que había hecho eso para protegerse, pero sus propios rayos solares se habían reflejado en las lentes y herido sus ojos. Así, se inició una dramatización en la que Pedro desempeñaba el papel de sol y la terapeuta de la luna. La autora, al ver al sol herido, instantáneamente, se acordó de la experiencia que había vivido con la Tienda Mágica y decidió adoptar la postura del comerciante, poniéndose a disposición para ofrecer al sol algún objeto que le ayudara a cuidar de su herida. Entonces, aún en el papel de la luna, le preguntó qué necesitaba, y Pedro/sol respondió que proporcionaba luz y calor a los planetas, pero no recibía nada a cambio. En ese momento, el propio cliente/personaje trajo la cuestión del intercambio; continuando en el principio de la Tienda Mágica, la autora consideró la luz y el calor como bienes que el sol ofrecía para "dejar en la Tienda", o sea, como una permuta por los objetos que él desearía recibir. De ese modo, Pedro/sol le pidió a la luna una piscina para refrescarse. Juntos, montaron la piscina con cojines y al final Pedro/sol fue invitado a experimentarla. Entraron en la piscina, y dijo estar satisfecho. Después de ese cambio, Pedro decidió continuar las negociaciones con algunos planetas. A la Tierra, Pedro/sol expresó: "¡Vine a cobrar! Te doy luz y calor y no recibo nada a cambio. De ti quiero un aire acondicionado de 60 Km. " La Tierra/terapeuta respondió que no tenía materia prima ni tecnología suficiente para construir un aire acondicionado tan grande, entonces negoció la entrega de un aire acondicionado más pequeño. Pedro/sol estuvo de acuerdo. En la conversación con Plutón, Pedro / sol reclamó que el planeta no tenía nada más que hielo. Entonces, como sólo había hielo para ofrecerle, la terapeuta negoció que el hielo podría ser colocado en la piscina y ser derretido por el calor del sol. Pedro/sol aceptó satisfecho.

Al final de esta sesión, Pedro dibujó la luna y el sol dentro de una piscina, y este último sacando las gafas oscuras diciendo: "No las necesito". A la semana siguiente, el niño trajo un cómic que él mismo había hecho contando los cambios realizados entre el sol y los planetas, al final, el sol cargaba todos los objetos que había recibido.

Una diferencia importante entre las Tiendas de Marineau y Rodrigues y la sesión relatada es que el cambio no es mostrado por ego-actores, sino vivenciado directamente por el "comprador" en la escena con los objetos recibidos. En el caso de que la Tienda Mágica sea usada como juego dramático en grupo de niños, probablemente esa adaptación también sería necesaria por las propias características del niño -más dinámica y activa. De esta manera, los niños podrían interactuar con el vestuario y los aderezos y colocar el cuerpo en acción al realizar las escenas con los objetos recibidos. Otro punto interesante a ser observado es que el sol en la sesión de Pedro estaba ofreciendo bienes inagotables, entonces él no estaría sacrificándose (como sería en la Tienda de Moreno), ni dejando algo que no le servía más. Las negociaciones entonces se enfocaron en los objetos deseados, de modo que algunos ajustes se hacían considerando las posibilidades de que los planetas produjeran determinados pedidos. Por ejemplo, en la fantasía, la Tierra podría producir el aire acondicionado de 60 km, pero la terapeuta intuitivamente trabajó con la noción de realidad, entonces el objeto fue modificado para un mismo ejemplar sólo que menor. En el caso del hielo de Plutón, el objeto permaneció igual, pero fue argumentado que éste podría ser eficiente al ser colocado en la piscina y derretido por el sol. Esta postura terapéutica fue adoptada teniendo en vista la historia personal del niño, de modo que en las negociaciones vivenciadas con el padre siempre se requería alguna meta más allá de sus posibilidades para aquel momento. De esta manera, el niño pudo conocer un nuevo modelo de cómo responder a las exigencias del mundo, reconociendo que no es

necesario ser grandioso como un aire acondicionado de 60 km, o descubrir que las características que él posee pueden ser buenas (como el hielo de Plutón que inicialmente parecía inútil para el personaje). Además, Pedro vivenció en el contexto lúdico, la posibilidad de ser reconocido como un sol lleno de cualidades que merecía recibir algo a cambio por los beneficios que ofrecía. Al recibir los objetos mágicos, el sol pudo fortalecerse y deshacerse de una protección que también le hería, pues había recibido lo que necesitaba para cuidar de sí mismo. El niño pudo así abandonar un recurso antiguo que le traía también sufrimiento: el filtro simbólico de las gafas oscuras.

Todo esto fue posible por medio de la realidad suplementaria que permitió abordar las cuestiones de Pedro por el sesgo de la imaginación, de manera que el trabajo terapéutico fue vivido como un juego de intercambios entre los planetas. Lo que pudo enriquecer la experiencia de Pedro, trayendo nuevas posibilidades de ser y de relacionarse a partir de una cocreación entre cliente y terapeuta, expandiendo la espontaneidad y la creatividad de ambos.

Un hecho importante es que Pedro se comunicó por medio de la escritura al crear su historia en dibujos, siendo exactamente la queja de la profesora y de los padres como su principal dificultad y desmotivación. Por lo tanto, la sesión estimuló que Pedro se expresara de manera nueva y creativa, la cual desencadenó un acto creador. El resultado de ello fue que en sesiones vinculantes posteriores con los padres, el niño pasó a posicionarse con más potencia, al expresar lo que pensaba en relación a las decisiones de los padres sobre él mismo, como la propuesta de cambio de escuela, del horario de la terapia, entre otras.

CONSIDERACIONES FINALES

La utilización del juego Tienda Mágica para adultos y niños puede ser interesante para despertar la espontaneidad y generar potencial en los participantes. Las diversas maneras de realizarla fueron comparadas, y la manera brasileña de Rodrigues acentúa la cuestión estética reavivando la creación de Moreno.

En general, la Tienda Mágica aplicada como principio en psicoterapia bipersonal, como en el caso clínico estudiado, o como juego dramático en sesiones con grupos de niños, puede beneficiarlas por la inmersión en la realidad suplementaria. Se trata de una manera de trabajar la subjetividad por el sesgo de la imaginación en un universo con posibilidades ilimitadas donde el niño puede "comprar" objetos que pueden ayudar a cuidarse a sí mismo. Este recurso también puede facilitar que el niño experimente nuevos modelos de relación en que la reciprocidad acontece (intercambiar, dar y recibir) y desarrolle nuevas respuestas, más espontáneas y creativas para eventualmente poder ampliar para otras situaciones similares en la vida.

También para psicoterapia o educación de adultos (entrenamientos, especializaciones, etc.), la Tienda Mágica puede ser un fuerte recurso de transformación, muy rápido y duradero. La impresión para quien se somete es de un alto grado de transformación y suele ser descrita como un momento inolvidable. La magia teatral y la comunicación coinconsciente son potentes para los que participan, en un clima casi sagrado, incluyendo al director que puede sentirse también inmerso en un estado de espontaneidad tal que pasa a adivinar muchas cosas que no se han dicho. Y ciertamente, el grupo entero se beneficia directa o indirectamente de los intercambios de cada uno y es así que el diagnóstico coconstruido del grupo debe ser hecho.

REFERENCES

CAILLOIS, R. Les jeux et les hommes: le masque et le vertige. Paris:Idées/Gallimard, 1967.

MORENO, J. L. Psicodrama. São Paulo: Cultrix, 1997.

MORENO, Z. T. et al. A Realidade Suplementar e a Arte de Curar. São Paulo: Ágora, 2001.

RODRIGUES, R.A. Intervenções sociopsicodramáticas: atualização e sistematização de recursos, métodos e técnicas. In: MARRA, M. M. e FLEURY, H. J. (org.). Grupos. Intervenção socioeducativa e método sociopsicodramático. São Paulo: Ágora, 2008, pp.101-123.

_____. Teatro de Reprise: conceituação e sistematização de uma prática brasileira de sociopsicodrama. Tese de doutorado. São Paulo: Artes Cênicas, ECA-USP, 2013.

_____. Jogo em espaço aberto. In: Motta, J.(org.) O jogo no psicodrama. Ágora: São Paulo, 1995, pp.111-122.

SOLIANE, M. L. C. Realização Simbólica e Realidade Suplementar. In: Monteiro, R.F. (Org). Técnicas Fundamentais do Psicodrama. São Paulo, Ágora, 1998, pp. 56-68.

SIEWERT, C.S. Nossas histórias em cena. Um encontro com o Teatro Playback. Joinville: Paco Editorial, 2014.

Rosane Rodrigues. Psicóloga, profesora de formación en Sociopsicodrama en el Departamento de Psicodrama del Instituto Sedes Sapientiae en São Paulo/SP (DPSedes), doctora en Artes Escénicas y directora del Grupo Improvise.

Rose Otaka Yukimitsu. Psicóloga, psicodramatista por el Departamento de Psicodrama del Instituto Sedes Sapientiae en São Paulo / SP (DPSedes), primer premio en la categoría póster basado en el Trabajo de Conclusión del Curso en el 19º Congreso Brasileño de Psicodrama, 2014.