

Rosane Rodrigues

Psicóloga, professora de formação em Sociopsicodrama no Departamento de Psicodrama do Instituto Sedes Sapientiae em São Paulo/SP (DPSedes), doutora em Artes Cênicas e diretora do Grupo Improvise.

Rose Otaka Yukimitsu

Psicóloga, psicodramatista pelo Departamento de Psicodrama do Instituto Sedes Sapientiae em São Paulo/SP (DPSedes), ego-atriz do Grupo Improvise, primeiro prêmio na categoria pôster baseado em Trabalho de Conclusão de Curso no 19º Congresso Brasileiro de Psicodrama, 2014.

O jogo da loja mágica. Uma leitura brasileira e ampliação para uso clínico com crianças

The magic shop. A brazilian reinterpretation and expansion for clinical use with children

RESUMO

Trata-se da leitura brasileira, feita por Rodrigues, de um jogo dramático para grupos: A Loja Mágica, criada por J. L. Moreno e adaptada por René Marineau. O jogo, que funciona basicamente por meio de negociações realizadas entre um participante/comprador e o condutor, é detalhado em suas etapas e suas aplicações, utilizando-se em sua adaptação brasileira da metodologia do Teatro de Reprise. As autoras ainda propõem uma ampliação do jogo, relatando um caso clínico do atendimento psicoterápico de uma criança e discutindo seus rápidos resultados. O jogo é especialmente indicado para grupos de adultos, em contextos intimistas, que propiciem uma atmosfera ritualística, e as autoras sugerem boa utilização com grupos de crianças em uma atmosfera lúdica e de descontração.

PALAVRAS-CHAVE

Psicodrama. Loja Mágica. Bazar de trocas. Grupo. Psicoterapia infantil.

ABSTRACT

The article deals with the description of a Brazilian adaptation by Rodrigues of a dramatic play for groups: The Magic Shop, created by J. L. Moreno and adapted by René Marineau. The game, which works primarily through negotiations between a

participant/buyer and conductor, is detailed in its steps and applications through the methodology of the Teatro de Reprise. The authors also propose an extension of the game, reporting a case of psychotherapeutic care of a child and discussing its fast results. The game is especially suitable for groups of adults in intimate contexts, which provide a ritualistic atmosphere and the authors suggest good application with groups of children in a playful and relaxed atmosphere.

KEYWORDS

Psychodrama. Magic shop. Swap market. Group. Child psychotherapy.

INTRODUÇÃO

A Loja Mágica ou Bazar de Trocas foi definida por Moreno como uma “técnica” em que o diretor ou algum membro do grupo (escolhido pelo diretor) assume o papel de lojista. Existiria, por hipótese ficcional, uma loja “repleta de itens imaginários, de natureza não física” (MORENO, 1997, p. 35), os quais poderiam ser adquiridos por meio de permuta. Ou seja, os participantes pedem algo que desejam e em troca entregam algo abstrato de grande valor pessoal. De acordo com Moreno (1997, p. 35): “Um após o outro, os membros do grupo oferecem-se para subir ao palco, entrando na loja em busca de uma ideia, um sonho, uma esperança, uma ambição”. Ele exemplifica com um fragmento de sessão em que o lojista Justus Randolph, segundo ele um terapeuta sensível, negocia com uma paciente depressiva que busca “paz de espírito”. O terapeuta oferece o item em troca da renúncia à sua fertilidade. A paciente desiste da troca e Moreno avalia que o diretor atingiu “um ponto sensível” dela, pois ela teria questões relacionadas ao medo do sexo e do parto.

As publicações de Moreno sobre o assunto são escassas. Contudo, o que fica evidente é que o sentido das trocas que ele propunha envolvia grande sacrifício, aparentemente para responsabilizar os compradores. Essa estratégia coincide com o olhar pesadamente judaico-cristão de sua época, apoiado em promessas e culpas.

Há também psicodramatistas brasileiros que relatam ter experimentado a Loja com a direção de Zerka Moreno e contam a experiência de trocas abstratas entre colegas de grupo, seguindo a linha da Gestalt-terapia, em que eles intercambiam características (qualidades e defeitos) entre si.

Algumas autoras citaram a Loja Mágica em artigos, como Rosane Rodrigues (2008) e Maria Luiza C. Soliane (1998); no entanto, não parece haver escritos psicodramáticos que se aprofundem nesse tema. Mesmo René Marineau, que realizou *workshops* da Loja Mágica no Brasil em 2000, não parece ter publicado algo sobre o assunto. Rodrigues participou de um desses *workshops*, o qual se tornou uma referência fundamental para a realização de sua leitura sobre a Loja Mágica, e criou características próprias ao fazer adaptações.

A Loja adaptada por Marineau (2000), apresentada em Jundiaí/SP, difere da proposta de Moreno (1997) em aspectos relevantes. Em ambos, há o escambo de itens

abstratos valiosos; contudo, em Marineau, eles são convertidos em objetos concretos e simbólicos, ou seja, como oferta ao vendedor, o comprador entregaria objetos igualmente concretos simbólicos que não lhe sirvam mais. Por exemplo, em um exercício de nossa imaginação autoral, o comprador poderia solicitar um ventilador que simbolizasse a leveza que busca em sua vida, e sua moeda de troca poderia ser uma corrente com bola de ferro de presidiário, simbolizando o enorme peso carregado. A diferença estaria no princípio que move o vendedor.

Em Moreno, o comprador é responsabilizado ao se sacrificar, ao renunciar a algo seu muito valioso para obter um grande desejo. Já em Marineau o que responsabiliza o comprador é a própria negociação, que deve lhe dar autonomia responsável para que ele mesmo atinja seus desejos, em um processo de coconstrução entre vendedor e comprador. Por exemplo, o nosso ventilador e a bola de presidiário poderiam ser convertidos em reformas e adaptações que fizessem o comprador perceber que sem peso ele poderia ficar à mercê de uma grande dispersão ou superficialidade. Então, o vendedor poderia, sem usar nenhum tipo de interpretação, oferecer uma bola menor ou que se adaptasse ao comando do dono. E no lugar do ventilador, poderia oferecer uma rede em que pudesse descansar e se recuperar do peso para depois retomá-lo. Tudo isso alegando que na loja não há estoque de ventiladores, por exemplo. Ou seja, sem perder o fantástico do jogo.

Moreno não descreve se utilizava ego-auxiliares, apenas mostra como atua o diretor. Nos anos 1970 no Brasil, replicava-se a Loja com pelo menos um ego-auxiliar realizando a negociação em cena, mediado pelo diretor. Marineau ao demonstrar seu modo de realizar a Loja no Brasil não utilizava ego-auxiliares como equipe permanente, embora solicitasse auxiliares espontâneos, como ego-atores – termo criado por Moreno (1997, p. 458) para designar a substituição do emergente grupal no palco –, retirados da plateia logo após a negociação realizada, para mostrar o objeto que fora negociado e o resultado final. Após as negociações e a concordância do comprador sobre a finalização de um produto a ser levado, o lojista – que é personagem e diretor – demonstra o pedido do comprador, utilizando-se da metodologia do *Playback Theatre* (SIEWERT, 2014). Ou seja, ele pede ao comprador que escolha alguém para ser ele próprio e as outras partes de seu objeto. Os ego-atores espontâneos realizam uma *performance* para visualização e ressonância no comprador, e então o lojista questiona se ele ficou satisfeito com a demonstração do que recebeu. Caso responda que não, o diretor monta a cena novamente com as mudanças pedidas pelo participante, como se faz no teatro *Playback*, que não trabalha com base na noção de inconsciente.

A LOJA MÁGICA DE ROSANE RODRIGUES

Desde a inspiração artística de Marineau na cidade de Jundiaí, Rosane Rodrigues tem realizado a Loja Mágica. Em um primeiro momento para mostrar aos alunos o que tinha assistido. E depois, a cada intervenção, um toque novo ia surgindo.

Vale uma pequena parada para examinar a questão do jogo. Rodrigues (2008, p. 106) considera a Loja Mágica como um jogo dramático, e não dramatização, pois acredita que qualquer jogo tem como seu primeiro objetivo, o prazer. Seja ele dramático, de competição, de acaso ou de habilidade, baseando-se na classificação de Roger Caillois (1967). Depois do prazer, o jogo pode servir para aquecer, disparar

estados espontâneos, preparar para aulas etc. Para que o objetivo seja primordialmente prazeroso e que emocione, deve-se jogar com papéis desenvolvidos ou “neutros” (neutralidade não existe, mas o que se quer aqui é designar algo que gere baixa tensão em quem desempenha o papel), sociais ou imaginários, pois a tensão não deve em nenhum momento ultrapassar o prazer. Já na dramatização, assim como no teatro, a cena é centralizada em um ou mais conflitos, que precisam de alguma forma encontrar um “fluxo de resolução” nesse campo de forças, o que significa, no mínimo, encaminhar para uma solução.

O jogo dramático, assim como qualquer jogo, só pode ser considerado lúdico se mantiver seus jogadores em campo relaxado e transitar em um contexto que está entre o grupal e o dramático: o “contexto lúdico” (RODRIGUES, 1995, p. 112-114).

No caso da Loja Mágica, a direção da ação por esse motivo pode se passar “entre” o personagem e a figura do diretor. Há um aquecimento físico inicial em que os participantes relaxam deitados ou sentados, de olhos fechados, e são conduzidos a detectar um desejo e convertê-lo em um objeto, a detectar o que não queiram mais e converter isso em objeto, e depois seguir uma estrada imaginária até a Loja. Enquanto o diretor dá as instruções da fantasia dirigida, ele e sua equipe de ego-atores vão trocar suas roupas por um figurino que sugira magia. Rodrigues (2008, p. 106) diferencia o termo fantasia dirigida para grupos do termo psicodrama interno, que seria para uma única pessoa, em que o diretor conseguiria acompanhar cada passo das imagens do sujeito e fazer adaptações conforme o relato deste. Na fantasia dirigida, o condutor dá a mesma instrução para todo o grupo, fazendo apenas adaptações conforme sua percepção e sua intuição. As instruções vão se configurando na escolha de desejos, percurso e veículo para chegar à Loja imaginada. Nesse momento, é fundamental manter os olhos fechados e o ambiente na penumbra. A magia desse jogo está no momento em que, após a fantasia dirigida, os participantes abrem os olhos e encontram, no mesmo tom de voz monótono e calmo, o(a) diretor(a) encarnado(a) em um personagem mítico de um(a) velho(a) ancestral.

Com o Grupo Improvise, Rodrigues tem realizado intervenções com a Loja Mágica, seguindo os seguintes passos:

AMBIENTAÇÃO PARA ESTADOS ESPONTÂNEOS:

- Abaixar a iluminação baixa, dar instruções pausadas e bem articuladas.
- Fechar os olhos e iniciar a fantasia dirigida, com relaxamento do corpo e aquecimento mental.

FANTASIA DIRIGIDA DO DESEJO:

- Identificar o desejo e transformar o desejo em objeto concreto.
- Identificar o que não se quer mais e transformá-lo em objeto concreto. Verificar como cada um vai carregar sua moeda de troca.
- Escolher o veículo que será usado para o percurso até a Loja e como vai ser o caminho dependendo do veículo escolhido ou vice-versa.
- Sugerir eventuais obstáculos climáticos e geográficos (interpolação de resistência).
- Encontrar e imaginar a Loja Mágica e o vendedor de cada um.
- Abrir os olhos.

NEGOCIAÇÃO TERAPÊUTICA:

- Perguntar o nome (contexto lúdico, entre contexto grupal e dramático).

- Fazer a negociação para a troca, orientando-se pelo sentido da busca do comprador (escuta ativa do quê e como ele(a) explicita seu desejo).
- Perguntar se o comprador gostaria de ver uma demonstração do resultado da negociação, realizada por ego-atores.
- Oferecer músicas inspiradas no desejo do comprador, enquanto os ajudantes preparam o objeto na metodologia do Teatro de Reprise. Podem ser utilizados ego-músicos ou sugestões da própria plateia. Nesse caso, o vendedor deve ser afinado para liderar com desinibição a música toda, mesmo que não a conheça bem.
- Realizar demonstração teatral e ressignificada do objeto. Sugestão: Entregar simbolicamente o produto.
- Efetuar mais trocas conforme o tempo disponível.

DESAQUECIMENTO

- Solicitar que todos fechem os olhos novamente. Para aqueles que participaram como plateia (ou seja, não realizaram trocas diretamente com o lojista), sugere-se que verifiquem se o pedido continua o mesmo e que realizem a troca mentalmente. Todos são instruídos a percorrer o caminho de volta com o objeto recebido, verificando se o caminho ou o veículo mudaram.
- Compartilhar, estimulando que cada um conte como foi cada percurso e também aquele que não trocou diretamente.

O jogo pode ser realizado por apenas um diretor, como Marineau fez no Brasil, porém as trocas ganham muito em dimensão e poética quando a equipe pode ser composta de alguns egoatores, que também se travistam de personagens ajudantes que recebem o que o comprador vai deixar por não querer mais e confeccionam o desejo teatralmente. Dessa maneira, ao perguntar ao comprador se ele gostaria de uma demonstração, Rodrigues prefere usar o Teatro de Reprise (2013). Nesse caso, a equipe de ego-atores, os quais trabalham como agentes terapêuticos, combina como representar o objeto comprado. Ou seja, fazem os papéis livremente, sem a escolha do comprador de quem fará o quê; dessa maneira, o fluxo inconsciente pode se dar de maneira intensa pela intuição e pelo preparo dos ego-atores. Assim também o acerto sensível é grande e os erros que o comprador eventualmente apontar não serão corrigidos, pois a rigor fazem parte do inconsciente daquele grupo. O apontamento é aceito, mas a cena não é refeita. Garantindo, assim, ao comprador que levará exatamente o que pediu.

Também acertos no que o comprador vai deixar são desejáveis, pois às vezes a pessoa se coloca como se não precisasse mais de algo que é uma superestimação de si mesmo. Por exemplo, recentemente uma compradora em uma apresentação de Loja Mágica do Grupo Improvise desejava uma porta pela qual visse seus mortos e queria deixar uma almofada em formato de coração que representava a saudade. A porta foi convertida em janela basculante que não poderia ser aberta a todo instante, e uma bexiga seria aos poucos preenchida com os sentimentos de perda que fosse ocorrendo em sua vida. Mas, se ela deixasse a saudade, para quê ela precisaria de uma janela para ver seus mortos? Então, a saudade foi reformada de tal maneira que ela percebesse que não poderia ficar sem sua preciosa emoção: a dor que move e potencializa transformações em todos nós.

Assim, por mais que se garanta que na Loja há de tudo – coisas incríveis deixadas por todos que passam por ela – o mágico-lojista pode dizer que não tem exatamente o objeto desejado quando o comprador pedir coisas que não pareça dar conta ou são

demais idealizadas e distante de si mesmo. Ou então o lojista pode oferecer mais um objeto além daquele que foi pedido, de tal modo que vai trabalhando terapêuticamente propostas inexequíveis do cliente ou com noção mal dimensionada de si mesmo. Tudo isso é realizado com sutis trocas de olhares e diálogos bem-humorados entre o vendedor e seus ajudantes, que podem fazer sugestões de objetos e adaptações do pedido para troca. Sempre com uma escuta muito sensível da equipe a respeito da busca do “desejante”.

A confecção do objeto seja por ego-atores profissionais ou espontâneos conta com o coconsciente e inconsciente vigentes naquele momento, acreditando, assim, que se o aquecimento e a negociação forem feitos em um clima de magia e realidade suplementar, como essa modalidade de psicodrama se propõe, o grupo de ego-atores sempre acertará. Não haverá erro nesse caso, pois todos os participantes, incluindo a equipe, estão aquecidos no processo e o que pode parecer erro será parte dele. No caso de ego-atores espontâneos, Rodrigues recomenda que, diferentemente do que Marineau faz, sejam convocados desde o início da sessão para que permaneçam com a função de servir desde o começo e não regridam na fantasia dirigida.

E vale lembrar que todas as experiências são aceitas, sem qualquer julgamento ou crítica, mesmo as que não seguem as instruções da direção, pois se trata de um jogo dramático.

A Loja produz uma atmosfera de fantasia, por meio de um bom aquecimento, da ambientação da sala, das vestimentas do diretor/personagem e dos ego-atores. Um momento em que de fato se fica envolvido com os acontecimentos e vivencia tudo com muita poesia e senso de humor. Essa atmosfera parte do conceito de realidade suplementar de Moreno (1965 apud MORENO, 2001, p. 212-213). Para ele, o psicodrama não se realiza apenas quando encenamos situações do passado, do presente e do futuro, mas também em um campo em que se ultrapassa o que chamamos de realidade, por meio da imaginação. Essa expansão da experiência é possibilitada no psicodrama pelos métodos não usados na vida, como ego- auxiliares, ego-atores, cadeira vazia, duplo, inversão de papéis, espelho etc.

Zerka Moreno (2001, p. 60-61) posteriormente definiu a realidade suplementar como técnica usada para “completar e curar”, capaz de proporcionar ao sujeito um efeito integrador, dando-lhe mais autonomia para seguir sua vida. Desse modo, a autora dá exemplos de cenas em que utiliza a realidade suplementar; como realizar um diálogo com alguém que já morreu, uma cena em que o protagonista pode expor a raiva contida que sente pelo chefe, entre outras.

Soliane (1998) afirma que a realidade suplementar não é uma técnica, mas a realidade com que se trabalha o psicodrama. Pode ser pouco perceptível quando em uma dramatização o protagonista inverte o papel com o filho, o chefe etc. Ou apresentar-se de forma mais intensa quando se representa o papel de um deus, seres mitológicos, personagens de sonhos etc. Portanto, sempre que estivermos atuando dentro do contexto dramático, estamos também dentro de uma realidade suplementar.

A realidade suplementar está presente em qualquer sessão psicodramática, porém na Loja Mágica ela surge com exuberância, pois se utiliza de objetos intermediários concretos e simbólicos, de maneira que os participantes possam viajar para um mundo imaginário, onde seja possível “dar asas” às fantasias e aos desejos. E o melhor: tendo a possibilidade de serem contemplados em seus pedidos, o que seria inviável no mundo das consequências. Ou seja, no contexto social com suas consequências mais rígidas e limitadas.

O PRINCÍPIO DA LOJA MÁGICA COM CRIANÇAS

Rose Otaka Yukimitsu, uma das autoras, entrou pela primeira vez em contato com a Loja Mágica em uma aula vivencial da professora Rosane Rodrigues no curso de Psicodrama Nível I do Departamento de Psicodrama do Instituto Sedes Sapientiae (DPSedes). Experimentou o papel de plateia ao assistir os colegas realizando trocas com a lojista e também o papel de compradora quando se propôs a “adquirir” um objeto desejado, trocando por outro que não lhe servia mais. O que a marcou foi o registro de uma experiência intensa e transformadora. E por meio do objeto mágico recebido passou a se sentir fortalecida para enfrentar os desafios que se apresentavam em sua vida naquele momento. Tempos depois, propôs-se a utilizar essa modalidade adaptada a um atendimento psicoterápico bipessoal com uma criança. Portanto, o caso clínico aqui relatado trata de uma sessão em que o manejo da diretora foi o de “incorporar” o papel de lojista na condução de suas ações terapêuticas.

O cliente era um menino de nove anos, Pedro, cujos pais procuraram a psicoterapia por causa do baixo rendimento escolar do filho. O pai afirmava que era rígido com a criança e que constantemente cobrava melhor desempenho, muitas vezes propondo negociações do tipo: “se você começar a escrever com letra cursiva, ganhará um jogo novo de *video game*”. Em contrapartida, a criança frequentemente tentava alcançar as metas propostas, mas fracassava, demonstrando uma baixa autoestima em falas que depreciavam a si mesmo, como quando dizia que era esperto apenas nas brincadeiras que realizávamos juntos.

A sessão que aqui é brevemente descrita foi iniciada a partir de uma história inventada por Pedro, em que o sol havia colocado óculos escuros e explicava para a lua que havia feito isso para se proteger, porém seus próprios raios solares haviam refletido nas lentes e ferido seus olhos. Assim, foi iniciada uma dramatização em que Pedro desempenhava o papel de sol e a terapeuta, de lua. A autora ao ver o sol ferido, instantaneamente, se recordou da experiência que vivera com a Loja Mágica e decidiu adotar a postura da lojista, colocando-se à disposição para oferecer ao sol algum objeto que o ajudasse a cuidar de seu machucado. Então, ainda no papel de lua, perguntou a ele o que necessitava, e Pedro/sol respondeu que fornecia luz e calor aos planetas, mas não recebia nada em troca. Naquele momento, o próprio cliente/personagem trouxe a questão da troca; continuando no princípio da Loja Mágica, a autora considerou a luz e o calor como bens que o sol oferecia para “deixar na Loja”, ou seja, como uma permuta pelos objetos que ele desejaria receber. Desse modo, Pedro/sol pediu à lua uma piscina para se refrescar. Juntos, montaram a piscina com almofadas e ao final Pedro/sol foi convidado a experimentar o objeto. Entraram na piscina, e ele se disse satisfeito. Após essa troca, Pedro decidiu continuar as negociações com alguns planetas. Com a Terra, Pedro/sol falou: “Vim te cobrar! Eu te dou luz e calor e não recebo nada em troca. De você eu quero um ar-condicionado de 60 km!”. A Terra/terapeuta respondeu que não tinha matéria-prima nem tecnologia suficiente para construir um ar-condicionado tão grande, então negociou a entrega de um ar-condicionado menor. Pedro/sol concordou. Na conversa com Plutão, Pedro/sol reclamou que o planeta não tinha nada além de gelo.

Considerando então que só havia gelo para oferecer a ele, a terapeuta negociou que o gelo poderia ser colocado na piscina e ser derretido pelo calor do sol. Pedro/sol aceitou satisfeito.

Ao final dessa sessão, Pedro desenhou a lua e o sol dentro de uma piscina, e este último tirando os óculos escuros dizendo: “Não preciso disso”. Na semana seguinte, a criança trouxe uma história em quadrinhos que ele mesmo havia feito contando as trocas realizadas entre o sol e os planetas, no final o sol carregava todos os objetos que havia recebido.

Uma diferença importante com relação às lojas de Marineau e Rodrigues e a sessão relatada é que a troca não é demonstrada por ego-atores, e sim vivenciada diretamente pelo “comprador” na cena com os objetos recebidos. No caso de a Loja Mágica ser usada como jogo dramático em grupo de crianças, provavelmente essa adaptação também seria necessária pelas próprias características da criança –mais dinâmica e ativa. Dessa maneira, crianças poderiam interagir com o figurino e os adereços e colocar o corpo em ação ao realizar as cenas com os objetos recebidos. Outro ponto interessante a ser observado é que o sol na sessão de Pedro estava oferecendo bens inesgotáveis, então ele não estaria se sacrificando (como seria na Loja de Moreno), nem deixando algo que não servia mais. As negociações então ficaram focadas nos objetos desejados, de modo que alguns ajustes eram feitos considerando as possibilidades de os planetas produzirem determinados pedidos. Por exemplo, na fantasia, a Terra poderia produzir o ar-condicionado de 60 km, mas a terapeuta intuitivamente trabalhou com a noção de realidade ao representar o papel, então o objeto foi modificado para um mesmo exemplar só que menor. No caso do gelo de Plutão, o objeto permaneceu o mesmo, porém foi argumentado que este poderia ser eficiente ao ser colocado na piscina e derretido pelo sol. Essa postura terapêutica foi adotada tendo em vista a história pessoal da criança, de modo que nas negociações que ela vivenciava com o pai sempre era requerida alguma meta além de suas possibilidades para aquele momento. Dessa maneira, a criança pôde conhecer um novo modelo de como responder às exigências do mundo, reconhecendo que não é preciso ser grandioso como um ar-condicionado de 60 km, ou descobrir que as características que possui podem ser boas (como o gelo de Plutão que inicialmente parecia inútil para o personagem). Além disso, Pedro vivenciou no contexto lúdico a possibilidade de ser reconhecido como um sol cheio de qualidades que merecia receber algo em troca pelos benefícios que oferecia. Ao receber os objetos mágicos, o sol pôde se fortalecer e se desfazer de uma proteção que também o feria, pois havia recebido o que precisava para cuidar de si mesmo. O menino pôde assim abandonar um recurso antigo que lhe trazia também sofrimento: o filtro simbólico dos óculos escuros.

Tudo isso foi possível por meio da realidade suplementar que possibilitou abordar as questões de Pedro pelo viés da imaginação, de maneira que o trabalho terapêutico foi vivenciado como uma grande brincadeira de trocas entre os planetas. O que pôde enriquecer a experiência de Pedro, trazendo novas possibilidades de ser e de se relacionar a partir de uma cocriação entre cliente e terapeuta, expandindo a espontaneidade e a criatividade de ambos.

Um fato importante é que Pedro se comunicou por meio da escrita ao criar sua história em quadrinhos, sendo exatamente a queixa da professora e dos pais como sua principal dificuldade e desmotivação. Portanto, a sessão estimulou que Pedro se expressasse de maneira nova e criativa, a qual desencadeou um ato criador. O resultado disso foi que em sessões vinculares posteriores com os pais, a criança passou a se posicionar com mais potência, ao expressar o que pensava em relação às decisões dos

país sobre ele próprio, como a proposta de mudança de escola, do horário da terapia, entre outras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A utilização do jogo Loja Mágica para adultos e crianças pode ser interessante para despertar a espontaneidade e gerar potência nos participantes. As várias maneiras de realizá-la foram comparadas, e a maneira brasileira de Rodrigues acentua a questão estética reavivando a criação de Moreno.

De uma forma geral, a Loja Mágica aplicada como princípio em psicoterapia bipessoal, como no caso clínico estudado, ou como jogo dramático em sessões com grupos de crianças pode beneficiá-las pelo mergulho na realidade suplementar. Trata-se de uma maneira de trabalhar a subjetividade pelo viés da imaginação em um universo com possibilidades ilimitadas onde a criança pode “comprar” objetos que podem ajudá-la a cuidar de si mesma. Esse recurso também pode facilitar que a criança vivencie novos modelos de relação em que a reciprocidade acontece (permutar, dar e receber) e desenvolver novas respostas, mais espontâneas e criativas para eventualmente poder ampliar para situações semelhantes na vida.

Também para psicoterapia ou educação de adultos (treinamentos, especializações etc.), a Loja Mágica pode ser um forte recurso de transformação, muito rápido e duradouro. A impressão para quem se submete é de um alto grau de transformação e costuma ser descrita como um momento inesquecível. A magia teatral e a comunicação coinconsciente são potentes para os que participam, em um clima quase sagrado, incluindo o diretor que pode se sentir também “banhado” em um estado de espontaneidade tal que passa a adivinhar muitas coisas que não foram ditas. E certamente o grupo todo se beneficia direta ou indiretamente das trocas de cada um e é dessa forma que o diagnóstico coconstruído do grupo deve ser feito.

REFERÊNCIAS

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

MARINEAU, R. **A loja mágica**. *Workshop* realizado em Jundiaí (SP), 2000.

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, p.101-123.

_____. **Teatro de Reprise:** conceituação e sistematização de uma prática brasileira de sociopsicodrama. 2013. Tese (Doutorado em Artes Cênicas) – ECA-USP, São Paulo, 2013.

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

SOLIANE, M. L. C. “Realização simbólica e realidade suplementar”. In: Monteiro, R. F. (org). **Técnicas fundamentais do psicodrama.** São Paulo, Ágora, 1998, p. 56-68.

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

Rosane Rodrigues

R. Otávio Tarquínio de Sousa, 1289, ap. 12
São Paulo, SP
CEP 04613-003
Tel.: 11 99966-9225
rosateatros@gmail.com;
www.grupoimprovise.com.br

Rose Otaka Yukimitsu

R. Ângelo Pessoti, 625
São Bernardo do Campo, SP
CEP 09811-060
Tel.: 11 99971-7577
rose.otaka@gmail.com

Recebido: 02/06/2014

Aceito: 10/07/2014