

La tienda mágica – Versión Adleriana

Anabella Shaked

La técnica de la tienda mágica (Magic Shop Technique MST)

La tienda mágica es una actividad psicodramática destinada para desarrollar la conciencia personal y el cambio. Fue inventada por Jacob Levy Moreno y presentada por primera vez en el Instituto de Moreno en 1943.

La tienda mágica ofrece cualquier cualidad deseada que una persona pueda anhelar: tranquilidad, valentía, compasión, seguridad, entre otras, pero adquirirla requiere un “pago”, también abstracto. El proceso de negociación es el corazón de la técnica.

A continuación, explicaré los objetivos, la lógica y las ventajas de la versión clásica de la técnica, y luego presentaré su adaptación en la versión Adleriana (AMST).

La necesidad de técnicas creativas en la terapia

Según la Psicología Individual, la salud mental se logra mediante una actitud activa y eficaz frente a los desafíos de la vida, junto con un sentimiento de valor personal e interés social.

El sufrimiento emocional surge, a menudo, de percepciones erróneas sobre uno mismo y el mundo, y de la persecución de metas irreales. El objetivo de la terapia es promover un cambio de actitud hacia la vida, ampliando y flexibilizando la lógica privada del paciente (Dreikurs, 1967/1973; Shaked, 2013).

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





La terapia Adleriana es, en esencia, una terapia cognitiva. Pero, como escribió Rudolf Dreikurs, explicar ideas y dar razones no es suficiente: "La presentación de ideas debe ir acompañada de experiencias intensas, psicológicamente activas, que conviertan la terapia en acción dramática".

Por eso, necesitamos técnicas vivenciales que fomenten el cambio cognitivo y conductual. Utilizamos el humor, las historias, la sorpresa y la anti-sugestión, además de otros medios que logran superar las resistencias del paciente.

La versión Adleriana de la tienda mágica se añade al conjunto de herramientas terapéuticas como un recurso creativo que facilita experiencias transformadoras.

OBJETIVOS DE LA TÉCNICA

El plano motivacional

El objetivo central es abrir un espacio creativo ante el participante, que lo invite a explorar nuevas posibilidades. Se le ayuda a recibir e identificar barreras a su visión del "yo posible" – una imagen futura esperanzadora – guiándolo en un camino hacia la autorrealización.

El plano cognitivo

El participante es guiado a identificar rasgos y hábitos que ya no le sirven. De manera dialéctica, se le invita a comprender las consecuencias potencialmente limitantes de esas características consideradas positivas, ampliando su conciencia y flexibilidad mental.

El plano conductual

MST promueve el cambio mediante la práctica vivencial de comportamientos deseables, permitiendo experimentar nuevas funciones y reforzando la autoeficacia, ampliando así el repertorio conductual del participante.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





El plano emocional

Según Moreno, la técnica MST facilita una expresión emocional profunda y significativa que permite catarsis y alivio. Este aspecto emocional es en sí terapéutico, aunque no encaje exactamente en los marcos teóricos Adlerianos.

DESCRIPCIÓN DE LA TÉCNICA

Como toda actividad creativa, la técnica de la Tienda Mágica puede realizarse de diferentes maneras, dependiendo del criterio profesional del facilitador. A continuación, se presenta una descripción que combina diversas variaciones extraídas de la literatura profesional.

Etapas 1: Invitación

La facilitadora presenta ante el grupo la técnica de la Tienda Mágica y anuncia su apertura, como si se tratara de un evento mitológico, raro y exclusivo que ocurre “una vez cada cien años”. Se busca generar una sensación de privilegio y singularidad.

A menudo se incorporan elementos como música, visualización guiada o dramatización que diluyen las fronteras de tiempo y espacio y conducen a los participantes a un viaje fantástico (Kipper, 2001).

Generalmente, la facilitadora encarna el personaje del dueño de la tienda (Verhofstadt-Deneve, 2000), aunque en grupos avanzados otros participantes también pueden asumir ese rol (Barbour, 1992).

El personaje del “dueño” suele adquirir una forma simbólica: mago, payaso, anciano sabio, etc. (Carnabucci, 2010).

Los “clientes” de la tienda están invitados a adquirir una cualidad, emoción o estado del ser — a cambio de otra cosa.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





Etapa 2: Negociación e intercambio

Con la entrada del cliente a la tienda, comienza una negociación: ¿qué desea adquirir y qué está dispuesto a entregar a cambio?

Rustin y Olsson (1993), especialmente en el tratamiento de adicciones, sugieren comenzar con la pregunta:

“¿De qué estás dispuesto a desprenderte?” — a menudo, algo que antes fue útil, pero que hoy es una carga o una forma obsoleta de protección.

En la versión clásica, el “precio” suele ser una cualidad negativa como ansiedad, enojo o baja autoestima.

Sin embargo, en ocasiones el precio puede ser más alto: renunciar, por ejemplo, al estatus social o a una imagen de uno mismo que impide establecer vínculos significativos (Verhofstadt-Deneve, 2000).

La sabiduría del dueño de la tienda radica en ayudar al cliente a identificar su verdadera aspiración y el precio justo que debe pagar por ella.

El grupo sirve de espejo y apoyo, y a veces también desempeña roles de “dobles” que ayudan a verbalizar voces internas no conscientes.

Como se enfatiza en la literatura, este proceso no trata de una simple distinción entre “bueno” y “malo”, sino de examinar el poder y la adecuación contextual de cada rasgo.

Etapa 3: Mini-drama o viñeta

La transacción puede conducir a una escena corta y dramática en la que el cliente interactúa con la cualidad deseada.

Es una oportunidad para el ensayo de roles (role training), explorando nuevas respuestas y reacciones desde la vivencia emocional.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





Etapas 4: Cierre y sharing

La tienda se cierra simbólicamente, ofreciendo una “última oportunidad” para realizar intercambios.

Luego se abre un espacio de reflexión compartida, en el que los participantes expresan sus emociones, experiencias y aprendizajes.

A veces se evalúa el impacto de la “nueva cualidad” en la vida cotidiana del protagonista (Rautiainen, 2002).

VENTAJAS DE LA TÉCNICA

La técnica de la Tienda Mágica (MST) constituye el núcleo del trabajo terapéutico porque promueve el cambio. A continuación, se presentan las ventajas principales descritas en la literatura:

1. Fortalecimiento del compromiso interno

Al ingresar a la tienda mágica, el/la participante declara públicamente lo que desea alcanzar. Esta afirmación crea una oportunidad concreta de compromiso con un proceso de cambio positivo (Barbour, 1992).

2. Fomento de la aceptación de sí mismo/a

La actitud no juzgadora del dueño de la tienda puede alentar la aceptación personal por parte del paciente. Además, otros participantes pueden reconocer como valiosa una característica que el cliente desea eliminar, generando una vivencia grupal en la que se perciben los defectos como humanos y los errores como naturales.

3. Desarrollo de la conciencia de sí mismo/a

Según Barbour (1992), esta técnica aumenta la conciencia sobre las elecciones personales y sus costos y beneficios.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





“La tienda mágica es una metáfora de la vida: no podemos obtener algo nuevo sin dejar atrás algo anterior. Parte de nosotros debe ‘morir’ para que algo nuevo pueda ‘nacer’. No hay crecimiento personal sin renuncia.”

(Rautiainen, 2002, p. 4)

4. Fomento del cambio conductual

La tienda mágica proporciona un espacio seguro para ensayar una acción como si ya se hubiera logrado, promoviendo la experiencia vivencial del cambio.

Blatner (2003) subraya el valor existencial de esta vivencia al afirmar que “las acciones que se realizan en el ‘como si’ son percibidas como verdades psicológicas”.

Según Moreno (2005), “la música positiva que uno ha creado... nadie se la puede quitar”. La técnica permite no sólo experimentar la nueva posibilidad, sino también examinar su pertinencia y autenticidad.

5. Integración de habilidades para la vida

Gracias a su carácter integrador, la Tienda Mágica facilita el cambio conductual y permite al participante trasladar lo aprendido al repertorio conductual fuera del grupo (Barbour, 1992).

6. Impacto duradero en el aprendizaje

La técnica tiene un impacto prolongado debido a la combinación de los siguientes factores:

- La implicación emocional
- El carácter simbólico y “mágico” de la experiencia
- La atmósfera grupal de apoyo
- La vivencia significativa del protagonista.

(Verhofstadt-Deneve, 2000, p. 13)

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il



Ventajas prácticas

Además de sus beneficios terapéuticos, la técnica tiene ventajas prácticas:

- Es “eficiente económicamente”, ya que puede trabajarse con varios participantes a la vez.
- Cada uno puede salir con una vivencia significativa del encuentro (Carnabucci, 2010).
- El tono lúdico de la tienda mágica contribuye a la relajación, despierta curiosidad y reduce la resistencia, incluso en participantes que suelen oponerse al aprendizaje en entornos fantásticos.

LA RELEVANCIA DEL MÉTODO MST

para la Psicología Individual Adleriana y la psicoterapia

La Psicología Individual (IP – Individual Psychology) constituye la base teórica de la versión adleriana de MST que presento aquí. A continuación, se ofrece una breve reseña de tres principios clave de la psicología adleriana que se relacionan directamente con esta técnica:

Tres principios adlerianos especialmente relevantes para comprender la técnica MST:

1. **Holismo**
2. **Teleología** (orientación hacia metas)
3. **Libertad de elección**

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





HOLISMO

El término “Psicología Individual” refleja la convicción de que la personalidad es indivisible y debe entenderse como un todo (Abramson, 2005).

“Todas las partes del ser humano están conectadas y no pueden separarse. No somos una suma de mente, cuerpo y alma que tiran en diferentes direcciones, sino una unidad coherente guiada por una meta común.” (p. 6)

La Psicología Adleriana no considera que exista un “conflicto interno” entre partes de la personalidad, sino que reconoce un conflicto realista entre objetivos distintos, no como divisiones internas.

TELEOLOGÍA – ORIENTACIÓN HACIA METAS

Según la visión adleriana, toda acción humana —sea emocional, cognitiva o conductual— está dirigida hacia una meta.

“El objetivo supremo de cada persona es alcanzar un sentimiento de pertenencia, sentido y valor.” (Stone, 2011)

Desde esta perspectiva teleológica, los adlerianos no buscan comprender una conducta a partir de sus causas pasadas, sino a través de su propósito actual. Toda conducta incluye metas, beneficios y también pérdidas.

- Metas “útiles” pueden incluir: contribución, logro, autoestima, reconocimiento.
- Metas “inútiles” pueden incluir: evitar fracasos, reducir la ansiedad, protegerse del dolor emocional.

Este marco explica por qué los síntomas dolorosos (como depresión o ansiedad) pueden mantenerse: ofrecen ganancias encubiertas que justifican la evitación y el estancamiento.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





LIBERTAD DE ELECCIÓN

Aunque Adler reconocía la influencia de la genética y el entorno, subrayó la capacidad creativa de cada persona para elegir cómo vivir dentro de las limitaciones de la realidad (Bettner, 2006).

Desde su punto de vista, no basta con cambiar la “meta equivocada”, sino que el corazón del proceso terapéutico reside en la **posibilidad de elegir una nueva meta**. Por eso, el cambio Adleriano comienza por lo cognitivo, pero su transformación real ocurre cuando esta nueva meta va acompañada de un cambio conductual y emocional.

La versión adleriana de la tienda mágica (AMST) brinda exactamente ese espacio simbólico para **una nueva elección**.

מצוין, הנה תרגום החלק הבא לספרדית: **La diferencia entre la versión clásica de la Tienda Mágica y la versión adleriana (AMST)**

DIFERENCIA ENTRE LA VERSIÓN CLÁSICA DE MST

Y LA VERSIÓN ADLERIANA – AMST

La diferencia esencial entre la técnica clásica de la Tienda Mágica (MST) y su versión adleriana (AMST) se manifiesta en la **etapa de negociación e intercambio**.

En la versión clásica, el cliente que desea adquirir una cualidad o emoción deseada, "paga" con una cualidad percibida como negativa: enojo, ansiedad, baja autoestima, etc. En algunos enfoques, incluso se considera que cualidades como la ansiedad pueden transformarse en productos útiles (Rustin & Olsson, 1993), lo que lleva a plantear la tienda como una “planta de reciclaje” simbólica.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





En la versión adleriana (AMST), el “dueño de la tienda” es mucho más selectivo. No acepta como “pago” una cualidad negativa si esta funciona como síntoma protector. Por ejemplo, si una paciente desea adquirir “responsabilidad”, no podrá hacerlo si no está dispuesta a renunciar a su necesidad de “libertad total”.

Fundamento teórico Adleriano:

Según el principio de holismo en la Psicología Individual, **no existen “partes” separadas en la persona**, ni conflictos internos al estilo freudiano.

Desde la mirada adleriana, **los síntomas no son el problema real**, sino que son **medios para evitar el problema**. El síntoma es una protección frente al dolor causado por el sentimiento de inferioridad, o por aspiraciones desmesuradas (Ansbacher & Ansbacher, 1956).

También Verhofstadt-Deneve (2000) señala que muchos problemas psicológicos derivan de expectativas y percepciones distorsionadas.

EJEMPLO

Una paciente puede llegar a terapia diciendo que quiere deshacerse de su depresión para “sentirse mejor”. Sin embargo, al analizarlo más profundamente, se puede descubrir que **la depresión la protege del fracaso**. Para sentirse mejor, tendría que enfrentar su miedo a no estar a la altura de su ideal de perfección. Es decir, **renunciar a la protección del síntoma implicaría aceptar su humanidad**.

Desde una perspectiva adleriana, el objetivo de la terapia no es eliminar el síntoma, sino fortalecer la autoestima del paciente, ayudarlo a separarse de la meta irreal de perfección y aceptar su valor como ser humano.

Solo entonces podrá “entrar a la tienda” y realizar un verdadero intercambio.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





EL PRECIO EMOCIONAL DE LOS SÍNTOMAS (la lógica detrás de la versión adleriana)

MST ayuda a identificar que detrás de cada malestar o dificultad existe un “precio” que se está pagando a cambio de cierto beneficio.

El denominador común, especialmente en las personas que evitan participar plenamente en la vida o en quienes sufren de perfeccionismo, es **la aspiración exagerada a la perfección**.

- En un caso, el síntoma proporciona un pretexto para no tener que intentar.
- En otro, el síntoma protege del fracaso al exigir estándares imposibles.

AMST permite reconocer que incluso los síntomas dolorosos proporcionan beneficios ocultos, como evitar el riesgo, justificar la pasividad o mantener una autoimagen protegida.

DIFERENCIA ENTRE MST Y AMST EN LA ETAPA DE INTERCAMBIO

En la versión clásica (MST), el “dueño” de la tienda está dispuesto a aceptar cualquier “moneda” emocional que el cliente ofrezca: miedo, vergüenza, ansiedad, etc. Incluso se alude a la tienda como una “planta de reciclaje” de emociones negativas que pueden transformarse en productos positivos (Rustin & Olsson, 1993).

En contraste, en AMST, **el dueño de la tienda es mucho más exigente**:

No acepta emociones “negativas” como forma de pago si no se renuncia también a sus beneficios secundarios.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





Ejemplo (Verhofstadt-Deneve, 2000):

Una persona quiere adquirir “cuidado por los demás”, pero lo hace desde un lugar de **auto-sacrificio excesivo**, que en realidad esconde una necesidad de validación personal. El facilitador adleriano no aceptará ese “cuidado” como cualidad nueva sin cuestionar el beneficio oculto de sentirse “necesario”.

LA ANSIEDAD COMO SÍNTOMA

La ansiedad, por ejemplo, puede ofrecer recompensas como:

- Evitar situaciones desafiantes
- Obtener atención especial del entorno
- Mantener la sensación de control
- Justificar la parálisis de acción.

Si el cliente no está dispuesto a renunciar a esos beneficios ocultos, el intercambio no puede realizarse.

MORENO Y LA MÚSICA DE FONDO

Moreno, en su versión musical de la Tienda Mágica (2005), invita al paciente a escuchar la música que ha creado — incluso si esa música le impide evolucionar.

“Supongamos que quieres seguir tocando tu vieja melodía... ¿Estás dispuesta a dejarla ir para componer una nueva?”

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





¿POR QUÉ LA GENTE REPITE SUS SÍNTOMAS AUNQUE DUELAN?

Porque el dolor es el precio.

Pero el beneficio es una **sensación de control, protección o valor falso**.

Mientras que muchos terapeutas consideran el síntoma como consecuencia secundaria del problema, **la psicología adleriana lo ve como el beneficio principal** (Ansbacher & Ansbacher, 1956).

El sufrimiento real del paciente no viene del síntoma en sí, sino de la distancia entre lo que es y lo que “debería” ser según su ideal de perfección.

Y por ello, mientras el paciente no renuncie a esa ilusión, no podrá recibir una cualidad auténticamente nueva.

EJEMPLOS CLÍNICOS – DIFERENCIAS ENTRE MST CLÁSICA Y AMST

1. Caos vs. Orden

Rautiainen (2002) describe el caso de una paciente que pidió “máximo orden” a cambio de su vida “caótica”.

Durante el proceso, comprendió que el exceso de orden puede resultar aburrido y rígido. La paciente descubrió que, antes que “personas”, lo que más odiaba era el “papel”. La dramatización reveló su preferencia interna por ayudar inmediatamente a otros, incluso a costa de sus propias tareas.

Si se hubiera trabajado desde una lógica clásica, se le habría entregado el “orden” sin examinar el precio real:

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





Renunciar a la espontaneidad,

- A la comodidad,
- E incluso a una imagen positiva de sí misma como “la mujer que siempre ayuda”.

En AMST, el intercambio exige pagar ese precio real, no sólo renunciar al caos superficial.

2. Armonía en las relaciones vs. Ira

Una paciente desea adquirir “armonía” en sus vínculos.

Pero no está dispuesta a pagar con su enojo.

Desde la perspectiva adleriana, **el enojo no es el problema real**, sino un intento de controlar a los demás para que sus deseos se cumplan.

El precio auténtico de esa “armonía” sería **renunciar al control y aceptar los conflictos reales**. En AMST, sin esa disposición, la cualidad no puede ser entregada.

3. Tiempo libre vs. Obsesión

Un paciente pide “tiempo libre”, pero sólo está dispuesto a pagar con su obsesión.

Sin embargo, esa obsesión le otorga:

- Un sentimiento de superioridad,
- Reconocimiento,
- E incluso recompensas económicas.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





Anabella Shaked PhD

El **verdadero precio** del tiempo libre sería renunciar a su identidad como “el que hace más que todos”.

AMST no permite el intercambio sin reconocer y soltar esa ganancia oculta.

EL PRINCIPIO DEL INTERCAMBIO JUSTO EN AMST

¿Quién puede usar la técnica y cuándo no es recomendable?

En AMST, el cliente debe **pagar por adelantado** por aquello que desea recibir.

Ejemplo:

Si alguien quiere recibir “responsabilidad”, no podrá hacerlo si no está dispuesto a renunciar a su “libertad sin límites”.

Este es precisamente el truco de esta “mercancía mágica”:

Si no estás dispuesto a pagar, la compra se cancela.

¿CUÁNDO NO ES RECOMENDABLE UTILIZAR AMST?

Como toda técnica terapéutica, AMST requiere de una **relación de confianza** entre el terapeuta y el paciente.

En terapia grupal, se recomienda esperar hasta haber completado una etapa de cohesión antes de introducir esta técnica.

Dreikurs (1967/1973) advertía sobre el uso prematuro o insensible de técnicas poderosas que pueden afectar la alianza terapéutica y colocar al terapeuta en una **posición de superioridad**.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





Anabella Shaked PhD

Por ejemplo, no es apropiado decir a un paciente con estilo de vida victimista:

“Has elegido sufrir para sentirte moralmente superior”.

O como decía Eva Dreikurs:

“No tiene sentido decirle que tiene libertad de elección si no percibe aún que tiene alternativas.”

Sólo después de haber recibido aliento (encouragement), el paciente estará en condiciones de **aprovechar las revelaciones** que surgen de AMST.

¿QUIÉNES PUEDEN BENEFICIARSE DE ESTA TÉCNICA?

Es importante señalar que AMST **requiere capacidad de pensamiento abstracto** y de comprensión simbólica.

Pacientes sin esta capacidad pueden malinterpretar la metáfora del “intercambio” y experimentar una pérdida de valor o confusión.

USOS ADICIONALES DE AMST

La metáfora de la tienda mágica puede aplicarse también al trabajo **con familias y parejas**.

En constelaciones familiares:

Se puede preguntar:

“¿Qué compró y qué pagó cada niño en su familia de origen?”

Esto permite explorar los **patrones de elección** y el precio emocional que pagaron por pertenecer o destacarse en su lugar familiar.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





Anabella Shaked PhD

El paciente puede investigar cómo esas decisiones pasadas continúan influyendo en sus elecciones actuales.

En terapia de pareja:

Se puede preguntar:

“¿Qué compró cada miembro al casarse con esta pareja, y qué pagó a cambio?”

Estas preguntas iluminan dinámicas ocultas en el vínculo y abren nuevas posibilidades de elección consciente.

CONCLUSIÓN

La técnica de la tienda mágica es una herramienta **creativa, simbólica y vivencial**, que invita a la persona a una **nueva elección** basada en conciencia, renuncia y compromiso.

Durante décadas, la versión clásica de esta técnica ha sido usada por psicodramatistas con gran efectividad.

La versión adleriana (AMST) aporta una **mirada única** sobre los síntomas como ganancias secundarias y sobre la **dimensión ética y valiente del cambio**.

Esta comprensión no solo ofrece una nueva perspectiva, sino que también puede provocar un **movimiento auténtico de transformación terapéutica**.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





Anabella Shaked PhD

Bibliografía

Ansbacher H. y Ansbacher R. (1956). La psicología individual de Alfred Adler. Nueva York, Basic Books.

Barbour, A. (1992). Propósito y estrategia detrás de la tienda de magia. Revista de Psicoterapia de Grupo, Psicodrama y Sociometría, 45(3), 91.

Blatner, A. (1998). Notas sobre la tienda de magia.

<http://www.blatner.com/adam/pdntbk/magicshop.htm>

Carnabucci, K. (2011). El cuaderno de psicodrama. Racine, WI: Centro de Salud y Aprendizaje Lake House.

Moreno, J. (2005). La Tienda de Música Mágica. Revista de Psicoterapia de Grupo, Psicodrama y Sociometría 58(1) 35-42

Kipper, D. (2000-2001). Realidad excedente y el modelo de reintegración experiencial en psicodrama. Revista Internacional de Métodos de Acción: Psicodrama, Entrenamiento de Habilidades y Juego de Rol, 53(3-4), 137-152.

Rautiainen, R. (2002). Uso de la Tienda de Magia en un Grupo de Orientación Laboral.

http://www.playbacktheatre.org/wpcontent/uploads/2010/04/Rautiainen_Magic-Shop.Pdf

Rustin, T. y Olsson, P. (1993). Tienda de sobriedad: una variante de la tienda de magia para pacientes en tratamiento de adicciones. Revista de Psicoterapia de Grupo, Psicodrama y Sociometría, 46(1), 12.

Shaked, A. (2015b). Using the Adlerian magic shop technique to promote awareness of lifestyle dynamics. In Adlerian Society of the United Kingdom and the Institute for Individual Psychology (Ed.), *Adlerian yearbook* (pp. 102-128). London, United Kingdom - Editor

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il





Anabella Shaked PhD

Treadwell, T., Kumar, V. y Stein, S. (1990). Un estudio sobre la acción psicodramática y las técnicas de cierre. Revista de Psicoterapia de Grupo, Psicodrama y Sociometría, 43(3), 102.

Treadwell, T., Kumar, V. y Stein, S. (1990). Un estudio sobre la acción psicodramática y las técnicas de cierre. Revista de Psicoterapia de Grupo, Psicodrama y Sociometría, 43(3), 102.

Weiner, H. y Sacks, J. (1969). Calentamiento y resumen. Psicoterapia de grupo, 22, 85-102.

Adlerian Expressive Therapist

Speaker - Author

anabella@anabella-sh.com
www.anabella.co.il

