

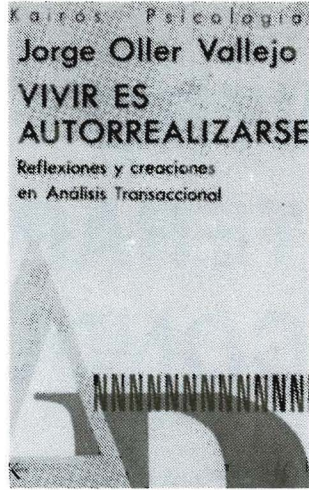
Antonio Bolinches. *El cambio psicológico (Autoayuda y crecimiento personal)*. Kairós Psicología. 242 págs. 1.300 ptas.

El cambio psicológico está inspirado en los principios clínico-metodológicos que el autor utiliza en Psicoterapia, y muestra, de forma clara y sistemática, la manera de alcanzar el equilibrio y la autorrealización a través de una revisión autocrítica de los mecanismos de defensa.

Esta obra, clara y asequible, defiende la tesis de que la persona posee en sí misma la capacidad de darse cuenta de sus desajustes psicológicos y de orientarse hacia el crecimiento personal en un proceso de desarrollo autodirigido.

La propuesta es, por tanto, facilitar el tránsito del condicionamiento a la realización a través del análisis, comprensión, aceptación y superación de las limitaciones y posibilidades que encierra todo ser humano.

Antonio Bolinches es psicólogo clínico y sexólogo. Orientado como psicoterapeuta dentro de la línea de la **Psicología Humanista**, desarrolla una importante labor clínica, pedagógica y divulgativa, encaminada a facilitar el desarrollo potencial del ser humano y explicarlo a la resolución de los problemas existenciales.



Jorge Oller Vallejo. *Vivir es autorrealizarse (Reflexiones y creaciones en Análisis Transaccional)*. Kairós Psicología. 254 págs. 1.300 ptas.

El objetivo del Análisis Transaccional, el sistema de psicoterapia iniciado por el famoso psiquiatra Eric Berne, es el desarrollo de nuestras potencialidades humanas en un proceso de autorrealización pleno. A nivel profundo, facilita cambiar el guión sobre nuestra vida decidido en la infancia y que podemos estar siguiendo ahora de forma inconsciente. A nivel conductual, facilita modificar nuestro padre, adulto y niño, o sea, las manifestaciones de nuestra personalidad y su interacción con los demás.

Vivir es autorrealizarse es tanto una introducción al Análisis Transaccional para el público general interesado en mejorar su calidad de vida como una obra de profundización para los profesionales en las ciencias humanas, sociales y de la salud.

Se trata de un libro sugerente e innovador, que integra aportaciones inéditas tanto del propio autor como otros. Además, abre el Análisis Transaccional a la dimensión de lo **transpersonal**.

Jorge Oller Vallejo está certificado en Psicología por la Universidad de Barcelona y es el primer analista transaccional clínico certificado en España por la International Transactional Analysis Association de Estados Unidos. Es uno de los principales promotores del Análisis Transaccional, actividad que inició en 1974.

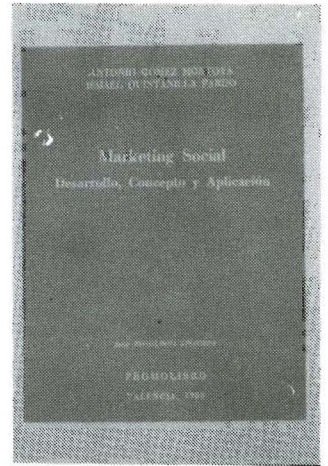


José Luis Ayuso. *Trastornos de angustia*. Martínez Roca. Libros universitarios y profesionales.

Los *Trastornos de angustia* constituyen las alteraciones psiquiátricas más comunes en la población general. En muchos casos se presentan como única manifestación clínica. La magnitud del problema planteado por la angustia es tal que se calcula que una quinta parte de la población adulta exhibe síntomas significativos.

¿Qué es la angustia? ¿Cómo se clasifican sus trastornos? ¿Cuáles son las teorías psicológicas propuestas para su comprensión? ¿Hasta qué punto los factores genéticos y las alteraciones de la neurotransmisión cerebral están involucrados en su causalidad? ¿Qué son las fobias? ¿Qué son las obsesiones? ¿Hay diferencias entre la ansiedad generalizada y el trastorno de pánico? ¿Qué posibilidades ofrecen las técnicas psicoterapéuticas y la administración de ansiolíticos en el tratamiento de los trastornos de angustia? ¿Existen medios eficaces para bloquear los ataques de angustia?

En este libro, dirigido a los profesionales de la salud y a cualquier lector interesado, se describen los diversos trastornos de angustia con arreglo a la clasificación propuesta por la Asociación Psiquiátrica Americana, y se revisan los datos ofrecidos por la investigación actual.



Antonio Gómez Montoya e Ismael Quintanilla Pardo. *Márketing Social (Desarrollo, concepto y aplicación)*. Promolibro. Valencia, 1988.

Dentro de las ampliaciones y especializaciones llevadas a cabo por el **márketing**, cabe destacar el área del **márketing social**.

El **márketing social** se desarrolla con el crecimiento y asentamiento de las democracias y de sus diferentes instituciones y organizaciones sociales. Podemos definirlo como el intercambio de bienes, no físicos, en forma de ideas, valores o actitudes por un refuerzo determinado.

El **márketing social** se constituye y expansiona a partir del **márketing comercial**, tomando de éste sus técnicas y metodología.

Su ámbito de intervención es muy variado, pudiendo resaltar su aplicación en el campo de la cultura, la educación, la información, la conservación del medio ambiente, y en definitiva, en aquellas actividades de índole social que repercuten en el bienestar de la comunidad, y de los ciudadanos, especialmente de los más desfavorecidos.