

Magia aplicada: otra manera de aprender

Ángel García García

Facilitador y conferenciante de Dosabrazos

Publicación	Torre de los Lujanes, n.º 73
Fecha	Madrid, septiembre de 2019
Páginas originales	97-102
Tipo documental	Artículo sobre innovación educativa
ISSN	1136-4343
Identificador	TDL-73-2019-097-102

RESUMEN DOCUMENTAL

Propuesta metodológica que entiende la magia como una forma de comunicación y como recurso para generar aprendizaje significativo. El autor sostiene que el efecto mágico solo existe en la experiencia del espectador y aprovecha esa implicación emocional para fijar mensajes, conceptos y habilidades. Explica su aplicación en formación empresarial y en talleres diseñados según los objetivos del cliente, con ejemplos en comunicación, creatividad, persuasión, negociación, trabajo en equipo y gestión de conflictos. La magia no aparece como finalidad autónoma, sino como una estrategia experiencial al servicio del aprendizaje.

PALABRAS CLAVE

magia aplicada · aprendizaje experiencial · comunicación · formación · creatividad · habilidades sociales

CITA BIBLIOGRÁFICA

Ángel García García. "Magia aplicada: otra manera de aprender". Torre de los Lujanes, n.º 73, 2019, pp. 97-102. ISSN 1136-4343.

Nota: el resumen y las palabras clave son descriptores documentales generados para facilitar la búsqueda y no sustituyen un resumen firmado por el autor.

MAGIA APLICADA: OTRA MANERA DE APRENDER

Ángel García García. Facilitador y conferenciante de Dosabrazos

Decía René Lavand (1928-2015), ese extraordinario mago argentino, mundialmente conocido por realizar toda su magia con una sola mano, que “todo artista está amparado por la sutil mentira del arte”. Y es que todo arte esconde una mentira, que no un engaño, que la convierte en pura magia.

Pero déjame que te cuente algo: la Magia es la única disciplina artística, que es imposible que exista sin espectadores. En la medida en la que tu compones una pieza musical y la tocas, esa pieza ya es “arte”. La escuche un público o no, ya es una pieza artística. Lo mismo ocurre con la pintura, la arquitectura, las artes escénicas.

Sin embargo, la magia no es magia por el hecho de que una persona coja una moneda y la haga desaparecer. Todos sabemos que esa moneda no desaparece realmente, y que el “mago” sabe perfectamente donde está. La magia solo ocurre en la mente de un espectador ilusionado que “cree” que la moneda ha desaparecido. Tan solo empieza a ser magia y no “habilidad”, en el momento en el que alguien siente ese efecto, y ese choque de trenes entre lo racional y lo vivido genera en su cerebro una ilusión.

Tú, como mago, podrás ensayar cien veces delante del espejo un movimiento, y será solo eso: un movimiento. Pero la magia tan solo se producirá en la cabeza de un espectador ilusionado.

Por tanto: ¿qué es realmente la magia sino pura comunicación? ¿qué es realmente el arte, sino la representación tangible de una manera de transmitir emociones? ¿será que la magia no es un fin, sino simplemente un medio para conseguir algo?

Bajo esta premisa nace la metodología de la que hoy aquí me gustaría hablarte.

Hace años, cuando empezaba a dar formación en habilidades sociales, y con unos años a mis espaldas actuando como mago, me di cuenta de que ambos mundos estaban estrechamente relacionados, pero no conseguía identificar por qué.

Con el tiempo entendí que cuando me subía a un escenario, ya fuera en la universidad delante de mis alumnos, en la empresa de turno con los directivos, o en el *pub* para unos pocos “trasnochados” mi objetivo era el mismo: que les llegara de la manera más eficiente posible el mensaje que les quería transmitir.

Claro! Es que la magia, tal y como concebimos la magia, no es el fin último: es tan solo la manera de llegar a ese fin último. La magia es tan solo una estrategia de comunicación muy bien cuidada para que el espectador sienta un único mensaje “la posibilidad del imposible”. Así de simple, y así de complejo.

Da igual si son cartas, monedas, la estatua de la libertad, o simples palabras: toda disciplina de la magia persigue que te lleves ese mensaje contigo. Por tanto, todo lo que hago, digo, y callo forma parte de una estrategia comunicativa que persigue transmitir el mensaje más ambicioso posible “la posibilidad del imposible”.

La formación. Hace ya muchos años que la formación “clásica” ha muerto. Modelos de aprendizaje como el de David Kolb (1984), Bernice McCarthy (1987), o Honey- Mumford (1986), pusieron de manifiesto dos aspectos clave sobre la manera que tenemos de aprender: no todos percibimos la realidad de la misma manera, y no todos procesamos la información igual.

Simplificando mucho, y para aquellos que no conozcan el modelo de aprendizaje de Kolb, su modelo nos muestra cua-

tro estilos de aprendizaje en el que las personas nos movemos. Tenemos a los teóricos: aquellos que necesitan de la formulación abstracta de modelos, conceptos o teorías para el aprendizaje. Tenemos también a los reflexivos: los que necesitan de una deliberación analítica de los conceptos, tratando de revelar su sentido interno, o su relación con otros fenómenos. Están también los activos: aquellos que aprenden de la experiencia y vivencia de una situación concreta. Y por último tenemos a los pragmáticos: aquellos que necesitan la proyección de los conceptos y teorías a situaciones concretas, reales, y útiles en su día a día para poder aprender.

Atendiendo a este modelo, la labor, por tanto, de un buen formador, es conseguir adaptar su mensaje al estilo de aprendizaje de su audiencia.

Evidentemente en raras ocasiones te encuentras un grupo perfectamente homogéneo cuyo estilo de aprendizaje esté fuertemente marcado o sea compartido por todos. Por ello, las jornadas de formación deben ser un viaje. Un viaje en el que pases por todos los estilos, de manera que todos los participantes tengan su momento, y te acompañen en el trayecto durante el resto de la jornada.

Por así decirlo, el contenido empieza a ser lo menos importante, y la manera que los participantes tienen de integrar ese contenido empieza a ser lo capital. Llevamos años hablando de liderazgo, de estrategia, de trabajo en equipo, de persuasión,... créeme que la mayoría de las cosas ya están escritas, y las que no, progresan mucho más lento que la necesidad que tenemos los formadores de innovar en el método.

¿Recuerdas que el mago tan solo quería transmitir “la posibilidad del imposible”? Piensa ahora en qué quiere transmitir ese formador: ¿la importancia del liderazgo situacional? ¿el desarrollo de la comunicación no verbal asociada a la influencia y la persuasión? ¿los distintos roles que asumimos en cada equipo, y el estilo de comunicación de cada uno? Perfecto! Ya

tiene claro su objetivo comunicativo. Ahora tan solo tiene que elegir la manera de transmitirlo: un buen marco teórico, dinámicas activas de reflexión, casos prácticos de puesta en situación, Lego Seriuos Play para trabajar desde la construcción del participante,... son todas opciones válidas para poder trabajar esos conceptos. Desde hoy, además, añadimos una nueva herramienta: la magia.

La metodología. Si hemos hablado de que la formación es un viaje, la metodología que un formador utiliza en cada sesión podríamos decir que es el vehículo que posibilita ese viaje.

Me gusta decir, que la formación (el viaje) es tan solo la buena elección de cuatro variables: el contenido (el destino), la adaptación al estilo de aprendizaje de los participantes (las escalas), el formador (el piloto), y la metodología (el vehículo). En la medida en la que sepas articular esas cuatro variables, la formación será realmente un éxito.

De alguna manera podríamos decir, que la metodología es la metáfora sobre la que los participantes trabajarán su aprendizaje. Ya sea a través del juego, de la representación de dinámicas, o mediante la ejecución de casos prácticos; se fuerza al participante a trabajar de manera indirecta sobre los conceptos, para después extrapolarlos a su realidad concreta.

Desde esa perspectiva nace la metodología de magia formativa: aprovechar los conceptos que un mago pone en práctica durante su actuación, para poder extrapolarlo después al día a día de los participantes.

En ese sentido, la magia formativa ofrece una visión muy práctica de todo aquello que se quiera trabajar. Piensa que si, por ejemplo, hablamos de la importancia de la gestión de las percepciones, en la jornada no se va a reproducir una actividad “a modo de ensayo” en el que hacer notable dicha importancia. En el caso de magia formativa, primero vas a poder sentir la imposibilidad de un juego de magia en tu propia piel, para

poder descubrir después que el motivo por el que sientes esa imposibilidad es por la manera que el mago utiliza tus percepciones en beneficio propio. Dicho de otro modo, no tengo que convencerte de la importancia de las percepciones, sino que tan solo tengo que hacer que tú mismo lo sientas.

Por así decirlo, durante las jornadas de magia formativa, no solo vemos los juegos de magia, sino que el valor se extrae cuando el mago descubre “el truco”, y pone de manifiesto como los conceptos teóricos que nos debemos llevar de la jornada, son tan importantes que pueden generar la ilusión del imposible. A partir de ahí, lo que buscamos desde esta metodología, es que sean los propios participantes los que extraigan la utilidad que pueden tener esos conceptos en su día a día. La labor del consultor en ese momento es la de facilitar que cada uno de los asistentes llegue a integrar el valor de lo que han visto y sentido, en compromisos prácticos que les haga mejorar en la materia que ese día nos ocupa.

Si volvemos al modelo de Kolb, el juego de magia impacta directamente sobre la parte experiencial del aprendizaje; la explicación del “truco” y su paralelismo sobre el modelo teórico, hace trabajar la parte reflexiva y conceptual; y por último el trabajo de facilitación de compromisos, hace referencia a la practicidad que todo proceso de aprendizaje debe tener.

Es ahí donde reside la importancia de la magia como metodología. Por un lado genera una expectativa y un impacto que hace imposible no entrar en el proceso de aprendizaje, y por otro lado se construye a partir del “truco”, a partir del “secreto”, la utilidad práctica que para los participantes tienen esos conceptos en su día a día.

Dónde. Evidentemente es inútil pensar que todas las metodologías son igual de efectivas para todas las formaciones. Igual que no viajas en barco para ir de Madrid a Sevilla no podemos pretender tener la misma efectividad utilizando siempre la misma metodología para cada sesión.

Por eso es tan importante construir jornadas con esta metodología junto al cliente, focalizando en los conceptos y mensajes que quieren que se lleven los participantes. Clientes como Telefónica, Iberdrola, Aguirre Newman, Oracle, o KPMG ya han diseñado acciones a medida en materia de Comunicación, Gestión de Conflictos, Creatividad, Persuasión, Trabajo en Equipo o Negociación.

La magia puede ser una herramienta muy potente para trabajar y grabar conceptos, siempre y cuando se utiliza de la manera adecuada, y siempre al servicio del objetivo final que persiga la formación. Hablamos de una manera diferente e innovadora de transmitir y de enseñar. Los participantes verán y “jugarán” con “magia aplicada”, trabajando siempre con una finalidad: el aprendizaje.