

## La costruzione dello spettacolo magico

*Sarà pure una visione semplicistica la mia, ma mi pare innegabile che all'origine di molti nostri guai ci sia quest'ansia della gente di volere la risposta, invece di cercare chi ha un METODO per arrivare alla risposta*  
Richard P. Feynmann, *Il senso delle cose*

La costruzione di uno spettacolo magico, pur considerandola nelle sue parti più operative e metodologiche (problem solving), può essere di utilissimo insegnamento anche per il management (e viceversa, nella logica della bi-contaminazione).

Il Management by Magic affronta questo tema in maniera puntuale, capitalizzando l'intersezione management-illusionismo (in logica di bi-contaminazione).

Ecco, per il mondo degli illusionisti, i temi affrontati da Management by Magic:

### 1) COSTRUZIONE DELLO SPETTACOLO MAGICO: LA COERENZA:

Nella costruzione di uno spettacolo magico è necessario assicurare profonda coerenza tra i suoi elementi portanti (come in fondo ricordava già nel 1911 l'illusionista inglese Nevil Maskelyne in "Our Magic").

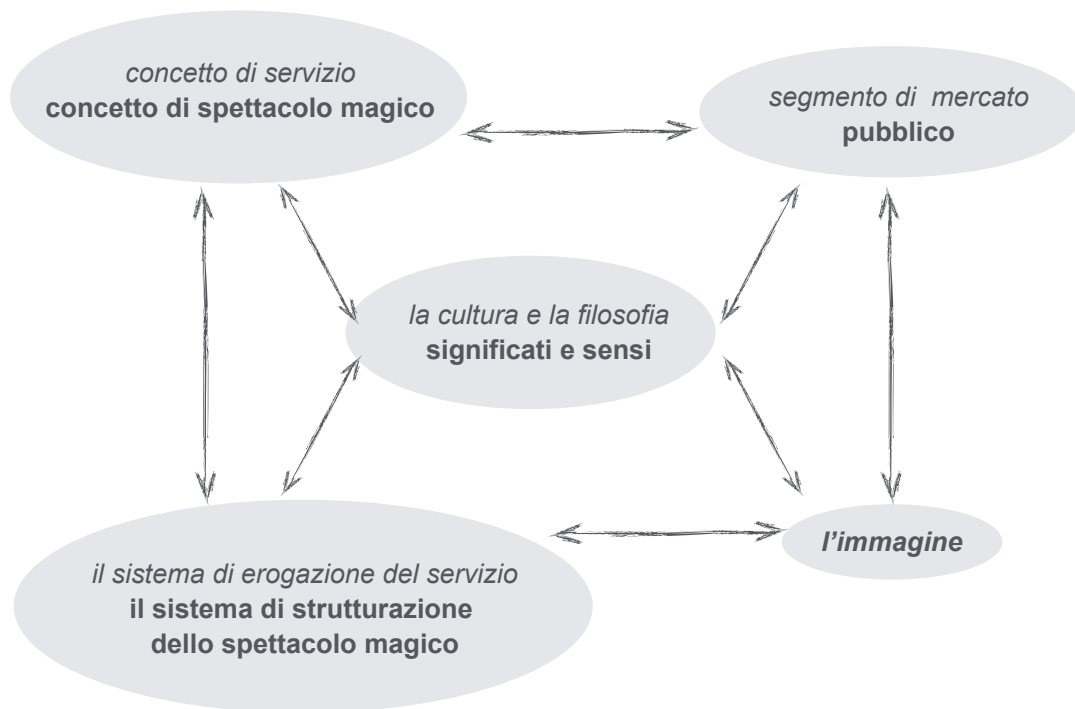
Ma quali sono questi "elementi portanti": il **Management by Magic**, grazie all'intersezione con il management, le identifica puntualmente, approfondendoli in maniera unica e chiarissima.

I cinque "pilastri" di uno spettacolo magico, per i quali ricercare coerenza, sono:

- Il pubblico
- Il "concetto" di spettacolo
- Il sistema di strutturazione di uno spettacolo magico
- L'immagine
- Significati e sensi.

Il **Modello Management by Magic** approfondisce ciascuno di questi Elementi, chiarendo i presupposti di base e fornendo anche i giusti approcci "operativi".

Ecco, schematicamente, come può essere raffigurato il tema della "coerenza" per la costruzione di uno spettacolo magico (schema tratto dal Volume "Management by Magic"): in grassetto sono riportate le denominazioni dei cinque pilastri per il mondo degli illusionisti (in corsivo, invece, si realizza la contaminazione con il management):



**2) COSTRUZIONE DELLO SPETTACOLO MAGICO:  
 SEMPLICITÀ, SNELLEZZA, VALORE E FLUSSO:**

“semplicità” e “snellezza” sono ‘must’ per ogni prestigiatore. Egli deve costantemente rivolgere la sua attenzione alla costruzione di un numero caratterizzato da **Semplicità** e snellezza, dove non ci si disperde in azioni infruttuose, che non aggiungono **Valore** e costituiscono invece **Spreco** (tempi, azioni inutili, oggetti e attrezzi non strettamente necessari, presentazioni non efficaci, tecniche, ecc.). La progettazione di un numero di magia? Se dovessi riassumerlo in una frase, direi: “Alla ricerca della semplicità!”

In magia per “spreco” si intende (Volume “**Management by Magic**”) *qualsiasi attività che assorbe risorse (in termini di tempi, movimenti, parole, ecc.) e non crea valore, ossia non è strettamente necessaria alla realizzazione ed alla trasmissione del “senso del magico” nel pubblico.*

Si tratta di una definizione incredibilmente vicina a quella utilizzata nella teoria manageriale nota come Lean Thinking: “spreco è qualsiasi attività umana che assorbe risorse ma che non crea valore”.

**Il Modello Management by Magic** approfondisce queste intersezioni ancora una volta fornendo tecniche e approcci specifici.

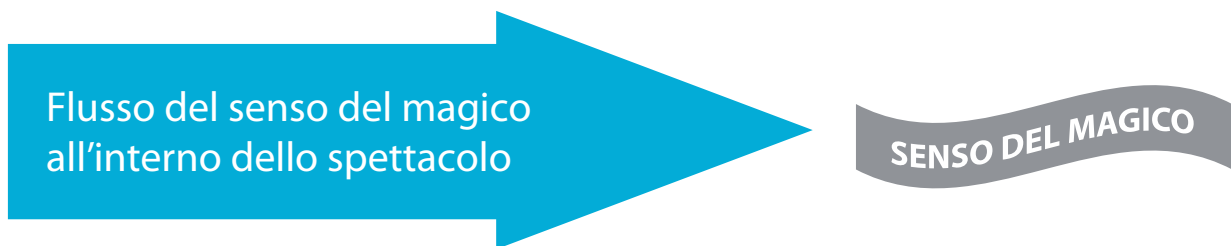
Di seguito, si forniscono solo degli esempi:

Parlando di “**sprechi**”, il corretto modo di considerarli, anche in magia, è quello di utilizzare il termine giapponese “Muda”, ossia spreco inteso come grave dissacrazione, sperpero. Se questa è la visuale, è chiaro che dobbiamo fare di tutto per annullarli nella costruzione del proprio spettacolo magico. Analogamente al mondo del management, anche nell’arte illusionistica si possono individuare diverse tipologie di Muda, in particolare:

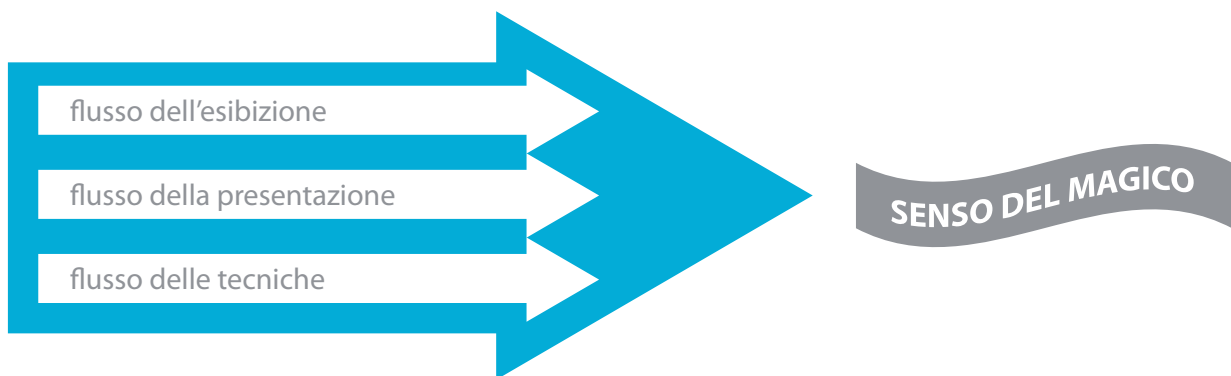
- Muda dei movimenti
- Muda delle tecniche
- Muda della routine
- Muda del testo
- Muda degli attrezzi
- Muda per assicurazioni

Il Modello Management by Magic sviscera ciascuno di questi "Muda", fornendo le giuste chiavi per ridurli.

Parlando di Valore e Flusso, è necessario avere costante attenzione alla creazione di "valore" (ossia di "senso del magico") nella concezione di uno spettacolo magico



Questo Valore (flusso del "senso del magico") si crea considerando tre distinti Flussi:



Flusso del senso del magico all'interno dello spettacolo

Il **Modello Management by Magic** approfondisce ciascuno di questi temi, fornendo tutte le indicazioni necessarie per considerarli nel corretto modo e applicarli correttamente nella ideazione del proprio spettacolo magico.

(nota: i due schemi sopra riportati sono tratti dal Volume "Management by Magic")

### 3) APPROCCIO E-A-D-N:

La sequenza virtuosa **Esercizio-Abitudine-Disinvoltura-Naturalezza** (codificata dal prestigiatore Vito Maggi, Maxim, nel suo libro Eros) è quella che ogni illusionista deve percorrere se vuole raggiungere livelli di eccellenza. E' grazie alla "Naturalezza" raggiunta che il prestigiatore potrà concentrarsi sul senso del magico e non vivere invece ripiegato su se stesso (timore delle tecniche, ecc.).

Analogo obiettivo dovrebbe essere posto per il lavoro delle e sulle persone in Azienda.

Il **Management by Magic** ha definito tecniche e approcci per ciascuno di questi Quattro Passi, così da poter percorrere la sequenza in maniera ottimale.

### 4) MARKETING E "CLIENTI"

In quest'ambito il ruolo dell'illusionismo è facilmente intuibile.

Ma per apprezzarne tutte le opportunità, senza limitarsi alle impressioni più superficiali, si consideri quanto segue:

lo **spettacolo magico** è stato definito dal prestigiatore e scrittore Robert E. Neale (*Magic Matter, Theory and Art of Magic Press, 2009*) **uno scambio di doni**: magia è fare un regalo agli spettatori e contemporaneamente riceverlo da loro.

Questa definizione coincide con la migliore definizione che si possa dare di *Cliente*:

**il cliente è un ente o una persona con cui un fornitore scambia valore.**

Se le definizioni sono così sovrapponibili, è chiaro che anche tutte le considerazioni che da esse derivano possono essere poste in proficua intersezione.

E' quello che il **Modello Management by Magic** fa in modo approfondito, arrivando a toccare tutte le principali leve e corde del marketing.

### 5) TEORIA DEI VINCOLI E SISTEMA

La Teoria dei Vincoli muove da un chiaro punto di partenza: la visione dell'Azienda come "**sistema**": *una rete di processi, tra loro interdipendenti, che 'lavorano' insieme per un obiettivo comune.*

Questa, del resto, è anche la corretta visione che occorre avere quando si considera uno "spettacolo magico": *un insieme di fattori, tra loro correlati, che agiscono insieme per un obiettivo comune (il senso del magico).*

Come è dunque facile intuire, la condivisione di questa visione di fondo tra management e arte illusionistica, può portare ad un'intersezione ad elevato valore aggiunto: cosa fare per ottimizzare il "sistema" (azienda o spettacolo magico)? Quali errori evitare, quali principi seguire? Quali tecniche e approcci porre in essere?

Il **Modello Management by Magic** fornisce chiare risposte in questo ambito.