

ESCAMOTEO

por Jorge Luis Marzo

(Publicado en *Escape*, J.L. Marzo editor, Sala America y Museo de Bellas Artes de Alava, 1998)

Hacia 1843, Robert Houdin, uno de los más célebres prestidigitadores de su época, conoció al conde de Escalopier, acaudalado noble y mecenas entusiasta de todo aquello que tuviera relación con la mecánica. En aquellos días, Houdin estaba elaborando un proyecto largamente reflexionado que consistía en la construcción de lo que él llamaba el "Teatro de las Sesiones Fantásticas" y que más adelante sería conocido como el "Teatro Fantástico". Tras conocer el conde el proyecto del mago, áquel le ofreció el dinero necesario para llevarlo a cabo. El ilusionista mostró reticencias al no saber cómo podría devolver el dinero prestado, poniendo pegas y excusas constantes ante el apremio del noble para realizar el proyecto. No viendo éste la manera de convencer a Houdin, decidió plantearle un problema doméstico que le venía preocupando desde hacía un tiempo, a fin de ver si el ilustre mago podía encontrar una solución, y de paso, reafirmar una mútua confianza. El conde le expuso el problema en los siguientes términos:

“Desde hace más de un año, se me sustraen de mi *secrètaire* sumas algunas veces considerables. No sabiendo de quién sospechar, he interrogado sucesivamente a todos mis criados; he tomado todas las precauciones y seguridades imaginables; vigilancia, cambio de cerrojos, secretos en las puertas, etc., nada ha podido impedir la continuación del robo. Esta mañana todavía, acabo de hacer constar la desaparición de dos billetes de mil francos. Convenceos –añadió el conde– de todo lo que hay de horrible en la posición en que se encuentra mi familia; el ladrón cualquiera que sea, si se juzga por su enérgica audacia, puede, si se

encuentra infraganti, asesinarnos a unos y a otros para salvarse... veamos, ¿no podríais encontrar un medio de descubrir o de prender al audaz ladrón?

–Monseñor, respondió Houdin, sabéis muy bien que mi poder mágico no pasa de la longitud de mis dedos, y, en el caso presente, la verdad, no veo en que poderos ser útil.

–¿Qué es lo que no podeis hacer? –replicó el conde; ¿no tenéis un poderoso auxiliar en la mecánica?

–¿La mecánica?... Escuchadme –dijo Houdin– ... Me poneis en camino de una idea. En efecto, yo recuerdo que estando en el colegio en cierta ocasión, con la ayuda de una máquina muy primitiva, descubrí un raterillo que me quitaba impunemente mis riquezas de estudiante. Bajo este punto de partida podría tal vez combinar algunas piezas. Dejadme reflexionar; mañana tendréis mi contestación.”

El mundo fantástico del escamoteo y la prestidigitación, de la ilusión y de las trampas; un universo de hilos invisibles y sonoras exclamaciones de sorpresa más o menos esperada. No es casualidad que vayamos a hablar de algo que despierta una especie de melancolía estética, con aquellos señores vestidos de frac, aquellos escenarios kitsch de pesadilla, las señoritas ligeras de ropa ayudando al mago sobre teatrillos deprimentes capaces de encarnar un juego de miradas alucinadas en donde las ideas de seducción, de catarsis, de poder y de espectáculo hablaban de nuestros mecanismos como tramoyas comunicantes.

Nos guía hablar del poder y su arma, el espectáculo, y sobre los engranajes que hacen que las preguntas que creemos más naturales no sean más que ejercicios de sugestión de alguien que tiene ya respuestas de antemano. Y claro, también vamos a hablar de herejías, porque entre

los ilusionistas no hay mayor herejía que hablar de los trucos fuera del ámbito profesional.

El mago Houdin, como decíamos, decide ayudar al conde en el intento de éste de encontrar al ladrón que le roba en su *secrètaire*.; anotemos que el bueno de Houdin no sabe que la historia del *secrètaire* es en realidad un anzuelo para que el mago se avenga, por mor de la solidaridad, a colaborar con el conde. Hábil prestidigitación la del noble. Houdin, evidentemente, encuentra la fórmula para cazar al ratero. Una tinta indeleble que se pega a la piel, tras tocar un resorte insalvable, y que estigmatiza a quien lo lleva: "¡La cosa más simple del mundo!", exclama el mago francés; "El gancho consiste en un número de puntas cortas pero afiladas, juntadas de manera que formen la palabra *ladrón*. Estas puntas se encuentran disimuladas dentro de una almohadilla empapada de nitrato de plata. Cuando el ladrón presione la almohadilla, lo que por fuerza ha de hacer, las agujas le marcaran una cicatriz indeleble de por vida. Una *flor de lis* grabada por un verdugo con un hierro al rojo no sería mucho más efectiva." Finalmente, ante la aprensión del conde de aplicar tal justicia, Houdin rectifica en parte el mecanismo para provocar solamente una simple marca pasajera. El ladrón, quien resultó ser Bernard, el ayudante de cámara del conde, al ser descubierto, confesó haber robado unos 15.000 francos. Cantidad que Houdin aceptó en concepto de gratificación y que le sirvió para iniciar sus sorprendentes andanzas como ilusionista.

De entrada, nos encontramos con una doble posición del insigne prestigeador: por un lado, es un hábil mecánico capaz de construir las cosas más asombrosas, mientras que por el otro opta entusiasmado por urdir un plan a través del cual se consiga controlar el comportamiento de una determinada persona. El mago representa así la voluntad de crear una ilusión mientras, al mismo tiempo, crea una estrategia para reprimir otra ilusión. Por un lado, inventa números fantasmagóricos que

asombran al público, saca conejos, hace palos de cuerdas, vomita huevos, pero por el otro se dedica a perseguir el hecho que alguien, gracias también al uso del truco, la trampa y el secretismo, robe dinero del secretaire de un conde. Se legitima una práctica para deslegitimar la misma práctica ¿Cuál es la diferencia, pues, entre la estratagema del mago y la del ladrón? Que uno hace propaganda de ella, mientras el otro no. Y los fines, claro, los fines.. El escurrizado Houdin parece tenerlos diáfanos. Pero veamos, veamos.

La prestidigitación es el arte del escamoteo. Así es definido por buena parte de los tratados que sobre el tema se han escrito. Según estos, escamotear significa realizar acciones concretas cuyo resultado no viene determinado por el conocimiento previo de los mecanismos utilizados en su elaboración. Ello crea lo que se denomina *ilusión*; es decir, un efecto irreal derivado de la imposibilidad de aplicar un juicio lógico a lo que se está viendo porque no conocemos cómo éste se ha realizado. Así pues, nos encontramos que la magia es un ejercicio de tecnología y de fe basado en la supresión de la necesidad de conocer todos los detalles, de conocer la letra pequeña del contrato, pues en ella se fundamenta la base esencial del espectáculo, de su poder como medio todopoderoso para conculcar en parte el estado de conciencia en el terreno de la representación, de la proyección social mediante las imágenes y su teatralización.

Entreveamos alguna de las estrategias que el mago utiliza a la hora de llevar adelante su fantástico mundo de triquiñuelas y apariciones.

En el ilusionismo, la principal esencia de todo número es la opacidad del truco, el secretismo de la mecánica. El mago está pendiente sobre todo de persuadir al público de una determinada acción a través de su resultado, no de los medios mediante los que lo consigue. En la misma presencia del efecto se presupone el truco, por lo que éste se deja en el ámbito de lo evidente y de lo obvio. Lo que está oculto se hace

evidente, pero no visible. El escamoteador consigue unos resultados, unos efectos que son del todo inverosímiles, pero es a través de su puesta en escena, "normalizada" en el espectáculo, con lo que logra que el espectador observe el número con cierto credo. En realidad, es la expectativa generada por el efecto que va a venir, lo que consigue el valor "plausible", evidente, cierto del resultado. En pocas palabras, es el hecho de que ya sabemos que va a ocurrir algo extraño e imprevisible para que el número tenga éxito. Aunque parezca mentira, en el ilusionismo no existe la percepción de confusión, ni tampoco de contradicción. Dado que ya sabemos a lo que vamos y conociendo de antemano las sorpresas que nos depara, la persuasión se produce en un total grado de consenso, gracias precisamente a encontrarse éste en el ámbito de la representación, acotado dentro del marco de un escenario.

Los mecanismos, la maquinaria, está oculta a nuestros ojos; es el principal seguro que posee el mago, y mediante el cual adquiere un valor persuasivo. Si diera a conocer el truco, la magia entera desaparecería: los mecanismos se ocultan para ofrecer un discurso "objetivo" y altamente técnico sólo accesible a quien está preparado dentro de ese ámbito. Nuestra participación está en función de una invitación para legitimar las acciones que se producen frente a nosotros, de la misma manera que los ilusionistas invitan a subir a alguien de entre el público para participar en algún número, de manera que parece que todo lo que ocurre está sujeto a una ley común aplicable a todos. El sujeto invitado justifica y avala la veracidad, la falta de trampa del mago, así como la supuesta objetividad del público.

En este sentido, es interesante observar lo que los propios magos escriben con respecto a lo que llaman la *elección forzada*, es decir, el conseguir que el espectador crea que está actuando y eligiendo libremente cuando en realidad se trata de un simple juego estratégico del

manipulador teatral en aras a forzar una decisión que concuerde con sus propios designios. Leemos en un manual de prestidigitación:

"Con objeto de dar a entender al público que los juegos que se practican no están preparados con anterioridad, da el artista a escoger muchas veces entre dos objetos para que se determine con cuál de ellos se ha de efectuar el juego. En estos casos hay necesidad de *forzar* la elección."

El mago nos explica cómo hacer que un espectador invitado a subir al escenario como *partenaire* en un número determinado elija lo que el mago desea, sin evidenciarlo, haciéndole creer que ha elegido libremente. En realidad, se trata de juegos de manos muy rápidos y hábiles, difícilísimos de detectar. Y que no sólo afectan al *partenaire* sino también al público que observa, el cual tiene que estar persuadido de que el número se realiza con total transparencia. ¡Para ello se encuentra alguien del público en el escenario! Tras explicarnos diversos trucos por los cuales "guiar" la libertad de elección del público, concretamente en un juego de escamoteo de un anillo entre dos panecillos, nos detalla cómo persuadir al público cuando hay grave peligro de ser descubierto: "El espectador teme insistir en su negativa para no causar desagrado entre los presentes, y al preguntar el artista si el panecillo que queda es el que había elegido para ejecutar el juego, suele ser un *sí*, más o menos forzado, la contestación que se obtiene. De este modo puede continuar el artista con toda tranquilidad su juego."

La estrategia consiste en introducir al público en el universo de la escena, mediante un espectador concreto al que se le pide su colaboración en el número. No para hacerlo simplemente partícipe, a título individual, en el juego de manos, sino para convertirlo en el prisma a través del cual el público accederá a la fantasmagoría. Lo público, el estar bajo las luces, genera la legitimación de la mentira. El espectador interpelado teme "insistir en su negativa para no causar desagrado entre

los presentes"; en otras palabras, en un escenario ¿cuántos se atreverían a delatar al mago si intuyesen el truco? Ese espectador confirmará la supuesta realidad del escenario, le otorgará una garantía de "verosimilitud". En los espectáculos de juicios y tribunales emitidos por TV, por ejemplo, se produce una absorción del espectador en la trama, llegando a conseguirse que éste influya en el verdadero discurrir de las deliberaciones y las sentencias a través de los medios de comunicación. Los mecanismos, en este caso, se ponen a disposición del cliente visual, pero con el tapado efecto de conseguir determinadas influencias de opinión pública en los procesos: "No se modifica sólo en el cambio de escenario al acusado y a los miembros del tribunal modificando sus comportamientos en el set, sino al espectador, que erigiéndose en "opinión pública" más que como ciudadano deseoso de transparencia informativa, se siente "como si" formara parte del proceso".

Sin embargo, la estrategia no acaba ahí. De hecho, la fusión del espectador con la escenificación busca también que éste devenga un "efecto" dentro de la opereta, como si de un mecanismo más se tratara, a modo de resorte recóndito que espera ser accionado. La creación de ese efecto se proyecta para ganar del público una predisposición a verlo todo, incluido el espectador sobre el escenario, como virtual. Tanto el truco como el efecto son fenómenos virtuales. La realidad de la escena se suspende así en un interregno paradójicamente continuo, perfectamente aplicable si se buscan estados de conciencia consensuados, acrílicos.

Frente al monitor de televisión, vemos en tiempo real el coche de O. J. Simpson perseguido por la policía. Casi parece que sea en cámara lenta. Pero incorporados en la imagen también se encuentran los espectadores que "in situ", a lo largo de la autopista, observan al coche pasar. Drama visual hiperbarroco que introduce al espectador en la propia escena, confiriéndole verosimilitud, y por lo tanto legitimidad. Pero, ¿legitimidad sobre qué?... Sobre el espectáculo mismo. ¿Por qué hay

público en los programas de televisión como concursos, debates, etc.? Sin público, sería menos real.

No es en absoluto extraño observar cómo, por ejemplo, en el Barroco, época en la que el concepto de ilusionismo comienza a definirse desde una perspectiva moderna, es decir de mano de una economía mecanicista de la vida, la idea de introducir al espectador dentro de la maquinaria visual se convierte en la quintaesencia de la estrategia comunicativa. Una estrategia que es compartida tanto por los intereses de los artistas, en su búsqueda por ofrecer otras lecturas y ópticas que se alejaran de la imagen de perspectiva central y moral del humanismo renacentista, como también por las élites sociales y políticas del momento, y más concretamente por la Iglesia, tras el Concilio de Trento, celebrado a mediados del siglo XVI.

Las técnicas barrocas, y no decimos barroco en un sentido alambicado o de retorcimiento sino de algo intrínsecamente creado en aquel momento (y asumido desde entonces por muchos discursos políticos), representan en nuestros días las mecánicas retóricas con más éxito en los programas diseñados por las instituciones a la hora de representar la realidad y establecer campos de producción política. La introducción del espectador en la escena del mago, o el interés por ejemplo del papado romano barroco –a través de Bernini– por simbiotizar al espectador en las escenografías institucionales, tienen hoy su correlativo en fenómenos cotidianos muy presentes entre nosotros: por ejemplo, las risas o aplausos enlatados en los programas de televisión, o por citar otro caso popular, las encuestas o sondeos de opinión. En multitud de concursos, comedias, actuaciones, etc, surgen, perfectamente ubicadas, risas, aplausos, gritos, etc, todos ellos previamente grabados, y que a modo de guión de comportamiento sustituyen nuestra expresión natural como espectadores por códigos que son difíciles de eludir y que además forman ya parte de la propia

estructura de la emisión. La cadena norteamericana CBS constató hace algunos años que en la actualidad una comedia sin risas enlatadas es prácticamente ignorada por el público. Este, según esta cadena de TV, está tan acostumbrado a esos dictados de interpretación que, en una prueba realizada con dos grupos de 50 personas, muy poca gente del grupo que visionó la serie sin risas pregrabadas consideró graciosa la emisión. En cambio, el grupo que vió la comedia tal y cómo normalmente se emite, consideró que se trataba de un programa divertido y jocoso.

Mecanismos ocultos, sólo conocidos por especialistas que formalizan una ilusión por la que todos nos regimos; es la norma que nos hemos dado para entendernos. La ilusión, el efecto del escamoteo, se legitima como ámbito en el que encontrar el consenso; es bueno tanto para el mago, como para el público. Sin embargo, el control de la mecánica sólo está a disposición del iniciado, siendo esencial que no se sepa el truco de antemano, ni tampoco después, pues así se asegura el éxito de la fantasmagoría, de su capacidad para crear expectativas. Creándolas, no obstante, el mago realiza un grácil pirueta, porque en la medida que el efecto y la atmósfera que lo crea es predecible –aunque nunca sepamos *cómo lo hace*–, la magia, algo completamente inverosímil, se hace creíble, susceptible de ser real, capaz de crear certeza, cotidianeidad, evidencia. En pocas palabras: si somos capaces de predecir un fantasma una y otra vez sin saber a qué se debe su aparición, es que o somos nosotros mismos unos magos o es que simplemente somos imbéciles.

"Sea como fuere, si, hoy en día, los comentarios se refieren a menudo a estafas o imposturas, blanqueamientos o tráficos diversos, muy rara vez o nunca mencionan lo inexplicable o increíble, es decir, sencillamente la verdad que ha pasado inadvertida. Era verdad, y nadie la tuvo en cuenta. ¿Por qué? Porque era verdad. De una veracidad pura, no mezclada con ninguna falsedad que la hubiera vuelto verosímil."

¿Es posible que seamos unos ilusionistas que no saben las reglas por las cuales hacen sus números? En el ámbito de la representación es donde el poder despliega su gran ejercicio de retórica, porque es el único lugar en el que se hace posible hacernos partícipes si temer a que querramos saber porqué. Las instituciones, mediante los medios de comunicación y otras técnicas de representación social buscan sobre todas las cosas convertirnos en parte sustancial de sus programas de implementación política porque el dominio del espectáculo se fundamenta en la ausencia de preguntas, en la ausencia del conocimiento previo de la estrategia utilizada. Somos magos, porque las elites sociales y económicas quieren que nos sintamos como tales, de manera que sea imposible distanciarnos de las mismas ilusiones que nos son mostradas continuamente. La ausencia de preguntas, sin embargo, se presenta con preguntas. El espectáculo es más sibilino que una simple recreación de la realidad. Su verdadero núcleo magnético reside en el espectador mismo, cuando responde a las preguntas que aparece y por tanto legitima el juego entero. Sin la totalidad del juego, es imposible el espectáculo. El espectáculo no es simplemente una técnica circunstancial sino "todo un mundo", como dijo Debord. Un mundo autónomo, autoreferente, eso sí, y que, a su vez, obliga a no salir de él. "Al fin hemos hecho un mundo a tu medida; ahora no reniegues de él", podría ser su slogan principal.

El prestidigitador, lo mismo que el programador social, busca ante todo que el ámbito de la disciplina quede cerrado en sus propios muros para así sustraerse de la confusión propia de la realidad, principal enemigo mortal del ilusionismo institucional. Ya se ha apuntado que las protestas de los locos se interpretan siempre como síntomas de su locura, lo que ha llevado a una sordera extraordinaria ante las comunicaciones de quienes son considerados supuestamente anormales o diferentes. Este punto se ha sugerido muy iluminador respecto a la

percepción que el poder ha tenido y sostenido con respecto a la crítica o las actuaciones contrarias a las reglas impuestas desde arriba. La crítica ha sido y es vista como algo propio de quien critica, no susceptible de afectar otros ámbitos ajenos. La lengua crítica, ese lenguaje otro que pone en solfa y cuestiona los mecanismos existentes destinados a imponer juicios de valor y realidades genéricas, es aceptada en la medida que representa o describe un planeta distinto, un cosmos, un universo de signos que gracias a su misma autonomía existencial es leído como ajeno y por tanto inútil si éste quiere traspasar sus fronteras para enfrentarse al poder. Es justamente la especialización de cada discurso, el concepto disciplinar de cada universo, lo que sirve de base legitimadora para que el poder dictamine que no puede ser afectado por otros discursos. Lo mismo que ocurre en la psiquiatría: el loco, cuando se queja, lo hace porque está loco. Así pues, la capacidad de diálogo entre médico y paciente se bloquea en nombre de la razón de una de las partes, no de ambas. La crítica ejercida en contra de los mecanismos establecidos de control, relación social y consenso es etiquetada como un síntoma de la propia capacidad crítica y destructiva, no como un discurso legítimo en sí mismo, capaz de ofrecer nuevas lecturas aunque provengan de órbitas diferentes a las establecidas en el menú de lo posible.

El discurso del poder contemporáneo se basa en la premisa de que cada ámbito debe afectar estrictamente a lo que le concierne. Cada disciplina es creada para dirimir sus litigios en el terreno asignado previamente y si ésta sobrepasa sus propias fronteras, entonces se habla de disfunción, improductividad, solapamiento de funciones, etc. Durante la última gran crisis bursátil internacional a finales de los ochenta, todos los comentarios analíticos sobre cómo debieran corregirse los errores causantes del problema se movían en el terreno de los engranajes o mecanismos de seguridad. Lo que había pasado, parecieron coincidir todos los técnicos y especialistas financieros, es que las cosas no estaban

lo suficientemente protegidas de sus cosas vecinas, por lo que si algo andaba mal provocaba rápidamente el famoso efecto *dominó* internacional. Curiosamente, todos los estudios se centraban en la consecución de protocolos que gestionaran una realidad interconectada, confusa, adisciplinar, como medio de prevenir catástrofes. No está de más recordar que los orígenes militares de Internet, a finales de los años 60, se enmarcaron en la misma premisa: cómo conseguir que las comunicaciones no quedaran cortadas en caso de colapso atómico; cómo evitar que el sistema entero se derrumbara mediante la protección de cada zona respecto de las zonas vecinas.

La verdad se ha construido como un espacio inaccesible, sujeto a derecho de admisión. Puesto que no hay verdades, ya que la verdad es un valor inalcanzable, la consecución de unos determinados niveles de certeza suponen su protección y aislamiento inmediatos. Se corren las cortinas y en el afán de dotar de máxima seguridad a todo el recinto, se crean los mecanismos que, a su vez, inapelablemente se hacen secretos, invisibles. Parece imposible pensar en términos globales puesto que el sistema está montado para que las diferentes secciones del discurso y la práctica sociales estén protegidas de sobrecargas, tensiones y visitas no concertadas.

En realidad, el mapa de nuestra sociabilidad política se sedimenta sobre una plantilla muy similar a la que podría tener el terrorismo o una guerrilla. Cada individuo que participa en la trama de esos grupos está obligado a no conocer la identidad de sus compañeros, de manera que si alguien cae en manos del enemigo no pueda desvelar o dar pistas de la propia red. Nuestros sistemas de comunicación social, económica y política se basan en la misma estructura: cuánto mejor se protejan los sistemas unos de otros, menos peligro hay para el sistema general en su conjunto.

Pero a su vez, en un ejercicio berniniano de autoplegado, el sistema sobrevive porque está íntimamente conectado. La tendencia de la información y de su misma tecnología es su ubicuidad, su capacidad de conexión e interacción. La ejecución de los deseos, “la inmediatez de la implementación” como dicen los militares y economistas, se asegura gracias a la movilidad que proporcionan los recursos técnicos, los mecanismos. Los datos se conectan y en su “estar en todas partes”, se legitiman y adquieren un valor añadido. La interactividad, y su velocidad, se desparraman como si éstas fueran las verdaderas leyes de la transparencia, y por tanto la vacuna perfecta para combatir el secreto. Así, los medios de comunicación modernos, a través de las nuevas tecnologías de la información, han creado un nuevo espacio político en su relación con el secreto y la mentira. De repente, parece no haber ningún espacio para lo oculto, para lo secreto, para la sospecha. La transparencia, la inmediatez de la información están transformando aparentemente nuestra concepción de lo público. Lo privado y lo público, parecen haberse fundido en un estadio superior en el que se prima el acceso general, la disponibilidad del conocimiento instantáneo. Hoy, nos inundan programas de TV cuya única finalidad es mostrarnos en carne viva la vida de gentes, algunas definidas como públicas (profesionales del espectáculo) y otras descritas como privadas (historias de vida, videos domésticos, reality shows). Por otro lado, el máximo valor de la información pública es el estar en el lugar de los hechos lo antes posible, en los asesinatos, en las guerras. Si se produce un determinado acontecimiento político (un congreso de partido, una reunión secreta entre políticos, un rumor) el éxito informativo se define por conseguir información privilegiada del mismo, a través de informantes, grabaciones de conversaciones o pactos mediáticos. La transparencia se convierte en un valor superior pues simula descorrer una pesada cortina para destapar el secreto. La transparencia se supone el elemento fundamental del

sistema, basado en la publicidad de los mecanismos que asegure a su vez un control sobre las intenciones. Así, por ejemplo, el veredicto del jurado que juzgó a Mikel Otegui fue revocado por un tribunal superior porque apreció “un defecto consistente en haberse abstenido de explicar sucintamente los motivos de su persuasión” a la hora de emitir su fallo sobre los hechos. El problema detectado por el tribunal se definía como una mera cuestión de transparencia.

Lo curioso de la apariencia, es que la realidad es otra, sin dejar de ser la misma. La protección de unas áreas respecto a las otras (esto es, la justificación del mantenimiento del secreto como forma de supervivencia política en un sistema fundado, aparentemente, en la ley de la transparencia) también promueve una mayor capacidad de movimiento a la hora de sortear las supuestas normas de actuación, pues la localización, vigilancia y control de los infractores es infinitamente más complicada de ejecutar. No es casualidad, pues, ver cómo fenómenos como Internet ponen nerviosos a determinados centros de decisión, al tratarse de un sistema de arquitecturas abiertas en donde las regulaciones automáticas no influyen sobre el carácter de los mensajes que se emiten. Pero los nervios no provienen de la existencia de otras voces, quizás contrarias a las de uno, sino por el acceso de aquellas a los supuestos secretos derivados del acceso a lo público, como en el caso de Internet.

Aquel que se ha infiltrado sin cita previa y cuenta lo que ha visto en el restringido mundo de los mecanismos recibe muy a menudo la categoría de hereje. Descorre la cortina, revelando el objeto que ha estado en secreto. Aunque en último lugar, no se trate tanto de desvelar ese secreto sino la razón de por qué ese hecho era secreto.

En la medida en que el prestidigitador apela a su propio ámbito y conocimiento concreto de su profesionalidad, justificándose en el truco experimentado y sólo realizable desde la precisa técnica que sólo él

conoce, los mecanismos ocultos comienzan a legitimarse en su oscuridad o privacidad. Nosotros no conocemos el truco, por lo que difícilmente podemos ejercer una crítica de la ilusión, del efecto, como no sea el simple hecho de decir que es simple o que ya está muy visto.

No es baladí observar que la principal crítica que puede recibir un mago es aquella basada en que el truco se ha visto. Es decir, si vemos el truco, entonces el número no sirve. Esto nos lleva a pensar que todo el entramado del mago se fundamenta en la exigencia por parte de la propia audiencia de no querer saber el engranaje oculto, porque cuando éste es visto, el resultado no tiene validez, no es verosímil. Sugerente paradoja, cuando la verosimilitud es la condición de lo que puede ser creíble, cierto. El objetivo, la meta de la prestidigitación es el truco, porque éste se basa, se legitima justamente en la necesidad del secretismo de los mecanismos utilizados para conseguirlo. El espectáculo, pues, promete la consecución de una realidad ilusoria que mantenga en vilo la visión pero conculcando, anulando la posibilidad de conocer por qué ésta se produce y qué necesidad hay de ella. Por tratarse de una ilusión, la necesidad de preguntarse sobre la necesidad de la misma desaparece. (El poder sabe muy bien que es imposible crear una idea de consenso en la que hacer participar a la mayoría, y legitimar así por tanto sus propias acciones y decisiones, sin adoptar una formas sociales de comunicación que ofrezcan una justificable pátina de unión e identidad común. Aquí entra pues la luz del espectáculo.)

Las instituciones, conjunto de mecanismos programados bajo la premisa que Kant formulara, esto es “actúa de manera que lo que hagas es lo que haría todo el mundo” –la premisa del “bien común”– parecen haber encontrado una funcional respuesta a la cuestión de su legitimidad: puesto que es imposible designar una verdad fundamental aplicable a una gran cantidad de estratos, se opta por ofrecer una realidad en la que todo sea posible, es decir una realidad superpuesta

que pueda ser controlada, variada a voluntad y sometida a los designios de un reducido grupo de programadores, a los que hemos encomendado exactamente esa tarea. Esta nueva realidad necesita dos fundamentos básicos para instalarse en la sociedad, sobre la vida real: el primero es dotarla de una supuesta experiencia vital por la cual pueda ser legitimada, es decir, originar la necesidad de la misma, crear el deseo; y el segundo fundamento, construirla de manera que responda a unos estímulos verosímiles, creíbles. Estas dos normas son claves para justificar socialmente los mecanismos de control. En esta realidad virtual, en este mundo de la representación, las causas y los efectos no responden a ningún tipo de premisa real sino únicamente a los condicionantes dictados desde la pura ilusión. Es justamente porque no vemos las correas, los hilos, las poleas que generan el espectáculo por lo que el valor de la ilusión se sostiene.

Muy a menudo ocurre un fenómeno que en realidad constituye la esencia misma de lo que estamos comentando. Ante el espectáculo de lo virtual, de los anuncios, de la televisión, de la tecnología aplicada a la comunicación o la política, etc, nos decimos, a manera de comentario crítico: “Bueno, ya sabemos lo que hay. Es obvio y evidente que se trata de un mundo falso, irreal”. Esta asunción de lo que es considerado obvio es precisamente el efecto deseado por el espectáculo, por las instituciones de prestidigitación social. La ilusión parece evidente sin saber cuáles son los mecanismos que la producen. Damos por real, por cierto, por obvio, algo que no muestra su propia configuración, algo que existe gracias a su total falta de transparencia. Como el mago. Su número es, existe en nuestra conciencia porque sabemos que no debemos ver el truco, puesto que si lo viéramos, no querríamos ver más magia. He aquí pues la contradicción fundamental en la que nos movemos: queremos magia porque no vemos el truco. La no visión del mismo es su base nuclear, pero también la base misma del deseo social de espectáculo. El

nexo de unión entre ambos es la idea misma de lo *evidente*. Desconfigurar esa evidencia es lo último que a un mago le gustaría ver.

Pero hay otra cosa. El ilusionista se conduce bajo una premisa fundamental: es consciente que los mecanismos pueden ser percibidos desde una óptica moral. Eso ocurre porque el público es plenamente consciente de la necesidad de mantenerlos ocultos para que el truco sea exitoso. Si éstos se muestran entran en el terreno de lo perceptible, de lo compartible, de lo moral, de lo criticable, por lo que el secretismo del engranaje adopta una nueva dimensión: la justificación del error, porque el error no es otro que la visibilidad del truco.

Un truco es malo sólo cuando se vé.

La propaganda de lo que no se vé

El mago es, fundamentalmente, un propagandista. Propagandista en el sentido moderno del término acuñado por primera vez por la Iglesia Católica en 1633 cuando fundó la Congregatio de Propaganda Fide: *propagare*, plantar esquejes para su multiplicación. O conseguir que una determinada idea se asiente en ciertos sitios, quedando así legitimada para su posterior generalización.

Así pues, el prestidigitador es un propagandista en la medida en que conforma una determinada percepción entre los espectadores, y especialmente en algunos de ellos, los cuales sirven de transmisores hacia el resto de la audiencia. Al subir el invitado al escenario, éste deviene también espectáculo. Ello le sirve al mago para distraer, pero sobre todo para hacer de él un medium; una función pantalla sobre la que dirigir la potencial carga crítica del espectador.

Cuando vemos por televisión un número de hipnosis, la atención es proyectada esencialmente sobre las personas sujetas a la prueba y no sobre el carácter de la estrategia utilizada. El personaje se convierte en

eso, en personaje teatral. Si embargo, para determinar la bondad o efectividad de la narcótica sesión, este personaje debe ser real, inocente y no formar parte del "tinglado", de la misma manera que en un juicio el valor de un testigo se mide por su imparcialidad. Su fiabilidad, su verosimilitud como sujeto inocente es el prisma a través del que construimos un valor de calidad, certeza y verdad sobre el número en cuestión. La paradoja consiste en que su función sobre el escenario es como la de todo actor, interpretar un papel, aunque ese papel sea el de no tener ningún papel. Por eso está allí, con su ropa de calle y su cara cotidiana.

El hipnotizador, el ilusionista juega con la consumición psicológica del invitado por parte del público. Dada su inocencia y su predisposición a someterse como un canal objetivo de la mirada, el mago lo utiliza como cebo para ser devorado, en la medida en que se somete a la luz pública como responsable último de la legitimidad del mago. Los programas de "historias de vida", o los omnipresentes *reality-shows*, proyectan sujetos que adquieren esa dimensión porque son emplazados para objetivar una situación pero al mismo tiempo ellos son también las encarnaciones de la misma. Su fagocitación es el mecanismo por el cual se protege el propagandista, el prestidigitador.

Observemos, por ejemplo, el "sufrimiento" que se deriva de la observación del personaje sometido a prueba. El sujeto, inconsciente de las trampas y de los resortes ocultos, nos hace "sufrir", porque su desvalimiento es objetivo de nuestro apetito. Más de un director de cine negro, al referirse al suspense, ha dicho que el secreto está en decirle al espectador dónde está la bomba, pero no permitir que los personajes de la historia lo sepan: "si no fuera así, crearíamos un susto de un segundo en lugar de 90 minutos de ansiosa expectación y respiración contenida".

Desde platea, desde casa, ya nunca más espacios escindidos del escenario, observamos el espectáculo de lo oculto a través de la desaparición de lo real.

...

Situémonos por un momento en las Ramblas de Barcelona. Una imagen muy habitual en ellas, hacia el final de la tarde, es un grupo de personas alrededor de una improvisada mesa de juego hecha con un caja de cartón: hablamos de los famosos *trileros*. Sobre la caja, un personaje mueve tres cubiletes con velocidad y destreza. En alguno de los cubiletes se encuentra una bolita, un garbanzo o lo primero que se tenga a mano. Se trata de adivinar tras los raudos movimientos del conductor, dónde se encuentra finalmente el garbanzo. Alrededor de la mesa, un grupo de personas apuestan y ganan muy a menudo. El conductor del juego anima a los apostantes a seguir jugando; los billetes pasan ostentosamente de mano en mano. Sin embargo, ninguno de los jugadores es un jugador real. Todos ellos forman parte del grupo de timadores. Si un viandante poco avisado se para a observar el tinglado, lo que verá será jugadores, en principio tan inocentes como él mismo, que simplemente están ganando dinero con suma facilidad. Si finalmente se decide a jugar, es muy probable que gane –que le dejen ganar– la primera o incluso las dos primeras veces. Sin embargo, irremediabilmente perderá dinero en las sucesivas. Por esa razón, jamás se le deja a un jugador inocente jugar mucho ni tampoco que pueda observar a otros jugadores inocentes jugando, pues tras perder dinero está especialmente sensible respecto al descubrimiento del truco, del secreto, lo que puede ahuyentar a otros posibles jugadores.

¿A qué se debe pues que un viandante se decida a jugar si no es porque ha identificado a otra persona como "segura", de la que fiarse?

Uno de los fundamentos más importantes del timo, si no el principal, es la construcción de la inocencia; el conseguir que la inocencia sea lo más verosímil posible. También en este sentido, los trileros son propagandistas pues delimitan una cadena publicitaria verosímil, plausible, con el fin de llegar a un estadio (persona) ulterior del que sacar un beneficio. Con algunas variaciones de jerarquía "ética", esto también podría aplicarse perfectamente al mundo de las loterías y de los casinos.

No obstante, aún podemos estirar un poco más el hilo (y valga la metáfora de magia). Cuando el viandante opta por participar en el juego de los trileros lo hace en función de lo provechoso de la situación: ganar dinero con el mínimo compromiso. Se apunta a jugar porque la situación (como hemos visto, falsamente creada) indica que existen posibilidades reales de ganar. Es decir, en la medida en que la mentira no queda desvelada es posible la captación de inocentes. Aunque esto parezca una obviedad, supone el rasgo más intrínseco del juego de la prestidigitación y de la ilusión en el espectáculo: la mentira es el procedimiento más eficaz en la propaganda y en la publicidad, porque cuando tiene éxito pasa desapercibida.

...

Definamos la propaganda como el intento deliberado y sistemático de conformar las percepciones y de dirigir el comportamiento para conseguir una respuesta en consonancia con la voluntad intencionada del emisor. Añadiríamos a esto que la esencia de los muchos posibles métodos empleados se basa en el uso expresamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y técnicas psicológicas similares y que, algo no menos importante, la propaganda siempre se mueve en una estructura sociocultural determinada, sin la cual no pueden comprenderse sus aspectos psicológicos y culturales.

En la propaganda, el secreto y el camuflaje son los dos ejes por los que se legitima la operatividad del mensaje emitido. El secreto se erige como la fuerza necesaria que garantiza el éxito de la operación. El camuflaje se traduce en disponer de la consiguiente aceptación: sirve para infiltrarse. Robert Houdin actuó en Argelia durante algún tiempo, siendo en realidad enviado por el gobierno francés para embaucar a los jefes religiosos del lugar.

El conocimiento de un secreto constituye una fuerza, y ella misma es celosamente mantenida en secreto. De esta manera, el secreto supone un cierto status de poder y control; una especie de conocimiento directo y real que no puede ser desvelado al público en aras a fundamentar el éxito del número, si se trata de magia; de una política apropiada respecto a los intereses de una institución, si hablamos de política; de la necesidad de mantener los objetivos ocultos al enemigo, si tratáramos entre militares; o del mantenimiento de una verosimilitud comunicativa, si nos movemos en el terreno del espectáculo mediático. En realidad, se trata de que los demás no lleguen a conocer lo que tú sabes, de lo que se infiere que más que esconder determinada información es mucho más importante que los demás sepan que tú tienes algo que ellos no saben.

Maquiavelo ya habló del gobierno como el conocimiento y usufructo de los "arcana imperii" y de la proyección pública de esa posesión hacia el exterior; sólo de la posesión, no del contenido.

La política y la ciencia se mueven desde Maquiavelo. Antes estaban quietas; no necesitaban distraer. En el corazón de ambas está la legitimidad del bien común, de la masa social por cuyo interés las instituciones deben adquirir plena autonomía. Esa autonomía es el valor fundamental que se alega en su proyección externa para justificar la necesaria seguridad de la misma.

Las deliberaciones de un consejo de ministros están sujetas al juramento de sus miembros de no revelar ni una palabra de lo que allí se

diga, sin embargo los gobiernos se esfuerzan denodadamente en informar de los resultados derivados, de propagarlos. Durante la Gran Depresión norteamericana de los años 20, se crean por primera vez grandes firmas y departamentos especiales en las grandes empresas, destinadas a una actividad que se prolongará *ad infinitum* durante todo el siglo XX: las relaciones públicas. Se trataba de convencer a las masas de trabajadores sobre la bondad de brutales políticas laborales en un momento de extrema tensión. En política –como en el mundo empresarial–, el secreto legislativo como el administrativo han sido siempre asuntos que han buscado hacer secretos los procedimientos; los resultados, es decir las leyes, ordenanzas, regulaciones, etc, son de curso público. Lo importante del secreto no es tanto lo que contiene oculto como su fuerza retórica, su capacidad de persuasión.

Por su parte, "los hombres de ciencia, divulgadores encarnizados, pretenden que todos sus descubrimientos sean "puestos en claro" y difundidos. Pero basta pensar en todas las grandes carreras contemporáneas que apuntan al descubrimiento, para darse cuenta de que cualquier laboratorio usa todas las técnicas para "mantener en secreto" y "codificar" a fin de que el laboratorio competidor no sepa lo que se está haciendo. En consecuencia, para los hombres de ciencia es absolutamente obvio el máximo secreto en sus operaciones y el máximo de divulgación en sus resultados".

Uno de los más grandes negocios de nuestro planeta es el universo tanto de las patentes (secretas) como de los nombres de los productos farmacéuticos (exclusivos).

...

El motor de las sociedades o grupos que funcionan con secreto es el juramento de fidelidad al otro, que al mismo tiempo es un juramento

de mantener el secreto. El juramento altera radicalmente las relaciones sociales: crea la más intensa relación de fidelidad que se pueda imaginar y al mismo tiempo la más radical y amenazadora relación con el otro. Desde el momento en que uno jura compartir un secreto se convierte en alguien capaz de traicionarlo.

La traición sólo existe en la medida en que alguien de "dentro" desvela los mecanismos. Porque la traición es la traición de un secreto y la corrupción es habitualmente secreta, cesando su existencia cuando se muestra públicamente. El aliciente del secreto para el poseedor del mismo consiste en parte en estar entre los pocos que tienen acceso al secreto de cómo traicionar un secreto.

...

Carl Hertz, famoso ilusionista norteamericano, escribió en sus memorias lo siguiente sobre la función de la chica que le acompañaba en el escenario: "Se realizó debidamente el juramento y se firmó un contrato, con lo que la Srta. Emelie D'Alton se convirtió así en mi ayudante. Un poco más tarde, para asegurar si cabe más mis secretos, la Srta. D'Alton se convirtió en la Señora de Hertz".

...

Daniel Ellsberg, un ex alto funcionario del Departamento de Estado de los EEUU, realizó en 1973, ante una comisión del Senado norteamericano, una de las más reveladoras lecturas sobre la noción y la existencia del secreto en una democracia, en referencia al efecto que la información reservada tenía en las mentes de quienes compartían su acceso. Ellsberg, como el mago que un día se decide a revelar los trucos, fue inmediatamente acusado de hereje. He aquí algunos pasajes:

“Los *Informes del Pentágono* me revelaron, sobre todo, un estilo conspirador en la toma de decisiones ejecutiva, un estilo del que fui parte en los doce años que he trabajado en ellos. ¿Por qué nuestros funcionarios ejecutivos han sido inducidos a actuar como si fuesen miembros de una conspiración? (...) En diciembre de 1968, en el Hotel Pierre le dije a Henry Kissinger: Te sentirás como un tonto por haber escrito tantas cosas sin tener esa información especial que te permite juzgar... Pero ese sentimiento sólo durará una semana o dos, porque después de una semana o así de haber tenido generales de cuatro estrellas trayéndote maletines especiales, bolsas especiales, libros de los que sólo puedes disponer tú y tu jefe y unas pocas personas más... y ciertamente no miembros del público, te olvidarás que fuiste una vez un tonto y recordarás solamente que todos los demás que no tienen esta información son tontos. Aún más, al firmar los contratos que te dan acceso a esa información, llegarás a entender que la única forma verdadera de mantener secretos es mentir. Un contrato que contemple estas acreditaciones, y éstos son acuerdos esencialmente contractuales en el Ejecutivo, es un contrato para mentir. Si se te pregunta si tienes una determinada acreditación, no se te permite decir “sin comentarios”. Tu deber es mentir y decir que no la tienes. Si se te pregunta acerca de los contenidos, tienes que mentir y decir que no sabes nada acerca de los supuestos contenidos. El efecto de esto es que tendrás que mentir, y tendrás éxito mintiendo, e incluso engañarás a tus antiguos colegas. Descubrirás, en colaboración con miles de otros funcionarios ejecutivos, todos ellos diciendo la misma historia de encubrimiento, que es fácil engañar a la gente. Y eso es lo que el Presidente aprende. Hay de verdad secretos y están bien guardados. La idea de que todo sale en el New York Times no es cierta. Nunca he conocido en doce años a un periodista que pudiera llegar a imaginar con qué frecuencia y con qué facilidad le mentían mis jefes. Es una historia de encubrimiento cuyo objetivo es

evitar que la gente curioseee. Aprenderás, como lo hizo Kissinger, que hay secretos que están muy bien guardados, que la gente puede, de hecho ser engañada fácilmente si trabajas para el Presidente... El sistema de seguridad se estructura para despreciar la ley, porque no te pueden hacer responsable ante ella. Uno está más allá de la ley si cumples los deseos del Presidente, porque el Presidente está más allá de la ley. Aún más, no te pueden hacer responder ante la justicia, ni ante el público, si los secretos de tu consejo y tus acciones han de ser bien guardados. Estás a salvo de responsabilidad. A eso le sigue el desprecio por el público al que se engaña tan fácilmente. (...) Así que vives en un mundo diferente de información. Llegas a verte a ti mismo como habitante de un mundo diferente, con poderes y responsabilidades diferentes. Como digo, yo pensaba en ese acceso como en la poción que Circe dió a los hombres de Ulises que les convirtió en cerdos y en tontos. Los secretos se mantienen no sólo por este tipo de honor conspiracional entre ladrones, sino por el entero aparato de intriga. Si vosotros hubiéseis trabajado toda la vida para Secretarios Asistentes con material de alto secreto en el Pentágono, a menos que fuérais uno de los elegidos, no os enteraríais de que hay habitaciones con puertas de seguridad, con un guardián con ordenador actualizado cada hora. Uno no puede ser admitido en esa habitación, a menos que sepáis la contraseña y estés en esa lista de esa hora. Tendrá una puerta vulgar y corriente en el pasillo que no sugerirá para nada lo que hay dentro. Si entráis en esa habitación descubriréis que estáis en algo como la sala de lectura de la Biblioteca Pública de Nueva York, no en un armario, no en una caja fuerte, sino en una habitación gigantesca con gráficos y estanterías de biblioteca con material, algo de lo que no tenías ni idea que existiera. Ni siquiera sabías que el Presidente tuviese este tipo de información. Por supuesto, el efecto de esto es muy eufórico en un principio. Miras alrededor y coges cosas de los estantes y comienzas a leer e imaginar que estás a punto de descubrir todas las respuestas. Sin

embargo, puedes entrar en una de esas habitaciones y aún no tener idea de que existen otras habitaciones con otras fuentes de información, otras listas de acceso tan o más grandes y secretas. Yo diría que no es hasta que tienes cuatro o cinco de estas acreditaciones, que se te permite ver el siguiente nivel. Entonces, llegas a darte cuenta de que no hay un límite en todo ésto. Una vez tienes una docena, a partir de entonces, vives con el conocimiento de que debe haber otras que no tienes. ¿Podría haber acreditaciones de las cuales el Presidente no tiene conocimiento? Por supuesto, ciertamente, sin ninguna duda... ¿Se le podría ocultar, no obstante? La respuesta es SÍ e incluso por asociados cercanos. (...) El alto secreto es accesible a 400.000 o 500.000 personas (...) a través de canales especiales y mensajeros diferentes para cada acreditación. Los mensajeros para cada acreditación no saben de la existencia de los otros. Sesiones especiales, listas especiales de acceso, bibliotecas especiales, todas ellas separadas; la estructura de una organización de espionaje. (...) La acreditación venidera es mucho más secreta, mucho más sensible. Los miembros del Congreso o sus empleados no son de confianza, pero 120.000 sargentos, suboficiales, generales y secretarios de Gabinete sí. La siguiente acreditación superior se limita de entre 14.000 a 20.000 personas. Después, por ejemplo Henry Kissinger, se vive en un mundo mucho más pequeño, un mundo en el que sólo habitan, en lo que respecta a algunos fragmentos de información, un par de personas... Un empleado de la Casa Blanca me dijo... “Me pregunto si Henry se da cuenta que había ciertas cosas que sólo sabía él, el Presidente, y el Estado Mayor del Ejército...” Ciertamente, cuando digo que hay acreditaciones de las que el Presidente puede que no tenga conocimiento, lo digo simplemente para exponer la idea. Lo más importante es que el Presidente tiene un conocimiento casi total de todo ésto.”

...

"Entre nosotros se debe hablar con toda franqueza, pero nunca hablaremos públicamente... me refiero a la destrucción de los judíos". (Heinrich Himmler, en Posen, octubre de 1943.)

"Hay cosas que no se deben hacer en nombre del estado, pero si se hacen, es mejor callarlas". (General Sáenz de Santamaría, ex-director de la Guardia Civil, Radio Nacional de España, 1995)

Opiniones autorizadas que nos llevan a un campo suculento, que ya en su momento apuntara el mismísimo Enrique VIII de Inglaterra. El soberano mandó construir una estancia en palacio llamada la sala "sub-rosa" (*sub-rosa*, entre los romanos, significaba juramento de confidencialidad o de secreto; aún se pueden ver estas rosas en los techos de los confesionarios antiguos) en la que un reducido número de personas muy allegadas al monarca podían expresarse con total libertad frente a él, sin necesidad de utilizar el decoro propio del mundo cortesano, pero bajo la promesa de no revelar nunca el contenido de las conversaciones. La puesta en cuestión de los mecanismos solo es posible si no transgrede la norma fundamental de la ilusión, esto es, su incomunicabilidad. Si los mecanismos son criticados deben serlo dentro del ámbito particular que ha sido previamente designado. En nuestros días, las decisiones tomadas en los consejos de administración, en los comités asesores de los museos, en los gabinetes gubernamentales, etc, etc, se legitiman porque en nombre de un supuesto bien público –ilusión entre ilusiones, dogma esencial donde los haya en el ámbito del "Teatro Fantástico" del escamoteo–, los mecanismos son dejados a los técnicos y responsables apropiados para ello. Su propio secretismo se basa en que la crítica debe corresponderse con los parámetros fijados como crítica aceptable, es decir, aquella que es expresada sin el conocimiento de lo que verdaderamente se decide, por lo que puede ser fácilmente catalogada con aquello de: "Bien, Vd. no sabe de lo que habla. Deje hacer

el trabajo a los que entienden”. La crítica sólo es aceptada cuando se produce desde dentro del despacho institucional, porque allí si se sabe de lo que se está hablando.

Es quizás en la tecnología donde este fenómeno se nos muestra de la forma más perfectamente política. La tecnología impone un respeto, una distancia, dada su competencia y complejidad, y a la vez fascina y seduce su mundo sorprendente, vertiginoso, positivo. Así, el respeto se corresponde a los técnicos y gestores que manejan esa complejidad, mientras la fascinación se traslada al espectador, ahora incorporado a la escena como “usuario”, quien legitima todo el embolado, dado que disfruta “como un mono”, en palabras de un responsable de un canal digital de televisión español. El bien público existe para satisfacer a los ciudadanos y la tecnología ofrece el paraíso perfecto, porque nunca se acaba. Siempre hay más.

...

El mago sólo acepta la crítica de sí mismo. Y si seguimos su propio universo de valores, tiene razón. Quizás ahí es donde nace la seducción que provoca saber de alguien que posee un secreto. Que dentro de ese universo, es invulnerable. Por eso, entrar en él es lo que busca el mago de nosotros. Con ahínco. Con entusiasmo. El entusiasmo que demuestra quien guarda un secreto a la hora de construir su propia apariencia es la piedra filosofal del espectáculo. “El espectáculo ha hecho triunfar el secreto y deberá permanecer para siempre en manos de los especialistas del secreto”.

O sea, que las instituciones que conducen el bien común y que elaboran el consenso muestran bonachonamente los efectos de sus números pero no los mecanismos por los cuales éstos se mueven. A esto, ustedes podrían rebatir que sí conocemos los mecanismos de la acción

social de las instituciones puesto que éstos están escritos, son medibles y objetivos; hay unas leyes, documentos, normas, etc, que no son tan fáciles de saltar, sin olvidar que además somos nosotros quienes los redactamos, los cumplimos y los mejoramos, refrendando su actualidad y legitimidad. Sin embargo, nos hemos dado una cultura social tal que la estrategia de proyección del poder busca su legitimación no tanto en la transparencia, que cada día le cuesta más evitar, como en la especialización individualizada. "Si sólo sé de lo mio, poca responsabilidad tendré de lo que hacen los demás". El sistema queda intacto, aislado. Si cada uno de nosotros se implica en la ley de lo concreto, en el universo del catálogo de los signos humanos, más fácil es un control en base justamente a esa participación individual y supuestamente respetuosa de la propia identidad.

...

Derrida, hace poco, ha recordado que lo relevante en la mentira (mecanismo que protege el secreto) no es nunca su contenido, sino la intencionalidad del que miente. La mentira no es algo que se oponga a la verdad, sino que se sitúa en su finalidad: en el vector que separa lo que alguien dice de lo que piensa en su acción discursiva referida a los otros. Lo decisivo es, por tanto, el perjuicio que ocasiona en el otro, sin el cual no existe la mentira. Ese perjuicio –añadimos nosotros– se fundamenta en la ocultación de la razón primera del discurso de quien habla. Sin esa razón, el otro, el que escucha en este caso, está falto de elementos de juicio para establecer una interpretación libre. El éxito de una mentira se dá cuando el resultado final es acorde con el discurso inaugural; no es necesario, por tanto, el conocimiento de las intenciones subyacentes del emisor ¿y quizás del receptor? para el establecimiento de la credibilidad.

Parece claro que la libertad de elección (*hairesis* en griego, origen de la palabra herejía) presupone la apreciación plena de todas las alternativas existentes. Pero una característica común a todo tipo de propaganda es que intenta limitar deliberadamente nuestra elección ya sea eludiendo argumentos (la declaración escueta de un sólo punto de vista con exclusión de los demás, como hace el mago) o haciendo una crítica emocional y no objetiva de la otra parte y de sus opiniones, mediante el uso de caricaturas, estereotipos y demás, como por ejemplo en la ventriloquía.

El prestidigitador busca controlar las respuestas del público mediante unas determinadas técnicas que favorezcan la verosimilitud dando la sensación al espectador de que éste es libre de elegir entre las diversas posibilidades, con toda naturalidad, siguiendo el sentido común. De esta manera, el mago sitúa su actuación en el ámbito de lo "lógico", del consenso, por lo que la ilusión recibe un refrendo de verosimilitud. Esto, a su vez, provoca un curioso *feedback*; los espectadores son manipulados para que el grado de ilusión se convierta en algo familiar y por lo tanto plausible; para que la magia, al precio de ser un poco menos extraordinaria, sea más asimilable.

Hitchcock decía que la clave para que el suspense funcione es su credibilidad. Cuanto más sencillo y hogareño sea, más auténtico resulta el peligro.

...

Muestrear, realizar pruebas de mercado o sondeos de opinión sugiere dos cosas: el acto de elegir (y evaluar) y el hecho de jugar (y eventualmente de apostar). Ambos procesos son maravillosas máquinas de escamoteo. La persona muestreada es introducida en el terreno de un show general, de un concurso excitante objetivo y real porque participa

incorporando su propia voluntad, como el espectador invitado por el mago para verificar la autenticidad y la verosimilitud del número. Rellenar determinados cuestionarios significa participar en una suerte de aventura secreta y desconocida, y sobre todo selecta. Aún más, este juego colectivo tiene mucho de identidad personal frente a la mayoría, la cual es finalmente la coartada que se da para justificar el resultado.

Se me pasa por la cabeza que es fantástico que cada vez más las encuestas reflejen un mayor porcentaje de aquellos que encajan en: No sabe/no contesta.

El problema es que también salen representados.

...

El propagandista, lo mismo que el mago sobre el escenario, no entra en una argumentación genuina, porque tiene determinadas sus respuestas por adelantado. Por lo tanto, se le hace necesario construir una serie de preguntas cuyas respuestas más plausibles sean las diseñadas previamente. Para ello, construye un universo mediático cuya función básica es proyectar en el auditorio la sensación de importancia de determinadas necesidades y deseos. Deseos, que inherentemente están sujetos a las respuestas que el mago ha establecido a priori.

Nadie puede crear emociones inexistentes; el propagandista, el publicista, se limita a evocar aquellas actitudes del espectro total existente en su auditorio que encajan en sus planes; actitudes que pueden ser innatas pero que, por lo general, son socialmente adquiridas. El mago querrá suscitar un deseo de algo, con la intención de sugerir más tarde que él es el único que tiene los medios para satisfacer ese deseo.

El mago es el hada madrina más querida del capitalismo.

...

La posesión del secreto, su uso, obliga al tenedor a construir unas relaciones personales y sociales que están en función y en constante relación con el hecho del ocultamiento.

Todo el universo de la propaganda está construido para negar la evidencia del mensaje secreto que se transmite. Las técnicas que el ilusionista proyecta en la audiencia no sólo están encaminadas a que el truco salga bien sino a hacer que el público se distraiga de cualquier intento de adivinanza o crítica. El mago realiza sus manejos con el fin de que éstos no se vean. El mejor mago es el más mañoso, aquel que mejor entiende el camuflaje. Para ello, recurre a una ambientación que distraiga, que divierta, en el sentido de situar la mirada del espectador en un estadio receptivo en el que se vea el resultado pero nunca ni el más mínimo asomo de los procedimientos.

La palabra “secreto”, viene en realidad de una interpretación del verbo *secerno*, que significa separar, poner aparte. Así, no es extraño que el prestidigitador realice pequeñas obrillas teatrales alrededor del truco mismo o que se demore en la realización mediante bromas o ejercicios paralelos. Todo acaba siendo espectáculo, sin otra finalidad que la de distraer la atención del público sobre lo esencial, que es el secreto mismo. Poner aparte la realidad (siempre teniendo en cuenta que es *su* realidad) de la visualidad, basada en el anuncio del secreto, de su existencia, no de su contenido.

Un mago siempre actúa en movimiento y con música de fondo. Nunca está quieto y a nadie deja del todo quieto. Necesita una mirada brumosa. Hay algo de efecto miope en su quehacer.

El ubicuo Harry Houdini, inventor del espectáculo contemporáneo, escribió: "Siempre me impresionó la facilidad con que los pianistas pueden leer e interpretar a vista alzada las piezas más difíciles. Observé que, con práctica, sería posible crear una certeza de percepción y

facilidad de pulsación, facilitando que el artista atienda diversas cosas simultáneamente, mientras sus manos se ocupan de las tareas más complicadas. Esta facultad es la que deseaba adquirir y aplicar con maña y destreza. Poder utilizar esta ventaja y traspasarla al público se me hizo primordial, porque así podía evitar que éste estuviera pendiente de los movimientos de las manos."

La máxima condensación del movimiento se consigue cuando alguien sube invitado al escenario. Es un momento expectante, eléctrico. Todos agachamos las cabezas como si estuviéramos en la clase de matemáticas de 8º y el profesor fuera a llamar a alguien para "salir a la pizarra". Es el momento de máxima sugestión.

Ese alguien no está allí para asegurar que todo es correcto, sino ¡para dar constancia de que no vé el truco!

...

Privados de criterios de verdad, los interlocutores ya no están en condiciones de defenderse. Los acontecimientos transmitidos por el espectáculo reposan sobre el efecto de irrealidad o hiperrealidad ofertado. Lo imaginal, lo *re-real* parece no tener ya un valor añadido en el mundo de la representación, sino que es ya toda una realidad. Su debate, por tanto, no puede establecerse mediante referentes claros. No en vano, una de las principales discusiones que se dan en los hogares, frente a la televisión, es la de la realidad o virtualidad de lo que se está viendo: si esto o aquello es real o es un montaje; si es un documental o una representación ficticia; si es play-back o sonido directo. Así, las discusiones giran entorno al propio espectáculo del medio, lo que en definitiva consigue que se deje en un segundo plano el mensaje en cuestión, y aún más que se perciba el mensaje o la noticia en función de su verosimilitud como fenómeno espectacular.

El general Schwarzkopf hizo de nosotros fabulosos magos con nuestras varitas de mando a distancia, zapeando entre los canales, entusiasmados, haciendo aparecer en la pantalla desiertos en rojo electrónico, visiones láser de la nada, alucinaciones ópticas que, por supuesto, nada tenían que ver con la muerte. Al fin y al cabo, se trata de hacer desaparecer cosas, no de que parezca que se mueren.

...

Una ley fundamental de la prestidigitación y del espectáculo en general es la del anonimato del receptor: los individuos que forman parte del público permanecen personalmente desconocidos para el que hace la comunicación. El conocimiento lleva demasiado cerca del truco con el consiguiente peligro de visionado. El espectáculo exige un público numeroso, que excluya toda interacción cara a cara.

Los trileros se enfadan "especialmente" cuando algún jugador permanece junto a la caja de cartón después de jugar.

...

El espectáculo existe para que nosotros nos veamos en él y podamos establecer una relación directa entre nuestra representatividad y la bondad del medio como portador de esa función de enlace. El espectáculo, sin embargo, ofrece el paraíso social de la representatividad cuando, como mecanismo de sugestión, sólo es capaz de proyectar representabilidad. El espectáculo no puede ser representativo, porque para ello debería mostrar sus resortes y ruedecillas dentadas. Lo que sin duda nunca permitiremos.

...

No se trata de que tengamos alguna vez quince minutos de fama, sino que nos obligamos a disfrutar de ellos. El espectáculo se basa en buena medida en la *psicofagia*: la sugestión de una necesidad compulsiva de devorar, fagocitar la psique. Eso ocurre porque en el espectáculo no se cumple esa máxima kantiana que ya hemos comentado –“lo que es bueno para mi es bueno para los demás y viceversa”–. En el espectáculo, quieres que pasen cosas que nunca querrías para ti.

El problema es cuando hay alguien que no se ríe. La presencia de un espectador con un rictus severo en la expresión molesta a la audiencia y desasosiega al mago.

Quizás por eso el poder-espectáculo le tiene miedo al silencio. De entrada, siempre piensa que el silencio es consciente y voluntario, que es un silencio *emitido*, por lo cual conviene reprimirlo dado que niega una comunicación pactada de antemano en nombre de la comunidad; pone en solfa, mofándose, el sistema establecido de diálogo. Pero el silencio puede ser también simplemente silencio; un género de discurso que se mueve en su propia órbita y cuya onda de radio no está dentro de las frecuencias al uso, como cuando se sueña. Hay silencio porque no oímos nada. Ese silencio es sin duda mucho más hereje que el primero. Se trata de un silencio *omitido*, porque sencillamente obvia el sistema de representación, supuestamente colectivo. Ese es el silencio que el poder ansía cubrir, integrándolo en la red y determinando las relaciones de dependencia.

Hay dos cosas, según los magos, especialmente odiosas en un auditorio: que no se les entienda y que haya gente que se vaya de la sala. Es decir, que haya público que no siga el protocolo marcado por el ilusionista; gente que sencillamente no atiende el show. Esa presencia es especialmente molesta, porque le hace muecas a la misma existencia del sistema, del espectáculo. Se ausenta.

Una cosa es estar en contra, otra ni tan sólo estar.

...

Hacia el final de su vida, Harry Houdini anotaba en uno de sus dietarios: "No perdáis la confianza en un efecto porque se haya presentado muchas veces antes. Un truco viejo en "buenas manos" es siempre nuevo. Simplemente, mira si las tuyas son "las buenas". Y no permitas nunca cansarte de alguno de tus números. ¡Mantén siempre tu entusiasmo! No hay nada más contagioso que un entusiasmo exuberante. A través de él, siempre tendrás un público a tu disposición."

Por el documento de contrato entre Houdini y su compañía de seguros sabemos que no se contemplaba ningún tipo de "azar" en su profesión. Todo peligro se evitaba con una cuidadosa planificación, pero se potenciaba su sensación en el público. Ese era su verdadero seguro.

•••

Agradecimientos bibliográficos

Robert Houdin, *Teatro Fantástico*, Biblioteca de Juegos, Prestidigitación e Ilusionismo, vol. XVIII, Editorial Sintés, Barcelona, 1951. (ed. orig., 1906)

Houdini. His Life and Art, Grosset & Dunlap, New York City, 1976.

Walter B. Gibson & Morris N. Young (ed), *Houdini on Magic*, Dover Publications, New York, 1953.

Albert A. Hopkins (ed), *Magic. Stage Illusions, Scientific Diversions and Trick Photography*, Dover Publications, New York, 1976. (ed. orig., 1898)

Erik Barnouw, *The Magician and the Cinema*, Oxford University Press, New York/Oxford, 1981.

Carl J. Friedrich, "Nature and Function of Secrecy and Propaganda", *The Pathology of Politics*, Harper&Row Publishers, New York, 1972.

George Simmel, "The Secret and the Secret Society", *Sociology*, Benson&Bros., New York, 1961. (ed. orig., 1922)

Paolo Fabbri, "El tema del secreto", *Tácticas de los signos*, Gedisa, Barcelona, 1995. (ed. orig. 1990)

Guy Durandin, *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*, Paidós, Barcelona, 1983.

Jacques Ellul, *Propaganda, The Formation of Men's Attitudes*, Vintage Books, New York, 1965.

J. A. C. Brown, *Técnicas de persuasión*, Alianza, Madrid, 1978. (ed. orig., 1963)

Roy Porter, *Historia social de la locura*, Crítica, Barcelona, 1989.

Jorge Lozano, "Una presencia obscena", *El País*, 12-10-95.

Antoine Prost y Gérard Vincent, "¿Una historia del secreto?", *Historia de la vida privada en el siglo XX*, Taurus, Madrid, 1988.

Philippe Sollers, *El secreto*, Lumen, Barcelona, 1994.

Guy Debord, *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*, Anagrama, Barcelona, 1990. (ed. orig., 1988)

Jacques Derrida, "Estados de la mentira, mentira de Estado. Prolegómenos para una historia de la mentira", conferencia en la Residencia de Estudiantes, Madrid, 22 abril de 1997.