

Supermercado de adivinos

Modus operandi de una gran estafa pública

L. ENRIQUE MÁRQUEZ

(skeptic@ciudad.com.ar),

ILUSIONISTA, AUTOR E INVESTIGADOR DE
PRESUNTOS FENÓMENOS PARANORMALES

Uno de los negocios más prósperos que puede resultar de la actividad en los medios de comunicación de los videntes, es la labor que ésta desempeña en sus consultas privadas. Todo lo que hagan o digan en sus apariciones públicas tienen un fin inmediato: *atraer al cliente a su consultorio*.

Bajo la consigna “el fin justifica los medios” y en el juego sucio del *todo vale*, no perderán la ocasión, cuantas veces se les presente, de promocionar sus servicios. Para ello disponen de un amplio espectro publicitario que, en su variedad de opciones, les permite llegar con su *producto*, en forma rápida y efectiva, a una gran masa de potenciales clientes. Conocedores del principio de oferta y demanda, tienden sus redes y se sientan a esperar.

Saben de la buena aceptación que tienen en los medios y de cuánto les facilitarán éstos su trabajo, por lo tanto, el primer paso será buscar una buena vía de acceso que, si implica gastos, éstos sean rápida y ampliamente compensados. A la hora de optar, la decisión no es muy difícil. Está muy claro que el alcance de la televisión supera cualquier otra expectativa.

Equipo solidario de tres charlatanes que, junto con la complicidad de una famosa presentadora de televisión argentina, intentan persuadir de forma colectiva sobre sus supuestos conocimientos a una potencial clientela, que posteriormente los consultará en forma privada.



CORTESÍA DEL AUTOR

UN GRAN APARADOR

Alguien podrá decir, con todo derecho, que la televisión está reservada para unos pocos. Es verdad, pero mientras *los privilegiados* se comen una gran parte de la torta, esparcen sin pretenderlo migajas suficientes para que se alimenten otros colegas menos favorecidos. Esto es así porque los “grandes” solamente representan al rey mayor, el “pensamiento mágico en acción”, que incluye también a los otros. En consecuencia, los menos favorecidos tendrán lo suyo y hasta, quizá, con doble ración.

Hay que tener siempre presente que, a pesar de que utilicemos algunos referentes como modelos del charlatanismo organizado, todos entran en la misma bolsa de gatos.

Después de todo, son los “grandes” los que se exponen públicamente, con los riesgos que ello implica. Si ellos tienen éxito, los otros también ganan. Los *papelones* de los más favorecidos llevarán al crédulo a pensar: éstos son los charlatanes, por lo tanto, iré en busca de otros que no lo sean. Un segundo factor puede ser el prejuicio (a veces no tan desacertado) de que ellos tal vez sean muy caros porque están ahí, entonces se buscarán otros más económicos. En definitiva, el mercado sigue en pie, y el único modo de desequilibrar la balanza es tener siempre presente que, a pesar de que utilicemos algunos referentes como modelos del charlatanismo organizado, *todos* entran en la misma bolsa de gatos. Todas sus teorías (?), con algunas leves diferencias de matices, pertenecen a la categoría de los *félidos*. No busque cánidos porque no los encontrará.

Los que llegan a estar en exposición abierta al público, se encuentran en la obligación de hacer un mayor despliegue de sus “habilidades”. A mayor compromiso, mayor descaro. A mayor descaro, mayor falibilidad. Nunca quieren ser menos y se atreven a todo; su omnipotencia no tiene límites. Saben que vale la pena arriesgarse pues, si logran el objetivo, la situación del consultorio será diferente y

tendrán la partida casi ganada. Para eso deberán implementar algunos mecanismos que luego les serán útiles y se complementarán con las trampas psicológicas de gabinete.

EN BUSCA DEL CONSENSO

Lo primero que intentan obtener es el *factor autoridad*. Lo consiguen sin mucho esfuerzo y por varias razones de base: unas de *contexto* y otras de *pretexto*.

En cuanto a las primeras se impone la *falacia*¹ de *prestigio*, que sugiere que todos los que están en un programa de televisión son parte del mundo del espectáculo. Si tienen protagonismo pasan a la categoría de estrellas. A esto se suma el refuerzo de la figura del conductor o conductora del programa, que ya están afianzados en esa categoría. En la conjunción y depen-

dencia de ambas, la futura víctima hará la siguiente evaluación: “Si lo invitaron o está en ese programa debe ser bueno”.

En cuanto a las razones de *pretexto*, se escudan en una variedad de *falacias de argumento* que convencen al ingenuo y “purifican” su imagen.

En esa conjunción de formas, logran imponer su mayor arma psicológica, principalmente dirigida a un público no crítico que no está en posición de cuestionar la autenticidad de lo que está experimentando. Tampoco de analizar la situación con algún grado de certeza, puesto que están forzados a considerarlo y respetarlo. En la desesperación por encontrar solución a su problema, el umbral de objetividad alcanzará su nivel más bajo, permitiendo que se filtre con éxito el proceso persuasivo que aquéllos pretenden.

Gracias a una serie de sencillos trucos, los videntes logran imponer sus armas psicológicas, dirigidas a un público no crítico que no está en posición de cuestionar la autenticidad de lo que está experimentando ni tampoco de analizar la situación con algún grado de certeza. En la desesperación por encontrar solución a sus problemas, el umbral de objetividad alcanzará su nivel más bajo.

En ese proceso cognitivo de juego activo emisor-receptor, se produce la elaboración y análisis en función de las *necesidades* de ambos. Frecuentemente se suma un factor de refuerzo en la persuasión, que básicamente obedece a lo que se denomina *múltiples emisores*. A la variedad de falacias de un emisor se sumará la de otros tantos que son los que suelen estar invitados a este tipo de programas. No es común que haya desencuentros (hay excepciones muy humorísticas) o disensos de importancia en los *pescadores* de turno (una o dos astrólogas, una vidente, un sanador, una tarotista), incluso muchas veces se adulan mutuamente y evitan “pisarse el capote”. Estos equipos solidarios incrementan la persuasión y, más allá de que cada uno trate de destacarse del otro en un mejor desempeño y competencia narcisista, del buen resultado se llevarán todos algo. No sólo el Sol saldrá para todos, la Luna y las estrellas también.

OTROS RECURSOS

Siempre hay algo más por hacer y, los más ambiciosos y con mayores aspiraciones, buscarán tener su propio programa.

La radio también da sus frutos y pueden ser un buen trampolín para un futuro programa televisivo. Prefieren los horarios nocturnos para que sus oscuras propuestas lleguen con claridad al final del día.

Vetusto, pero siempre de mucha ayuda, es el recurso de la publicidad en medios gráficos. Ya sea mediante el uso de un aviso destacado o sólo del típico anuncio clasificado, podemos leer las ofertas más audaces que uno pueda imaginar. Una modalidad muy utilizada por los charlatanes más poderosos (económicamente hablando) es incluir en sus avisos súper-destacados “testimonios” de personas que han solucionado sus problemas gracias a sus servicios.

Por lo general, la publicidad en diarios y revistas es un recurso complementario. Estos charlatanes aplican perfectamente el

principio de Klapper (1974): “el uso combinado de varios medios masivos, más el contacto personal directo, formal o informal, constituye una técnica de persuasión especialmente eficaz”. Comienzan con un avisito económico y, a medida que los ingresos se incrementen, habrá oportunidad para una promoción más selecta y costosa. Una vez que hayan apuntalado esta etapa, la pecera estará lista para llenarla de pececitos de todos los colores.

MORDIENDO EL ANZUELO

El primer factor de importancia cuando una persona llega al consultorio es su propia presencia. El vidente sabe que el que lo va a consultar lo hace porque le otorga cierta credibilidad a estas cuestiones. Está depositando confianza y esperanza en el “mago” y su “magia”. Tiene un problema, necesita una solución, y confía en que el brujo tiene poderes para dársela. Obviamente, nadie en el mundo está dispuesto a desembolsar dinero para ser defraudado. Esta es la gran ventaja con la que ya cuenta el consultor. La ecuación inmediata será: *presencia = credulidad*.

El adivino estará aguardando al otro lado de la puerta, frotándose las manos como el lobo que espera a Caperucita, y con gesto adusto y sonrisa falsa le dirá: “Adelante”.

Lo que el cliente ignora es la *valiosa información* que está proporcionando en ese simple encuentro, cuando él cree que meramente entrecruza un saludo. El brujito tiene ante sí una persona con determinadas características psicofísicas: sexo, edad, peso, estatura, vestimenta, mirada, actitud, motricidad, etcétera. Con sólo extender la mano, al recibir el saludo se encontrará con algunos in-

★ TAROT Y
ASTROLOGIA

-Técnicas Astrología Completa
Predicciones - Efectos Cero a Cero
Corrección su Futuro - Devote su
Pasado - Realice su Presente.

DRA. MONICA RONSIN
632-6206

Trabaja y trabaja hoy 206-1600

TERAPIAS Alternativas para el
bienestar físico, mental y emocional
Tratamiento integral al 644-3153
(C) 162-8506 de L a V 11:18 hs

T/ Horoscopo C 600: 1397
\$2,45 + IVA/m. Audite 311 3:24

UNION de paros 632-6206

VIDENCIA a voluntad 588-1027

VIDENCIA NATURAL
541-8512 Buenos Aires

VIDENCIA Realice un momento
compartiendo verdades (objetos
de problemas. Absoluta reserva y
seriedad 15-478-7576

VIDENTE Consejos Espirit. Don. Na-
tural. Cartas. Tarot. Leyes/magicas.
Unión paros. Amor. Carrera. De-
voción al. mala suerte. Cero. Cero. O-
gla y Poca. 10-711. Tr. día. 118. Ave-
cacho. 2237. Lanza. F. 249-2185

VIDENTE NATURAL
uniones, retornos, Apas. Resultado.
** 861-2489 ** 065-914003 **

Los avisos en los diarios son un recurso efectivo y económico para atraer clientes.



Las características psicofísicas del cliente sumadas a su aspecto exterior, siempre proporcionarán buenos indicios al adivino desde el comienzo de la consulta.

dicios que le permitirán hacer conjeturas: seguridad, nerviosismo, timidez, o cualquiera de sus opuestos. La calidad de la ropa, el calzado y/o accesorios (cartera, maletín, joyas, reloj, gafas) brindarán índices sobre el nivel socioeconómico y los gustos personales.

Cualquier comentario intrascendente puede *provocar una reacción* en el cliente que también le servirá para la *evaluación*. La manera de expresarse puede indicar el nivel cultural o de educación; el tono y acento de la voz puede advertir sobre el grado de preocupación y origen de la persona respectivamente. Su reacción ante el comentario le servirá para medir o interpretar el nivel de ansiedad o restricción para hablar. La expresión corporal del cliente también será una maravillosa guía.

NELSON ENTERPRISES, COLUMBUS, OHIO

501 TECHNIQUE OF THE PRIVATE READER

(5th Revised Edition)

There IS a special technique in private readings. Successful operators are able to astound and bewilder clients with apparent facts and reason, though unknown to them. *From whence does this strange power come?*

It is easy to "give readings," to apparently read the inner thoughts and to chart their life from "cradle to grave," IF you possess the technique—the knowledge of how to judge your subject; what to tell him and how to accurately read his reactions. Such is the true secret. This book is a complete analysis and digest of successful methods of psychological readings, with two very clever methods for telling the spectator's name. It contains much valuable information for those who wish to "read fortunes" privately. Highly recommended.



Price, in Standard Nelson DeLuxe Book form.....

\$2.00

Do. With Psychological Reading included.....

\$5.00

En su catálogo *Magia mental y artes aliadas* (1959), la empresa de Robert A. Nelson incluía varios temas en los que se trataban los secretos de la adivinación en una consulta privada.

Lo que el cliente ignora es la valiosa información que está proporcionando ya desde el primer encuentro, al abrirse la puerta y darse la mano con el vidente, cuando él cree que meramente entrecruza un saludo.

Todos estos indicios preliminares son de máxima importancia para la sesión propiamente dicha. La característica que identifica a estos adivinos es precisamente su *gran capacidad de observación*. Es un requisito primordial que poseen o adquieren e incrementan con el *entrenamiento* continuo. Cualquier tarea que requiera un contacto con el público capacitará a cualquier persona, más allá de sus condiciones innatas, para obtener una afinada percepción del otro. No es necesario proponerse adquirir esta capacidad, sencillamente el *entrenamiento* la confiere, y muchas veces se ejercita sin tener conciencia de ello. Esta aclaración es importante, porque hay muchas personas que, por una falsa relación de causa-efecto y desconocimiento del modo de acción de estas cualidades, creen honestamente que puede haber algo extrasensorial. Nada más alejado de la realidad.

Como se puede apreciar, el vidente, en apenas dos minutos, puede formarse un *mapa general* de la situación que irá completando rápidamente durante el transcurso de la consulta. Siempre estará *atento* y, sin desviar su *aguda percepción*, continuará escrutando al cliente para obtener más información. Cuenta con la premisa de que la gente que concurre a este tipo de

consultas necesita ser escuchada. En consecuencia, su primera regla será ser un *buen oyente*. No necesita arriesgar sus "videncias" hasta que encuentre el *marco adecuado*, que el propio consultante le propor-

cionará. Es *paciente* y *sabe cómo esperar*.

Su mayor *sutileza* estará encaminada a *sumar pistas*. Mediante un discurso *afectuoso* y *comprensivo* le hará entender al cliente que su *cooperación* será fundamental. Esto lo flexibilizará y lo dispondrá a una colaboración que no se hará esperar. El *despliegue* de "herramientas" (bola de cristal, cartas de tarot, runas, cartas astrales, caracoles, etcétera) cumple un cuádruple fin: aporta el elemento mágico para impresionar al cliente; le da el tiempo para observar las reacciones del consultante en su lectura; le permite pensar y elaborar el próximo anuncio o comentario, y podrá justificarse en caso de algún descuido o error evidente.

El abordaje en la consulta siempre rondará sobre tres tópicos:



CORTESÍA DEL AUTOR

salud, dinero y amor. El orden de prioridad lo establecerá en función de la pista que haya obtenido sobre el principal motivo de consulta. Para ello dispone de un *repertorio de frases ambiguas y preguntas-trampa*. Con su *oratoria*, dispersa la atención para dejar que se deslice alguna pregunta que no parece tal y obtiene la clave. Dotado de una buena *memoria*, se tomará el tiempo necesario para hacer una *devolución* de algo que pudo haber dicho el cliente, transformando el olvido de éste en un acierto suyo. La devolución nunca es directa y apresurada: con tiempo y *adornada* nadie sospechará del ardid. Las verdaderas capacidades siempre se encuentran en el *análisis lógico* y el *poder deductivo*.

Hay una regla de oro: decirle al cliente lo que desea escuchar. Poco importa cuán certeros sean sus vaticinios, siempre estarán amparados en la ambigüedad, el tiempo y el doble mensaje.

Hasta aquí, si hizo un buen trabajo, habrá conseguido *impresionar* al cliente e incrementar la *confianza* de éste en sus “poderes adivinatorios”. Todo lo que diga en el *orden predictivo* no necesitará de mayores cuidados, puesto que el adivino cuenta con el valor de la *reinterpretación* que impone a sus aseveraciones y con la *memoria selectiva* del cliente, que será su mejor aliado.



CORTESÍA DEL AUTOR

Las consultas a adivinos funcionan como una pseudoterapia en la que se crean condicionamientos psicológicos de alto riesgo.

Cualquier pronóstico que haga estará fundamentado en la etapa de asimilación anterior. Ya dispone de un *perfil* que le permite saber hacia dónde se orienta la búsqueda de sus deseos. A partir de ahí se magnifica la *regla de oro: decirle al cliente lo que desea escuchar*. Poco importa cuán certeros sean sus vaticinios, siempre estarán amparados en la *ambigüedad*, el *tiempo* y el *doble mensaje*. Imaginemos algunos ejemplos de predicciones en función del *nódulo*, que se habrá descubierto oportunamente y de acuerdo a la trastienda revelada.

Respecto de la situación laboral, el adivino podrá decir: “Aparecerán varias oportunidades, pero todavía no llega el momento. La situación mejora a partir de tal fecha.

Encontrarás algunos obstáculos, pero finalmente todo se resuelve.” Si quien consulta es una señora que sufre la pérdida de su vínculo matrimonial, el vidente afirmará: “No veo un regreso inmediato. Habrá algunos acercamientos pero todavía no se concreta. Es necesario que madure la situación, y depende de ambos que todo se solucione.” Si, en cambio, se trata de una muchacha que busca novio, la

predicción podrá ser: “Veo varios candidatos, pero todavía no aparece tu *príncipe azul*. Estás pasando por un período de análisis y aún no encontrarás el que te conforme. A partir de tal fecha la situación se torna propicia y es cuando debes estar atenta porque se presentará la gran oportunidad.”

En definitiva: *busca, interpreta y encontrarás. Ésa es tu tarea*.

De acuerdo a este desarrollo, alguien puede pensar que es muy difícil “jugar al vidente” con éxito. Sin pretender menospreciar la habilidad que, sin duda, debe tener la persona que hace las veces de adivino, el juego resulta mucho más fácil de lo que uno pueda imaginar [recomiendo: Hyman, 1977 y Corinda, 1968]. El cliente quiere viajar, tiene un coche, pero no lo sabe manejar. El adivino lo conduce y lo lleva adonde aquél desea ir. Puesto que él no está en condiciones de objetar y necesita llegar a su “meta”, no opondrá resistencia y será un “buen pasajero”, siempre dispuesto a cooperar.

También es muy frecuente ver en algunos programas de televisión la desfachatez de sus técnicas y el asombro o satisfacción del consultante.

PELIGROS

La aparente inocuidad de este “juego” no es tal. Desde el punto de vista psicológico funciona como una pseudoterapia que, en lugar de resolver conflictos, provoca otros. Sumerge al consultante en un océano mágico y lo

deja ahí con un solo salvavidas: el adivino. Todo tiene causas mágicas y debe resolverse con la “magia”, y para eso está el “mago”. El cliente nunca se hará cargo de su problema: un factor mágico-externo lo provoca y otro igual lo debe solucionar. Si la solución llega, no se atribuirá el éxito al esfuerzo propio ni al azar; comienza a actuar la mágica correspondencia de falsa relación de causa-efecto y el adivino se lleva los laureles. Será un buen motivo para que el consultante siga recurriendo a este tipo de personas, deslindando responsabilidades, anclándose en el pensamiento mágico, propio de una etapa infantil donde prevalece la tendencia animista como manifestación de disociar lo interno de lo externo.

La reflexión comparativa sobre la conducta supersitiosa hombre-animal, que alguna vez hiciera el famoso etólogo Konrad Lorenz, tal vez ilustre un poco más este asunto: “Para un ser vivo que no comprende las relaciones causales, ha de ser efectivamente muy útil poder aferrarse a un comportamiento que una o varias veces ha resultado inofensivo y capaz de conducir al fin deseado. Cuando no se sabe qué detalles son los que determinan el éxito o la ausencia de peligro, es bueno apegarse a todos ellos con minuciosa exactitud. El principio de ‘uno no sabe lo que podría pasar si no...’ está claramente expresado en las citadas supersticiones, y uno se asusta mucho cuando desdeña el conjuro. Aun cuando el hombre sepa que tal o cual costumbre bien arraigada tiene un origen puramente casual y le conste que infringirla no le acarreará ningún peligro, una excitación innegablemente angustiosa le hace apegarse a ella [...] y, poco a poco, el comportamiento así ‘ajustado’ o acuñado se convierte en una ‘cara’ costumbre.” (Lorenz, 1963)

Este tipo de consultas son armas de doble filo. Aun cuando puedan servir para calmar momentáneamente la ansiedad o incertidumbres de alguien, los efectos bumerán de estas predicciones son, paradójicamente, impredecibles. Tampoco hay que olvidar la decepción que muchos sufren a causa de la desmedida confianza que ponen en estos adivinos. El disfraz mesiánico que éstos incorporan, sumado a su característica omnipotencia, provoca una sobrevaloración de sus capacidades y no siempre se pueden medir las consecuencias en este juego mágico.

Los consabidos “*te han hecho un daño*”, “*te han hecho un trabajo*”, o “*tienes los caminos cortados*” se han incorporado como puntales en sus “videncias-diag-



CORTESÍA DEL AUTOR

Los elementos que utilizan los presuntos videntes juegan un papel clave a la hora de engañar.

nósticos”. Más allá de la clara intención comercial que implica el “contra-hechizo”, someten al cliente a una situación de pánico y mayor incertidumbre, introduciéndoles el *fantasma* del enemigo. Para una persona con marcados rasgos paranoides, la situación puede tornarse intolerable, y más aún si no logra reunir el dinero para que le contrarresten el maleficio.

A esta imprudencia se agrega el condicionamiento negativo a que se ve expuesto el cliente en sus relaciones interpersonales cotidianas. Aunque la “solución” la tenga el brujo, nadie evitará que la víctima comience a buscar al causante de sus males. El blanco de sus pesquisas seguramente será su entorno más próximo. Este factor tan nefasto frecuentemente juega a favor del adivino, desencadenando lo que comúnmente se denomina “profecía autocumplida”. Al mínimo roce o desavenencia con algún allegado, la víctima encontrará justificado el siniestro vaticinio.

El daño que puedan causar con sus predicciones tie-

La aparente inocuidad de este “juego” no es tal. Desde el punto de vista psicológico funciona como una pseudoterapia que, en lugar de resolver conflictos, provoca otros. Sumerge al consultante en un océano mágico y lo deja ahí con un solo salvavidas: el adivino.

ne sin cuidado a estos charlatanes. Poco importa si el que las recibe está en condiciones psicológicas de escuchar sus barbaridades. El grado de capacidad de ser sugestionados que puedan tener los consultantes es un factor de riesgo que no debe descuidarse. El individuo modifica su conducta como consecuencia del temor y la ansiedad, afectando y provocando el destino vaticinado. Se produce una persecución interior en su doble ca-

rácter: “de la *amenaza externa probable* (accidente, muerte, agresión, enfermedad, etc.) y de la *amenaza interna*, la inevitabilidad de la destrucción final” (Pérez, 1965). Si lo mezclamos con las generosas dosis de megalomanía y mitomanía que aportan los adivinos, tendremos encendida la mecha de una bomba de tiempo cuyo estallido puede ser imprevisible.

Durante décadas se ha ido acumulando suficiente evidencia experimental sobre los procesos orgánicos y los cambios producidos en ellos por las emociones.

LA ALERTA DE LA CIENCIA

A propósito del tema, hay un interesante relato que fue publicado en el *British Medical Journal* del 7 de agosto de 1965. Se trata de una mujer que, tras una insignificante intervención quirúrgica efectuada con éxito, sufrió una repentina descompensación sin motivo aparente, que finalmente la llevó a la muerte. La autopsia practicada no reveló ninguna patología extraña, a excepción de una significativa hemorragia en las glándulas suprarrenales. Este desenlace inesperado y frustrante para los médicos se explicó más tarde cuando se enteraron de que esta señora le había comentado a su hermana y a una de las enfermeras que, cuando era niña, fue llevada a una echadora de cartas, quien le habría predicho que moriría indefectiblemente en una operación. Los cirujanos dedujeron la posibilidad de que la tensión emocional provocada por tal profecía pudo haber sido el detonante de esa derivación fatal (Jahoda, 1976).

Esta posibilidad no es mera especulación. Durante décadas los *psicofisiólogos* han ido acumulando suficientes evidencias experimentales sobre los procesos orgánicos y los cambios producidos en ellos por las emociones. Corrían los años cuarenta y ya Paul Thomas Young nos hablaba en su maravilloso compendio sobre las emociones, acerca de cómo las investigaciones demostraban que la parte central de la glándula suprarrenal era trastornada por la excitación emotiva (Young, 1946).

Los pioneros experimentos de Reilly (1934) ya daban cuenta del denominado síndrome de “irritación simpática”; Paul Chauchard nos revela sus conclusiones en estos términos: “Toda irritación violenta, física o química, que obra sobre las fibras simpáticas puede desencadenar una verdadera ‘explosión vascular’ yendo desde la simple congestión a las hemorragias, y con-

duciendo en pocas horas a la aparición de graves lesiones en diversos órganos: intestino, hígado, riñones. Una irritación definitivamente localizada, puede, en un sujeto muy susceptible, provocar trastornos generalizados, rápidamente mortales.” Y más adelante agrega: “la su-

gestión, que dispone de todas las posibilidades del simpático y de los reflejos condicionados (en sí misma no es más que un tipo de condicionamiento) implica la aceptación pasiva de la opinión de otro o de una institución personal en la autosugestión, pero sobre todo la toma de conciencia del conocimiento reflexivo, actitud propiamente humana cuyas consecuencias psicosomáticas son considerables.” (Chauchard, 1972)

Por lo tanto, no es aventurada la deducción de los cirujanos aun cuando tampoco podemos descartar la simple coincidencia.

Es un tema que debe tomarse con mucha seriedad, puesto que las leyes no contemplan los daños psicológicos que provocan o puedan producir estos embaucadores. Tenemos leyes sobre el ejercicio ilegal de la medicina y de la psicología, sin embargo los abusadores de la credulidad siguen impunes. Cuando hay alguna intervención judicial, los casos son reducidos a estafa o, cuanto mucho, al ejercicio ilegal de la medicina, sin consideración de los agravantes psicológicos. **É**

NOTAS

1. Es una inferencia o argumento que, no siendo válido, se presenta como tal, llevando a engaño a una persona poco alerta.

REFERENCIAS

- Corinda, T. (1968): *Thirteen Steps to Mentalism*. Ed. D. Robbins & Co., INC. N.Y.
- Hyman, R. (1977): “Cold Reading: How to Convince Strangers that You Know All About Them”. *The Zettetic* 1, Spring/Summer (2), 18-37.
- Jahoda, G. (1976): *Psicología de la Superstición*. Ed. Herder, Barcelona.
- Klapper, J. T. (1974): *Efectos de las comunicaciones de masas*. Ed. Aguilar, Madrid.
- Lorenz, K. (1963): *Das Sogenannte Böse*. Viena (versión castellano *Sobre la agresión: el pretendido mal*, Siglo XXI Edit., México D.F., 1981, p. 84.
- Pérez, L. S. (1965): *Muerte y Neurosis*. Edit. Paidós, Buenos Aires.
- Young, P. T. (1946): *La Emoción en el Hombre y en el Animal*. Edit. Nova, Buenos Aires.