

Cómo convertirse en charlatán *

(El autor de este texto es el Dr. Erzard Ernst y fue publicado en su blog personal el 24 de diciembre bajo el título "How to become a charlatan". Le agradezco enormemente al Dr. Ernst que haya otorgado su permiso para que este blog la traduzca y difunda. Mauricio-José Schwarz).

En estos tiempos austeros y difíciles, debe ser mi obligación, creo, alertar a mis conciudadanos a una posible fuente de ingresos adicionales a la cual se puede enchufar prácticamente cualquier persona: convertirse en un charlatán, y lo más probable es que sus dificultades económicas se conviertan en asunto del pasado. Para lograr este objetivo, yo (con una posición claramente irónica) sugiero una aproximación paso a paso bastante sencilla.

1. Encuentre una terapia atractiva y déle un nombre fantástico

¿Dije "sencilla"? Bueno, el primer paso no es tan fácil, después de todo. Resulta que la mayoría de las ideas realmente delirantes ya están ocupadas: velas en las orejas, homeopatía, masajes del aura, sanación energética, orinoterapia, quiropráctica, etc. Como verdadero charlatán, usted quiere su propia charlatanería. Así que tendrá que pensar en un nuevo concepto.

* Fuente: **PENSAMIENTO CRÍTICO**.

Algo verdaderamente descabellado sería ideal, como afirmar que la oreja es un mapa del cuerpo humano que le permite tratar todas las enfermedades haciendo algo curioso en áreas específicas de la oreja... huy, este territorio ya está ocupado por la brigada de la aurículoacupuntura. ¿Qué tal de postular que uno tiene poderes sobrenaturales que le permiten enviar "energía curativa" a los cuerpos de los pacientes para que puedan repararse a sí mismos? Tampoco sirve; los curanderos reiki le pueden acusar de plagio.

Pero usted entiende la idea esencial, estoy seguro, y podrá inventar algo. Cuando lo haga, déle un nombre memorable, el nombre puede llevar a su nueva empresa al triunfo o al fracaso.

2. Invente una historia fascinante

Habiendo identificado su tratamiento y darle un nombre fantástico, ahora necesita una buena historia para explicar cómo surgió todo. Esta tarea no es tan difícil e incluso puede ser divertida. Puede pensar en algo conmovedor como que con su intervención curó a su hermana pequeña moribunda a los 6 años de edad o que recibió la inspiración en sus sueños de una vieja tía que acababa de morir, o tal vez desea crear alguna conexión religiosa (¿alguna vez ha visitado Lourdes?). No hay límites a su imaginación, sólo asegúrese de que la historia sea apasionante: un día podrían hacer una película con ella.

3. Añada un poco de pseudociencia

Puede gustarle o no, pero vivimos en una época en la que no podemos excluir completamente a la ciencia de nuestras consideraciones. Como mínimo, recomiendo un poco de terminología con aspecto de ciencia. Como usted no quiere que lo descubran, elija algo que sólo unos pocos expertos entienden: la física cuántica, el entrelazamiento, la teoría del caos y la nanotecnología son todas excelentes opciones.

También puede dar un aspecto más convincente hacer alusión a la idea de que los mejores científicos adoran sus conceptos o que hay equipos enteros de universidades en lugares distantes que están trabajando para conocer los mecanismos subyacentes, o que el comité del Premio Nobel ha sido recientemente alertado, etc. Si le es posible, añada un poco de alta tecnología a su nueva invención, algún aparato nuevo y brillante con luces que destellen y pantallas digitales podría ser lo que necesita. El aparato puede estar por lo demás vacío... siempre y cuando tenga un aspecto impresionante, todo está bien.

4. No olvide una dosis de sabiduría antigua

Con toda esta ciencia (perdón, pseudociencia), no debe olvidar permanecer firmemente arraigado en la tradición. Su tratamiento debe estar basado en una sabiduría antigua que ha redescubierto, modificado y perfeccionado. Recomiendo mencionar que algunas de las culturas más antiguas del planeta ya han sido conscientes de los pilares fundamentales sobre los que se sostiene actualmente su invento. Cualquier cosa que sea tan antigua ha pasado la prueba del tiempo, es decir, que su tratamiento es eficaz y seguro.

5. Afirme tener una panacea

Para maximizar sus ingresos, le conviene tener tantos clientes como sea posible. Por tanto, no sería inteligente centrar sus esfuerzos en sólo una o dos afecciones. Comercialmente, es mucho mejor afirmar sin lugar a dudas que su tratamiento es una curación para todo, una panacea. No se preocupe de que tal afirmación sea inverosímil. En el ámbito de la charlatanería, ser extravagante es un comportamiento perfectamente aceptable, incluso común.

6. Lidiar con el "problema de la evidencia" y los desagradables escépticos

Es deprimente, lo sé, pero incluso el charlatán más excepcionalmente dotado acabará atrayendo a los dubitativos. Los escépticos tarde o temprano le pedirán pruebas; de hecho, están obsesionados por ellas. Pero no se asuste, esto no es en modo alguno tan amenazador como parece. La solución obvia es proporcionar testimonio tras testimonio.

Necesita un sitio web donde los clientes satisfechos informen de historias impresionantes sobre cómo su tratamiento les salvó la vida. En caso de que no conozca a ningún cliente así, invénteselos; en el reino de la charlatanería hay una antigua tradición consagrada de escribir sus propios testimonios. ¡Nadie podrá darse cuenta!

7. Demuestre que domina el arte de hacer trampa con las estadísticas

Algunos de los escépticos pueden no sentirse impresionados y, cuando empiecen a criticar su "evidencia", es posible que tenga que hacer un esfuerzo adicional. Ofrecer estadísticas es una excelente manera de mantenerlos a raya, al menos por un tiempo. El consenso general entre los charlatanes es que alrededor del 70% de sus pacientes experimentan un notable beneficio con cualquier placebo que se les arroje. Así que mi consejo es que lo mejore un poco y cite una serie de casos de por lo menos 5000 pacientes, de los cuales el 76,5% mostró mejoras significativas.

¿Qué? ¿No tiene una serie de casos así? ¡No sea tonto, sea creativo!

8. Gane puntos con la Grandes Farmacéuticas

Usted debe de estar consciente de quiénes son (serán) sus (futuros) clientes: son ricos, tuvieron una educación decente

(evidentemente sin mucho éxito) y son de mediana edad, crédulos y profundamente alternativos. ¡Piense en el Príncipe Carlos! Una vez que haya empatizado con esta mentalidad, es obvio que se puede conectar de forma rentable con el complejo de persecución que ronda a estas personas.

Una forma sencilla de lograr esto es afirmar que las Grandes Farmacéuticas se han enterado de su innovación, están claramente aterrados ante la posibilidad de perder millones y, por tanto, están haciendo todo lo que pueden por suprimirla. Esto no sólo le dará credibilidad callejera con los lunáticos marginales de la sociedad, sino que también proporciona una explicación perfecta por la cual su revolucionario descubrimiento no se ha publicado en los principales *journals* médicos: los editores están todos en el bolsillo de las grandes farmacéuticas. Por supuesto.

9. Pida dinero, mucho dinero

He dejado lo más importante para el final. Recuerde: ¡su objetivo es hacerse rico! Por lo tanto, cobre tarifas elevadas, incluso las extravagantemente elevadas. Si su tratamiento es un producto que puede vender (por ejemplo, a través de Internet, para escapar de los reguladores), véndalo muy caro, si se trata de una terapia manual, cobre fuertes tarifas por la consulta y reclame la exclusividad, si se trata de una técnica que se puede enseñar, empiece a capacitar a otros terapeutas cobrándoles grandes sumas y pida un porcentaje de franquicia de sus ganancias futuras.

Cobrar en exceso es su mejor oportunidad de hacerse famoso... o ¿alguna vez ha oído hablar de un charlatán que sea famoso por tener un precio razonable? También le libraré de la gentuza a la que no quiere ver en su consultorio. ¡La gente pobre incluso podría estar enferma! No, usted no los quiere... usted desea a los "ricos sanos y muy preocupado" que pueden darse el lujo de ver a un médico de verdad si las cosas salieran mal. Pero lo más importante, las tarifas elevadas le harán mucho bien a su cuenta bancaria.

Ahora está listo. Sin embargo, para evitar que se tropiece con el primer obstáculo, aquí tiene algunas respuestas útiles a las preguntas que inevitablemente va a recibir de los escépticos, esta raza desagradable que nunca está contenta. Las respuestas no están diseñadas para convencerlos pero, si se expresan en público, garantizarán que la opinión general esté de su lado... y eso es lo que resulta de suma importancia en el reino de la charlatanería.

P: Su tratamiento puede causar un daño considerable, ¿considera que eso es algo responsable?

R: ¿Daño? ¿Usted sabe de qué está hablando? ¡Obviamente, no! Todos los años, cientos de miles de personas mueren a causa de los medicamentos que reciben de médicos ordinarios. ¡Eso es lo que yo llamo daño!

P: Los expertos dicen que su tratamiento no es biológicamente plausible, ¿cuál es su respuesta?

R: Hay muchas cosas que la ciencia todavía no comprende y muchas cosas que nunca comprenderá. En cualquier caso, hay otras formas del conocimiento, y la ciencia no es más que uno de ellos.

P: ¿Dónde están los ensayos controlados para respaldar su reclamo?

R: Los ensayos clínicos tienen un valor muy limitado, son demasiado pequeños, frecuentemente están sesgados y nunca representan la situación de la vida real. Es por ello que muchos expertos abogan ahora en favor de mejores formas de demostrar el valor de las intervenciones médicas.

P: El profesor Ernst dijo recientemente que su tratamiento no está comprobado, ¿es eso cierto?

R: Este hombre no es de fiar. ¡Está en el bolsillo de la industria farmacéutica! Claro que iba a decir eso, ¿no?

De todos modos, ¿sabía usted que sólo el 15% de las terapias convencionales están en realidad basadas en evidencias?

P: ¿Por qué es tan caro el tratamiento?

R: Los años de formación, un programa completo de investi-

gación, auditorías constantes, el cumplimiento con los reglamentos y un gran equipo de colaboradores... ¿cree que todo esto es gratis? Personalmente, me gustaría atender a todos mis pacientes de forma gratuita (y a menudo lo hago), pero tengo responsabilidades para con los demás, ¿sabe usted? □

Biblioteca Virtual

OMEGALFA

Ω