

El arte de vender mierda

Fernando Cervera

Editorial Laetoli: Pamplona. 2014, 130 pps.

El arte de vender mierda es, además de un excelente título para cualquier libro que tenga la intención de venderse mínimamente, un relato que linda en lo absurdo. No por el contenido de la obra, que es muy interesante, sino por la historia que nos revela: un par de científicos, sorprendidos por la abundancia de creencias absurdas sobre temas de salud, se crean una terapia completamente ridícula que termina convenciendo a vendedores de misterios incluso al otro lado del charco y, lo más triste de todo, también a buscadores de soluciones rápidas. En el transcurso de su experimento, Fernando Cervera (autor del libro) y Mariano Collantes van conociendo el funcionamiento del submundo de las estafas de la salud, donde pueden llegar a decirte que el cáncer no existe y, al mismo tiempo, venderte la cura contra esa enfermedad. Lo que se llama un mundo mágico.

Cervera y Collantes participaban en un foro sobre temas de biología cuando alguien preguntó qué diablos era el

“biomagnetismo médico”. En una respuesta se deslizó que era una disciplina científica. Los investigadores sintieron curiosidad, descubrieron de qué iba el asunto y, por pasar el rato, pensaron que sería buena idea parodiar a estas estafas y crearse su propia pseudociencia. Para que no hubiera dudas de que iba de broma, la llamaron “fecomagnetismo”. Y, para que fuera todo aún más absurdo, sentaron unas bases totalmente imposibles de creer. Básicamente, la idea era vender el discurso de que la mierda humana sirve para sanar. Si total, algunos beben su propia orina creyendo que los desperdicios del cuerpo los harán sentirse mejor, no parecía mala idea intentar con otro tipo de desechos orgánicos.

El libro es un relato breve y ágil, sazonado con críticas a distintas pseudociencias, explicaciones sobre cómo funciona la legislación en salud en España y en otros lugares del mundo, y aspectos elementales sobre la divulgación científica. En 130 páginas, el autor nos lleva de paseo al mundo del delirio al que ingresó cuando, junto a su compinche en esta aventura, terminaron exponiendo las bondades de tragarse las heces en una feria esotérica. Por cierto, nadie puso en duda lo que se decía. Y eso, más que hablar de lo bien montado del espectáculo de Cervera y compañía, habla del nulo análisis crítico de quienes se vieron enfrentados a una oferta tan patentemente absurda como la del fecomagnetismo.

Los científicos, ambos biólogos, crearon un sitio web, inventaron una historia que vinculaba a su recién creada medicina alternativa con conocimientos ancestrales, y dieron vida a dos personajes con nombres en inglés para darle un aire de credibilidad al asunto. Claro, mezclaron los nombres de dos actores conocidos (Hugh Laurie y Leslie Nielsen), pero en el mundo de la pseudociencia cualquier cosa tiene credibilidad.

Lo que expone *El arte de vender mierda* es no solo una crónica sobre una aventura en las profundidades de la forma de “pensar” del esoterismo más radical, sino también una advertencia sobre las consecuencias que esta carencia absoluta de racionalidad puede tener en la sociedad. La creencia de que las vacunas son perniciosas ya causa efectos con el resurgimiento de enfermedades que estaban totalmente controladas o incluso erradicadas, al tiempo que muchas personas dejan sus tratamientos médicos para someterse a chapucerías sinsentido que las llevan, algunas veces, hasta la muerte.

Cervera, sí, rescata algo de la pseudociencia. “En mi caso, la pseudociencia me llevó a la ciencia, ya que la curiosidad me hizo leer sobre esos temas y darme cuenta de que lo que se me había contado no podía ser cierto”. He ahí la clave de todo esto. Con un mínimo de sentido común, el camino de la pseudociencia debe llevar al lector, indefectiblemente, por un desvío que termine en el mundo de la ciencia. Sobre todo cuando uno se encuentra con terapias como el fecomagnetismo. Pero vaya, a algunos les gusta tragarse su propia mierda y eso es lo que dejó en evidencia, lamentablemente, el experimento de Cervera y Collantes.

Diego Zúñiga

