

TÍTULO: Trasfondo económico de los negocios relacionados con la astrología a nivel nacional y local

AUTOR/A: SUSANA MADRID COLLADO

AFILIACIÓN: IES ISAAC PERAL

RESUMEN

En los últimos años, desde el inicio de la crisis, el número de negocios que se dedican a la astrología ha aumentado considerablemente, así como su volumen de ingresos. Como consecuencia, también se ha incrementado el número de estafas realizadas por algunos de estos negocios. Las hipótesis planteadas a raíz de este hecho son que los negocios relacionados con la astrología emplean métodos de manipulación y persuasión para obtener beneficio económico; las personas de mayor edad y con un nivel de estudios bajo o nulo de España son más sensibles a confiar y hacer uso de productos o servicios de esta índole; y las predicciones de la astrología se basan en métodos pseudocientíficos. El objetivo principal de este trabajo es determinar el impacto económico a nivel nacional y local de los negocios que se dedican a la astrología. Se han empleado páginas web, tanto en español como en inglés, y artículos periodísticos online de diarios nacionales para elaborar la parte teórica; y para llevar a cabo los objetivos se han realizado dos entrevistas y una encuesta de forma online. A raíz de los resultados, las conclusiones principales a las que se han llegado son que la técnica de marketing principal de estos negocios es el enfoque de ventas y estos profesionales hacen uso de tácticas psicológicas para convencer a sus clientes; el sector de la población de Cartagena más sensible a recibir estas prácticas son las mujeres de entre 36 y 50 años con un nivel de estudios básico; y las predicciones de la astrología son pseudocientíficas y, por lo tanto, carecen de fiabilidad y base científica. Finalmente, el impacto de estos negocios en la economía española es relevante y supone alrededor de 3000 millones de euros anuales.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
OBJETIVOS.....	3
METODOLOGÍA.....	3
RESULTADOS.....	4
CONCLUSIONES.....	4
BIBLIOGRAFÍA.....	5

INTRODUCCIÓN

Decidí escoger este tema, que pertenece al ámbito de las Ciencias Sociales, ya que me interesaba realizar un trabajo de investigación relacionado con un fenómeno social actual que estuviera ligado a la economía. Me di cuenta que por diversas redes sociales, como Instagram o Twitter, muchas personas hablaban y confiaban en el horóscopo, considerándolo como una fuente fiable. Me resultó curioso que en pleno siglo XXI hubiera gente que confiara en una pseudociencia, ya que actualmente se tiene acceso a mucha información y el nivel educativo general de la sociedad española se ha incrementado.

La pregunta de investigación general que se planteó fue cuál es el impacto económico a nivel nacional y local de los negocios que se dedican a actividades relacionadas con la astrología. Las preguntas de específicas son: cuáles son las técnicas de persuasión y marketing de estos

negocios; qué medios de comunicación (prensa, radio, televisión) ofrecen programas relacionados con la astrología y cómo funcionan sus tácticas; cuál es el sector de la población española más sensible a contratar servicios y/o comprar productos relacionados con la astrología; y en qué circunstancias las personas podrían llegar a confiar en métodos pseudocientíficos astrológicos.

A continuación voy a desarrollar los antecedentes de este trabajo. Muchos expertos están de acuerdo con que el auge de programas de televisión de videntes o médiums y de su expansión cada vez mayor en internet en España se debe a que, desde la crisis, en la sociedad española ha ido creciendo un sentimiento de duda acerca, sobre todo, del devenir económico y laboral, y un desasosiego general. Esto ha llevado a que muchas personas hayan decidido buscar consuelo, estabilidad y optimismo en las prácticas adivinatorias. Además, cabe destacar que hay personas que pueden llegar a desarrollar una adicción a la consulta de videntes. Pueden incluso sentirse culpables o avergonzadas por su comportamiento, pero no ser capaces de dejar esa adicción, ya que como se ha señalado anteriormente, les infunde un sentimiento de control y alivio. Las personas con este tipo de adicción pueden llegar a gastar una media de entre 150 y 200 euros mensuales (Cruz, 2012). A este hecho se le suma que este tipo de programas son bastante baratos desde el punto de vista de realización, y cuentan con una tarificación adicional, ya que la línea de estos programas en la 800. En los últimos años han proliferado los programas de este tipo, pero solo el 4,3% de los canales de televisión que los retransmiten tienen licencia y cumplen los horarios establecidos (Stegmann, 2015). A pesar de esto, la videncia sigue siendo una profesión legal, aunque muchos profesionales de este sector admiten que hay casos de engaños. No queda claro desde el punto de vista judicial cómo de legales son estas prácticas (Stegmann, 2015).

Seguidamente, voy a explicar el marco teórico. Se denomina “pseudociencia” a todas las afirmaciones, creencias y prácticas que son presentadas como verdaderas pero no están basadas en el método científico, y, por lo tanto, no tienen un estatus científico oficial, no son fiables y no están reconocidas por la comunidad científica. Mientras que la ciencia tiene por objetivo obtener conocimientos mediante la observación y la experimentación empírica, las pseudociencias se fundamentan en verdades o afirmaciones populares que no se pueden comprobar, adquiriendo un carácter místico en muchas ocasiones. El método pseudocientífico se basa en proponer una disciplina con la que se pueda obtener dinero, en la que se inventan pruebas y las verdades o afirmaciones que realice no se pueden comprobar, utilizando esto último como excusa para seguir adquiriendo beneficio. A pesar de su carencia de carácter científico, las pseudociencias están muy presentes en nuestra sociedad. A continuación, se ha relacionado la astrología con la pseudociencia. La astrología es el estudio de las posiciones y el movimiento de los astros, y la influencia que estos ejercen en las vidas humanas y en los acontecimientos mundanos. Esta disciplina se basa en creencias y supersticiones, que carecen de base científica. Es decir, no hay una constatación de que las predicciones que realiza la astrología sean ciertas, porque no siguen y cumplen el método científico. En pocas palabras, no son verificables. Casi todas las culturas del mundo han inventado la astrología, e incluso esta era considerada como parte del conocimiento científico. Otra forma de evaluar la falta de base científica de la astrología es comparando dos o más horóscopos publicados en periódicos o revistas del mismo día. Cada horóscopo dice una cosa totalmente distinta al otro, y en muchas ocasiones se contradicen (Raffino, 2019). Seguidamente, se ha incidido sobre el efecto Forer y en qué consiste. En 1948, el psicólogo estadounidense Bretram. R Forer realizó un test de personalidad a sus alumnos. La media obtenida fue de 4,26. Sin embargo, el profesor les había entregado a todos sus alumnos el mismo análisis de personalidad. El test que habían completado estaba formado con frases extraídas de los horóscopos de distintos periódicos (Triglia, s.f.). Gracias a este experimento, Forer descubrió que la gente tiende a aceptar descripciones personales ambiguas y generales como si solo ellos pudieran sentirse identificadas con ellos, cuando en realidad esas descripciones pueden aplicarse a cualquier persona. Esto consiguió demostrar lo que se conoce como la falacia de la validación personal (Carroll, 2005). Una explicación de por qué se produce este fenómeno

es el deseo de las personas, en general, a sentirse identificadas con aquello que las está describiendo. (Triglia, s.f.). No obstante, este fenómeno también es debido en gran parte al sesgo de confirmación o *confirmation bias*. El sesgo de confirmación se refiere a un tipo de pensamiento selectivo por el cual uno tiende a notar y buscar lo que confirma sus creencias, e ignorar, no buscar o subestimar la relevancia de lo que las contradice (Carroll, 2016). En último lugar se ha investigado sobre el concepto de economía sumergida, su impacto en España y su relación con la astrología. El concepto de economía sumergida abarca el total de dinero no declarado a las autoridades fiscales de un país para evadir impuestos, comúnmente denominado dinero negro (Caballero, s.f.). En 2015, último año del que se tiene datos, la economía sumergida en España representaba el 22 por ciento del PIB. La relación de la economía sumergida con los negocios vinculados a la astrología es que muchos de los movimientos que se realizan en este sector se hacen en dinero negro, por lo que es prácticamente imposible conocer las cifras exactas de su volumen, que se estiman en 3000 millones de euros. (DiarioFinanciero, 2018). Algunos informes subrayan que el tarot telefónico es la principal fuente de ingresos del área del esoterismo.

Las hipótesis que formulé son: los negocios relacionados con la astrología emplean métodos de manipulación y persuasión para obtener beneficio económico; las personas de mayor edad y con un nivel de estudios bajo o nulo de España son más sensibles a confiar y hacer uso de productos o servicios de esta índole; y las predicciones de la astrología se basan en métodos pseudocientíficos.

Este trabajo se justifica en la necesidad de dar visibilidad al trasfondo económico de los negocios de la astrología, ya que en muchas ocasiones se producen estafas que afectan a un determinado sector de la población, que presenta unas determinadas características. De esta manera se pretende concienciar a la población sobre ello y ayudar a la población a evitar caer en estafas. Además, gran parte de los beneficios que genera este sector no se declaran, por lo que forman parte de la economía sumergida, un problema que supone un peligro para la economía en general.

OBJETIVOS

El objetivo general es determinar el impacto económico a nivel nacional y local de los negocios que se dedican a actividades relacionadas con la astrología. Los objetivos específicos son: averiguar las técnicas de persuasión y marketing de estos negocios; indicar qué medios de comunicación nacionales ofrecen programas relacionados con la astrología y cómo funcionan sus tácticas; establecer cuál es el sector de la población española más sensible a contratar servicios y/o comprar productos relacionados con la astrología; y determinar las circunstancias que podrían llevar a las personas a confiar en métodos pseudocientíficos astrológicos.

METODOLOGÍA

Para la realización de los antecedentes y el marco teórico se han empleado páginas web, tanto en español como en inglés, y artículos periodísticos online de diarios nacionales. Para llevar a cabo los objetivos de averiguar las técnicas de persuasión y marketing de los negocios de la astrología e indicar qué medios de comunicación nacionales ofrecen programas relacionados con la astrología y cómo funcionan sus tácticas, realicé una entrevista a una experta en marketing que es profesora en la Universidad Politécnica de Cartagena. Por otro lado, realicé una entrevista a una profesional del tarot con la finalidad de conocer su punto de vista respecto al tema y determinar las circunstancias que podrían llevar a las personas a confiar en métodos pseudocientíficos astrológicos. En último lugar, para establecer cuál es el sector de la población española en Cartagena más sensible llevé a cabo una encuesta. La muestra fue aleatoria y se encuestaron a unas 130 personas de la Región de Murcia de forma online mediante un formulario de Google. Tras la recogida de datos, elaboré diferentes gráficos analíticos diferenciando entre las variables de edad, sexo, nivel de estudios y situación económica.

Para recopilar los datos de la encuesta empleé Google Forms, de manera que los resultados de los encuestados quedaban automáticamente guardados.

Para analizar la encuesta en función de diversas variables de interés para mi trabajo, hice uso de diversas hojas de Excel, y a partir de ellas elaboré las gráficas correspondientes. Mediante las entrevistas se han redactado y analizado las preguntas que les han sido formuladas. El análisis de esta se ha llevado a cabo a través del razonamiento lógico.

En cuanto a los medios, este trabajo se ha llevado a cabo en la sala de ordenadores del I.E.S Isaac Peral y he empleado mi propio portátil para la realización del mismo.

RESULTADOS

La principal técnica de marketing que emplean los negocios relacionados con la astrología es el enfoque de ventas, que se basa en una política agresiva de ventas y promoción ya que su principio es que el cliente no consume la cantidad suficiente de servicios o productos. Los programas de televisión de videntes emplean diversas técnicas, incluso el diseño del programa (el plató) para incitar que los telespectadores llamen por teléfono. Además, saben identificar muy bien las necesidades del consumidor por medio de unas cuantas preguntas y analizan meticulosamente a la competencia, para intentar destacarse de alguna manera y diferenciarse del resto de competidores. La explicación por la que estos métodos son tan efectivos en su comunicación, es que estos profesionales emplean términos y plantean problemas generales con los que se puede sentir identificado cualquiera. Utilizan expresiones muy vagas, y se aprovechan de la ingenuidad de muchas personas que no están informadas de sus técnicas.

Los principales medios de comunicación nacionales que ofrecen programas o servicios relacionados con la astrología son los canales de televisión de TDT, los periódicos, las revistas y, obviamente, internet. Los canales de televisión siguen siendo los principales debido a sus horarios nocturnos. En los periódicos y las revistas siguen habiendo secciones específicas del horóscopo semanal y anuncios de personas que ofrecen ese tipo de servicios, debido a que los costes para publicitarse en estos medios son más baratos que en otros. El internet ha favorecido notablemente la expansión de estos negocios, por la facilidad de transmisión y la comodidad que proporciona.

La mayoría de personas que respondieron que sí habían contratado o comprado servicios o productos relacionados con la astrología son mujeres, y más concretamente, entre los 36 y 50 años de edad. Respecto al nivel de estudios, la mayoría de los que respondieron afirmativamente poseen una educación primaria (32%), aunque se puede apreciar que personas con estudios superiores (diplomaturas, licenciaturas y másteres universitarios) también recurrieron a este tipo de servicios. En cuanto a la situación económica de los encuestados, el 50% señaló que era regular, aunque el 36% indicó que es buena. Por último, me gustaría destacar la última pregunta, en la que sólo tres personas respondieron que los profesionales que se dedican a la astrología o el esoterismo no llevan a cabo prácticas o estrategias para engañar a sus clientes. Esas tres personas son mujeres, una de más de 65 años y dos entre los 15 y los 20 años.

El principal motivo por el que hay personas que acuden a recibir estos servicios es que dichos individuos se encuentran en una situación complicada en uno o varios aspectos de su vida, y esperan una respuesta o una solución a sus problemas. También existen personas que sienten curiosidad por estas prácticas y deciden llevar a cabo una consulta. De igual manera las hay que creen en el tarot, siendo estas últimas consumidores habituales.

CONCLUSIONES

Respecto a la primera hipótesis, que es que los negocios relacionados con la astrología emplean métodos de manipulación y persuasión para obtener beneficio económico, se afirma

a raíz de la entrevista con la profesora de la UPCT. Estos negocios, como cualquier otro en la actualidad, llevan a cabo estrategias de marketing que están muy ligadas a factores psicológicos. A pesar de esto, como se señaló en la entrevista con la profesional del tarot, ciertos negocios, como el suyo, poseen una cierta ética profesional basada en que si sus predicciones no son correctas, hay garantía de devolución del dinero. No obstante, la entrevistada también afirmó que muchos supuestos profesionales mienten acerca de sus capacidades de videncia con el objetivo de estafar a sus clientes.

En cuanto a la segunda hipótesis, la cual es que las personas con un nivel de estudios nulo o bajo de España son más sensibles a confiar y hacer uso de servicios o productos relacionados con la astrología, esta se confirma gracias a los resultados de la encuesta, que reflejan que la mayoría de estas personas eran mujeres entre los 36 y 50 años de edad con un nivel educativo básico, es decir, la primaria. Sin embargo, también se comprobó que había un amplio número de individuos con niveles educativos bastante superiores (licenciaturas, diplomaturas y másteres universitarios). Por lo tanto, el nivel educativo parece ser un factor decisivo a la hora de que las personas confíen o no en métodos pseudocientíficos, pero hay casos aislados de personas con niveles educativos más elevados.

Finalmente, la última hipótesis, que es que las predicciones de la astrología se basan en métodos pseudocientíficos, también es correcta, ya que la astrología es una disciplina que no está reconocida por la comunidad científica y, en consecuencia, carece de una base científica y fiable.

BIBLIOGRAFÍA

- Caballero, F. (s.f.). Economía sumergida. *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/economia-sumergida.html>
- Carroll, R. T. (2016). Confirmation bias. *The Skeptic's Dictionary*. Recuperado de: <http://skepdic.com/confirmbias.html>
- Carroll, R. T. (2005). The Forer effect. *The Skeptic's Dictionary*. Recuperado de: <http://skepdic.com/forer.html>
- Cruz, S. (2012): "La crisis aumenta los casos de adicción a los videntes", *La Vanguardia*, 14 de abril. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/salud/20120416/54284457306/crisis-aumento-adiccion-videntes.html>
- DiarioFinanciero. (2018): "El tarot, un polifacético negocio multimillonario en España", *DiarioFinanciero*, 15 de junio. Recuperado de: <https://diariofinanciero.com/el-tarot-la-esoterica-expansion-de-un-negocio-multimillonario-en-espana/>
- Raffino M.E. (2019). Pseudociencia: Concepto, Características, Tipos y Ejemplo. *Concepto.de*. Recuperado de: <https://concepto.de/pseudociencia/>
- Stegmann, J. (2015): "Videncia: la delgada línea entre la legalidad y la estafa", *ABC*, 1 de junio. Recuperado de: <https://www.abc.es/sociedad/20150601/abci-videntes-esoterismo-tarot-201505291903.html>
- Triglia, A. (s.f.). Efecto Forer: ¿por qué algunos trucos de adivinación funcionan? *Psicología y mente*. Recuperado de: <https://psicologiymente.com/psicologia/efecto-forer-adivinacion-fraude>