

# CAZADORES DE MITOS

## RETO GANADOR EN LA MODALIDAD

### ASTROLOGÍA, ¿CIENCIA O MITO?

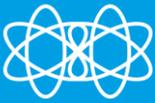
<b>EQUIPO</b>	E=mc <sup>2</sup>
<b>CENTRO EDUCATIVO</b>	N <sup>a</sup> S <sup>a</sup> de la Victoria – Maristas Málaga
<b>LOCALIDAD</b>	Málaga
<b>CURSO</b>	2 <sup>o</sup> ESO



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE CIENCIA  
E INNOVACIÓN





## PREGUNTA GUÍA O HIPÓTESIS

La astrología es un mito que hoy en día las personas siguen creyendo, porque se sienten identificadas con las descripciones generales del tarot o cartas astrales.

## VARIABLES

### Variable independiente:

La descripción que hemos inventado y que será la misma para todos, aunque los partícipes del experimento crean que tienen la que le corresponde a su signo del zodiaco.

### Variable dependiente:

La calificación (del 1 al 5, dependiendo de cómo se han sentido) que los participantes del experimento le den a la descripción.

### Variables extrañas:

- Sexo
- Si creen o no creen en el horóscopo
- Edad

## MÉTODO EXPERIMENTAL

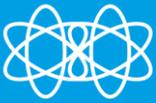
Hemos seleccionado a un grupo de personas de una franja de edad (entre 12 y 14 años) y le hemos pedido que evalúen del 1 al 5 una descripción, ellos creen que cada descripción corresponde con su signo del zodiaco, pero realmente todas las descripciones eran la misma. Algunas de las afirmaciones que aparecen en esta descripción siguen esta estructura: eres A, pero a veces eres B, otras afirmaciones son muy obvias y cualquier persona podría sentirse identificado. Luego hemos dividido este grupo por sexos y su creencia hacia el horóscopo y los hemos comparado para ver cómo actúa este efecto respecto a las variables extrañas.

### MUESTRA:

Grupo de personas al que le hemos dicho que la descripción inventada era una descripción de su signo zodiacal.

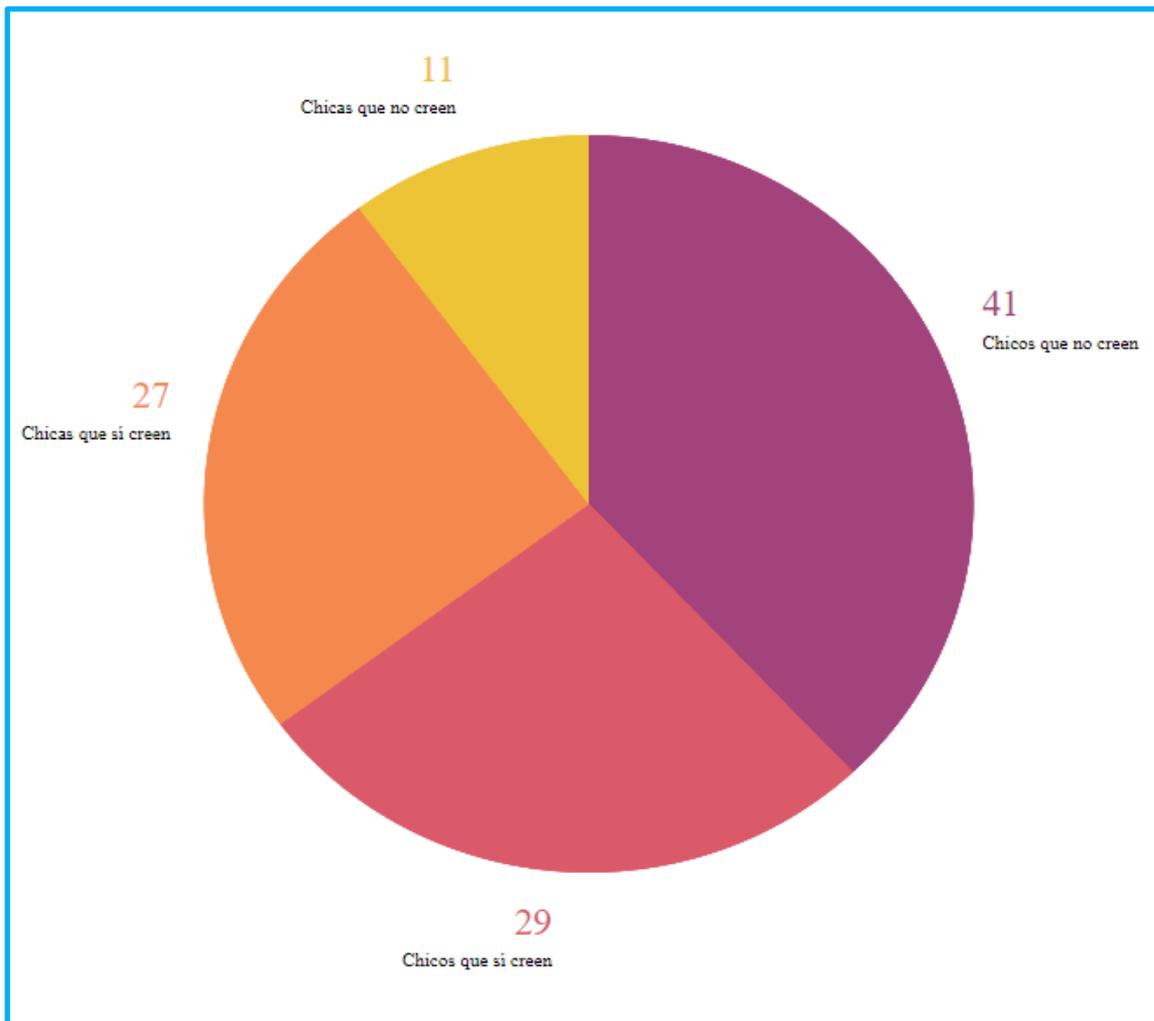
### SESGOS

- Con un número más alto de personas el experimento hubiera sido más fiable.
- Deberíamos haber comparado los resultados con otro grupo de personas a las que sí les hubiésemos dado a evaluar una descripción real sobre su signo.



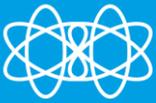
## RESULTADO

En el experimento han participado 108 personas (la media total de las calificaciones fue 3'83) de las cuales 70 fueron chicos y 38 chicas. Del total de los participantes 56 personas creían en el horóscopo (la media de calificaciones fue 4'16), 27 eran chicas (la media fue 4'25) y 29 eran chicos (la media fue 4'06); y 52 personas no creían en el horóscopo (la media fue 3'48), 11 chicas (la media fue 3'54) y 41 chicos (la media fue 3'46).



## COMENTARIOS

Como hemos podido ver en los resultados la media total de las calificaciones es 3'83 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), lo que quiere decir que los participantes se han sentido bastante identificados con la descripción inventada la cual era la misma para todos, aunque ellos creían que cada descripción correspondía con su signo. Esto quiere decir, según el número de personas que han participado, que las personas suelen estar de acuerdo con afirmaciones que van dirigidas a ellos y que presentan dos opciones (eres A pero a veces eres B) y con las que



## CAZADORES DE MITOS

cualquiera podría sentirse identificado, que son el tipo de descripciones que se utilizan en los horóscopos y las cartas astrales. Podemos afirmar que las personas que creen en el horóscopo (4'16 de media de la calificación) son más vulnerables a este efecto que las personas que no creen (3'48). Las personas que han presentado la calificación más alta fueron las personas de sexo femenino que sí creen en el horóscopo con un 4'25 de media, por lo contrario, las personas que presentaron la calificación más baja fueron las personas de sexo masculino con un 3'46 de media. Por lo tanto, podemos ver que las chicas que creen en el horóscopo son las más vulnerables a este efecto y los chicos que no creen en el horóscopo son los menos vulnerables, esto se podría afirmar si hiciésemos esta misma encuesta a un número más alto de personas de ambos sexos.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE CIENCIA  
E INNOVACIÓN





GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE CIENCIA  
E INNOVACIÓN

