

EMAAPS

Equipo Multidisciplinar para el Asesoramiento
y Asistencia en Problemas Sectorios

9. Resumen de conclusiones

A tenor de los datos obtenidos a lo largo de este estudio, concluimos que:

Conclusión 1^a: La propuesta de producto y de servicio del “Curso Genius” esta muy bien definida, explicada y publicitada, por lo que no hay lugar a posible error o engaño.

Conclusión 2^a: El “Curso Genius” es una marca registrada en España que es propiedad de la entidad mercantil YTG Net, que es una red de empresas italiana. El funcionamiento de esta red es el habitual en este tipo de actividad mercantil. Cada entidad mercantil con derecho a utilizar la marca “Curso Genius” tiene su propia personalidad jurídica y logotipo de empresa, y mantiene un organigrama propio y básico, compuesto de un director ejecutivo, un responsable de administración y un responsable de gestionar la interacción con los clientes (solicitudes, grado de satisfacción, quejas, reclamaciones, etc.). La plantilla laboral sigue también el esquema y organización habitual de las empresas que comercializan servicios a partir de una franquicia o cesión de derecho de uso de una marca y/o técnica o servicio.

Conclusión 3^a: Las entidades mercantiles e instructores que son autorizados a impartir el “Curso Genius” deben aceptar en sus contratos un código de conducta muy concreto y específico (pp. 10-11).

Conclusión 4^a: Los formadores/as del “curso Genius” deben pasar por un ciclo de formación de al menos dos años y tienen la obligación de obtener una Certificación de Competencia Universitaria que declara su capacidad como experto/a en aprendizaje estratégico, y que se evalúa y acredita a través de la Università Popolare degli Studi di Milano (pp. 11-12).

Conclusión 5^a: Actualmente la entidad mercantil Aprendizaje Rápido S.L.U. dispone de cuatro tipologías de contratos laborales asociados a la gestión y comercialización de la marca “Curso Genius”: 1) Instructores/as, que pueden ser autónomos (Autónomo Trade) o trabajar a través de su propia empresa personal. Su contrato es mercantil y su salario mensual medio es de 10.802,50 euros. 2) Potenciales instructores/as, que están en formación y se les permite dar tutorías, promocionar el curso y dar clases cuando ya tienen la cualificación suficiente. Su objetivo es convertirse en instructores/as. Su contrato mercantil es de Autónomo Trade y su salario mensual mínimo garantizado es de 800 euros y su salario medio de 1.686,00 euros. 3) Responsable del Servicio a Clientes (RSC). Su contrato mercantil es de Autónomo Trade y su salario mensual bruto es de 1.239,17 euros. 4) Administrativos/as. Su contrato mercantil es de Autónomo Trade y su salario mensual bruto es de 2.000 euros.

Cada tipo de perfil contractual tiene su ámbito de trabajo bien definido, conformando una organización que trabaja en horizontal más que en vertical, por lo que su estructura no es compatible con ningún tipo de “sistema piramidal” más o menos dudoso (p. 8).

Conclusión 6^a: Los contratos de “Administrativos/as” y de “Responsable del Servicio a Clientes (RSC)” están materializados en los formularios oficiales del Servicio Público de Empleo Estatal del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, y cumplen con la normativa exigida. Son contratos de “oficial administrativo” a tiempo completo, con jornada de trabajo de 40 horas semanales, de lunes a viernes. El contrato mercantil con los “Instructores/as” y con “Potenciales instructores/as” es un documento muy detallado, claro y concreto, que expone las obligaciones de ambas partes en diez cláusulas. Todos los contratos están registrados en el Servicio Público de Empleo Estatal.

Las condiciones para trabajar para la entidad mercantil Aprendizaje Rápido S.L.U. están muy claras, ninguna condición pactada en esos contratos vulnera la ley ni es excesiva o lesiva; y el sistema de remuneración de los trabajadores/as, mediante salario y/o mediante comisiones sobre servicios prestados o vendidos, está en la línea de todas las empresas que proporcionan bienes o servicios mediante una estructura basada en trabajadores autónomos (p. 13).

Conclusión 7^a: Los dos modelos de contrato de servicio que deben firmar los clientes del “Curso Genius” son claros, concretos y sin lugar a equívocos (pp. 14-16).

Conclusión 8^a: La participación de menores en el “Curso Genius” está perfectamente definida en el contrato que han de firmar sus padres o tutores legales. En la cláusula 5.1.h.) se impide la presencia en el curso de menores de edad solos (“El alumno menor de edad tendrá que participar al menos durante los tres primeros días de curso con la presencia de un parent o tutor legal”); y la cláusula 5.2.d.) refuerza esta obligación al reservarse la empresa “el derecho de admisión en el caso que un alumno menor de edad se presentase a los tres primeros días de curso sin un tutor legal”. Además, en el contrato a firmar por padres o tutores legales de un/a menor de edad matriculado/a en el “Curso Genius” se estipula que su asistencia al curso es gratuita y que gozan de los mismos derechos que cualquier cliente de pago, incluyendo la posibilidad de “asistir de nuevo y gratuitamente el seminario cada vez que se deseé en cualquier sede de Curso Genius en los dos años siguientes a la finalización del primer seminario” (p. 17).

Conclusión 9^a: Para acceder como cliente al “Curso Genius” es preciso asistir a una sesión de presentación del curso, que es pública, se celebra en salones propios o alquilados y tiene una duración de entre una hora y media y dos horas. Las personas que asisten a estas presentaciones han conocido la existencia del “Curso Genius” a través de publicidad en Internet, de la promoción directa realizada por colaboradores de la entidad comercial, de la sugerencia de ex-alumnos/as que aconsejan el curso a personas de su entorno, del buzoneo con folletos informativos, de carteles promocionales, o de informaciones publicadas en la prensa. Sistemas, todos ellos, habituales y aceptables para todo tipo de empresas y actividades (p. 18).

Conclusión 10^a: En las sesiones de presentación la información facilitada es clara, concreta y transparente. Las metas por alcanzar son veraces y posibles, y se advierte adecuadamente de que poder lograrlas depende solo del esfuerzo personal de cada practicante del método ofrecido. En ningún caso puede inferirse que el “Curso Genius” es una especie de *varita mágica* que lleva a ser un *genio* en tres días. Se recalca con insistencia que, aunque el curso inicial es de tres días, el trabajo inicial para consolidar el aprendizaje es de al menos un mes (p. 18).

Conclusión 11^a: Al cliente potencial del “Curso Genius” se le ofrecen dos opciones de precio, el fijado como habitual para el curso, y un precio con descuento para quienes deciden aceptar la compra tras la reunión. El sistema es correcto e impecable, y es el que se usa en todas las instituciones de enseñanza del mundo, incluidas las universidades, para potenciar la compra de cursos de postgrado y máster, seminarios, simposios, congresos, etc. (p. 19).

Conclusión 12^a: Si un cliente potencial decide comprar el curso, deberá llenar y firmar un contrato en el que se detallan todos sus derechos y obligaciones, por lo que en ningún caso puede alegarse ignorancia o engaño (p. 19).

Conclusión 13^a: Una vez firmado el contrato de compra de servicios, y antes de poder comenzar el curso, el cliente deberá cumplimentar el Test Amos, y visionar un video de preparación al curso (1:55:20) en el que se explica las nociones básicas y las primeras fases del método que se puede aprender en el “Curso Genius”. Con ello, cualquier cliente, potencial o efectivo, ya ha podido hacerse una clara idea del servicio que ha comprado o que tiene intención de comprar. No se puede alegar ignorancia ni engaño de ningún tipo (p. 19).

Conclusión 14^a: Todo cliente del “Curso Genius” puede desistir de su compra y recuperar el dinero pagado. Este derecho se reconoce en el contrato firmado con la entidad mercantil y también es de aplicación la Ley 3/2014, de 27 de marzo que permite desistir de la compra realizada, sin penalización económica, dentro de un plazo de tiempo suficientemente amplio como para que el cliente pueda decidir si el producto o servicio contratado le conviene (p. 19).

Conclusión 15^a: Resulta muy improbable que un cliente potencial del “Curso Genius” se vea inducido a comprar y realizar servicios sin haberlos comprendido y aceptado, de modo consciente e informado, antes de asumir su compromiso contractual. Y, en todo caso, todos pueden ejercer su derecho de desistimiento dentro del plazo y condiciones reguladas para ello.

Conclusión 16^a: El “Curso Genius” está estructurado para ser impartido en una serie de sesiones perfectamente pautadas, claras y concretas, y todos sus participantes tienen información previa sobre su contenido y dinámicas. Tras visionar 2.322 minutos, eso es 38 horas y 42 minutos de grabaciones de video realizadas en diferentes cursos, no se ha encontrado ni detectado ninguna actuación que pueda considerarse como ajena, inhabitual o innecesaria dentro del contexto de la formación que se ofrece desde este tipo de cursos (pp. 21-22).

Conclusión 17^a: En cuanto al control de calidad de los servicios, la entidad mercantil que comercializa el “Curso Genius” dispone de normas y condiciones claras y públicas para todas las partes intervenientes en el proceso de formación.

A través de su página web publica informaciones básicas más que suficientes para poder tomar decisiones sobre el curso, sobre su funcionamiento y sobre sus condiciones. También dispone de una página dedicada expresamente a recoger quejas o denuncias contra cualquier persona vinculada a la entidad mercantil que comercializa el “Curso Genius”.

Para poder controlar mejor la calidad de su servicio y las relaciones con sus clientes y colaboradores, se ha establecido un Comité Ético. Y dado que un porcentaje de alumnos/as son menores de edad, para poder atender las preguntas y dudas de los padres que requieran alguna información sobre el “Curso Genius”, sus características y resultados se ha establecido un comité denominado “Asociación de Madres y Padres de Alumnos del Curso Genius” (AMPA Genius). Con los alumnos/as que ya han acabado el curso y que ya no tienen una relación asidua con la entidad mercantil que comercializa el “Curso Genius”, ésta mantiene abiertos tres canales de contacto con diferentes objetivos (pp. 23-25).

Conclusión 18^a: La campaña de acusaciones contra el “Curso Genius”, iniciada en Italia en el foro de la pagina web del “Centro Studi Abusi Psicologici ONLUS”, se ha demostrado como absolutamente carente de cualquier fundamento y falsa en su fondo y forma (p. 24).

Conclusión 19^a: La pregunta parlamentaria vehiculada por European Consumer en el Parlamento Europeo y basada en las falsas acusaciones del “Centro Studi Abusi Psicologici ONLUS”, obtuvo una respuesta favorable para la entidad comercializadora del “Curso Genius”; y la propia entidad European Consumer, tras realizar un análisis y control sobre el “Curso Genius”,

concluyó que las denuncias que había recibido carecían de todo fundamento y se disculpó por haber solicitado la pregunta parlamentaria basándose en acusaciones falsas (pp. 25-26).

Conclusión 20^a: Las falsas acusaciones realizadas desde el “Centro Studi Abusi Psicologici ONLUS” sustanciaron las primeras críticas contra el “Curso Genius” en España. En general, los “comentarios” son meras opiniones muy subjetivas y sin datos concretos que permitan sostenerlas. Parece evidente que hay unos sujetos específicos que intervienen repetidamente para realizar ataques muy emocionales contra el “Curso Genius” y que actúan como “disparadores” de las críticas al curso, y esos mismos sujetos y ataques los encontraremos en todos los foros críticos con el curso. La mayoría de las críticas son realizadas por sujetos que, en su propia “crítica”, reconocen no haber realizado el curso (pp. 28-33).

Conclusión 21^a: Acusaciones como las publicadas en el *Diari de Girona* demuestran la falta total de rigor y de calidad profesional y de ética por parte del medio. El periodista lanzó acusaciones muy graves contra una empresa al mismo tiempo que reconocía que no tenía dato ninguno contra ella. El periodista incumplió sus obligaciones profesionales con total falta de ética. Se basó únicamente en la opinión de presuntos progenitores anónimos que dijeron reaccionar a las conductas de sus hijas, pero en ningún caso se contrastó esas informaciones con la parte acusada (que es la primera obligación de todo periodista). En la redacción del texto, el periodista afloró con claridad su xenofobia contra “una empresa de matriz italiana” —extranjera y, por ello, no catalana—, y también su clara intención inicial cargada de prejuicios, tal como se denota en algunas de las palabras y construcciones usadas (pp. 31-32).

Conclusión 22^a: El daño ocasionado a la imagen de la empresa por la información falsa aparecida en piezas periodísticas, como la del *Diari de Girona*, o en algunos foros, ha sido importante. Y la empresa comercializadora del “Curso Genius” se equivocó mucho al no presentar inmediatamente una demanda judicial contra el periodista y el medio, a los que también debió denunciar ante el Consell de la Informació de Catalunya, y ante el Col·legi de Periodistes de Catalunya, por incumplimiento del Código Deontológico de la Profesión Periodística (p. 32).

Conclusión 23^a: El informe redactado por el psicólogo [REDACTED] presenta una gran superficialidad y carencia de datos en relación con lo que es y cómo funciona la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” y el propio curso en sí mismo. Realiza una interpretación muy sesgada de hechos, presunciones y fabulaciones, con estimaciones y comentarios que son opiniones (respetables), pero no informaciones técnicas basadas en hechos.

Al conjunto del informe se le aplica una perspectiva que podemos denominar de “sectarismo global”, según la cual todo hecho o conducta, tanto si ha sido realizado como si se ha evitado realizar, pasa a ser interpretado como un componente “demostrativo” de la “manipulación encubierta” dirigida por imaginados y terribles líderes de una “sesta”. Esa es la táctica habitual de la gran mayoría de grupos anti-sectas, tal como lo fue de la asociación en la que se formó [REDACTED], y que también parece ser la táctica habitual empleada por el denominado “Centro Studi Abusi Psicologici ONLUS” y por su responsable, la psicóloga [REDACTED] (pp. 33-34).

Conclusión 24^a: En el informe redactado por el psicólogo [REDACTED] se intenta dejar fijado un elemento propio de los ámbitos sectarios y manipuladores, la “sobrecarga de información”, pero en las sesiones del “Curso Genius” no hay rastro del empleo de esta táctica. Y en el caso de que algún efecto asimilable pudiera producirse en alguna persona, este efecto no sería nunca producto de una estrategia *ad hoc* para manipular, sino el resultado de recibir mucha información en un periodo de tiempo corto y no saber procesarla adecuadamente.

Cualquier actividad cognitiva o emocional puede producir cansancio y aturdimiento si no se sabe gestionar adecuadamente los estímulos recibidos, y eso depende del perfil psicosocial previo de cada persona y de sus habilidades cognitivas y de control emocional. Si alguien se ha sentido “víctima de una sobrecarga de información” durante la presentación del “Curso Ge-

nius”, debería revisar sus capacidades cognitivas (p. 34).

Conclusión 25^a: En el informe redactado por el psicólogo [REDACTED] se intenta dejar fijado un elemento propio de los ámbitos sectarios y manipuladores, el llamado “ bombardeo de amor”. Pero lo que se critica como un “ambiente muy afectivo” en la sala donde se presenta el curso, no pasa de ser una puesta en escena amable y fluida, tal como es habitual y obligatorio en cualquier presentación de ventas. En relación con ese inexistente “ bombardeo de amor” “sectario” se sitúa una “presión desmedida” para forzar a los asistentes a apuntarse al curso. Pero la realidad es que todo asistente a una presentación del curso sabe que está en una sesión de ventas, que tiene a su disposición la información que precise, que dispone de todas las garantías para que un posible contrato de compraventa se produzca bajo condiciones cognitiva, emocional y jurídicamente aceptables; y que nadie es retenido ni coaccionado (p. 34).

Conclusión 26^a: En el informe redactado por el psicólogo [REDACTED] se intenta dejar fijado un elemento propio de los ámbitos sectarios y manipuladores, el intrusismo en alguna profesión y la explotación laboral de los miembros de la “sesta”. Pero ninguna de ambas acusaciones es cierta. Las personas encargadas de impartir el curso tienen la cualificación que precisan, con una preparación específica de al menos dos años, y están jurídicamente legitimadas para impartir este tipo de formación. Y la entidad mercantil mantiene contratos laborales con sus colaboradores, materializados en los formularios oficiales del Servicio Público de Empleo Estatal del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, que están registrados oficialmente y cumplen con la normativa legal vigente (pp. 34-35).

Conclusión 27^a: En el informe redactado por el psicólogo [REDACTED] se critica desde muchos ángulos que la finalidad “principal” de la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” es la venta y la obtención de beneficio. Una acusación totalmente incongruente, ya que no estamos ante una religión sino ante una actividad comercial con ánimo de lucro y absolutamente lícita y legal. La entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” vende un producto y un servicio, y sus colaboradores cobran su sueldo mediante la venta de cursos.

Vender lo que es lícito es un derecho legítimo. Y formar y motivar a los vendedores de una organización es una obligación básica que tiene toda entidad mercantil. Y en el caso de la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius”, el tiempo dedicado a la motivación de ventas de sus colaboradores no supera el 5 % del tiempo total dedicado a su formación dentro de la empresa (pp. 35-36).

Conclusión 28^a: Las acusaciones plasmadas en el informe redactado por el psicólogo [REDACTED] nos llevan a tener que recordar diversos problemas de gran calado que se dan en todos los ámbitos en los que hay “víctimas” de “grupos”.

Es muy habitual que un “experto” se crea el relato que le cuenta una presunta víctima o testigo y no lo contraste (porque ni puede, ni tampoco quiere —o sabe— hacerlo).

La percepción de una víctima está deformada por su propia vivencia y contaminada por lo que le ha llegado desde diversas fuentes sobre casos aparentemente equivalentes, y ello le lleva a una reconstrucción de “sus” recuerdos y de su perfil como “víctima” hasta construir relatos irreales cuando no absolutamente imposibles. No es casualidad que la mayoría de las presuntas “víctimas” del “Curso Genius” digan lo mismo y de la misma manera, eso es, dicen muy poco, sin concretar nada y aduciendo generalidades presuntamente aplicables a “las sectas”.

Es más que frecuente que la credulidad del “experto”, especialmente cuando va unida a una militancia específica, conlleve que el caso puntual, la anécdota, se eleve a categoría, con lo que una suposición sin ninguna base documentada se convierte en prueba de cargo que se arroja sobre todo un colectivo. Esta conducta irresponsable ha sido uno de los abusos más clásicos cometidos por el movimiento anti-sectario mundial contra cientos de grupos (p. 36).

Conclusión 29^a: Se desconoce cualquier dato concreto sobre quienes son y cuántos acusan de “secta” y de “estafa” a la empresa comercializadora del “Curso Genius”, y son escuchados por psicólogos como [REDACTED], pero a juzgar por lo estereotipado de lo que dicen que han dicho han de ser muy pocos, poquísimos. Y jamás ninguno de ellos ha presentado queja o denuncia ante ninguna autoridad. Muchos miles de personas han asistido a presentaciones del “Curso Genius” y algunos miles de clientes realizaron el curso con total normalidad y, por lo que parece, con aceptable satisfacción.

Pero sin duda es factible que un 0,10 % o 0,20 % de personas que han estado en contacto con una organización la critiquen, ya sea porque la persona crítica no haya obtenido lo que deseaba (que es lo más habitual) e intente compensar su frustración con el ataque, o porque esa persona haya sido víctima real de algún error grave o mal funcionamiento, un problema que de modo inevitable se da en cualquier organización. Pero, en todo caso, la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” tiene los canales adecuados para recibir quejas y solucionar conflictos (p. 37).

Conclusión 30^a: En el informe redactado por el psicólogo [REDACTED] se intenta dejar fijado un elemento propio de los ámbitos sectarios y manipuladores, la presión para abandonar el hogar familiar y pasar a vivir “en comunidad con miembros del grupo”. Una afirmación que solo puede entenderse como hecha desde el subjetivismo, la generalización y la perspectiva del “sectarismo global”.

Las personas que trabajan con la entidad comercializadora del “Curso Genius” son adultas y con libertad para tomar sus decisiones. Tienen derecho a residir donde más les convenga y con quien más les apetezca. Al igual que sucede con la inmensa mayoría de la gente joven que no quiere residir con su familia, ha de hacerlo en pisos de alquiler compartidos, ya sea con gente conocida o desconocida. Quienes buscan compartir un piso suelen buscar compañeros/as en su entorno más habitual, que a menudo es el trabajo. Además, el trabajar para el “Curso Genius” permite obtener unos ingresos que facilitan una emancipación imposible para decenas de miles de otros jóvenes. Cada trabajador/a del “Curso Genius” reside con total normalidad allí donde considera que debe vivir (pp. 37-38).

Conclusión 31^a: En el informe redactado por el psicólogo [REDACTED] se intenta dejar fijado un elemento propio de los ámbitos sectarios y manipuladores, la presión para abandonar los estudios o cualquier otra actividad anterior al ingreso en el “grupo”. Una afirmación realizada, también, desde el subjetivismo, la generalización y la perspectiva del “sectarismo global”. Las entrevistas personales realizadas con el personal de la empresa comercializadora del “Curso Genius” desmiente absolutamente este aspecto.

Muchos ya tenían títulos de grado superior al comenzar a trabajar para el “Curso Genius”, algunos se graduaron cuando ya trabajaban para la entidad mercantil, y otros, los menos, abandonaron sus estudios cuando decidieron cambiar su perspectiva profesional; en todo caso, la tasa de abandono entre ellos es muy inferior a la tasa de abandono de estudios universitarios en España, que es muy alta (32 %) y mantiene una tendencia creciente.

El interés de la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” es que sus colaboradores no abandonen sus estudios universitarios, ya que un título universitario beneficia a quien lo posee, pero también al conjunto de la empresa. El consejo empresarial general es que los aspirantes a instructor/a se gradúen antes o mientras realizan su adiestramiento (p. 38).

Conclusión 32^a: En el informe redactado por el psicólogo [REDACTED] se intenta dejar fijado un elemento propio de los ámbitos sectarios y manipuladores, el “alejamiento y distorsión de sus relaciones previas a la entrada en los cursos” entre una persona y su familia.

Pero si se produce algo parecido a ese “alejamiento y distorsión de sus relaciones previas”, siempre será debido a la organización y priorización del tiempo disponible que establezca cada persona. En este caso nos encontramos ante jóvenes que han comenzado un proyecto de trabajo autónomo, y eso ya implica, como poco, restarle 8 horas diarias a su relación familiar y social anterior para dedicarlas a su nueva ocupación. La gran mayoría de trabajos exigen dedi-

carles entre 8 y 12 horas diarias y debe recordarse que los Instructores/as del “Curso Genius” son profesionales autónomos, con unos ingresos medios 10 veces superiores a la media de ingresos de la mayoría de las personas de su edad. Y un trabajo autónomo no suele dar mucho dinero si no se trabaja también mucho. Y los Potenciales instructores/as aspiran a la misma situación, a tener su propio negocio comercializando el “Curso Genius”, por lo que el tiempo de trabajo y de capacitación que necesitan es mucho. Pero la recompensa esperada también es mucha y, en todo caso, es su legítima decisión y elección de vida profesional (p. 39).

Conclusión 33^a: Si nos basamos en la definición genérica de “secta destructiva”, cabe afirmar que en la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” en España no se han detectado indicios que permitan suponer que, en su proceso de captación de posibles clientes, en sus dinámicas de formación en los cursos, y en su relación habitual con clientes y con personal contratado, se utilicen técnicas de persuasión coercitiva que propicien la desestructuración de la personalidad previa de las personas contactadas o la dañen severamente. Tampoco se aprecia en esta entidad mercantil y en sus conductas ninguna dinámica vital que ocasione o propicie la *destrucción* total o severa de los lazos afectivos y de comunicación efectiva de sus clientes o personal contratado con su entorno social habitual y consigo mismo. Y, por último, en la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” en España no existe ninguna dinámica de funcionamiento que lleve a conculcar derechos jurídicos inalienables en un Estado de Derecho (p. 50).

Conclusión 34^a: Si nos remitimos a los diez puntos definitarios propuestos para constituirse en elementos de análisis para detectar si algún determinado grupo hubiese adoptado ya una dinámica de “secta destructiva” o estuviese en camino de hacerlo, cabe afirmar rotundamente que la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” en España no se ajusta en absoluto, ni por la más mínima cercanía o paralelismo, a ninguno de los diez puntos definitarios que conforman los parámetros de una dinámica de “secta destructiva” (p. 50-52).

Conclusión 35^a: La estructura y conductas de la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” en España tampoco se ajusta en lo más mínimo a los parámetros de las tipificaciones de “secta” elaboradas y utilizadas por la Assemblée Nationale de France, o la Chambre des Représentants de Belgique. Ni tampoco se ajusta a cualquier otra definición posible de “secta” (p. 53).

Conclusión 36^a: Si nos atenemos a los enunciados que conforman el proceso manipulador típico de una dinámica de “secta destructiva”, lo observado nos permite afirmar que dentro de la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” en España no se da ninguno de los aspectos conductuales propios de los procesos manipuladores típicos de las dinámicas de “secta destructiva” (pp. 53-54).

Conclusión 37^a: Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el análisis y valoración de la estructura, dinámicas y conductas de la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” en España, y de su personal, resulta absolutamente obvio que el funcionamiento y las relaciones internas y externas que se dan y propician desde la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” en España no se ajustan a ninguno de los parámetros propios de una dinámica de “secta destructiva”. Solo desde la ignorancia o desde la mala fe puede atribuirse a esta entidad mercantil la etiqueta de “secta”, ya que su estructura y modo de actuar están en las antípodas de cualquier tipo de sectarismo (p. 54).

Conclusión 38^a: Al analizar la forma y dinámicas empleadas para promocionar, presentar y comercializar el “curso Genius”, no encontramos ningún aspecto básico que sea ilegal, criticable o “extraño” y que no sea empleado ya por cientos de otras empresas para comercializar todo tipo de productos y servicios (p. 54).

Conclusión 39^a: Al analizar las dinámicas de formación y de entrenamiento empleadas por la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” en España —y más allá de las peculiaridades propias del producto y del método específico desarrollado por esta entidad mercantil—, no se encuentra ningún aspecto básico que sea ilegal, criticable o “extraño” y que no sea empleado ya por cientos de *coach* y de otras empresas para entrenar a sus clientes o para motivar a sus plantillas laborales (p. 54).

Conclusión 40^a: En la entidad mercantil comercializadora del “curso Genius” y en sus colaboradores, se han dado y se dan procesos psicosociales básicos, como el compromiso, la conversión, la resocialización y las relaciones intragrupales muy estrechas, que son propios de la afiliación a un grupo o a un movimiento social, especialmente cuando esta vinculación es emocionalmente intensa. De las conversaciones mantenidas con los instructores/as y potenciales instructores/as se deduce que se han dado, en muy diferentes grados —que dependen de la personalidad previa de cada persona—, estos cuatro procesos psicosociales. Y este hecho no sólo es normal y adecuado, sino que es óptimo, tanto para los trabajadores como para la empresa, y también para sus clientes (pp. 55-57).

Conclusión 41^a: Todos los colaboradores/as de la entidad mercantil comercializadora del “curso Genius” conocieron el producto y servicio de forma experiencial, como clientes. Experimentaron directamente sus efectos positivos en sí mismos, en amigos/as y en otras personas. Descubrieron un mundo que les apasionó y enamoró. El convencimiento experiencial de que las técnicas del “curso Genius” eran reales, buenas y deseables les fortaleció su necesidad de compromiso, para con ellos mismos, para con la empresa y para con los demás.

Ese compromiso inicial les hizo caminar por un sendero de formación específica que es asimilable a un proceso de conversión —aunque conservando cada cual su propia identidad psicosocial—, que les llevó a sentirse “diferentes” (y también a ser percibidos como “diferentes” por algunos de sus familiares), y en el trayecto de su formación, pasaron por una resocialización que les hizo replantearse y cambiar algunos de sus valores y actitudes anteriores, y también no pocas prioridades y su propio proyecto de vida laboral (p. 57).

Conclusión 42^a: Tras las entrevistas con los colaboradores/as de la entidad mercantil, si algo queda muy claro es que todos ellos se sienten con una “misión”, con una misión elegida voluntaria y expresamente tras su experiencia como alumnos/as del “curso Genius”. Pero esa “misión” para ayudar a los demás no es mística ni sectaria. Son perfectamente conscientes de que venden un servicio de formación, y quienes no tienen todavía su propia empresa franquiciada aspiran a tenerla. Se ganan muy bien la vida con este trabajo. Pero también sienten que su vida es mejor porque su trabajo les permite mejorar la vida de otros (p. 58).

Conclusión 43^a: Las relaciones intragrupales que mantienen los colaboradores de la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” son muy estrechas e intensas, y deseadas en todos los sentidos. No son una plantilla de empresa “normal”; son trabajadores —de hecho, autónomos y/o empresarios— profundamente convencidos, por experiencia personal, de que lo que venden es bueno, útil y recomendable. Su motivación es máxima, y no sólo trabajan juntos para mejorarse a sí mismos, también lo hacen para mejorar su ámbito de trabajo, que es el “curso Genius” y todo su entorno (p. 58).

Conclusión 44^a: Es bueno y deseable que los colaboradores del “curso Genius” hayan experimentado en mayor o menor medida los cuatro procesos psicosociales de compromiso, conversión, resocialización y relaciones intragrupales estrechas, ya que ello posibilita que su relación de formación y de ayuda con los clientes sea más intensa y eficaz, e incluso más honesta, puesto que lo que afirman que se puede conseguir, ellos ya lo han logrado previamente con su propio esfuerzo (p. 59).

Conclusión 45^a: Los instructores/as y potenciales instructores/as le dedican muchas horas diarias a su actividad laboral, que comparten con su formación continuada; pero toda persona que posea o quiera poseer su propia empresa —tal como es el caso que nos ocupa— no le dedica menos tiempo ni menos vida a la construcción y gestión de su propio proyecto profesional (p. 59).

Conclusión 46^a: A juzgar por los datos recolectados para este informe, y las observaciones realizadas mediante las entrevistas personales, la dinámica que se mantiene actualmente entre todos los colaboradores/as del “curso Genius” no es ni “sectaria”, ni ilícita, ni criticable bajo ningún aspecto ni punto de vista (p. 59).

Dado que la evolución de todo colectivo es dinámica y cambiante, las conclusiones emitidas en el presente informe deben quedar necesariamente limitadas a un ámbito territorial, España, a una estructura organizacional, la entidad mercantil comercializadora del “Curso Genius” en España, y ser referidas al período concreto en que se realizó el estudio, 2017-2018.

Y para que así conste, según el criterio de nuestro leal saber y entender, y pueda ser tenido en cuenta, firmamos el presente informe en Barcelona a 05 de octubre de 2018.

Dr. Pepe Rodríguez (*)
Director
EMAAPS. *Equipo Multidisciplinar para el
Asesoramiento y Asistencia en Problemas Sectarios*
[REDACTED]

(*) Doctor por la Universidad de Barcelona, Facultad de Psicología, Dpto. de Psicología Social. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB).

Actualmente es Coordinador de Estudios de la Titulación de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Y profesor y responsable de las asignaturas de Grado “Métodos, técnicas, fuentes y organización del trabajo periodístico” y “Periodismo de Investigación” (Facultad de Ciencias de la Comunicación, UAB).

Ha publicado 21 libros, además de 17 libros publicados en coautoría. También es autor de una quincena de artículos académicos publicados en revistas científicas del ámbito de la psicología, el derecho, la historia y el periodismo. En el ámbito específico de la problemática sectaria ha publicado 11 libros, diversos artículos académicos y decenas de artículos periodísticos. Su tesis doctoral en Psicología también fue una investigación dentro del ámbito de la problemática sectaria.

Especializado en técnicas de persuasión coercitiva y problemática sectaria (desde 1974), un campo en el que, desde 1979, asesora a diferentes Administraciones y afectados. En 1991 fundó el EMAAPS (Equipo Multidisciplinar para el Asesoramiento y Asistencia en Problemas Sectarios), del que es director.

Ha sido miembro técnico y vocal del grupo de trabajo sobre *Asociacionismo y Libertad: Los Movimientos Sectarios* de la Comisión Interministerial para la Juventud (Ministerio de Asuntos Sociales, 1987). Ponente, como experto, en la Comisión Parlamentaria de Estudio de las Sectas en España (1988), y en la Comisión Parlamentaria de Política Social (1995). Investigador para el Plan Nacional sobre Drogas del Ministerio de Sanidad y Consumo (1988-1989). Autor de las investigaciones: *Informe Drogas y Sectas* (1988) y *Estudio sobre los centros para toxicómanos de la Asociación “El Patriarca” en España* (1989).