

Els àngels de la “New Age”

Una mirada des dels Estudis Culturals sobre la literatura didàctica i les cartes oracle que tracten d’ensenyar a comunicar-se amb els àngels.



(Doreen Virtue Virtue, Doreen (2005)
Saints & Angels. Oracle cards. Carlsbad, California: Hay House, Inc.)

Estudiant: **Elisa Pons Guasch**

Consultor del TFC: **Hernán María Sampietro Sánchez**

Gener de 2008

Agraïments:

Agraeixo molt al meu consultor, Hernán María Sampietro, la seva tasca de guia i orientació. Així mateix, agraeixo a Josep Sastre Portella, historiador, professor de religió i rector de la parròquia de Sant Antoni, de Maó, que m'indiqués la conveniència de buscar els models literaris dels llibres-àngel a la biblioteca del Seminari Diocesà de Menorca (Ciutadella), i a Magdalena Pelegrí, bibliotecària, la seva amabilitat i bona disposició. A Neus Vidal Jordi, professora d'Història de l'Art, les seves orientacions tècniques, i a Tere Ramos García, propietària de la Llibreria Tara, de Maó, l'atenció que sempre m'ha dedicat i les facilitats que m'ha donat per poder conèixer i obtenir els productes-àngel més interessants i més venuts.

© Elisa Pons Guasch

Reservats tots els drets. Està prohibida la reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol mitjà o procediment, compresos la impressió, la reprografia, el microfilm, el tractament informàtic o qualsevol altre sistema, així com la distribució d'exemplars mitjançant lloguer i préstec, sense l'autorització escrita de l'autor o dels límits que autoritzi la Llei de Propietat Intel·lectual.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	2
2. OBJECTIUS DE LA RECERCA.....	6
3. MARC TEÒRIC.....	7
3.1. <i>Les noves formes de religió.....</i>	7
3.2. <i>El moviment “New Age”: contextualització i caracterització.....</i>	9
3.3. <i>Religiositat contemporània i societat de consum.....</i>	11
3.4. <i>Transmissió de les creences religioses: religió i literatura didàctica.....</i>	12
3.5. <i>La creença en els àngels i la seva difusió a través de la literatura didàctica cristiana: els models literaris.....</i>	13
3.6. <i>La creença en els àngels en el moviment New Age i el fenomen de les canalitzacions o “channeling”.....</i>	14
3.7. <i>Canals i formes de difusió de la creença en els àngels dins l’àmbit del “New Age”: llibres i jocs de cartes oracle.....</i>	16
3.8. <i>Les indústries culturals i el Circuit de la Cultura.....</i>	16
4. MARC METODOLÒGIC.....	19
4.1. <i>Definició del camp d’estudi: els productes-àngel.....</i>	19
4.2. <i>Orientació metodològica.....</i>	23
4.3. <i>Tècniques de recollida de dades.....</i>	27
4.4. <i>Tècniques i models d’anàlisi.....</i>	28
5. LECTURA DE LES DADES.....	30
5.1. <i>Anàlisi semiòtica de les formes externes: l’embolcall.....</i>	30
5.2. <i>Anàlisi textual i semiòtica de les formes internes: contingut de l’embolcall.....</i>	39
5.3. <i>Identificació dels fragments d’ideologia: l’agenda-setting o els temes tractats.....</i>	48
6. CONCLUSIONS.....	51
BIBLIOGRAFIA.....	57
WEBGRAFIA.....	58
ANNEXOS.....	59

1. INTRODUCCIÓ

El projecte de recerca *Els Àngels de la "New Age"* sorgeix de la confluència de diversos factors. El primer, i ben personal, és el meu interès per les formes de religiositat en general i per les creences, religioses o no, de les persones, conseqüència en part del que pogut aprendre cursant les assignatures d'Antropologia Social i Antropologia de la Religió. A través d'aquesta vaig conèixer un poc el fenomen del moviment New Age, en el que mai no m'hi havia fixat gaire, però que després he pogut comprovar que és ben patent en la nostra societat, doncs es manifesta de moltes maneres, que, de tan properes i quotidianes, no hi parava atenció¹. El segon, és la fascinació que sempre han despertat en mi les representacions artístiques i literàries dels éssers alats, el gust per descobrir i analitzar la seva simbòlica². En tercer lloc, ja fa temps que he anat observant, tant a nivell de productes de consum diversos (pòsters, objectes de regal, figures, ...), com de publicació de llibres, de jocs de cartes i de pàgines web, com una moda o un interès pels àngels un tant especial.

Un dia em vaig comprar un llibret bonic, ben editat, amb fotografies i textos referits a diversos àngels³, que em va agradar, i al final de tot indicava la pàgina web⁴ i un telèfon per informar-se sobre conferències, cursos i seminaris sobre els àngels. Em va cridar l'atenció, i hi vaig entrar per tafanejar una mica. La meva sorpresa va ser descobrir que, efectivament, hi havia cursos sobre àngels. Em va venir de nou que sobre aquest tema es puguin donar cursos. Ho vaig trobar tan sorprenent, que em va despertar la curiositat. Un poc de navegació per la xarxa d'Internet i un recorregut per algunes llibreries em va confirmar que existeix tota una oferta de cursos i de productes centrats en els àngels⁵, alguns dels quals fan referència més o menys directa al New Age, bé en el contingut, bé en la presentació externa⁶.

¹ Llibres, revistes, cursos, centres de ioga, difusió del budisme, reiki, llibreries, i un llarg etc... tot això ho tenim al carrer davant nostre, i jo mateixa he participat en algunes activitats, tinc llibres, però no era conscient del marc que li dóna un sentit. Sense l'assignatura d'Antropologia de la Religió, crec que no ho hauria relacionat amb el moviment New Age.

² Chevalier, Jean; Gheerbrant, Alain (2003) *Diccionario de los símbolos*. Barcelona: Herder

³ López, Núria (2006) *Voz de Ángel*. Barcelona: Editorial Océano

⁴ *Mis Ángeles* <<http://www.misangeles.com/>> [Consulta: gener 2007]

⁵ *Alas del alma* <http://www.angeldelaguarda.com.ar/curso_angeles_online.htm> [Consulta: gener 2007]

Una visita a museus, exposicions, llibreries permet observar a l'interessat que la figura de l'àngel apareix arreu, tant en les arts plàstiques i figuratives com en la literatura, tant si es tracta de produccions culturals de caràcter religiós com profà. L'àngel, a més, és també una figura important de la cultura i de la religiositat popular catòlica, que sol representar-se amb uns trets i atributs molt marcats per la iconografia artística cristiana⁷. Els àngels que em vaig trobar en aquesta primera exploració no eren exactament idèntics als tradicionals, però tenien molt a veure amb ells, per exemple, els Àngels Custodis, els Arcàngels Miquel, Rafel, Gabriel i Uriel, les jerarquies angèliques... Les diferències apareixien més en la iconografia, bastant peculiar en alguns casos, en les funcions, i en el fet que aquests àngels no es troben en l'àmbit de les institucions religioses.

Les produccions culturals generades per les formes modernes de religió estan encara poc estudiades. Crec que un dels motius és que es tracta d'una religiositat "al marge", fora de les estructures de les religions plenament consolidades en el món. Ho relacionaria amb el concepte de "*communitas*", analitzat per V. Turner⁸ a "*Liminalidad y communitas*". Aquest autor relaciona "*communitas*" amb el fenomen de la "liminalitat", moment dels ritus de passatge caracteritzat per l'ambigüitat i la indefinició, que genera un tipus de relació social caracteritzat per no tenir una estructuració jerarquitzada, per la companyonia i l'igualitarisme. Turner defineix "*communitas*" per oposició al concepte d'estructura, o model "*que presenta la sociedad como un sistema estructurado, diferenciado, y a menudo jerárquico, de posiciones político-jurídico-económicas con múltiples criterios de evaluación que separan a los hombres en términos de "más" o de "menos"*". La "*communitas*" sorgeix durant el període liminar, i seria el model "*de la sociedad en cuanto comitatus, comunidad, o incluso comunión, sin estructurar o rudimentariamente estructurada, y relativamente indiferenciada de individuos iguales que se*

Inner Expansion. Workshop for the soul. <http://www.innerexpansion.com/private_consultation.htm>
[Consulta: gener 2007]

⁶ Whitaker, Hazel; Blanche, Cynthia (2005) *Ángeles de la Guarda*. Madrid: Tikal Ediciones. Col. New Age

⁷ Per exemple, antigues estampes de l'Àngel Custodi, oracions, cançons per anar a dormir...

⁸ Turner, Víctor (1988) *El proceso ritual*. Madrid: Taurus

someten a la autoridad de los ancianos que controlan el ritual” (Turner, 1988: 103). Aquest tipus de societat seria tot el contrari d’una societat tancada o estructurada i jerarquizada. Turner destaca la presència dels valors de la “*communitas*” en la societat occidental contemporània entre tots aquells que es “marginen” de l’ordre social basat en l’estatus i afirma que “*es evidente que las dimensiones colectivas –communitas y estructura- se pueden encontrar en todas las fases y niveles de la cultura y la sociedad*”. (Turner, 1988: 119). Així, doncs, les manifestacions de les noves formes de religiositat contemporània, - entre les quals es troba el moviment New Age-, que es produeixen fora de les estructures generades per les religions tradicionalment consolidades, respondrien, des del meu punt de vista als trets bàsics de la “*communitas*”.

El moviment New Age i les seves manifestacions comencen ara a estudiar-se des del punt de vista científic i acadèmic⁹. Les obres a través de les que arriben al públic no formen part del tipus de literatura que interessa a la crítica literària, no es promocionen ni es comenten, i, no obstant, omplen alguns prestatges a llibreries i comerços i tenen molta presència a les llibreries d’Internet.

L’aparició d’aquests productes en el mercat és un fenomen cultural nou entre nosaltres. Fins a principis de la dècada dels anys 90¹⁰ els àngels ens arribaven per diverses vies, principalment a través del cristianisme: art religiós de diverses èpoques i estils; obres filosòfiques com les de Tomàs d’Aquino o Ramon Llull, per exemple; missals, devocionaris, pintures i gravats que popularitzaven la figura de l’àngel custodi, oracions, etc. També a través de la literatura –Milton, Blake, Rilke, Rafael Alberti, entre altres-, i del cinema –per exemple, el film *El cielo sobre Berlin*, dirigit per Wim Wenders (1987). Actualment, aquests nous àngels ens arriben per conductes no considerats “culturals” en el sentit clàssic del terme¹¹, sinó pels canals propis de la societat de consum, i en un àmbit allunyat de qualsevol pretensió elitista o academicista.

⁹ Ho senyalen Lewis & Melton (1992) i també Vicente Merlo (2007)

¹⁰ Aquest tipus de produccions són de dates recents, principalment de principis dels anys 90. Vegi’s la bibliografia corresponent als productes-àngel.

¹¹ Fecé Gómez, J.Ll. (2000) *El circuit de la cultura. Comunicació i cultura popular*. Barcelona:UOC

L'àngel és considerat un ésser espiritual dins de les tradicions religioses que ens són més properes, la cristiana, la musulmana i la judaica. Pertany a creences religioses considerades tradicionals, en el sentit de més antigues, divulgades i arrelades entre nosaltres. I aquí hi ha dos aspectes a considerar. El primer és que, fora de qualsevol església i de qualsevol tipus de culte, el contacte amb l'àngel per obtenir-ne alguna ajuda es compra, pel simple fet que està a la venda -i a l'abast de tothom- sota diverses formes: llibres, jocs de cartes, cursos... El segon és que la creença en els àngels és també un element que forma part d'algunes noves formes d'espiritualitat que s'integren en el moviment New Age¹², caracteritzat pel seu sincretisme i per possibilitar, segons J. Vallverdú, una “*religiositat a la carta*”¹³.

Els estudis sobre el moviment New Age, les seves produccions culturals i els significats que aquestes generen estan encara en fase molt embrionària. Els Estudis Culturals constitueixen, en la meua opinió, el marc idoni per analitzar aquest tipus de manifestacions, perquè permeten una aproximació interdisciplinària comprensiva del fenomen i una anàlisi sense prejudicis de valor d'uns productes de consum que circulen al marge del que es considera literatura i cultura de qualitat. Són també una via per comprendre millor les noves formes de religiositat contemporània. Estudiant el fet que l'àngel, considerat un ésser sobrenatural, ens arribi en forma de productes de consum d'una tipologia nova en el mercat, intentaré fer una modesta aportació al coneixement sobre algunes formes i valors de la cultura popular contemporània.

¹² Carey, K. (1988) *Return of the bird tribes*. New York: HarperCollins. Aquesta obra és comentada, igual que *The Third Millennium*, del mateix autor, per Suzanne Riordan a “*Channeling: A New Revelation?*” a l'obra editada per James R. Lewis i Gordon Melton, *Perspectives on the New Age*

¹³ Vallverdú, J. (2002) “*L'agent humà*”, a *Antropologia de la religió*. Barcelona: UOC

2. OBJECTIUS DE LA RECERCA

El tema de recerca és la creació i comercialització de productes centrats en els àngels, fora dels canals religiosos o artístics tradicionals en l'àmbit de la cultura occidental, i dins del marc de l'espiritualitat i religiositat New Age. La pregunta és "**Com es comercialitza un contingut espiritual, com és la creença en els àngels, en el marc del moviment New Age?**"

Altres preguntes que pensava que podria respondre a través del meu treball són:

- És nou el significat, o pot enllaçar-se amb alguna tradició? Són nous els usos proposats per als àngels?
- Com es construeix el discurs per a introduir i fomentar una nova forma de creença en els àngels?

2.1. Objectiu general

Esbrinar el tipus de relació entre els trets generals del Moviment New Age, la creença en els àngels dins d'aquest marc i els productes de consum que els tenen com a centre d'interès.

2.2. Objectius específics

- a) Dissenyar una eina d'anàlisi per a un nou tipus de producte cultural (els *productes-àngel*) que es comercialitza en l'àmbit de la societat capitalista i de consum contemporània.
- b) Analitzar les formes de presentació o suports dels productes seleccionats, les formes del discurs sobre els àngels i els usos proposats pels autors o autores.
- c) Identificar la xarxa conceptual comuna entre les obres objecte d'estudi atenent-me als conceptes i continguts més rellevants i més freqüents.

3. MARC TEÒRIC

3.1. Les noves formes de religió

Ja que es tracta d'un fenomen de la religiositat contemporània, el marc teòric general que m'ha semblat més adient parteix de la visió sociològica de la religió d'Émile Durkheim al seu estudi *Las formas elementales de la vida religiosa*¹⁴ on afirma, en síntesi, que en la religió hi ha quelcom que no mor, sinó que reapareix sota noves formes¹⁵. Seguint la orientació durkheimiana, l'obra editada per Díaz-Salazar, Giner i Velasco¹⁶, traça una panoràmica de la religiositat contemporània des d'una perspectiva sociològica. Segueix la tesi de Durkheim de què la religió no desapareix, sinó que es transforma. Els autors que participen en aquesta obra relacionen les formes modernes de la religió amb les característiques de la societat actual.

En aquest sentit, J. L. Aranguren¹⁷ destaca que l'època actual es caracteritza per un descens en la pertinença a les religions establertes, la qual cosa no significa una desaparició de l'experiència religiosa, sinó que sorgeixen noves formes de religiositat, independents de l'ortodòxia, allunyades de qualsevol forma d'institucionalització, i algunes fins i tot, segons criteris tradicionals, podrien ser qualificades de supersticioses. Segons aquest autor, sembla que la tendència és la caiguda de les esglésies i religions establertes en favor del desenvolupament d'un esperit religiós lliure, allunyat de les pràctiques culturals formalitzades. R. Díaz-Salazar¹⁸, per la seva part, abunda en les mateixes idees i analitza el concepte de “religió buida” (Díaz-Salazar, 1996: 72), definida

¹⁴ Durkheim, Émile (2003) *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Alianza Editorial

¹⁵ “Hay, pues, en la religión algo eterno, que está destinado a sobrevivir a todos los símbolos particulares de los que se ha ido rodeando sucesivamente. No puede haber ninguna sociedad que no sienta la necesidad de mantener y revitalizar, a intervalos regulares, los sentimientos colectivos y las ideas colectivas que le dan unidad y la individualizan” [...] “No hay evangelios inmortales, y no hay motivos para creer que la humanidad se haya vuelto incapaz de concebir otros nuevos. En cuanto a saber cuáles serán los símbolos en qué se expresará la nueva fe, si se parecerán o no a los del pasado o si se adecuarán mejor a la realidad que quieren traducir, es una cuestión que sobrepasa las facultades humanas de previsión y que, además, importa poco para lo esencial. Pero las fiestas, los ritos y, en una palabra, el culto, no son la religión entera. Ésta no es sólo un sistema de prácticas; es también un sistema de ideas, cuyo objeto es expresar el mundo”. (Durkheim, 2003: 641)

¹⁶ Díaz-Salazar, Rafael; Giner, Salvador; Velasco, Fernando (eds.) (1996) *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza Editorial

¹⁷ Aranguren, J. L. (1996) “La religión hoy” a Díaz-Salazar, Rafael; Giner, Salvador; Velasco, Fernando (eds.) *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza Editorial

¹⁸ Díaz-Salazar, R. (1996) “La religión vacía. Un análisis de la transición religiosa en occidente” a Díaz-Salazar, Rafael; Giner, Salvador; Velasco, Fernando (eds.) *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza Editorial

com una sèrie de processos socio-religiosos consistents en el buidat de continguts de la religió cristiana, en la transformació d'unes formes de vida religiosa en unes altres i en l'aparició de nous nuclis religiosos formats per persones que s'han allunyat de les institucions cristianes. Aquest autor destaca també la dificultat de conèixer empíricament aquests tipus de religiositat, doncs les dades que es tenen actualment sobre les creences i pràctiques religioses de la gent estan centrades en les religions teistes i en les esglésies. J. Kerkhofs¹⁹, citat per Díaz-Salazar, indica que el concepte cristià tradicional de la religiositat està essent substituït pels moviments de la New Age i per una espècie de religió ecològica. En resum, Díaz-Salazar afirma que a Occident persisteix la religió, que la societat no es dessacralitza, que la religió perd funcions socials, conseqüència del procés de modernització que s'ha produït, però no desapareix:

"De alguna forma se cumple el aserto de Durkheim: la religión está más llamada a transformarse que a desaparecer" (Díaz-Salazar, 1996: 107).

Fruit d'aquesta transformació són els nous moviments religiosos (NMR), l'aparició dels quals es situa a finals dels anys 60 i principis dels 70 del segle XX. Segons J. Martín Velasco²⁰, citat per Vicente Merlo²¹, es defineixen per una certa ruptura amb les religions establertes oficialment, per un sentit molt ampli i, segons Merlo, per sobrepassar la qualificació de "religiosos" endinsant-se preferentment en el camp de l'espiritualitat. Martín Velasco proposa una classificació dels NMR, entre els quals hi hauria els NMR arrelats en els corrents gnòstics, esotèrics i ocultistes, àmbit on situa el moviment New Age:

*"Se ha hablado [...] de la "nebulosa" o "galaxia" místico-esotérica, así como de "movimientos sincrético-holistas", que pueden hacerse coincidir aproximadamente con la ambigua y abigarrada noción de "espiritualidad Nueva Era"*²².

F. Díez de Velasco²³, citat per Merlo, destaca que les noves religions són productes de la modernitat, de les societats industrials i postindustrials. Sorgeixen de la dissolució de la societat tradicional i de l'impacte dels pressupostos ideològics de la modernitat i de la globalització, fets que

¹⁹ Kerkhofs, J. (1992) "¿Hasta qué punto es religiosa Europa?" a *Concilium*, nº 2

²⁰ Martín Velasco, J. (1997) *El malestar religioso de nuestra cultura*. Madrid: San Pablo

²¹ Merlo, V. (2007) *La llamada (de la) Nueva Era*. Barcelona: Kairós

²² Martín Velasco, J. (1997) *El malestar religioso de nuestra cultura*. Madrid: San Pablo

²³ Díez de Velasco, F. (2000) *Las nuevas religiones*. Madrid: Ediciones del Orbe

provoquen trets com un fort individualisme, organització poc complexa o la tendència a funcionar en xarxes.

3.2. El moviment "New Age": contextualització i caracterització

Aquest moviment, segons J. Vallverdú, R. de la Torre y C. Gutiérrez Zúñiga²⁴, és un fenomen de la religiositat i l'espiritualitat contemporànies relativament nou, que apareix i es desenvolupa en el context de la societat global, capitalista i de consum. S'origina als EEUU cap als anys 70, sense que pugui afirmar-se una data concreta. És complex i encara poc estudiat des de la perspectiva acadèmica. El primer estudi sociològic sobre aquest tema és l'obra editada per J. R. Lewis i G. Melton, *Perspectives on the New Age*²⁵, de 1992, capdavantera en els estudis acadèmics i científics sobre el New Age, que recull aportacions molt primerenques de diversos autors. És també destacable l'aportació de Luigi Berzano amb la publicació de *New Age*²⁶, de 2001. Vicente Merlo, a *La llamada (de la) Nueva Era*, de 2007, confirma que el New Age és un tema encara poc estudiat des d'una perspectiva acadèmica i rigorosa.

La denominació New Age, o Nova Era, amb forta connotació astrològica, es refereix a la pròxima entrada en l'Era d'Acuari, finalitzant ja la de Peixos que va començar amb el naixement de Crist. L'Era d'Acuari estaria regida pel planeta Urà, impulsor de la investigació científica i de la llibertat en tots els àmbits²⁷. L'obra de Marilyn Ferguson, *La conspiración de Acuario*²⁸, un dels textos fonamentals en l'àmbit del New Age, fa referència als canvis i profundes transformacions que aquesta nova època implicarà. L'etiqueta New Age apunta

²⁴ Vallverdú, J. (2002) "L'agent humà", a *Antropologia de la religió*. Barcelona: UOC

Torre, Renée de la; Gutiérrez Zúñiga, C. (2005). "Mercado y religión contemporánea" a *Desacatos* n° 18 <<http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/18%20Indexado/Presentacion.pdf>> [Consulta: 10 maig 2007]

²⁵ Lewis, J. R.; Melton, G. (1992) *Perspectives on the New Age*. New York: State University of New York Press

²⁶ Berzano, Luigi (2001) *New Age*. Madrid: Acento

²⁷ Merlo, V. (2007) *La llamada (de la) Nueva Era*. Barcelona: Kairós. Aquest autor explica també els fonaments astronòmics i astrològics de la Nova Era: "La base astronómica se halla en el período de 25.760 años que tarda el equinoccio vernal en dar una vuelta completa alrededor de la eclíptica. Ésta se divide en doce constelaciones, cada una de ellas con una duración de 2.146 años. Es el tiempo correspondiente a cada signo del Zodíaco y a cada Era astrológica Debido a la precesión de los equinoccios, la dirección es la contraria a la del orden habitual del Zodíaco" (2007: 225)

²⁸ Ferguson, Marilyn (1989) *La conspiración de Acuario*. Barcelona: Kairós

a una visió mil·lenarista de la transformació del món, tret que distingeix aquest moviment d'altres que el precedeixen.

Quant als orígens del moviment, tant Lewis i Melton, com Merlo, coincideixen en senyalar com a precedents més influents la comunitat ocultista metafísica, representada per la Societat Teosòfica, i les l'obres de H.P. Blavatsky (1831-1891) i d'Alice A. Bayley (1886-1949). Segons Merlo, hi hauria tres dimensions constitutives del New Age: la dimensió esotèrica, representada per les autores esmentades i la teosofia; la dimensió oriental i la dimensió psicoterapèutica.

És una xarxa de moviments molt canviant i en constant evolució al compàs de les transformacions socials, econòmiques i tecnològiques. És complicat delimitar-lo, perquè les fronteres són difoses. No s'insereix en cap tipus d'estructura o d'organització, sinó que és una subcultura de la religió descentralitzada que troba la seva font d'inspiració fora de la tradició jueva i cristiana²⁹. Es manifesta i es difon a través de formes relacionades amb el consum.

Els trets característics més generals i rellevants³⁰ serien, en resum, els següents.

- No és tant un moviment, com un nombre indeterminat de grups i de persones amb creences i orientacions amb un cert "aire de família". L'eclecticisme i el sincretisme són molt marcats.
- Infiltració en comunitats que en principi semblarien contràries a una espiritualitat no tradicional.
- Molts participants o simpatitzants tracten de no cridar l'atenció respecte les seves creences i pràctiques religioses, que desenvolupen en un àmbit personal i privat.
- Èmfasi en la transformació individual i social. L'experiència de la transformació pot assimilar-se amb l'experiència religiosa. La transformació personal seria un primer pas per arribar a la transformació del món en un lloc millor.
- Dins l'àmbit cultural del New Age, "transformació" i "curació" són aproximadament sinònims de "creixement espiritual".
- Optimisme, orientació a l'èxit i tendència a la visió evolucionista.

²⁹ Lewis, J. R.; Melton, G. (1992) *Perspectives on the New Age*. New York: State University of New York Press

³⁰ Lewis, J. R. (1992) "Approaches to the Study of the New Age Movement" a *Perspectives on the New Age*. New York: State University of New York Press

- Èmfasi molt destacat en els poders psíquics de les persones.
- Creença que l'individu és el lloc definitiu per a la determinació de la veritat; i que aquesta pot ser revelada per diverses vies i a través de diversos agents, ja que ni l'individu ni la col·lectivitat tenen el monopoli de la veritat.

3.3. Religiositat contemporània i societat de consum

La diversitat de les societats modernes ocasiona un gran ventall de cosmovisions, soscava i relativitza les pretensions de veritat i l'estatus de les religions tradicionals. Actualment, la religió ja no es pot seguir imposant, sinó que s'ha de vendre, i per tant, es converteix en un aspecte més del mercat³¹. Tot i que es pot seguir parlant de creients, fidels o devots en certes confessions religioses, siguin més comunitaristes o bé institucionalitzades, molts subjectes poden esdevenir alhora consumidors religiosos o espirituals, doncs des del moment que la religió s'ofereix en el mercat, per vendre-la com a producte s'han de tenir en compte les necessitats i demandes dels individus concrets en relació amb l'existència i amb la vida privada.

La religió es privatitza. Sense deixar d'interessar-se per respondre les grans preguntes que inquieten l'ésser humà, obre la porta a la possibilitat que les respostes puguin trobar-se a través d'una recerca personal totalment privada i individualitzada. Seria, com senyala Vallverdú³², una “religiositat a la carta”, impregnada d'individualisme i de pragmatisme com a valors centrals en la demanda i la recerca d'espiritualitat. El menú, segons De la Torre i Gutiérrez Zúñiga, és ofert als individus des de la lògica del consum, en un mercat diversificat i pensat per què el client pugui satisfer per sí mateix les seves necessitats de religiositat. En aquest mercat entren en competència esglésies, indústries culturals i NMR³³.

³¹ Vallverdú, J. (2002) “L'agent humà”, a *Antropologia de la religió*. Barcelona:UOC

³² Vallverdú, J. (2002) “L'agent humà”, a *Antropologia de la religió*. Barcelona:UOC

³³ Torre, Renée de la; Gutiérrez Zúñiga, Cristina. (2005) “Mercado y religión contemporánea” [en línia] a *Desacatos* n° 18 <<http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/18%20Indexado/Presentacion.pdf>> [Consulta: 10 maig 2007]

S'està produint una mercantilització de les religions, dels seus símbols, pràctiques i creences, però també la sacralització d'allò que és secular. La religió es converteix en una pràctica de consum de bens culturals, on els símbols sagrats es produeixen i circulen com un producte comercial més. En la societat global i de consum la publicitat ha sabut incorporar al mercat les sensibilitats que en principi van sorgir com a propostes "contraculturals", com les de signe New Age.³⁴

El sistema de valors i les creences del New Age es difon a través de la comercialització d'un amplí ventall de productes que es venen a botigues i llibreries especialitzades, centres comercials i a Internet. La satisfacció de les necessitats espirituals i religioses en aquest àmbit es realitza de forma totalment lliure i autònoma. Es manifesta com una activitat privada, individual, que es concreta en un acte de consum d'un producte o d'un servei³⁵. Aquest és el punt de trobada entre religió i societat de consum: la mercantilització del sagrat i la sacralització dels productes i del mercat³⁶.

3.4. Transmissió de les creences religioses: religió i literatura didàctica

Pertanyen al gènere didàctic-assagístic, segons García Berrio i Huerta Calvo³⁷, les obres que tradicionalment es situen fora de l'àmbit de les Poètiques, perquè el propòsit estètic queda postergat davant dels objectius ideològics. Les religions, entre elles la cristiana, tenen la seva literatura didàctica i moral, farcida dels conceptes i valors que les sostenen i amb la funció d'aproximar-los als creients. Es pot comprovar a qualsevol història de la literatura que hi ha autors i obres de temàtica religiosa o moral que pel seu valor estètic formen part de la tradició literària culta, però queden al marge del cànon les obres

³⁴ Torre, Renée de la; Gutiérrez Zúñiga, Cristina. (2005) "La lógica del mercado y la lógica de la creencia en la creación de mercancías simbólicas". [en línia] a **Desacatos**, núm 18

<<http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/18%20Indexado/Saberes%203.pdf>> [Consulta: 11 maig 2007]

³⁵ Hernández Vidal, Miguel J. (2005). "Entre las emergencias espirituales de una época axial y la mercantilitzación contemporánea de los bienes de sanación" [en línia] **Desacatos**, n° 18

<<http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/18%20Indexado/Saberes%201.pdf>> [Consulta: 11 maig 2007]

³⁶ Torre, Renée de la; Gutiérrez Zúñiga, Cristina. (2005) "Mercado y religión contemporánea" [en línia] a **Desacatos** n° 18 <<http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/18%20Indexado/Presentacion.pdf>> [Consulta: 10 maig 2007]

³⁷ García Berrio, A.; Huerta Calvo, J. (1992) *Los géneros literarios. Sistema e historia*. Madrid: Cátedra

didàctiques morals i religioses sense intencionalitat estètica, centrades només en l'objectiu doble d'adoctrinar o fomentar determinades devocions i donar guia o suport. És a dir, que certes obres que pretenen transmetre als creients de fet o en potència els valors i les doctrines religioses no són objecte d'estudi per part del món acadèmic i la seva lectura i consulta queden relegades a l'àmbit de la cultura religiosa popular. Es tracta de catecismes, devocionaris, guies espirituals, missals, vides de sants o llibrets de primera comunió³⁸, per exemple.

3.5. La creença en els àngels i la seva difusió a través de la literatura didàctica cristiana: els models literaris

Tylor (1832-1917), fundador de l'antropologia social, citat per Brian Morris³⁹, defineix la religió com “*la creença en éssers sobrenaturals*” (Morris, 1995: 129), a la que denomina “animisme”. Per a Tylor l'animisme era el fonament de totes les religions i tenia dues manifestacions bàsiques: la creença en les ànimes i la creença en els esperits⁴⁰. Des d'aquest punt de vista, la creença en els àngels seria una de les manifestacions de la creença en éssers sobrenaturals, i per tant, de creença religiosa. L'àngel, etimològicament “missatger”, és present a diverses religions, especialment la cristiana, la musulmana i el judaisme⁴¹. El Nuevo Diccionario de la Biblia diu dels àngels que:

“Para los autores de la Biblia los ángeles son seres celestiales superiores a los humanos pero siempre subordinados a Dios. Su misión principal es llevar mensajes a los mortales (la raíz de la palabra ángel en hebreo significa “enviar”); son intermediarios entre los mundos celestial y terrenal y también sirven y alaban a Dios”. (Wigoder, 2001: 77)⁴²

La creença en els àngels i la devoció cap a ells en el marc de la religió catòlica es promou en una tradició no gaire llunyana a través de missals⁴³, on es destaquen les qualitats més importants dels àngels i arcàngels en les oracions i

³⁸ García Berrio i Huerta Calvo detallen els subgèneres del gènere didàctic-assagístic i els caracteritzen. En cap moment parlen d'obres que estiguin fora del cànon literari, com les que s'han esmentat.

³⁹ Morris, Brian (1995) *Introducción al estudio antropológico de la religión*. Barcelona: Paidós

⁴⁰ Morris (1995) *Introducción al estudio antropológico de la religión*. Barcelona: Paidós

⁴¹ Bloom (1997) *Presagios del milenio. La gnosis de los ángeles, los sueños y la resurrección* Barcelona: Anagrama

⁴² Wigoder, Geoffery ed. (2001) *Nuevo Diccionario de la Biblia*. Madrid: Del Taller de Mario Muchnik

⁴³ Castillo, Baltasar del; Sanz Burata, Luis (1956) *Misal Romano Latino-Español*. Valencia: Editorial Vilamala

Goldaraz, Carlos G. (1959) *Misal Latino Castellano y Devocionario*. Sabadell: Editorial Orbe Hispano

invocacions que figuren en el santoral; a través de catecismes⁴⁴, que són obres didàctiques sobre la litúrgia catòlica en forma de preguntes i respostes i també tracten del culte als Àngels, a la Verge i els Sants; a través de devocionaris⁴⁵, obres centrades en les devocions del cristià, on s’hi troba la devoció als Sants Àngels; i també a través d’un tipus d’obres que solien titular-se “*Flos Sanctorum*”⁴⁶. En aquestes obres, cada dia de l’any es dedica a un sant, santa o arcàngel. L’estructura dels textos té el nom del sant o santa, dia que li correspon en el calendari, relat del més important de la seva biografia amb una il·lustració, una reflexió de caràcter didàctic i una oració.

3.6. La creença en els àngels en el moviment New Age i el fenomen de les canalitzacions o “channeling”

En relació a la dimensió esotèrica del moviment New Age, Merlo⁴⁷ senyala que entre els components de l’esoterisme occidental hi hauria l’existència de realitats intermèdies entre Déu i l’ésser humà. Aquests mediadors són els àngels i tots els tipus de jerarquies angèliques, però també altres transmissors, com iniciadors, mestres, o gurus. La comunicació entre àngels i humans no és una novetat, doncs apareix en la religió cristiana⁴⁸, en el gnosticisme, en el judaisme i a l’islam, segons senyala Harold Bloom⁴⁹, el qual manté una posició molt crítica sobre l’enfocament que es dóna a la creença en els àngels dins del moviment New Age⁵⁰.

⁴⁴ **Quetglas**, Juan (1946) *La Liturgia para todos en forma de catecismo*. Palma de Mallorca: Tip. Nueva Balear

⁴⁵ **Quetglas**, Juan (1934) *Devocionari Litúrgic i Missal de les Festes per us dels feïls de la Diócesi de Mallorca*. Ciutat de Mallorca: Estampa d’en Guasp

⁴⁶ **Morell**, Francisco de Paula (1943) *Flos Sanctorum de la Familia Cristiana*. Comprende las vidas de los santos y principales festividades del año. Ilustradas con otros tantos grabados y acompañadas de piadosas reflexiones y de las oraciones litúrgicas de la Iglesia. Buenos Aires: Editorial Santa Catalina

⁴⁷ **Merlo** V. (2007) *La llamada (de la) Nueva Era*. Barcelona: Kairós

⁴⁸ La trobem al llibre de l’Apocal·lipsi, del Nou Testament, i segons exposa Merlo, “*La tradición cristiana conoce bien los nueve coros de ángeles, según la clasificación de Dionisio Areopagita, seguida más tarde y canonizada por santo Tomás de Aquino, a saber: Serafines, Querubines, Tronos, Dominaciones, Virtudes, Potestades, Principados, Arcángeles y Ángeles, todos ellos colaboradores y partícipes de la gloria de Dios*”. (**Merlo**, 2007: 351)

⁴⁹ **Bloom** (1997) *Presagios del milenio*. La gnosis de los ángeles, los sueños y la resurrección Barcelona: Anagrama

⁵⁰ Sobre aquest tema Bloom afirma: “*En los Estados Unidos, nuestra actual adoración de los ángeles es otra burda parodia del gnosticismo*”. [...] “... en nuestra Nueva Era, las esferas superiores, donde viven los ángeles, están superpobladas, de modo que incluso al que menos se lo merezca de nosotros se le puede asignar un mensajero guardián. [...] Fuera cual fuere el propósito original de los ángeles, su principal finalidad parece ser la de tranquilizar a los estadounidenses”. [...] “... huestes de almas

A l'àmbit del New Age, els àngels tenen un lloc important⁵¹. Amb la divulgació de l'espiritualitat New Age,

“la cuestión de los ángeles se convierte en un tema central en los libros y cursos que encajan en tal enfoque”. [...] “De un modo u otro, con mayor o menor rigor, desde la experiencia directa o desde la creencia invocativa, la existencia de los ángeles o devas constituye una cuestión central en la concepción de la Nueva Era” (Merlo, 2007: 362).

Quant a les formes de transmissió, aquests utilitzen la “canalització” o “*channeling*”, que, segons Suzanne Riordan⁵² i el mateix Merlo, constitueix un aspecte destacat del New Age, que s'origina durant els anys 60 del segle XX. Riordan defineix la canalització com “*a process in which information is accessed and expressed by someone who is convinced that the source is not their ordinary consciousness*” (Riordan, 1992: 105). No es tracta d'un fenomen nou. S'ha conegut amb altres noms en altres cultures i altres èpoques. Era l'art de l'oracle, de la vidència, dels xamans i dels profetes, que tradicionalment han fet de mediadors entre el regne material i el de l'esperit⁵³. Aquesta autora analitza i caracteritza el fenomen de les canalitzacions dels missatges d'éssers espirituals i mestres ascendits (*ascended masters*) a partir d'un corpus literari⁵⁴ on es posen de relleu temes com l'anàlisi de la condició humana, la crítica de la modernitat i de la religió institucionalitzada perquè neguen la saviesa interior i la divinitat del Jo, la visió d'una humanitat dormida en un somni profund, rompuda la seva connexió amb el seu origen i caiguda sota l'encís de la matèria, havent oblidat els seus orígens i la seva identitat⁵⁵. La missió dels oracles New Age és despertar la humanitat de la falsa il·lusió de què estem sols en un món cruel (Riordan, 1992:121), proclamar que ha arribat l'hora d'alliberar-se i curar-se dels mals que l'afecten:

engañadas imploran a los ángeles que hagan por nosotros lo que nosotros mismos deberíamos hacer”. (Bloom, 1997: 71-80)

⁵¹ Sobretot a partir de les obres de R. Steiner i d'A. Bailey, dos autors principals d'aquest moviment, juntament amb Vicente Beltrán, segons exposa Merlo.

⁵² Riordan, Suzanne (1992) “*Channeling: A New Revelation?*” a Lewis, J. R.; Melton, G. *Perspectives on the New Age*. New York: State University of New York Press

⁵³ Riordan, Suzanne (1992) “*Channeling: A New Revelation?*” a Lewis, J. R.; Melton, G. *Perspectives on the New Age*. New York: State University of New York Press

⁵⁴ Entre les obres analitzades per S. Riordan destaquen: Carey, Ken (1988) *Return of the bird tribes*. New York: HarperColins (paperback 1991) i del mateix autor, (1991) *The Third Millennium. Living in the Posthistoric World*. New York: HarperColins (paperback 1996). En aquestes obres parlen diferents éssers, que són “*angelic beings*”.

⁵⁵ Són evidents les connotacions platòniques d'aquestes idees.

“If healing is the principal agenda of the New Age, [...] the new oracles would suggest that involves a radically new self-definition and a conscious reidentification with the Whole. The channeled sources offer a detailed diagnosis of the ailment which afflicts the modern psyche. It is guilt and fear.” (Riordan, 1992:124)

3.7. Canals i formes de difusió de la creença en els àngels dins l'àmbit del “New Age”: llibres i jocs de cartes oracle

Els productes sobre els àngels es fonamenten en aquestes creences, i recuperen i reformulen en el nou context de la societat contemporània occidental, marcada pel capitalisme i la globalització econòmica, figures angèliques de diverses tradicions i funcions d'una gran diversitat. Hi ha autors de llibres i cartes que neguen qualsevol adscripció o identificació amb una religió o doctrina concretes, i en tot cas, anomenen un Déu o Creador molt genèric, com Doreen Virtue o Barbara Mark i Trudy Griswold⁵⁶.

Els llibres i cartes oracle centrats en els àngels són, en la meua opinió, literatura i jocs didàctics, generats en el marc d'aquest moviment, transmissors dels seus valors i significats, i també productes de consum, llançats al mercat des de les indústries culturals. Aquesta literatura és un element de la cultura popular actual, no pertany a la literatura considerada culta. Entraria en la classificació de “subliteratura” o “paraliteratura” des d'una perspectiva academicista, que designa així les obres que es produeixen al marge de la literatura oficial consagrada pels codis estètics i institucionals d'una determinada època i cultura⁵⁷, però que encaixa molt bé dins dels Estudis Culturals, i pot ser estudiada dins del marc teòric del Circuit de la Cultura.

3.8. Les indústries culturals i el Circuit de la Cultura

Segons S. Ruano⁵⁸, el concepte “indústria cultural”, que es remunta a l'Escola de Frankfurt a mitjans dels anys 40, va aparèixer per explicar un canvi en els processos de transmissió de la cultura, modificador del seu caràcter tradicional

⁵⁶ Virtue, Doreen (2002) *Lo que nos dicen los ángeles*. Barcelona: Urano

Mark, B.; Griswold, T. (1998) *El Devocionario de Su Ángel de la Guarda*. México D. F.: Alamah

⁵⁷ Estebànez Calderón, Demetrio (2000) *Breve diccionario de términos literarios*. Madrid: Alianza

Amorós, Andrés (1974) *Subliteraturas*. Barcelona: Ariel

⁵⁸ Ruano, Soledad (2007) “Las industrias culturales, el negocio de la Era Digital” [en línia] a *Razón y Palabra*, n° 56 <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n56/sruano.html>> [Consulta: 15 maig 2007]

i marcat per la mercantilització. Actualment les indústries culturals són “difusores i portadores de la cultura, tant de la cultura popular, com de la cultura de masses associada a la modernitat i a la industrialització”. Entre elles s’hi troba el sector editorial, que actualment arriba al públic no només pels canals tradicionals, sinó també a través del comerç electrònic.

La comercialització de productes pot ser concebuda com un moment d’un procés que, des dels Estudis Culturals, es coneix amb la denominació de *El circuit de la cultura*, segons la teoria de Paul Du Gay i altres⁵⁹. Aquest procés consta de diversos moments – producció, representació, identitat, consum i regulació- interrelacionats. La representació consistiria en la pràctica de construcció del significat mitjançant l’ús de signes i del llenguatge. La producció es tractaria de la conversió d’una idea en un producte manufacturat i posteriorment comercialitzat. El consum fa referència, no tan sols a l’adquisició, sinó als usos del producte en el context de les relacions socials i del sentit que aquest obté degut als usos. Les formes d’apropiar-se del producte per part dels consumidors són també formes de consum. La identitat seria la xarxa de significats amb la qual el producte està relacionat, o als que remet. La regulació es referiria a les conseqüències socials dels usos del producte per part dels consumidors.

El Circuit de la Cultura pot veure’s també com a procés de comunicació des de la perspectiva de Stuart Hall, tal com exposa a l’article “*Codificar y Decodificar*”⁶⁰. La comercialització pot ser enfocada com un moment de la producció, però també de la representació, degut a una contínua interacció entre els moments del circuit de la cultura.

La comercialització dels productes sobre els àngels implicaria la presència d’unes indústries culturals en el moment de producció, que intervindrien activa i conjuntament amb els autors i dissenyadors en la fase de la representació.

⁵⁹ Du Gay, P. i altres (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Walkman Sony*. Londres: Sage. Reimp. 2003

⁶⁰ Hall, Stuart (1980) “*Codificar y Decodificar*” [en línia] a **Nombre Falso**
<<http://www.nombrefalso.com.ar/hacepdf.php?pag=71&pdf=si>> [Consulta: 20 abril 2007]

Seguint a Hall⁶¹, durant el procés es realitza una pràctica que té l'objectiu de creació de significat, el qual és el resultat d'una pràctica discursiva. En aquesta s'utilitza un codi de signes que actua com a mediador i que remet a tot un “*mapa de significats*”, que segons Barthes, citat per Hall, són “*fragments d'ideologies*”. En la codificació i en aquests mapes de significats s'amaga la presència del que Hall anomena “*orden cultural dominante*”, on “dominant” vol dir que existeix “*un patró de lectures preferent*” que porta l'ordre institucional o ideològic imprès⁶². Els productes de les indústries culturals constitueixen, en aquest sentit, un discurs que porta un segell ideològic.

⁶¹ **Hall** (1980) “*Codificar y Decodificar*” [en línia] a **Nombre Falso**
<<http://www.nombrefalso.com.ar/hacepdf.php?pag=71&pdf=si>> [Consulta: 20 abril 2007]

⁶² **Hall** (1980) “*Codificar y Decodificar*” [en línia] a **Nombre Falso**
<<http://www.nombrefalso.com.ar/hacepdf.php?pag=71&pdf=si>> [Consulta: 20 abril 2007]

4. MARC METODOLÒGIC

4.1. Definició del camp d'estudi: els productes-àngel

El camp d'estudi és el New Age, i dins ell, l'objecte d'estudi els llibres i jocs de cartes que tenen com a objectiu preferent ajudar i guiar el lector/receptor a establir contacte i comunicació amb els àngels per obtenir d'ells algun tipus d'ajuda o benefici⁶³. Dins de la diversitat d'obres que tenen els àngels com a centre d'interès, he optat per aquesta tipologia degut a què presenta aquest tret comú que els distingeix i dóna unitat al producte. No m'he plantejat realitzar una anàlisi individualitzada i aprofundida de cada obra, sinó estudiar i analitzar el tipus de producte com a fenomen nou. D'ara en endavant, em referiré als productes esmentats, amb les característiques indicades, com productes-àngel (en sentit genèric quan parli al mateix temps dels llibres i de les cartes), llibres-àngel i cartes-àngel, seguint el model de la denominació utilitzada per Terry L. Taylor⁶⁴ (1993: 142) i per referència específica a la publicitat i a l'anàlisi textual, semiòtica i de contingut.

Caracterització dels productes-àngel

Aquests productes s'obtenen fora dels circuits comercials relacionats amb grups religiosos o esglésies oficialment constituïdes i de qualsevol tipus d'institució. Se'ls pot adquirir en centres comercials, grans i petites llibreries o departaments que porten els rètols de "esoterisme", "espiritualitat", "Nova Era", etc.. També a llibreries en línia a la xarxa d'Internet. No es donen a conèixer a través de la publicitat que habitualment promociona les novetats editorials, sinó que el consumidor interessat els busca o se'ls troba als comerços esmentats abans. Els productes-àngel porten sobre la seva forma externa un reclam per cridar l'atenció del possible comprador i se'ls identifica d'un cop d'ull, inequívocament. És a dir, el producte ja porta la publicitat sobre ell mateix. Presenten la particularitat de fer al·lusió, directa o indirectament, a uns possibles usos de l'ajuda dels àngels, brindant al consumidor potencial un

⁶³ A l'apartat corresponent de la bibliografia es trobarà la relació de tots els productes-àngel objecte d'estudi, amb què compto actualment.

⁶⁴ Taylor, Terry L. (1993) *Los ángeles como mensajeros*. Barcelona: Luciérnaga-Océano. 6ª reimpr. 1999. M'he basat en la denominació "cartas Ángel" que utilitza aquesta autora

benefici segur de felicitat i benestar –en línies generals- en l'àmbit de la seva vida personal.

Criteris de selecció de la mostra

El principal criteri de selecció de la mostra ha estat que els productes oferissin al consumidor guia i ajuda per contactar amb els àngels, de forma clara, directa i personal, tret que no compleixen altres tipus d'obres centrades també en els àngels, com les purament divulgatives, com el llibre de Malcom Godwin *Ángeles una especie en extinción*, o les que tracten dels àngels des del punt de vista metafísic, com per exemple l'obra de Vicente Beltrán Anglada, *Los ángeles en la vida social humana*, o les centrades en la tradició cabalística, com el cas de l'obra de Kabaleb, titulada *Los rostros angélicos. Los 72 genios de la cábala*. Diríem que aquestes obres consisteixen en estudis sobre els àngels, obres expositives de finalitat informativa, amb diferents enfocaments, però en cap moment es fa al receptor una proposta definida per contactar-hi, ni una proposta d'usos segons les necessitats de cadascú en relació a la felicitat, el benestar emocional, l'espiritualitat, etc.

Quant a les cartes oracle, són diferents d'altres productes del mateix format i suport, com podrien ser els tarots, i no tenen tampoc la llarga tradició d'aquests. Estan, com els llibres-àngel totalment centrades en ser un instrument de comunicació amb els àngels, amb les mateixes finalitats que els llibres quant a ajuda o beneficis que el receptor o consumidor pot obtenir d'aquests éssers.

En aquesta línia esmentada hi ha també diversitat de productes. Per seleccionar una mostra coherent i prou representativa de productes-àngel m'he basat en els criteris metodològics adoptats per George Péninou⁶⁵, citat per Victoroff⁶⁶, per a la interpretació semiològica de la imatge publicitària. Són els següents (Victoroff, 1983:56, 57):

⁶⁵ Péninou, G. (1966) "Reflexión semiològica y creación publicitaria: II. Elementos de método". *Revue Française du Marketing*, nº 21

⁶⁶ Victoroff, David (1983) *La publicidad y la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili

- **Principi de classificació:** funció que els productes pretenen complir.
Oferir al lector i/o consultant de les cartes-àngel una guia, indicacions o instruccions per comunicar-se amb els àngels per tal d'aconseguir d'ells alguna ajuda o benefici. El missatge ha de ser clar i inequívoc, expressat a la coberta o contracoberta del producte, visible fàcilment.
- **Homogeneïtat en l'espai:** mateixa àrea de civilització.
Molts productes-àngel es creen i es publiquen als països de l'àrea d'influència del cristianisme i el judaisme: Estats Units, Espanya, Gran Bretanya, França, països d'Amèrica del Sud, principalment. Estan a disposició d'un gran públic de consumidors a llibreries especialitzades, grans llibreries (FNAC, Casa del Libro), El Corte Inglés, i a través de la xarxa d'Internet (Amazon.com, Abacus.es, Agapea), que mundialitza el seu abast.
- **Homogeneïtat en el temps** o mateixa època: Publicació des de 1990⁶⁷.
- **Homogeneïtat en l'univers de significats:** inserció en el marc de referència del moviment New Age.
- **Representativitat del corpus d'anàlisi:** entre les obres més venudes (les que es troben pràcticament a totes les llibreries que han estat o estan al meu abast⁶⁸, o que, segons els venedors, més demanen els clients) he tingut en compte la varietat (no limitar-me a un sol autor o autora, incloure algun llibre amb informació sobre els àngels, algun de meditacions, llibres que tractin tant d'àngels com d'arcàngels, llibres amb instruccions i rituals, llibres amb missatges d'àngels i diversos models de cartes oracle) i que em semblessin atractives en veure-les (posant-me un poc a la pell del receptor, perquè no acostumem a comprar allò que d'entrada no ens agrada massa o no ens atreu).

Sobre la base d'aquests criteris metodològics, podem agrupar els productes-àngel de la mostra del corpus d'anàlisi en tres blocs:

⁶⁷ Pot comprovar-se a la bibliografia la data de publicació de totes les obres analitzades.

⁶⁸ Llibreria Tara (Maó), La Rueda Medicinal (Sant Lluís-Menorca), La mar de llibres (Alaior-Menorca), Casa del Libro (Barcelona, Madrid), El Corte Inglés (Barcelona), FNAC (Barcelona), Abacus.es, Amazon.fr, Amazon.com, Agapea.com

Cartes-àngel	<p>Czajkowski, Hania (1994) <i>Jugando con los Ángeles. Mensajes</i>. Málaga: Sirio (Libre i cartes)</p> <p>Lampert, Vanessa (2004) <i>Ángeles de la Guarda. Mensajes para lograr paz y amor</i>. León: Everest (Llibre i cartes)</p> <p>Virtue, Doreen (1999) <i>Healing with the Angels. Oracle cards</i>. Carlsbad, California: Hay House, Inc.</p> <p>Virtue, Doreen (2005) <i>Saints & Angels. Oracle cards</i>. Carlsbad, California: Hay House, Inc.</p> <p>Wauters, Ambika (1996) <i>El Oráculo de los Ángeles</i>. Madrid: Edaf (22ª edición 2006). (Llibre i cartes)</p>
Obres informatives i/o enciclopèdiques	<p>Abadie, M. J. (2004) <i>El libro completo de los Ángeles</i>. Madrid: Gaia Ediciones</p> <p>Raven, Hazel. (2007) <i>La Biblia de los Ángeles. Todo lo que deseas saber acerca de los ángeles</i>. Madrid: Gaia Ediciones.</p> <p>Webster, Richard (2000) <i>Ángeles guardianes y guías espirituales</i>. Woodbury, Minesota: Llewellyn Español</p> <p>Whitaker, Hazel; Blanche, Cynthia (2005) <i>Ángeles de la Guarda</i>. Madrid: Tikal Ediciones. Col. New Age</p>
Obres de guia i orientació	<p>López, Núria (2006) <i>Voz de Ángel</i>. Barcelona: Editorial Océano</p> <p>Mark, B.; Griswold, T. (1998) <i>El Devocionario de Su Ángel de la Guarda</i>. México D. F.: Alamah</p> <p>Taylor, Terry L. (1993) <i>Los ángeles como mensajeros</i>. Barcelona: Luciérnaga-Océano. 6ª reimpr.</p> <p>Taylor, Terry; Crain, Mary Beth (1999) <i>Angel Courage</i>. New York: HarperSanFrancisco</p> <p>Virtue, Doreen (2002) <i>Lo que nos dicen los ángeles</i>. Barcelona: Urano</p> <p>Virtue, Doreen (2005) <i>Arcángeles y maestros ascendidos</i>. Barcelona: Obelisco</p> <p>Walker, David G. (2003) <i>Los Ángeles pueden cambiar tu vida</i>. Málaga: Sirio</p>

Dins de la varietat, tots tenen en comú la referència a la comunicació o contacte amb els àngels.

Corpus de dades

- a) Formes externes dels productes-àngel: presentació exterior dels llibres i jocs de cartes. Les formes externes són els recursos utilitzats per captar l'atenció del receptor, perquè els productes-àngel porten la publicitat sobre la coberta o la contracoberta, doncs no es publiciten d'altra manera.
- b) Formes internes: textos i contingut de les obres. Les formes internes són els continguts, gènere literari, les estructures i tipologies textuais dels llibres-àngel i dels manuals que acompanyen les cartes oracle.

4.2. Orientació metodològica

Em vaig plantejar l'orientació metodològica a partir de la intenció de dissenyar una eina d'anàlisi específica per a un nou producte de consum, que m'atreviria a dir que encara no ha estat ubicat ni estudiat amb un mínim de rigor dins de l'amplíssim ventall d'obres que van des de l'esoterisme fins a l'autoajuda.

El procés del Circuit de la Cultura

El Circuit de la Cultura, a partir del que Paul du Gay⁶⁹ va estudiar el Walkman com a producte de la cultura popular contemporània, constitueix un model teòric basat en l'articulació dels cinc moments de l'abans esmentat procés de circuit de la cultura. L'articulació d'aquests cinc moments és la forma de connexió que pot constituir la unitat de dos o més elements diversos sota determinades condicions. El conjunt s'anomena "circuit" perquè hi ha una interconnexió constant entre els moments (Du Gay, 1997: 3).

Segons Du Gay⁷⁰, el concepte de "cultura" connecta amb el paper dels significats dins de la societat. Donem significat a les coses amb la manera com les representem i la principal forma de representació és el llenguatge, entès com a sistema que ens permet utilitzar signes i símbols per representar el que existeix en el món en termes de significat conceptual, imatge o idea. Els significats culturals no sorgeixen de les coses en sí, sinó com a resultat dels nostres discursos i pràctiques socials, que creen l'univers o context significatiu. Els productes-àngel són objectes que formen part de la cultura popular contemporània, produïts per les indústries culturals, adquirits per consumidors que n'esperen alguna cosa d'ells, és a dir, que hi deuen trobar algun sentit en la compra.

⁶⁹ Du Gay, P. i altres (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Walkman Sony*. Londres:Sage. Reimp. 2003

⁷⁰ Du Gay, P. i altres (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Walkman Sony*. Londres:Sage. Reimp. 2003.

Anàlisi semiòtica de les formes externes

Dels productes-àngel no es fa publicitat, sinó que la porten sobre la presentació externa. Tenint en compte els moments de producció i representació, que apunten cap a la recepció, partiré dels conceptes bàsics sobre *marketing* exposats per Vela i Bocigas⁷¹, i de l’aproximació semiològica al missatge publicitari exposada per David Victoroff⁷². El punt de partida és la concepció del producte com a element central del mercat. Aquestes autores segueixen la definició de “*producte*” donada per Philip Kotler: “*Todo aquello que se pueda ofrecer a un mercado para que se adquiera, se use, se consuma o se le preste atención, con el objetivo de satisfacer un deseo o necesidad*”.⁷³(Vela; Bocigas, 1992: 101)

Segons la teoria psicològica del producte, no es venen productes, sinó satisfactors de necessitats. Les empreses s’han de plantejar que els consumidors tenen uns problemes, alguns dels quals poden resoldre. “*Si la empresa considera que vende soluciones a estos problemas, todo el enfoque empresarial será de marketing*” (Vela; Bocigas, 1992: 102)⁷⁴. Segons aquestes autores, la American Marketing Association l’any 1985 va definir així el concepte de *marketing*:

“El marketing es el proceso directivo que trata de la creación de ideas, bienes y servicios y la determinación de la distribución, precio y comunicación más adecuados de tal forma que se promuevan intercambios entre una organización y unos individuos, satisfaciendo los objetivos de ambos”. (Vela; Bocigas, 1992: 15)

La satisfacció d’unes necessitats és on conflueixen els objectius empresarials i els dels consumidors. Vela i Bocigas defineixen “necessitat” com la “*sensación de una carencia junto con el deseo de hacerla desaparecer*” (1992: 71). Els estudis sobre el comportament dels consumidors han portat a una classificació de les seves necessitats, entre les que hi ha les “necessitats del jo” (1992: 72), o d’autorrealització, coneixement, bellesa i recerca d’un sistema de valors.

⁷¹ Vela, Carmelina; Bocigas, Olga (1992) *Fundamentos de marketing*. Madrid: Editorial ESIC

⁷² Victoroff, David (1983) *La publicidad y la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili

⁷³ Kotler, Philip (1988) *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey: Prentice-Hall International Edition Inc.

⁷⁴ Vela, Carmelina; Bocigas, Olga (1992) *Fundamentos de marketing*. Madrid: Editorial ESIC

Quan la informació dirigida al consumidor és un mitjà per assolir objectius de *marketing*, es considera sempre “comunicació persuasiva”, que segons Kotler, és aquella en la que “*la empresa prepara conscientemente sus mensajes y utiliza los canales que considera más adecuados para ejercer un efecto calculado sobre la actitud o comportamiento de un público*”. La publicitat és vista com una modalitat més de la comunicació de *marketing*, definida com:

“*Aquella modalidad de la comunicación de marketing que se hace de manera unilateral por un emisor identificado, y cuyo mensaje consiste en una información persuasiva acerca de ideas, bienes, servicios, lugares o personas*” (Vela; Bocigas, 1992: 348).

En el missatge publicitari és fonamental que destaquï el “benefici bàsic”, que és, segons Vela i Bocigas, el que “*va a ser utilizado como argumento fundamental de la campaña*”, (Vela; Bocigas, 1992: 363) i que ha de contemplar les necessitats del consumidor.

Des de la perspectiva semiòtica introduïda per Roland Barthes⁷⁵, citat per Victoroff, en el missatge publicitari s’hi poden distingir el missatge lingüístic, que precisa la significació de la imatge a nivell denotatiu, ajuda a interpretar-la a nivell connotatiu precisant la significació simbòlica i la complementa; el missatge de la imatge denotada o literal, i el missatge de la imatge connotada, que remet a significats globals no coincidents amb els mots del llenguatge corrent. Seguint a Barthes, aquests significats globals no són una particularitat de la imatge publicitària, ja que la seva totalitat constitueix la ideologia d’una societat en un moment donat de la història. Els significants mitjançant els que s’expressa la ideologia d’una societat s’anomenen “connotadors”, el conjunt dels quals es denomina “retòrica”. “*La retórica aparece así como la faz significante de la ideología*”, diu Roland Barthes (Victoroff, 1983: 54)

Anàlisi textual i semiòtica de les formes internes

En els llibres tractaré de determinar si existeix una tradició literària prèvia o models, i el gènere literari amb el que se’ls pot relacionar. En l’anàlisi textual, seguiré els estudis sobre lingüística textual de Van Dijk, Bernárdez, i Castellà⁷⁶,

⁷⁵ Barthes, R. (1964) “*Retórica de l’image*” a *Communications*, nº 4

⁷⁶ Dijk, T. A. van (1989) *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós

on es tracten les tipologies textuais amb un enfocament pragmàtic. Utilitzaré el capítol “*L’expressió de la subjectivitat*” de Castellà per analitzar l’expressió del subjecte de l’enunciació i la modalització del discurs. Els models proposats a la *Web Metodològica del TFC d’Humanitats* de la UOC “*Una proposta metodològica global per a l’anàlisi de textos literaris*” i “*Guia per a l’anàlisi semiòtica del text*”, adaptant-los al meu objecte d’estudi, em serviran de fil conductor. Per a l’anàlisi semiòtica dels continguts de les obres he partit del model que s’exposa a l’apartat següent.

Els fragments d’ideologia: l’agenda-setting.

He plantejat la identificació dels “fragments d’ideologia”, o empremtes deixades per “l’ordre cultural dominant” a partir de l’adaptació del model teòric conegut com *agenda-setting* o “fixació de l’agenda”, estudiat per McCombs & Shaw (1972) i descrit per Marcel Aubry a l’article “*Los medios de comunicación masiva y su efecto en la configuración de la agenda política*”⁷⁷. Així, es defineix “agenda” com “*una lista de temas y eventos que son vistos en un punto del tiempo en un ranking determinado de jerarquía e importancia*”. Aquest model es compon d’elements com els *gatekeepers*, o persones que tenen capacitat i control per seleccionar i jerarquitzar els temes que formaran part de l’agenda. La fixació de l’agenda, a més, mostra la perspectiva de la classe dominant, en el sentit que prioritza els temes que des de la indústria es veuen com a més importants.

Quant a la influència social de la fixació de l’agenda, Aubry afirma que els més afectats per l’agenda medial són “*aquellos con mayor necesidad de orientación*”. Aquesta necessitat acaba fixant l’agenda individual, tenint en compte, no obstant, que aquesta influència estarà en funció de la credibilitat que l’individu atorgui a la font de comunicació.

Bernárdez, Enrique (1882) *Introducción a la Lingüística del Texto*. Madrid: Espasa-Calpe
Castellà, Josep M. (1992) *De la frase al text*. Barcelona: Editorial Empúries.

⁷⁷ Aubry, Marcel (2005) “*Los medios de comunicación masiva y su efecto en la configuración de la agenda política*” [en línia] a *Comunidad Virtual de Gobernabilidad*
<<http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=article&sid=770>> [Consulta: abril 2007]

4.3. Tècniques de recollida de dades

Per a la recollida de dades sobre les formes externes i internes dels productes-àngel he creat dues bases de dades amb el Microsoft Access, dissenyant dos models de fitxes, a partir d'aquests camps:

- a) Forma externa dels productes-àngel: Autor, títol, data i lloc 1^a edició, cartes (sí/no), imatge denotada, imatge connotada, símbols relacionats amb els àngels, text de la coberta, text de la contracoberta, text de les solapes (si n'hi ha), benefici bàsic, necessitats deduïbles, conceptes clau.
- b) Forma interna dels productes-àngel: Autor, títol, data i lloc 1^a edició, cartes (sí/no), identificació de l'autor, propòsit de l'obra, estructura de l'obra, subjecte de l'enunciació, representació del destinatari, tipologies textuais, gènere literari, temes, representació de l'àngel, formes de contactar amb els àngels, usos o funcions dels àngels, usos de les cartes oracle, conceptes clau.

He utilitzat també la captació amb l'escàner de les imatges de les cobertes dels productes-àngel i alguns exemples de cartes oracle.

Críteris de recopilació de les dades

- a) La data i lloc de primera edició dels productes-àngel permet comprovar que es tracta de productes recents en el mercat i el seu país d'origen, relacionar-los amb els països on el moviment New Age està més arrelat.
- b) Per obtenir les dades sobre les formes externes, les he assimilades a un anunci publicitari, ja que el producte porta en sí el reclam publicitari. He tractat de reflectir-les el més fidelment possible, tant a nivell d'imatge com de text.
- c) Per a les formes internes dels productes-àngel he tractat de cobrir aquests nivells, que en la pràctica del discurs apareixen interrelacionats:
 - **Nivell pragmàtic:** Determinació de l'eix de producció del text (identificació de l'autor i el seu context, propòsit, construcció del subjecte de l'enunciació, representació del destinatari).

- **Nivell textual:** Anàlisi de l'organització global del text en relació amb els codis de gènere literari i les tipologies textuais. Anàlisi del contingut global i de les subtemàtiques.
- **Nivell lingüístic:** Registre lingüístic, funcions del llenguatge, ús de la llengua, estil i procediments retòrics.
- **Nivell dels continguts:** Temes tractats, missatge transmès al lector, conceptes clau

4.4. Tècniques i models d'anàlisi

Obtingudes les dades sobre els productes-àngel, l'anàlisi es planteja en tres direccions, pel que fa a les tècniques:

- a) **Anàlisi semiòtica** de les formes externes, tractades com si fossin un anunci publicitari gràfic, analitzant la imatge o part visual i el text;
- b) **Anàlisi textual** dels llibres-àngel i dels manualets dels jocs de cartes;
- c) **Anàlisi de continguts**, on es posin de relleu quins són els temes que apareixen com més destacats en els productes àngel, i quina és la coherència entre el que s'anuncia a la presentació externa del producte i el que realment es dona.

Quant als models d'anàlisi, he partit d'una adaptació als productes-àngel del model del Circuit de la Cultura. M'he centrat en els moments de la producció i la representació, sense excloure la possibilitat d'incidir sobre qualsevol dels altres elements del circuit. Segons Du Gay, la publicitat és una pràctica econòmica i de representació que té com a objectiu que la gent compri el producte, però també és una pràctica cultural, que per vendre ha de cridar l'atenció i per això ha d'atreure amb els significats que el producte ha acumulat i ha de tractar de construir una identitat entre els consumidors i aquests significats. La publicitat és el llenguatge cultural que parla en nom del producte, i s'ha de dirigir al comprador creant una identificació entre el possible client i el producte ("*el tipus de persona que compra i utilitza aquest tipus de producte*")⁷⁸. Aquí hi té un

⁷⁸ Du Gay, P. i altres (1997) *Doing Cultural Studies: The Story of the Walkman Sony*. Londres:Sage. Reimp. 2003

paper destacat el dissenyador, que és qui encarna la cultura en els objectes que dissenya.

Els autors dels productes-àngel poden assimilar-se als dissenyadors. Com a creadors d'artefactes amb una funció específica, els dissenyadors/autors entren en el joc de crear artefactes significatius. El disseny, i també l'escriptura, produeix significats a través de la codificació d'artefactes amb significació simbòlica. El consum orienta sobre l'ús de l'artefacte, bé en les relacions socials, bé sobre el significat o sentit que adquireix com a conseqüència de l'ús. El segon model d'anàlisi és la relació que es pot establir entre la literatura didàctica de continguts morals, ètics o religiosos i *l'agenda-setting*, en el sentit que aquesta prioritza una sèrie de temes i valors, considerats com a importants des de les indústries culturals contemporànies productores dels llibres i les cartes-àngel.

5. LECTURA DE LES DADES

Els productes-àngel són nous en el mercat i de publicació recent⁷⁹. Situant-nos en el model del Circuit de la Cultura⁸⁰, el producte-àngel és un artefacte cultural perquè el considerem un objecte significatiu, vinculat a pràctiques socials com comprar en una llibreria, celebrar una petita reunió per fer una lectura de cartes oracle, parlar amb algú dels llibres, per exemple. La producció d'aquests objectes, abans de la comercialització per part de les indústries culturals del sector editorial, parteix de la representació, moment en què els dissenyadors de la presentació externa han codificat els significats a través del llenguatge de la imatge i del llenguatge verbal. El resultat és un producte que per fora té una presentació molt semblant a un anunci de publicitat gràfica.

La representació, segons Du Gay⁸¹, és la pràctica de construcció de significats a través de l'ús de signes i del llenguatge (1997:13). Entre les estratègies representatives hi ha la de relacionar el que ja sabem amb allò que és nou. En el cas dels productes-àngel, la novetat possiblement estaria en la “suma”⁸² de llibre o cartes oracle+àngel+publicitat. La publicitat apareix com una estratègia representativa “en acció”: per vendre, primer ha de cridar l'atenció del consumidor, captant-lo amb els significats que el producte conté, tractant de construir una identificació entre ambdós, de despertar una necessitat o de respondre a ella.

5.1. Anàlisi semiòtica de les formes externes: l'embolcall

El producte-àngel es promociona a sí mateix a través de la presentació externa. Anuncia al consumidor el que hi trobarà a l'interior amb la promesa que veurà satisfetes les seves necessitats. Aquestes, com veurem, són clarament

⁷⁹ De la mostra seleccionada, el llibre més antic és *Los ángeles como mensajeros* (1993), i el més recent *La Biblia de los Ángeles. Todo lo que deseas saber acerca de los ángeles*. (2007). Quant a les cartes-àngel, l'obra més antiga és *Jugando con los Ángeles*. Mensajes. (1994) i la més recent, *Saints & Angels. Oracle cards*. (2005).

⁸⁰ Du Gay, P. i altres (1997) *Doing Cultural Studies: The Story of the Walkman Sony*. Londres:Sage. Reimp. 2003

⁸¹ Du Gay, P. i altres (1997) *Doing Cultural Studies: The Story of the Walkman Sony*. Londres:Sage. Reimp. 2003

⁸² Els llibres, les cartes oracle i els àngels, per separat, ja són artefactes culturals.

“necessitats del jo”⁸³. Els productes-àngel s’identifiquen d’un cop d’ull: imatge i text constitueixen un missatge global inequívoc. S’adrecen al públic mitjançant tècniques o estratègies publicitàries, adaptades al tipus de consumidor que pretenen captar i a les característiques del producte en sí. Hi ha un discurs persuasiu dirigit al consumidor, com es fa habitualment amb qualsevol altre producte que es vulgui comercialitzar en el context de la nostra societat capitalista i de consum. Per exemple, en frases com aquestes, que figuren respectivament a la coberta i a la contracoberta de *Voz de Ángel*⁸⁴:

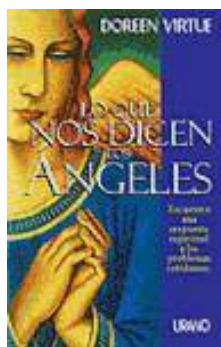
“Encuentra tu felicidad con la ayuda de los ángeles” i
“Acoge en tu vida a los mensajeros de la felicidad”

Hi ha també una proposta d’usos dels àngels amb diverses finalitats, per la qual cosa, hi ha productes-àngel que porten el que podríem qualificar, sense ironia, de “manual d’instruccions”. El llibret que acompanya el joc de cartes de Doreen Virtue, *Healing with the Angels. Oracle cards*⁸⁵, diu a l’índex: “*Instructions for working with the Healing with the Angels*”. A la contracoberta hi figura aquest text:

“*This guidebook will give you the general meanings of the 44 **Healing with the Angels oracle cards**. You’ll also learn several methods for giving yourself and others an “angel reading”. These cards can help you communicate with your angels and receive guidance in many areas of your life*”

Així doncs, al comprador se li suggereixen unes certes formes “d’apropriar-se” dels productes o formes de consum, i al mateix temps se li anuncia un benefici bàsic en relació amb les seves necessitats del jo.

La imatge denotada



La coberta dels productes-àngel s’il·lustra sempre amb una imatge d’àngels o referida a ells⁸⁶. És la imatge denotada o literal. La iconografia de l’àngel és la clàssica de la cultura occidental cristiana. Es representa



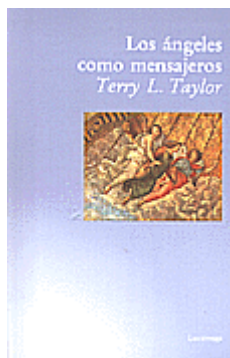
⁸³ Vela, Carmelina; Bocigas, Olga (1992) *Fundamentos de marketing*. Madrid: Editorial ESIC

⁸⁴ López, Núria (2006) *Voz de Ángel*. Barcelona: Editorial Océano

⁸⁵ Virtue, Doreen (1999) *Healing with the Angels. Oracle cards*. Carlsbad, California: Hay House, Inc.

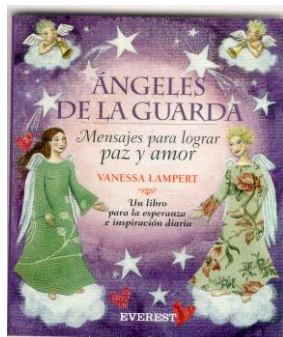
⁸⁶ La coberta de *Voz de Ángel*, de color blau cel, mostra una ploma amb unes línies suggeridores del moviment del vol.

amb els atributs que el caracteritzen: ales, vestits flonjos tipus túnica, cabells llargs, cap envoltat per l'aura d'espiritualitat, sobre núvols, alguns amb instruments musicals. L'expressió dels rostres va des de la inexpressió fins a un somriure insinuat o el hieratisme. La posició del cos i els gestos poden presentar un cert dinamisme i actitud acollidora i protectora. Altres tenen les mans en posició de pregària i denoten oració. Alguns apareixen amb els braços oberts i les ales desplegades. Altres porten les ales recollides darrera.



Elements que apareixen amb els àngels són els instruments musicals, núvols, estrelles, el cel, la imatge del vol, una ploma, cristalls.

El colorit és variat. En el disseny d'algunes cobertes es tendeix cap a la gama de blaus, color amb connotacions celestes; en altres s'opta per una presentació colorista, amb lila, fúcsia, rosats, colors relacionats amb els sentiments d'amor, groc, que remet al daurat del sol i de l'or, blanc, relacionat amb la puresa i la innocència.

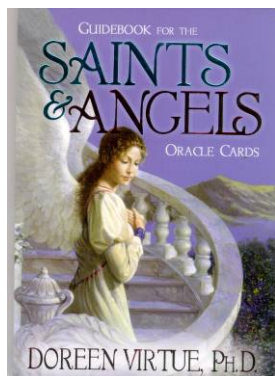


Els estils són diversos. Predominen l'eclecticisme i el sincretisme degut a la mescla o combinació d'estils artístics diferents. Alguns utilitzen fragments de pintures del Renaixement on apareixen els àngels, com la portada del llibre de Taylor, altres presenten una estètica més pròpia d'un conte infantil, com l'obra de Lampert, amb una pintura molt plana, combinació de vestimenta clàssica i moderna, sense perspectiva.

Hi ha desproporció en les figures, de manera que recorda la iconografia bizantina o la medieval. No s'intenta cercar un realisme en el retrat, són cares inexpressives. L'estil del còmic també apareix en obres, com la de Abadie, donant una imatge dels àngels divertida i alegre.



Les imatges de les portades no s'adscriuen a cap moviment artístic concret potser per a què el públic no identifiqui un estil o època que podrien remetre a



una religió determinada. Hi ha presentacions diverses: sobre un fons que reproduïx figures que semblen del Gòtic, una sanefa de tema floral, con si fos de tela, emmarca una imatge d'un àngel quasi fotogràfica⁸⁷.

La coberta de *Saints & Angels* combina una estètica renaixentista, barroca i rococó, sobre la que destaca la figura femenina d'un àngel. Sense entrar en el tema del sexe dels àngels, tradicionalment aquests es representen com a figures masculines d'aire adolescent, suaus, efèbiques, sense una masculinitat definida, però no són clarament femenins.



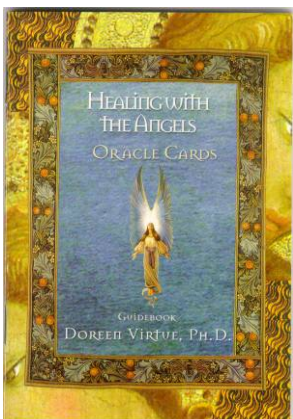
Les imatges de les obres de D. Virtue es decanten clarament pels àngels femenins. Aquesta particularitat podria ser, en la meua opinió, un reflex del protagonisme assolit per les dones dins del moviment New Age⁸⁸. Altres autors⁸⁹, s'inspiren en l'Edat Mitjana i el Renaixement a través dels daurats i l'estil de les figures, que recorden les imatges de les pintures del Gòtic. En conjunt, s'utilitza la iconografia tradicional dels àngels, però de forma modernitzada, al gust actual. La mescla d'estils, la combinació d'elements extrets de la iconografia cristiana amb elements nous, com els àngels femenins, els contextos impossibles d'identificar, amb fons indefinibles, ambigus, potser concordarien amb trets de l'esperit New Age, com el sincretisme i la no adscripció a cap religió institucionalitzada. En aquest sentit, el producte-àngel no aniria dirigit a un sector de consumidors definit per unes creences religioses concretes, sinó que intentaria arribar a tothom a base d'integrar la diversitat a través de la imatge, a través de la no identificació.

⁸⁷ Virtue, Doreen (1999) *Healing with the Angels. Oracle cards*. Carlsbad, California: Hay House, Inc.

⁸⁸ Senyalen aquesta influència M. F. Bednarowski i Shoshanah Feher a Lewis, J. R.; Melton, G. (eds.) (1992) *Perspectives on the New Age*. New York: State University of New York Press

⁸⁹ Wauters, Ambika (1996) *El Oráculo de los Ángeles*. Madrid: Edaf (22ª edición 2006). (Llibre i cartes)

La presentació de les cartes-àngel és en general molt acurada⁹⁰. Per una part, s'intenta mantenir i transmetre l'aura d'espiritualitat “genèrica” dels àngels en sí, i, per l'altra es concedeix prou importància a la qualitat de la presentació. Els jocs es presenten en una capsula de cartró dur o cartolina, de la mida de les cartes o del llibret que les acompanya, folrada de paper setinat, amb el mateix disseny a nivell d'imatge i de text que si es tractés de la coberta d'un llibre. El disseny gràfic del manual sobre les cartes és idèntic al de la capsula. Denota, potser, la intenció de presentar al consumidor un producte ben fet i ben acabat des del punt de vista material i del disseny. Té en compte també la conveniència d'un estoig on guardar les cartes.



La imatge connotada

La imatge connotada, o significats als que remet la imatge denotada, apuntaria a l'àngel com a ésser portador de diverses qualitats, que es desprenen de les associacions que poden establir-se, per exemple, a partir de les imatges anteriors. Aquests significats en relació amb els àngels són els compartits entre la gent del nostre context cultural marcat principalment per la influència del cristianisme, i de la iconografia i de l'imaginari que l'acompanyen. El sentit de les imatges, aleshores, és fàcilment identificable, en la línia que senyala Barthes⁹¹, citat per Victoroff. En aquest sentit, hem de parlar de la iconografia popular de l'Àngel Custodi, representat en tants quadrets i estampes que antigament hi havia a les cases. També, cal recordar les oracions i cançonetes que s'ensenyaven als nens petits, i que tenien la missió d'ensenyar les criatures a tenir confiança en la segura ajuda i protecció de l'àngel, i la importància d'invocar i resar a l'Àngel Custodi personal. A més del vessant popular, cal fer esment, ni que sigui de passada, de la influència de totes les representacions artístiques de diverses èpoques i tendències on hi figura

⁹⁰ Excepte aquesta obra: Czajkowski, Hania (1994) *Jugando con los Ángeles*. Mensajes. Málaga: Sirio (Libre i cartes)

⁹¹ Barthes, R. (1964) “Retóric de l'imatge” a *Communications*, nº 4

l'àngel, i que segurament han contribuït a generar i a difondre el concepte d'àngel en la cultura popular.

Així, l'àngel de la coberta de *Arcángeles y maestros ascendidos* és il·lustrativa de l'acolliment protector, amorós i lleuger, al mateix temps que queda palès el caràcter celestial d'aquest ésser, juntament amb l'afectivitat femenina a la qual apunten els colors rosats i liles del fons del cel, a més de la figura femenina i maternal del mateix àngel. Els vincles amb l'oració i, com a conseqüència, amb la divinitat, es desprenen de totes aquelles imatges com les de *Lo que nos dicen los ángeles*, inclosa a la pàg. 30, o com les de l'Annex 1. No obstant, en aquestes imatges no s'hi troba cap element exclusiu d'una religió determinada, i així adquireixen un abast major.

L'estil del disseny gràfic de les portades de les obres de Lampert i Abadie, incloses a les pàgs. 30 i 31 revela l'aspecte informal i fins i tot una mica lligat amb la infantesa que s'atribueix als àngels. Potser aquestes imatges vindrien a dir que els àngels són per a gent de totes les edats, nens i grans, i que sempre són amables i divertits.

En conjunt, aquí sintetitzaria breument la imatge connotada d'algunes de les portades dels llibres-àngel.

Pertanyent a un pla superior, espiritual i celestial.

Acollidor, que en moments difícils obre els seus braços o les seves ales protectores a qui el necessita

Ésser dinàmic i lleuger, que amb el seu vol pot arribar a qualsevol persona en qualsevol moment, tant en la seva qualitat de missatger, com de portador d'ajuda espiritual per a qui no existeixen barreres ni entrebancs.

Transmissor de pau i serenitat, calma i benestar, al mateix temps que fortaleza des d'un rostre que tant pot ser seriós, com amable o divertit.

Vinculat amb l'oració o la pregària, i des d'aquí amb una divinitat genèrica, no identificable amb una religió o culte concrets, encara que alguna imatge recordi vagament els vitralls d'una església o els àngels de la pintura gòtica.

Obert a persones de diverses creences, doncs no fa de la simbologia religiosa un signe d'identitat.

Divertit i alegre, informal, amb un punt d'infantil, o amb vincles amb la infantesa.

El missatge lingüístic

El missatge lingüístic precisa, concreta i contextualitza la significació de la imatge. En la presentació dels productes-àngel podem distingir dos tipus de missatges lingüístics: el del títol i el de la resta de textos, que poden ser un eslògan -text retòric que pretén aconseguir determinats efectes en els receptors⁹²-, textos explicatius-argumentatius i també directius⁹³, ja que tota la informació sobre el contingut de l’obra té intenció de persuadir el consumidor de què obtindrà uns beneficis bàsics que satisfaran les seves necessitats. Els beneficis bàsics, -utilitzats com a arguments de *marketing*-, que ofereixen els productes-àngel apuntarien a la satisfacció d’unes necessitats deduïbles que podríem sintetitzar i relacionar així, a través d’alguns exemples extrets de títols, eslògans i textos de contracobertes i solapes:

BENEFICIS BÀSICS EXPRESSATS EN ELS TEXTOS	NECESSITATS DEDUIBLES DELS CONSUMIDORS
“Mensajes para lograr paz y amor. Un libro para la esperanza e inspiración diaria” ⁹⁴	Tenir pau i tranquil·litat, sentir-se millor, sense ansietat, trobar solució als conflictes de la vida diària.
“Encuentra una respuesta espiritual a los problemas cotidianos” “Todos, sin excepción, podemos acudir a los ángeles en busca de consejo y ayuda; la segunda: los ángeles [...] nos ofrecen su sabiduría para la resolución de los conflictos y problemas cotidianos, desde la depresión y la ansiedad hasta las crisis de pareja y las adicciones. Mediante técnicas sencillas y multitud de ejemplos, la experimentada terapeuta Doreen Virtue nos ayuda a despertar ese sexto sentido que todos poseemos, y que nos permitirá establecer un diálogo fecundo con los mensajeros divinos” ⁹⁵	Ajuda i consell en les dificultats de la vida personal i quotidiana. Obtenció d’una ajuda terapèutica i espiritual. Aprendre a desenvolupar la intuïció.
“Los Ángeles pueden cambiar tu vida” “Pídeles su ayuda” ⁹⁶	Necessitat de transformació i de rebre l’ajuda necessària per afrontar els canvis
“¿Cómo sería su vida si usted pudiera alcanzar todo lo que se propone? Absolutamente nada lo	

⁹² Castellà, Josep M. (1992) *De la frase al text*. Barcelona: Editorial Empúries

⁹³ Castellà, Josep M. (1992) *De la frase al text*. Barcelona: Editorial Empúries

⁹⁴ Lampert, Vanessa (2004) *Ángeles de la Guarda. Mensajes para lograr paz y amor*. León: Everest (Llibre i cartes)

⁹⁵ Virtue, Doreen (2002) *Lo que nos dicen los ángeles*. Barcelona: Urano

⁹⁶ Walker, David G. (2003) *Los Ángeles pueden cambiar tu vida*. Málaga: Sirio

<p>haría retroceder y además usted sería capaz de salir adelante alcanzando la riqueza, la felicidad, el amor, y todo lo que desea a lo largo de su camino. Contacte a sus "ayudantes invisibles ¿Inseguro sobre qué camino tomar, qué preguntar y qué hacer? Con la ayuda de sus ángeles guardianes y guías espirituales, puede encontrar la fortaleza, vencer una adicción o enfermedad, responder preguntas o descubrir la creatividad oculta. ¿Nunca se volverá a sentir solo! Un libro para el contacto espiritual”.⁹⁷</p>	<p>Descobrir la forma d’assolir els objectius personals. Saber tenir coratge davant les dificultats. Obtenir la necessària ajuda espiritual.</p>
<p>“Descubre a tus guardianes, mensajeros y demás compañeros celestes” “Desde los mensajeros de la Biblia hasta la Europa Medieval y su influencia en el mundo actual, El libro completo de los ángeles nos explica las numerosas formas que adoptan los ángeles y el papel que pueden llegar a jugar en nuestras vidas [...] te ayudará a reconocer su presencia e invocar el amor, el valor y la guía espiritual que representan”.⁹⁸</p>	<p>Obtenir informació sobre els àngels i conèixer formes d’invocar-los per obtenir la seva ajuda i guia espiritual.</p>
<p>“Meditations and insights to get us through hard times” “Greet every day with the courage of the angels”⁹⁹</p>	<p>Tenir ànim i suport moral per afrontar el dia a dia. Tenir coratge i no enfonsar-se davant les adversitats.</p>
<p>“Siempre hay un ángel cerca de nosotros. Allana nuestro camino. Vela por nuestro bienestar. Nos cura y reconforta. En nuestra búsqueda de amor, armonía, salud y luz espiritual, los ángeles, mensajeros de Dios, trabajan incansables a nuestro lado. Bárbara Mark y Trudy Griswold, autoras de <i>Hablando con su ángel de la guarda</i>, comparten de nuevo con nosotros la luz espiritual que las ha hecho dignas de admiración, y nos brindan oraciones y técnicas para obtener (y aprender a aceptar) la ayuda de los ángeles”.¹⁰⁰</p>	<p>Sentir-se protegit, acompanyat, amb pau i reconfortat. Conèixer oracions o pregàries que posin en contacte amb els àngels per obtenir la seva ajuda.</p>
<p>“Todo lo que deseas saber acerca de los ángeles” “Contacta con los ángeles y atrae a tu vida su sabiduría por medio de esta guía definitiva de la tradición angélica. Es un libro repleto de ejercicios prácticos, meditaciones y afirmaciones que te enseñarán a sentir la presencia de los ángeles, a comunicarte con tu ángel guardián, a usar los cristales para tratar las dolencias comunes y mucho más. Por tanto, si estás buscando guía, curación o inspiración, este libro es la referencia perfecta”¹⁰¹.</p>	<p>Tenir informació exhaustiva sobre els àngels i saber quins beneficis obtenir d’ells i com fer-ho.</p>

⁹⁷ Webster, Richard (2000) *Ángeles guardianes y guías espirituales*. Woodbury, Minesota: Llewellyn Español

⁹⁸ Abadie, M. J. (2004) *El libro completo de los Ángeles*. Madrid: Gaia Ediciones

⁹⁹ Taylor, Terry; Crain, Mary Beth (1999) *Angel Courage*. New York: HarperSanFrancisco

¹⁰⁰ Mark, B.; Griswold, T. (1998) *El Devocionario de Su Ángel de la Guarda*. México D. F.: Alamah

¹⁰¹ Raven, Hazel. (2007) *La Biblia de los Ángeles. Todo lo que deseas saber acerca de los ángeles*. Madrid: Gaia Ediciones.

<p>“Descubre el mundo de los ángeles y aprende a comunicarte con tu ángel de la guarda”</p> <p>“Este delicioso y fascinante libro es una guía sobre cómo los ángeles se relacionan con el mundo y el ser humano. Desde época ancestral, los ángeles forman parte de la religión y el folklore. [...]Descubre cómo y por qué los ángeles se nos dan a conocer y si cuentas con uno o varios ángeles custodios. Aprende a comunicarte con tu ángel de la guarda, a escuchar sus consejos y a beneficiarte de su luz y su sabiduría.¹⁰²</p>	<p>Conèixer els àngels i comunicar-s'hi. Contactar amb l'àngel custodi i poder rebre els seus consells.</p>
---	---

Els missatges lingüístics s'adrecen directament al consumidor com a persona individual i concreta –com un “tu”, o interlocutor del “jo” de l'autor o emissor-, en termes d'ajuda, millora i transformació personal, instant-lo indirectament a la compra del producte amb l'ofertament del benefici bàsic. Els textos, tot i contenir una part informativa sobre el contingut de l'obra, són principalment directius¹⁰³, amb un ús freqüent de l'imperatiu:

“Permite que el amor y las energías curativas de los ángeles te ayuden en tu vida”¹⁰⁴

Hi ha textos on una exhortació exclamativa dirigida al consumidor sintetitza el benefici bàsic amb què podrà satisfer les seves necessitats de guia, inspiració i ajuda en els problemes quotidians, i sobretot de transformació:

¡Abre tu corazón a la sabiduría celestial de los ángeles y transforma tu vida!”¹⁰⁵

Els missatges dels llibres-àngel són més genèrics i centrats en els valors i l'ajuda espiritual dels àngels. Els de les cartes-àngel tenen un grau més de concreció. Els textos de les contracobertes de les capsas o dels manualets són molt explícits, referint-se directament al caràcter oracular i de guia dels

¹⁰² **Whitaker**, Hazel; **Blanche**, Cynthia (2005) *Ángeles de la Guarda*. Madrid: Tikal Ediciones. Col. New Age

¹⁰³ **Castellà**, Josep M. (1992) *De la frase al text*. Barcelona: Editorial Empúries

¹⁰⁴ **Wauters**, Ambika (1996) *El Oráculo de los Ángeles*. Madrid: Edaf (22ª edición 2006). (Llibre i cartes)

¹⁰⁵ *“Permite que el amor y las energías curativas de los ángeles te ayuden en tu vida. Los ángeles tienen el don y el poder de tocar a cada uno de nosotros con su protección, guía y amor eterno. Con ORÁCULO DE LOS ÁNGELES tienes ahora el medio de acceder a esta sabiduría divina. Las 36 cartas de los ángeles bellamente ilustradas -una por cada ángel del reino celestial- ofrecen claridad de pensamiento, iluminación y discernimiento para ayudarte en los problemas de cada día, así como en los mayores desafíos y adversidades de la vida. No hay nada negativo o confuso en la lectura de las cartas de los ángeles: todas ofrecen aspectos positivos de amor y energía curativa para todas las situaciones, convirtiendo su uso en una hermosa experiencia de comprensión y apoyo. El libro ilustrado que las acompaña ofrece un comentario completo de cada carta y explica la fácil utilización del ORÁCULO DE LOS ÁNGELES. ¡Abre tu corazón a la sabiduría celestial de los ángeles y transforma tu vida!”*. **Wauters**, Ambika (1996)

missatges angèlics¹⁰⁶. Alguns expressen clarament la no identificació amb cap religió concreta, malgrat el fons espiritual i religions del producte¹⁰⁷. En altres la referència a valors com saviesa, esperança o inspiració, no exclou una proposta definida d'ús de les cartes-àngel¹⁰⁸.

5. 2. Anàlisi textual i semiòtica de les formes internes: contingut de l'embolcall

Si ens centrem en la producció, els productes-àngel són codificats a partir d'un univers cultural significatiu i pretenen desplegar el seu potencial a través de la decodificació – reconeixement de significats-, vinculada al consum. Si no hi ha significat, pot no haver-hi consum¹⁰⁹, doncs quan el consumidor no hi troba sentit, no compra. En el discurs dels llibres-àngel i en els manuals de les cartes oracle es pot identificar un eix de producció o nivell pragmàtic i l'organització del text¹¹⁰. A l'eix de producció es considera l'autor, el propòsit de l'obra, el gènere literari, el subjecte de l'enunciació, la representació del destinatari i les influències rebudes. A l'organització del text, l'estructura, les tipologies textuais i els temes tractats.

L'eix de producció

Els autors dels productes-àngel són presentats, a grans trets, com a psicòlegs, psicoterapeutes, consellers espirituals y autors de nombrosos llibres. Col·laboren en revistes, programes de ràdio i TV, imparteixen cursos i seminaris, donen conferències i dirigeixen tallers. Excepte Núria López, la

¹⁰⁶ “La parte III revela un juego, armado a la manera de los antiguos oráculos, donde es posible conversar con los ángeles y recibir su guía y consejo a través de sus mensajes. Este libro-juego es una invitación a transponer una puerta hacia un mundo mágico”. **Czajkowski, Hania** (1994)

¹⁰⁷ “Doreen Virtue has created a nondenominational deck of oracle cards that people from various spiritual and religious backgrounds are sure to appreciate and enjoy. Forty-four cards with breathtaking artwork depicting God, the Holy Spirit, Jesus, saints, archangels, and guardian angels give you answers and gentle advice. A guidebook accompanying the cards thoroughly explains how to receive guidance about the present and the future, how to give an accurate reading to another person, and the general meanings of each card's message”. **Virtue, Doreen** (2005) *Saints & Angels. Oracle cards*. Carlsbad, California: Hay House, Inc.

¹⁰⁸ “Esta caja divina contiene 48 cartas con mensaje, maravillosamente ilustradas, y cuatro cartas de los Arcángeles -Miguel, Rafael, Gabriel y Uriel- que representan el amor, curación, sabiduría y paz celestiales. Puedes elegir una carta y un mensaje para una inspiración diaria, crear un ritual echando las cartas en un altar con cristales y velas, o incluso utilizar estas cartas celestiales para dar respuestas a tus sueños. El libro a todo color ofrece una interpretación para cada mensaje concreto y te muestra cómo puedes invitar a los ángeles a entrar en tu vida a través de sencillas meditaciones”. **Lampert, Vanessa** (2004)

¹⁰⁹ **Hall, Stuart** (1980) “Codificar y Decodificar” [en línia] a **Nombre Falso** <<http://www.nombrefalso.com.ar/hacepdf.php?pag=71&pdf=si>> [Consulta: novembre 2007]

¹¹⁰ Web Metodològica del TFC d'Humanitats

majoria desenvolupen la seva activitat als EEUU, i alguns al Regne Unit. Els temes que dominen, a més dels àngels, són variats: astrologia, feng-shui, màgia, ocultisme, tarot, teràpies alternatives (reiki, cristalls, color, floral, so...) Alquímia i Metafísica¹¹¹. Entre ells destaquen Doreen Virtue i Bàrbara Mark i Trudy Griswold com a canalitzadores, practicants del *channeling*. Doreen Virtue és "*doctora en filosofia y en psicología y clarividente de cuarta generación de una familia de metafísicos*"¹¹². Es canalitzadora¹¹³ dels missatges dels àngels, arcàngels i mestres ascendits de la Nova Era¹¹⁴. Mark i Griswold utilitzen una altra expressió per referir-se a la canalització: "*fuimos despertadas por los ángeles*" (1997:15). Totes utilitzen la canalització amb finalitats psicoterapèutiques i de guia i orientació en problemes de la vida quotidiana de la gent.

El propòsit de les obres, dirigides a tot tipus de persones i de totes les creences i religions, varia segons es tracti de cartes-àngel, d'obres informatives o de guia i orientació. Les cartes oracle tenen l'objectiu bàsic d'ensenyar a contactar amb els àngels i a rebre respostes a problemes de salut, econòmics, familiars, etc.¹¹⁵; d'ajudar a descobrir el nexa amb la Divinitat i posar ordre i claredat en les pròpies vides¹¹⁶; i atraure la pau i la curació¹¹⁷. Les obres informatives i/o enciclopèdiques pretenen proporcionar informació a qui estigui interessat en aprofundir en el coneixement dels àngels i atreure'ls a la pròpia vida¹¹⁸, història, jerarquies angèliques, funcions, la seva presència en l'art i la literatura, els usos possibles¹¹⁹, però també informen sobre com contactar amb ells, els rituals

¹¹¹ Aquesta informació apareix a les solapes y/ o les contracobertes dels productes-àngel.

¹¹² Solapa del llibre de Virtue, Doreen (2005) *Arcàngels y maestros ascendidos*. Barcelona: Obelisco

¹¹³ Al prefaci de *Lo que nos dicen los ángeles*, "*Cómo comencé a recibir consejos celestiales*", relata com es va convertir en canalitzadora i a rebre missatges dels àngels, i com va decidir després utilitzar les canalitzacions en les sessions terapèutiques amb els seus pacients. A "*Terapia angélica*" descriu com és una sessió de teràpia angèlica.

¹¹⁴ "*Un maestro ascendido es un gran sanador, maestro o profeta que vivió anteriormente en la Tierra y que ahora se encuentra en el mundo del espíritu, ayudándonos desde el más allá. Los maestros ascendidos provienen de todas las culturas, religiones y civilizaciones, tanto antiguas como modernas e incluyen a figuras legendarias como Jesús, Moisés y Buda; a santos; a diosas y dioses; y a bodhisattvas, devas y deidades*". (Virtue, 2005: 11)

¹¹⁵ Virtue, Doreen (2005) *Saints & Angels. Oracle cards*. Carlsbad, California: Hay House, Inc.

¹¹⁶ Wauters, Ambika (1996) *El Oráculo de los Ángeles*. Madrid: Edaf (22ª edición 2006)

¹¹⁷ Lampert, Vanessa (2004) *Ángeles de la Guarda. Mensajes para lograr paz y amor*. León: Everest (Llibre i cartes)

¹¹⁸ Webster, Richard (2000); Taylor, Terry L. (1993)

¹¹⁹ Abadie, M. J. (2004) *El libro completo de los Ángeles*. Madrid: Gaia Ediciones

adequats i com reconèixer el propi àngel custodi¹²⁰. Les obres de guia i orientació pretenen transmetre els consells dels àngels per resoldre problemes quotidians i ensenyar a treure profit dels missatges angèlics¹²¹, mostrar experiències amb els àngels que serveixin d'ajuda al altres¹²², expressar els àngels de forma actual i senzilla a fi que cadascú pugui trobar la resposta que necessita en el dia a dia¹²³, ensenyar a utilitzar els àngels per a una vida més plena i més espiritual¹²⁴. *Angel Courage*, obra de meditacions, proposa un tema de reflexió per a cada dia de l'any, basant-se en l'ajuda angèlica. A partir del propòsit de les obres, pot veure's que en conjunt comparteixen una finalitat didàctica amb l'objectiu últim d'ajudar als interessats a servir-se dels àngels per viure una vida més plena i espiritual, amb més recursos per resoldre els conflictes personals del dia a dia.

Segons el que acabo d'exposar, m'inclinaria per situar els productes-àngel dins del gènere didàctic. M'atreuria, també a afirmar que en relació amb aquest gènere es construeixen el subjecte de l'enunciació i la representació del destinatari o receptor. Des del meu punt de vista, l'objectiu del producte condiona no només el gènere literari, sinó que també requereix guanyar-se la confiança del consumidor, provocar que aquest s'identifiqui amb el discurs que se li dirigeix. Penso que això s'aconsegueix creant una determinada imatge tant de l'enunciador com del destinatari. L'enunciador dels productes-àngel és, excepte Hazel Raven¹²⁵, segons he pogut observar, un Jo, que senyala el locutor, -i que implica un TU-, però no es tracta dels productors físics del material, sinó dels enunciadors de la creació discursiva. El discurs dels productes-àngel és molt subjectiu i modalitzat, doncs l'emissor pren posició cap a allò que diu i cap al receptor, i es confessa com a font avaluativa, en molts

¹²⁰ Raven, Hazel. (2007) *La Biblia de los Ángeles. Todo lo que deseas saber acerca de los ángeles*. Madrid: Gaia Ediciones. Whitaker, Hazel; Blanche, Cynthia (2005) *Ángeles de la Guarda*. Madrid: Tikal Ediciones. Col. New Age

¹²¹ Virtue, Doreen (2002) *Lo que nos dicen los ángeles*. Barcelona: Urano

¹²² Walker, David G. (2003) *Los Ángeles pueden cambiar tu vida*. Málaga: Sirio

¹²³ López, Núria (2006) *Voz de Ángel*. Barcelona: Editorial Océano

¹²⁴ “Este libro es acerca de cómo utilizar a esos seres divinos una vez que los ha contactado, para poder lograr una existencia más plena, para encontrar la armonía en uno mismo y para conformar una nueva actitud hacia usted y hacia Dios. [...] Les ayudará a crear un nuevo nivel de intimidad con sus ángeles, y culminará en una unión personal, sanadora y duradera”. Mark, B.; Griswold, T. (1998)

¹²⁵ Raven utilitza el “nosaltres” com a plural inclusiu, establint solidaritat entre la posició de l'emissor i el receptor, i com a plural universal.

casos, de les seves afirmacions, expressant clarament les seves opinions i actituds en el text¹²⁶. Els autors –subjectes de l'enunciació- solen encapçalar l'obra amb el relat o confessió de la seva experiència personal:

“Tal era mi situación cuando fui consciente de los ángeles por primera vez. No deseaba vivir más. Sabía que nadie de fuera podría ayudarme y sabía también que carecía de las fuerzas necesarias para salir del hoyo por mí mismo” (Walker, 2003: 7)

“Os preguntaréis, antes o después de leer este texto, de dónde obtuve toda la información y por qué decidí escribir un libro sobre ángeles” (Taylor, 1993: 19).

“Lo sorprendente de este asunto es que yo nunca pensé que acabaría convirtiéndome en abogada del reino de los ángeles” (Virtue, 2002: 17)

Els autors parlen al lector de manera personal i directa, amb la confiança de l'expert cap a qui necessita ajuda i consell o informació, tant si utilitzen el “tu”, el “vostè” com el “nosaltres” inclusiu, amb un registre estàndard i un nivell divulgatiu en les exposicions a fi d'arribar a tot tipus de públic. La representació del destinatari que es desprèn dels textos és la d'una persona que necessita ajuda, consell i recursos per enfrontar-se amb els reptes de la vida quotidiana:

“Una vez que sabe cuáles son las áreas que necesita mejorar en su vida [...] podrá comprender mejor por qué es importante saber pedir específicamente lo que se quiere ser, hacer o tener. A pesar de todos los bloqueos personales que lo han frenado, podrá entonces recibir toda la ayuda que Dios y sus ángeles le brindan.” (Mark; Griswold, 1998: 87)

Quant als antecedents d'aquest nou discurs didàctic sobre els àngels, m'atreviria a senyalar la possible influència dels missals, devocionaris, catecismes i litúrgies, obres didàctiques produïdes per l'Església Catòlica on s'hi poden trobar el tipus de discurs directiu, per aconsellar i guiar a un “tu”¹²⁷, les ensenyances sobre la devoció als àngels i arcàngels, la protecció que d'ells s'espera¹²⁸, i una sèrie de consells i oracions per a diverses situacions problemàtiques de la vida quotidiana¹²⁹. Cal destacar especialment l'obra *Flos Sanctorum*, que dedica un sant, o arcàngel, a cada dia de l'any, i “con el

¹²⁶ **Castellà**, Josep M. (1992) *De la frase al text*. Barcelona: Editorial Empúries

¹²⁷ **Castillo**, Baltasar del; **Sanz Burata**, Luis (1956) *Misal Romano Latino-Español*. Valencia: Editorial Vilamala

¹²⁸ **Quetglas**, Juan (1934) *Devocionari Litúrgic i Missal de les Festes per us dels feïls de la Diòcesi de Mallorca*. Ciutat de Mallorca: Estampa d'en Guasp

Quetglas, Juan (1946) *La Liturgia para todos en forma de catecismo*. Palma de Mallorca: Tip. Nueva Balear

Goldaraz, Carlos G. (1959) *Misal Latino Castellano y Devocionario*. Sabadell: Editorial Orbe Hispano

¹²⁹ **Castillo**, Baltasar del; **Sanz Burata**, Luis (1956)

*propósito de brindar una mayor eficacia a la lectura piadosa, cada biografía ha sido acompañada con una breve y sencilla reflexión y con la oración litúrgica de la Iglesia*¹³⁰. La reflexió és didàctica. Podríem dir que l'obra de D. Virtue, *Arcángeles y Maestros Ascendidos*, es correspon bastant amb el model de **Flos Sanctorum**¹³¹. El més divergent és la inclusió de les canalitzacions dels missatges dels arcàngels, sants i deïtats de la Nova Era a través de l'autora.

Quant a les cartes-àngel, com a part d'aquest discurs didàctic, resulta molt destacable el vessant pràctic i efectivament didàctic, juntament amb el tret específic de què es tracta d'un objecte per a la “manipulació” i per al joc, individual o en grup. A més, com s'ha exposat anteriorment, han estat dissenyades per ser atractives i agradables a la vista i a l'ús. No s'ha d'oblidar la quantitat de “jocs didàctics” que existeixen. En aquest sentit, les cartes-àngel recullen aquesta tradició.

L'organització del text

Els llibres-àngel tenen una estructura bàsica similar. Trobem una introducció on l'autor exposa els motius que l'han conduit a escriure l'obra. En algun cas, com el prefaci de Doreen Virtue a *Lo que nos dicen los ángeles*, es detallen amb precisió els continguts que el lector hi trobarà al llarg dels capítols. El cos del llibre queda reflectit a l'índex, que sol ser prou explícit sobre els temes tractats. Cal ressenyar que de totes les obres, només tres inclouen la bibliografia¹³² i algunes un glossari i lectures recomanades. Es tracta, per tant, d'obres elaborades amb escàs o cap rigor científic en la part informativa i divulgativa sobre els àngels.

¹³⁰ **Morell**, Francisco de Paula (1943) *Flos Sanctorum de la Familia Cristiana*. Buenos Aires: Editorial Santa Catalina

¹³¹ La primera part del llibre consta de la relació alfabètica de divinitats, sants, arcàngels i mestres ascendits. A la Introducció diu l'autora: “*En la primera parte encontrarás el nombre más utilizado de la divinidad, otros nombres alternativos y su país, religión o afiliación de origen. Luego leerás una breve historia y los antecedentes de dicho ser, seguida de un relato actual o una canalización (he puesto las palabras de las deidades en cursiva para destacarlas del resto del texto). Abajo habrá una lista titulada “Ayuda a”, que señalará las áreas específicas de la vida en las que la divinidad ofrece asistencia. A continuación, presento una invocación que te ayudará a contactar con dicha deidad en particular*”.

¹³² **Czajkowski**, Hania (1994); **Virtue**, Doreen (2005) *Arcángeles...*; **Webster**, Richard (2000)

M'atreviria a senyalar que a l'organització dels textos de les formes internes dels productes-àngel és on es posa de relleu la funció didàctica d'aquestes obres. Les tipologies textuais¹³³ utilitzades pels autors són adequades i coherents¹³⁴ respecte a la finalitat perseguida: ensenyar com posar-se en contacte amb els àngels per poder rebre la seva ajuda. A les introduccions dels llibres apareixen textos argumentatius de justificació de l'obra i textos narratius sobre experiències personals dels autors, amb un cert to de confessió, com s'ha dit anteriorment. El cos dels llibres està format per diversos tipus de textos, en funció del contingut. No obstant, predominen els explicatius i descriptius, els directius i els narratius. Els explicatius informen sobre continguts relatius als àngels:

"En todas las civilizaciones existe el concepto de un espíritu guardián o de un ángel consagrado a procurarnos bienestar material y espiritual. Son muchas las sociedades que reconocen a los espíritus guardianes como parte de la vida cotidiana" (Whitaker; Blanche, 2005: 7)

"En el cielo hay muchos órdenes (o coros) de seres angélicos, y distintos autores han compilado sus jerarquías angélicas. El Antiguo Testamento hace referencia a príncipes, hijos de Dios, santos, vigilantes, ángeles, arcángeles, serafines y querubines. En el Nuevo Testamento, San Pablo habla de principados, tronos, poderes y dominaciones, mientras que el papa San Gregorio I (504-604) dijo que en el cielo existen nueve rangos de ángeles".(Raven, 2007: 52)

"Los arcángeles son los mensajeros más importantes de Dios. [...] Los ángeles son asignados a los individuos y a menudo son referidos como ángeles guardianes. Ellos están presentes en nuestro nacimiento, permanecen con nosotros toda la vida y nos ayudan en el final de esta encarnación. Los ángeles guardianes trabajan con todos los otros ángeles en los nueve coros. Cuando necesitamos ayuda, nuestros ángeles guardianes pueden obtenerla de otro ángel o de Dios" (Webster, 2000: 17).

Els textos directius expressen orientacions i consells sobre assumptes diversos i instruccions molt precises, tipus receptari, amb uns passos molt detallats per realitzar certes accions rituals. Cal atendre especialment els que contenen instruccions sobre les formes de contactar amb els àngels. Són variades, però la majoria d'autors suggereixen, en general, les mateixes. Algunes són els somnis, portar un diari personal, o escriure'ls-hi cartes. La intuïció és una via preferent de contacte amb els àngels, sense excloure altres formes de percepció:

"Cultiva una profunda relación con tu ángel de la guarda. Le puedes pedir sabiduría y clarividencia en los momentos más confusos de tu vida. [...] Haz caso de tu intuición; ésta irá en aumento si estás en armonía con tu ángel. Ten en cuenta que los mensajes

¹³³ **Castellà**, Josep M. (1992) *De la frase al text*. Barcelona: Editorial Empúries

¹³⁴ **Bernárdez**, Enrique (1882) *Introducción a la Lingüística del Texto*. Madrid: Espasa-Calpe

*de advertencia y consejo que recibes de tu ángel de la guarda llegan a ti gracias al conocimiento profundo de tu intuición*¹³⁵

*"Como ocurre habitualmente, los ángeles te transmitirán sus mensajes a través de tus sentimientos, sueños, visiones e ideas"*¹³⁶

Destaquen la meditació, l'oració i la invocació:

*"Mi consejo es que cada noche, antes de dormir, establezcas contacto mental con tu ángel, pidiéndole su ayuda durante el sueño para los asuntos que en este momento te preocupen, cualquiera que sea su índole"*¹³⁷

*"Oraciones para conectar con múltiples divinidades para necesidades específicas"*¹³⁸

Altres propostes com "*Ejercicios que le ayudarán a contactar con su ángel de la guarda*"¹³⁹, o les contingudes a *La Biblia de los Ángeles*¹⁴⁰, són autèntics rituals que requereixen una preparació amb espelmes, encens, música, flors naturals, cristalls, etc.

Doreen Virtue dóna tot seguit una sèrie de consells i suggeriments per dir les oracions. Les necessitats específiques a què al·ludeix són: econòmiques, addiccions i ansietat, clarividència, comunicació amb Déu, amb les fades, coratge, trobar el teu propòsit en la vida, trobar l'ànima bessona, la pau mundial, curació d'un mateix i dels altres, fins i tot d'un animal domèstic, protecció als fills, resoldre conflictes i apimar-se. Com a complement, apareix un llistat, "*A quién invocar para necesidades específicas*", on figuren els arcàngels, mestres ascendits i divinitats de la Nova Era competents en la satisfacció de cada necessitat.

En els llibres-àngel apareixen nombrosos relats d'experiències amb àngels o d'ajuda angèlica. Aquestes narracions tenen clara intenció d'exemplificar les ensenyances, però sobretot de mostrar a través d'experiències viscudes per persones corrents (amb qui el consumidor es pot identificar fàcilment) que l'ajuda dels àngels arriba sempre, sempre és la més adequada i la persona ajudada aconsegueix l'èxit en allò que pretenia. Aquestes històries recullen la

¹³⁵ Taylor, Terry L. (1993) *Los ángeles como mensajeros*. Barcelona: Luciérnaga-Océano. 6ª reimpr.

¹³⁶ Virtue, Doreen (2002) *Lo que nos dicen los ángeles*. Barcelona: Urano

¹³⁷ Walker, David G. (2003) *Los Ángeles pueden cambiar tu vida*. Málaga: Sirio

¹³⁸ Virtue, Doreen (2005) *Arcángeles y maestros ascendidos*. Barcelona: Obelisco

¹³⁹ Whitaker, Hazel; Blanche, Cynthia (2005) *Ángeles de la Guarda*. Madrid: Tikal Ediciones

¹⁴⁰ Raven, Hazel. (2007) *La Biblia de los Ángeles*. Todo lo que deseas saber acerca de los ángeles. Madrid: Gaia Ediciones

tradició literària de l'*exemplum* com a instrument didàctic moral, ètic o religiós¹⁴¹.

Un tractament apart mereixen les canalitzacions i les cartes-àngel, perquè són vies de doble sentit: permeten establir contacte amb els àngels i també rebre missatges. Les canalitzacions són missatges directes dels àngels o dels mestres ascendits a través d'un *canal* (l'autor o autora del llibre)¹⁴². El contingut dels missatges va des del procediment per contactar-hi, com “*Los siete pasos para hablar con los ángeles*”¹⁴³ fins a respostes per a un problema concret. El vessant terapèutic de les canalitzacions apareix a *Lo que nos dicen los Ángeles*: quan una persona va a la consulta de la psicòloga i terapeuta Doreen Virtue, un cop ha exposat el seu problema, rep consells i directrius directament dels àngels a través de la terapeuta com a canal. Els problemes que els àngels ajuden a resoldre en aquestes sessions són, per exemple, ansietat, abusos i maltractaments, problemes amb els fills, professió, negocis, finances, i, de forma molt destacada, tot el referent a la vida amorosa: necessitat de trobar parella adequada o l'ànima bessona, matrimoni, separacions, conflictes sexuals, etc.

Taylor exposa el que probablement sigui l'origen de les cartes-àngel, que es remunta a 1981¹⁴⁴. Les cartes-àngel són cartes oracle que tenen la finalitat específica i única de contactar amb els àngels per rebre els seus missatges, que després cadascú interpretarà a partir dels textos interpretatius –un per a cada carta- continguts en els manuals i del que li dictin la intuïció i la imaginació.

“Utilizo las cartas de los ángeles para ayudarme en diversas situaciones diferentes. Tal vez quiera inspiración en un problema que no sé muy bien cómo manejar, o quizá desee saber cuál es la elección correcta para mi mayor gozo y mi bien más elevado. Al invocarlos, pido a los ángeles que revelen su amor y guía a través del mazo de cartas. [...] A través de las cartas me revelan tendencias y eventos que invariablemente se desarrollan conforme a lo predicho”. (Wauters, 1996: 7)

¹⁴¹ **Estebáñez Calderón**, Demetrio (2000) *Breve diccionario de términos literarios*. Madrid: Alianza

¹⁴² Només les obres de Doreen Virtue i Barbara Mark i Trudy Griswold contenen canalitzacions.

¹⁴³ **Mark, B.; Griswold, T.** (1998) *El Devocionario de Su Ángel de la Guarda*. México D.F.: Alamah

¹⁴⁴ “*Esta baraja se ideó en principio como parte de un juego de mesa llamado “El juego de la transformación”, que fue inventado por los creadores de la Fundación Findhorn. El juego sirve para explorar tu consciencia y tu vida interior”* (Taylor, 1993: 242)

"Oracle cards are easy and simple to use. They require you to pay attention to your own thoughts and feelings while doing a reading, as your inner guidance gives you personalized answers to your questions" (Virtue, 2005: 1)

Els manuals, formats per textos directius de caràcter instructiu, donen pautes precises per fer les tirades en les consultes, detallant els passos a seguir. Així, per exemple:

"Step 1: Prepare your Card Deck [...] Step 2: Ask a Question [...] Step 3: Shuffle the Cards [...] Step 4: Lay Out the Cards [...] Step 5: Read and Look at the Cards" (Virtue, 2005: 4-6)

I també es suggereixen alguns tipus de tirada, com:

"Siete formas de utilizar las cartas con mensaje" (Lampert, 2004: 26)

"The Past-Present-Future Spread", The One-Year Spread, The Single Card Reading" (Virtue, 1999: 8)

"Tirada psicológica de las cuatro funciones (cuatro cartas), Tirada del Árbol de la Vida (cinco cartas), Tirada de la Cruz Sagrada (seis cartas), Tirada del Zodíaco (trece cartas)" (Wauters, 1996: 104-109)

Apart de les canalitzacions i les cartes-àngel, hi ha una qüestió fonamental en la comunicació amb els àngels: Com es pot saber que han rebut el missatge i donen una resposta? Diversos autors parlen de la sincronicitat, definida per Taylor com:

"Una relación interdependiente de dos acontecimientos cuya relación es aparente para el observador pero no explicable por el principio de causalidad. Estos eventos contemporáneos se influyen entre ellos de una forma no demostrable científicamente" (Taylor, 1993: 63)

I Walker recomana:

"Una vez realizada la petición, deberemos estar atentos a los sucesos y coincidencias extrañas con ella relacionadas" (Walker, 2003: 66)

Al llarg d'aquesta anàlisi textual i semiòtica he tractat de mostrar com en la representació de les formes internes o textos dels productes-àngel, la creació de significat es realitza a través d'una pràctica discursiva en la que s'utilitza el codi del gènere didàctic. Aquest és el mitjà principal per donar al consumidor allò que se li anuncia en la publicitat de la forma externa: satisfacció de les necessitats del jo mitjançant el benefici bàsic de l'ajuda angèlica, que es pot aconseguir seguint els consells i instruccions dels autors, la prioritat dels quals és guanyar-se la credibilitat del consumidor. La construcció del subjecte de l'enunciació i de la representació del destinatari són elements creadors d'identitat i de sentit que atorguen validesa al discurs sobre els àngels com a

satisfactors de necessitats. L'àngel, referent bàsic del discurs didàctic, és codificat amb un sistema de signes conegut pel consumidor, i per tant decodificable fàcilment, doncs és un artefacte cultural prou conegut en el context de comercialització: l'àngel com a missatger i com a guardià, a través de la figura de l'àngel custodi. El reconeixement dels codis i la identificació amb el producte per part del consumidor a través dels significats compartits són elements clau. Sense ells no hi hauria consum del producte-àngel.

5. 3. Identificació dels fragments d'ideologia: l'agenda-setting o els temes tractats.

Al llarg de l'estudi i anàlisi dels productes-àngel apareixen com a rellevants dos aspectes: el primer, les propostes d'usos dels àngels o múltiples funcions que poden realitzar segons les necessitats i/o interessos dels consumidors; el segon, la sèrie de temes recurrents a les diverses obres.

Quant als usos dels àngels, s'ha de dir que hi ha àngels per a tot i que se'ls pot demanar qualsevol cosa¹⁴⁵. A continuació, he sintetitzat els principals usos que es proposen per als productes-àngel analitzats:

- Com a ajuda i guia en moments de confusió i dubtes
- Com a instruments de curació: ferides emocionals, addiccions, depressió, ansietat...
- Per augmentar els recursos econòmics i de qualsevol tipus
- Com a consellers per assumptes amorosos, familiars i laborals
- Per potenciar les facultats mentals, la intel·ligència, la memòria i la comprensió
- Com a agents de desenvolupament personal i evolució espiritual
- Per trobar un propòsit en la vida
- Afrontar les pèrdues de persones estimades
- Per al naixement d'una criatura
- Per tenir coratge en la vida
- Per trobar objectes perduts
- Per trobar els semàfors en verd, les vies de circulació lliures i lloc on aparcar
- Rescatar persones i protegir la llar
- Per perdre pes
- Per aprovar un examen

¹⁴⁵ Walker, David G. (2003) *Los Ángeles pueden cambiar tu vida*. Málaga: Sirio

- Per què si tenim convidats, l'àpat sigui un èxit
- I per aconseguir qualsevol cosa i qualsevol objectiu que hom es proposi

Els temes recurrents, que podríem qualificar de “prioritzats”, perquè apareixen gairebé tots a tots els productes-àngel, són conceptes associats als àngels, uns ja per tradició, que m'atreviria a dir es corresponen amb els propis de la imatge connotada; uns altres com a novetat. Aquests són, en la meua opinió, els més significatius, perquè representen com una mena de *currículum* ocult sota la figura de l'àngel missatger o custodi, que és la imatge tradicional. En primer lloc, la **no identificació amb cap religió concreta**, que alguns autors fan ben explícita:

“Este es un libro de autoayuda espiritual, dirigido a todo tipo de personas, sin excepción, es decir, de todos los credos y religiones, o no creyentes. Lo que nos dicen los ángeles no trata de religión, aunque gran parte del texto pueda recordar a los lectores la terminología religiosa. De lo que trata en realidad es de ciertos principios espirituales que pueden ayudarnos en situaciones cotidianas” (Virtue, 2002: 13)

Apareix també la idea d'un **Déu interior**, que també representa la unitat de tot¹⁴⁶. El concepte de **curació**, ja esmentat, apunta a una transformació espiritual o emocional. El malestar psíquic es metaforitza en una **ferida emocional** que l'àngel pot curar i, com a conseqüència, ser agent de **transformació**:

“Si los ángeles están para ayudarnos, es evidente que una de sus tareas más importantes deberá ser la curación en todos sus niveles: físico, mental, emocional y espiritual”. (Walker, 2003: 71)

La gran importància que es concedeix a la **intuïció** és simptomàtica de la creença que la persona té uns poders psíquics o mentals que són els que li permetran captar els àngels i els seus missatges. El **Jo superior** és aquesta part de l'ésser humà dotada d'especial percepció i amb la qual convé connectar.¹⁴⁷ La **sincronicitat**, concepte comentat més amunt, el trobem relacionant tant amb la intuïció, com amb la creença en la unitat de tot¹⁴⁸ en un univers que respon a un pla, on l'absurd no existeix, on l'atzar sempre té sentit,

¹⁴⁶ Virtue, Doreen (2005) *Arcángeles...*; Taylor, Terry L. (1993); Czajkowski, Hania (1994);

¹⁴⁷ Raven, Hazel. (2007) *La Biblia de los Ángeles*. Todo lo que deseas saber acerca de los ángeles. Madrid: Gaia Ediciones; Taylor, Terry L. (1993) *Los ángeles como mensajeros*. Barcelona: Luciérnaga-Océano. 6ª reimpr.

¹⁴⁸ Mark, B.; Griswold, T. (1998) *El Devocionario de Su Ángel de la Guarda*. México D.F.: Alamah

perquè respon a la màgia dels àngels. La **canalització**, o *channeling*, també es repeteix i diversos autors tracten d'ensenyar tècniques per què el consumidor pugui també canalitzar els àngels. Altres temes que apareixen repetidament fan referència a valors com equilibri, harmonia, pau interior, perdó, benestar... Per últim, autors com Núria López, expressen la convicció que estem entrant en una **Nova Era, l'Era d'Aquari**:

“Nos encontramos ante un movimiento espiritual y un estado de conciencia superior. ¡HA LLEGADO EL MOMENTO! [...] Entramos en la nueva era de Acuario, [...] y los Ángeles llegan en grandes grupos para ayudar a los seres humanos en su evolución y crecimiento”. (López: 2006: 26)

6. CONCLUSIONS

Amb aquest treball de recerca pretenia esbrinar com es comercialitza la creença en els àngels en el marc del moviment New Age, intentant d'ubicar el producte-àngel en el Circuit de la Cultura a partir del disseny i aplicació de l'eina d'anàlisi exposada a l'Orientació Metodològica.

Els productes-àngel són d'una tipologia nova i recent en el mercat editorial, com es pot comprovar a la bibliografia. Constitueixen un fenomen nou en la cultura popular contemporània de la societat capitalista i de consum. Es tracta d'un producte ben definit que, malgrat l'existència d'una gran varietat d'obres que tracten sobre els àngels, no es pot confondre amb cap altre. El producte-àngel aglutina artefactes culturals preexistents –el llibre, les cartes oracle (les que s'utilitzen per endevinar el futur: tarots, espanyoles, póker...), els àngels i la publicitat gràfica- i apareix ell mateix com una novetat de gran acceptació entre els consumidors, si ens guiem per la seva presència en el mercat i per la contínua aparició de noves obres des de principis dels anys 90, amb una presentació molt acurada a nivell de qualitat material i de disseny.

Els llibres i les cartes-àngel són el resultat d'una tasca de representació i d'una forma de producció molt estudiada per part de les indústries culturals del sector editorial. El producte va dirigit al segment de consumidors caracteritzats, en un moment donat o permanentment, per sentir-se necessitats de guia i orientació sobre com actuar davant dels problemes de la vida quotidiana, necessitats de suport moral, de consol o ajuda espiritual. No obstant això, des de la producció, a través dels autors -que s'erigeixen en subjectes de l'enunciació-, es deixa molt clara la no adscripció a cap creença religiosa o doctrina concreta, donant cabuda a tothom, i, en tot cas, acceptant un Déu molt genèric i mai excloent. Així possiblement s'asseguren un mercat potencial molt més ampli. L'ajuda angèlica davant dels problemes de la vida es presenta com el benefici bàsic que el consumidor aconseguirà comprant el producte. Potser, aquesta voluntat de no identificar-se amb cap religió concreta i al mateix temps mantenir el tret de l'espiritualitat s'expressaria a través de la

representació amb un disseny gràfic on es ressalta la figura de l'àngel amb els seus atributs més tradicionals, però amb uns estils caracteritzats pel sincretisme, la indefinició i un estil actual. Així, quant als moments de producció i representació, el producte-àngel es **ven a través d'un suports força coneguts, el llibre i la baralla de cartes oracle, sobre els que figura la imatge de l'àngel amb els seus atributs tradicionals renovats a nivell de disseny.**

En el moment de la comercialització, m'atreuria a apuntar que **una de les possibles raons de l'autopromoció del producte-àngel** i de què no se'n faci una publicitat "clàssica" com en altres productes editorials, podria ser que **s'adreça a cada persona individualment, doncs pretén satisfer "necessitats del jo", que contempen la necessitat espiritual o la religiositat.** L'espiritualitat, en el context de comunicació creat per aquest tipus d'obres, és tractada com un assumpte purament individual i es reconeix la capacitat de cada persona de connectar amb el Déu interior o amb el seu Jo Superior. No és necessari, per tant, cap mediador personal ni institucional per contactar amb els éssers espirituals. Els ritus per contactar i comunicar-se amb els àngels són privats i personals, despullats de qualsevol intenció de participació social col·lectiva. L'àngel, en aquest casos, conserva la funció tradicional de missatger i intermediari entre l'ésser humà i la divinitat inconcreta. Els autors dels llibres-àngel, a més, parlen al lector de tu a tu, oferint guia, orientació, instruccions i propostes amb l'argument principal de la seva experiència personal amb els àngels i del coneixement que en tenen, sense alçar-se mai en portaveus de cap tipus d'ortodòxia religiosa o espiritual.

Reprenent el fil conductor de les creences religioses i de les formes de religiositat contemporània, **la creença en els àngels apareix com a nus que enllaça certes formes de religió tradicionals cristianes amb un sector dels Nous Moviments Religiosos, concretament amb el moviment New Age.** Seguint la tesi de Durkheim de què la religió no desapareix, sinó que es transforma al compàs dels canvis de la societat, aquesta on vivim –cada cop més marcada per la globalització econòmica i el mestissatge cultural- ha

sacralitzat el mercat, ha convertit el consum en un ritual i ha mercantilitzat el sagrat, sense que hagin desaparegut les necessitats espirituals de les persones, convertides ara en "necessitats del jo". Si en les religions tradicionalment establertes ens trobem amb un nucli jeràrquic que vetlla pel dogma i la seva difusió entre els creients, en el cas que ens ocupa m'atreveixo a proposar la hipòtesi de **l'existència de determinades indústries culturals del món editorial com a nucli de poder amb capacitat de fixar l'agenda i prioritzar els temes que interessa que es tractin en un dels àmbits dels NMR, el del moviment New Age, on la creença en els àngels ocupa un lloc destacat.** Des d'aquesta perspectiva, els "new agers"¹⁴⁹ de fet i els potencials constitueixen, segurament, un sector del mercat digne d'atenció, tant pel que fa a les seves necessitats, com per la conveniència de captar nous consumidors despertant la consciència de noves necessitats.

Després de l'anàlisi textual i semiòtica de les formes internes, una altra hipòtesi que m'atreveixo a presentar és que **el producte-àngel constitueix un nou gènere didàctic, de temàtica espiritual-religiosa, de nivell divulgatiu** (no especialitzat, ni filosòfic o metafísic), ubicat en el context de les manifestacions de la cultura popular de la societat capitalista i de consum. **Aquest nou gènere**, per una part, **utilitzaria les tipologies textuais clàssiques de la literatura didàctica**, fornides ara per un discurs fortament persuasiu, amarat de subjectivitat; per l'altra, **s'inspiraria en algunes de les obres didàctiques populars produïdes per l'Església Catòlica**, on es difon el culte als Àngels, Arcàngels i l'Àngel Custodi. **La novetat, des del meu punt de vista, està en el contingut i en els nous significats que aquestes obres pretenen transmetre.**

Si recordem la relació entre beneficis bàsics i necessitats deduïbles dels consumidors presentada més amunt, sintetitzaria aquestes en dos grups: necessitats espirituals/emocionals i necessitat de recursos per fer front als reptes, petits i grans, de la vida. En relació amb això, **hi ha dues novetats que caracteritzen els productes-àngel.** Una és la **variada proposta d'usos dels**

¹⁴⁹ Lewis, J. R.; Melton, G. (1992) *Perspectives on the New Age*. New York: State University of New York Press

àngels que els autors fan als consumidors. Hi ha un ritual previ imprescindible: contacte amb l'àngel, petició, atenció al missatge/ajuda angèlica i agraïment. Els usos, sempre en funció de les necessitats de la persona, serien en realitat les peticions de la gent, i van des de l'orientació i ajuda espiritual, fins a aprimar-se, trobar pis o qualsevol altre necessitat pràctica o material. L'altra novetat, que senyalaria com a més rellevant que la primera, és **la canalització o channeling**. Es pot conèixer el missatge de l'àngel per boca del canalitzador/ra, o bé aprendre a canalitzar seguint determinades instruccions. Qualificaria els missatges canalitzats tal com apareixen als productes-àngel de bons consells per a la vida, de transmissió de valors morals i espirituals vàlids per a tothom, i ,si més no, de receptes assenyades en el marc del nostre model de societat. **La canalització tal com apareix als productes-àngel és en el fons pragmàtica i utilitària, encara que aparegui revestida d'espiritualitat**¹⁵⁰. Així, doncs, l'àngel té sentit per al consumidor en la mesura que queda convençut que si aprèn a contactar amb ell serà una solució per als seus problemes o necessitats. **El discurs persuasiu al voltant dels àngels tractaria d'introduir i de fomentar una nova forma de creença en ells, que passaria, primer, per la compra del producte, i , segon, per creure en ells i en la seva ajuda**¹⁵¹.

Una lectura atenta dels llibres-àngel i el contacte visual i pràctic amb les cartes oracle suposa **una autèntica immersió en un univers conceptual molt distint de l'habitual referit als àngels, que en el nostre context és el cristià**. En la meua opinió, **és aquí on trobem els "fragments d'ideologia" o empremtes de "l'ordre cultural dominant"**¹⁵², que es concreten en la sèrie de **temes recurrents o prioritzats exposats més amunt, i dels que m'atreuria a afirmar que són coherents del tot amb els trets més bàsics del Moviment New Age**.

¹⁵⁰ Estarien, en la meua opinió, molt lluny del nivell assolit a les obres de **Ken Carey**, comentades per **S. Riordan**, quant a transcendència i profunditat del missatge procedent dels éssers canalitzats i de la forma de presentar-lo des del punt de vista textual i literari.

¹⁵¹ "Sólo hay una condición básica: es imprescindible creer en su existencia, o por lo menos en su ayuda"
Czajkowski, Hania (1994) **Jugando con los Ángeles**. Mensajes. Málaga: Sirio (Libre i cartes)

¹⁵² **Hall**, Stuart (1980) "Codificar y Decodificar" [en línia] a **Nombre Falso**
<<http://www.nombrefalso.com.ar/hacepdf.php?pag=71&pdf=si>>

La no identificació amb cap religió concreta unida a la integració d'elements conceptuals i iconogràfics procedents de les religions establertes, seria una mostra de l'esperit eclèctic i del sincretisme del New Age, així com de l'obertura a tothom, que afavoreix que dins del moviment hi puguin també trobar el seu lloc persones amb creences religioses ben definides. Un altre punt destacat és l'èmfasi que es posa en tot el que es refereix a la curació-transformació personal, que enllaça amb la tesi New Age de què per arribar a un món millor és precisa la transformació individual, entesa com a "creixement". En aquest sentit, l'entrada en l'Era d'Aquari seria propícia per a tot això. La idea de què ningú no té el monopoli de la veritat, i que cada persona té la capacitat de trobar-la per ella mateixa al seu interior, connecta amb el concepte de Déu interior. L'ésser humà, des del punt de vista New Age, té poders psíquics importants, convicció que es concreta en els productes-àngel en tot el que es refereix a connectar-se amb el Jo Superior, a potenciar i utilitzar la intuïció, facultat relacionada també amb la sincronicitat i amb la idea d'unitat de tot. Els trets d'orientació a l'èxit i envers l'optimisme en el vessant més pragmàtic es manifestarien en els productes-àngel en la consideració d'aquest ésser espiritual com a instrument d'ús individual per assolir la felicitat, el benestar, l'èxit en l'amor, en el treball, etc. En l'aspecte més espiritual o moral, l'àngel seria el portador de missatges sobre valors com pau, perdó, compromís, harmonia, etc.

Si ens preguntem qui decideix , **qui defineix "l'agenda"**, la meua hipòtesi és que **decideixen les indústries culturals del sector editorial, amb un focus als EEUU, bressol del New Age, que després projecta autors i traduccions a altres països i llengües.** La producció, la representació, la comercialització i la fixació de l'agenda temàtica dels productes-àngel es fa, des del meu punt de vista, amb **criteris de marketing**. En el context de la societat capitalista i de consum, a noves formes socials i econòmiques, noves necessitats de les persones, per tant, nous productes. **Davant la sacralització del mercat i de la comercialització de símbols sagrats i bens espirituals, les indústries culturals s'atorguen el paper de mestres de cerimònies, per no dir sacerdots.**

Per acabar, i referint-me a l'eina d'anàlisi dissenyada i utilitzada per a l'estudi del fenomen dels productes-àngel, penso que potser seria aplicable, del tot o en part, a altres productes culturals de característiques semblants que existeixen en el mercat.

BIBLIOGRAFIA

- Amorós, Andrés (1974) *Subliteraturas*. Barcelona: Ariel
- Bernárdez, Enrique (1882) *Introducción a la Lingüística del Texto*. Madrid: Espasa-Calpe
- Berzano, Luigi (2001) *New Age*. Madrid: Acento
- Bloom, Harold (1997) *Presagios del milenio. La gnosis de los ángeles, los sueños y la resurrección*. Barcelona: Anagrama
- Carey, Ken (1988) *Return of the bird tribes*. New York: HarperColins (paperback 1991)
- Castellà, Josep M. (1992) *De la frase al text*. Barcelona: Editorial Empúries
- Castillo, Baltasar del; Sanz Burata, Luis (1956) *Misal Romano Latino-Español*. Valencia: Editorial Vilamala
- Chevalier, Jean; Gheerbrant, Alain (2003) *Diccionario de los símbolos*. Barcelona: Herder
- Díaz-Salazar, Rafael; Giner, Salvador; Velasco, Fernando (eds.) (1996) *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza Editorial
- Dijk, T. A. van (1989) *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós
- Du Gay, P. i altres (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Walkman Sony*. Londres:Sage. Reimp. 2003
- Durkheim, Émile (2003) *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Alianza Editorial
- Estebánez Calderón, Demetrio (2000) *Breve diccionario de términos literarios*. Madrid: Alianza
- Fecé Gómez, J.LI. (2000) *El circuit de la cultura. Comunicació i cultura popular*. Barcelona:UOC
- Ferguson, Marilyn (1989) *La conspiración de Acuario*. Barcelona: Kairós
- García Berrio, A.; Huerta Calvo, J. (1992) *Los géneros literarios. Sistema e historia*. Madrid: Cátedra
- Goldaraz, Carlos G. (1959) *Misal Latino Castellano y Devocionario*. Sabadell: Editorial Orbe Hispano
- Kittel, Gerhard ed. (1993) *Theological Dictionary of the New Testament*. Michigan: WM. B. EERDMANS PUBLISHING COMPANY
- Lewis, J. R.; Melton, G. (1992) *Perspectives on the New Age*. New York: State University of New York Press
- Merlo, V. (2007) *La llamada (de la) Nueva Era*. Barcelona: Kairós
- Morell, Francisco de Paula (1943) *Flos Sanctorum de la Familia Cristiana*. Buenos Aires: Editorial Santa Catalina
- Morris, Brian (1995) *Introducción al estudio antropológico de la religión*. Barcelona: Paidós
- Quetglas, Juan (1946) *La Liturgia para todos en forma de catecismo*. Palma de Mallorca: Tip. Nueva Balear
- Quetglas, Juan (1934) *Devocionari Litúrgic i Missal de les Festes per us dels feïls de la Diócesi de Mallorca*. Ciutat de Mallorca: Estampa d'en Guasp
- Vallverdú, J. (2002) "L'agent humà", a *Antropologia de la religió*. Barcelona:UOC
- Vela, Carmelina; Bocigas, Olga (1992) *Fundamentos de marketing*. Madrid: Editorial ESIC
- Victoroff, David (1983) *La publicidad y la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili
- Wigoder, Geoffery ed. (2001) *Nuevo Diccionario de la Biblia*. Madrid: Del Taller de Mario Muchnik

Bibliografía corresponent als productes-àngel

- Abadie, M. J. (2004) *El libro completo de los Ángeles*. Madrid: Gaia Ediciones
- Czajkowski, Hania (1994) *Jugando con los Ángeles*. Mensajes. Málaga: Sirio (Libre i cartes)
- Lampert, Vanessa (2004) *Ángeles de la Guarda. Mensajes para lograr paz y amor*. León: Everest (Libre i cartes)
- López, Núria (2006) *Voz de Ángel*. Barcelona: Editorial Océano
- Mark, B.; Griswold, T. (1998) *El Devocionario de Su Ángel de la Guarda*. México D. F.: Alamah
- Raven, Hazel. (2007) *La Biblia de los Ángeles. Todo lo que deseas saber acerca de los ángeles*. Madrid: Gaia Ediciones.

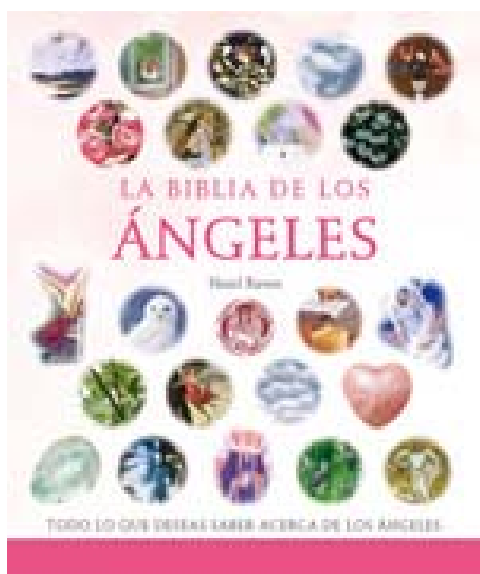
- Taylor, Terry L. (1993) *Los ángeles como mensajeros*. Barcelona: Luciérnaga-Océano. 6ª reimpr.
- Taylor, Terry; Crain, Mary Beth (1999) *Angel Courage*. New York: HarperSanFrancisco
- Virtue, Doreen (1999) *Healing with the Angels. Oracle cards*. Carlsbad, California: Hay House, Inc.
- Virtue, Doreen (2002) *Lo que nos dicen los ángeles*. Barcelona: Urano
- Virtue, Doreen (2005) *Arcángeles y maestros ascendidos*. Barcelona: Obelisco
- Virtue, Doreen (2005) *Saints & Angels. Oracle cards*. Carlsbad, California: Hay House, Inc.
- Walker, David G. (2003) *Los Ángeles pueden cambiar tu vida*. Málaga: Sirio
- Wauters, Ambika (1996) *El Oráculo de los Ángeles*. Madrid: Edaf (22ª edición 2006). (Libre i cartes)
- Webster, Richard (2000) *Ángeles guardianes y guías espirituales*. Woodbury, Minesota: Llewellyn Español
- Whitaker, Hazel; Blanche, Cynthia (2005) *Ángeles de la Guarda*. Madrid: Tikal Ediciones. Col. New Age

WEBGRAFIA

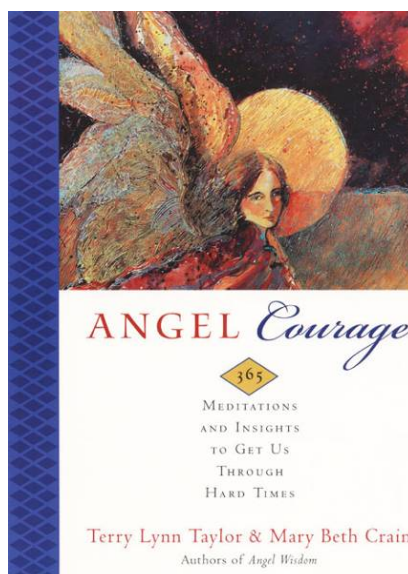
- Aubry, Marcel (2005) "Los medios de comunicación masiva y su efecto en la configuración de la agenda política" [en línia] a **Comunidad Virtual de Gobernabilidad** <<http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=article&sid=770>>
- Carozzi, María Julia (1999) "La autonomía como religión: la nueva era".[en línia] **Alteridades**, nº 18 < <http://148.206.53.230/revistasuam/alteridades/viewissue.php?id=%2034> >
- Desacatos. Revista de Antropología social**. Nº 18 [en línia] Monográfico dedicado a "Mercado y religión contemporánea" (2005) <<http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/indice18.html> >
- Hall, Stuart (1980) "Codificar y Decodificar" [en línia] a **Nombre Falso** <<http://www.nombrefalso.com.ar/hacepdf.php?pag=71&pdf=si>>
- Hernández Vidal, Miguel J. (2005). "Entre las emergencias espirituales de una época axial y la mercantilización contemporánea de los bienes de sanación" [en línia] **Desacatos**, nº 18 <<http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/18%20Indexado/Saberes%201.pdf>>
- Ruano, Soledad (2007) "Las industrias culturales, el negocio de la Era Digital" [en línia] a **Razón y Palabra**, nº 56 <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n56/sruano.html>>
- Torre, Renée de la; Gutiérrez Zúñiga, Cristina. (2005) "Mercado y religión contemporánea" [en línia] a **Desacatos** nº 18 <<http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/18%20Indexado/Presentacion.pdf> >
- Torre, Renée de la; Gutiérrez Zúñiga, Cristina. (2005) "La lógica del mercado y la lógica de la creencia en la creación de mercancías simbólicas". [en línia] a **Desacatos**, núm 18 <<http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/18%20Indexado/Saberes%203.pdf> >

ANNEXOS

Annex 1: Imatges de cobertes d'alguns llibres-àngel i de cartes-àngel



Raven, Hazel. (2007) *La Biblia de los Ángeles. Todo lo que deseas saber acerca de los ángeles*. Madrid: Gaia Ediciones.



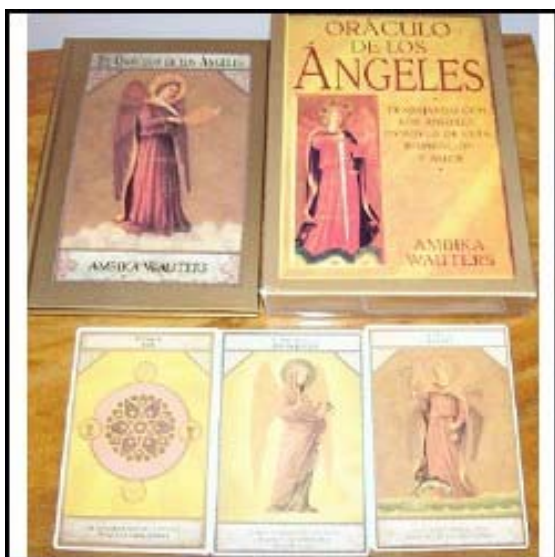
Taylor, Terry; Crain, Mary Beth (1999) *Angel Courage*. New York: HarperSanFrancisco



Mark, B.; Griswold, T. (1998) *El Devocionario de Su Ángel de la Guarda*. México D. F.: Alamah



Walker, David G. (2003) *Los Ángeles pueden cambiar tu vida*. Málaga: Sirio



Walters, Ambika (1996) *El Oráculo de los Ángeles*. Madrid: Edaf (22ª edición 2006). (Llibre i cartes)



Czajkowski, Hania (1994) *Jugando con los Ángeles*. Mensajes. Málaga: Sirio (Libre i cartes)



Lampert, Vanessa (2004) *Ángeles de la Guarda. Mensajes para lograr paz y amor*. León: Everest (Llibre i cartes)



Virtue, Doreen (1999) *Healing with the Angels. Oracle cards.* Carlsbad, California: Hay House, Inc.



Virtue, Doreen (2005) *Saints & Angels. Oracle cards.* Carlsbad, California: Hay House, Inc.

Annex 2: Exemples de relats sobre intervencions dels àngels

Experiencias con ángeles

“Me encontré flotando sobre la mesa de operaciones, mirando hacia abajo a las personas que estaban trabajando en mi cuerpo. Eso fue extraño, ya que no experimenté emociones, pero estaba consciente absolutamente de todo.

Al mismo tiempo, presencié una luz increíble, la cual comenzaba débilmente, pero rápidamente crecía hasta que yo me encontraba envuelto completamente en ella, y se sintió fantástico. No puedo empezar a describir el poder o intensidad de esa luz. Eso fue lo más bello que jamás he visto. Dicha luz debió haberme deslumbrado, pero no lo hizo aunque era intensa, porque era muy pura. Y se llenó de amor, yo me sentí totalmente rodeado de amor. Eso no fue solamente una luz, era un ser, un ser de luz.

Sabía que me estaba muriendo, pero era feliz y no quería regresar. Yo tengo una buena vida, pero este sentimiento fue tan perfecto que quería permanecer allí por siempre. Yo sentía, más que escuchar, una voz que me decía “todavía no, todavía no”, y fui regresado repentinamente a mi cuerpo. Sin embarco, debo decir que desde ese momento ya no le tengo miedo a la muerte”.

(Webster, Richard (2000) *Ángeles guardianes y guías espirituales*)

La cura de Linda R.

“Este es un relato de la experiencia que tuve cuando asistí a un curso de ángeles. Quiero compartir mis sentimientos y lo que ha sucedido desde entonces.

Recuerdo que esa tarde me sentía muy satisfecha con la experiencia del día. [...] Cuando todos nos colocamos en círculo para finalizar con una oración, nos preguntaron si había alguien con algún problema de salud. Se nos pidió que nos pusiéramos al centro del “círculo curativo”, para que el grupo pudiera rezar por nosotros. No dudé ni un momento. Durante dos semanas había estado padeciendo de un espasmo muscular que me estaba causando gran dolor. Ya lo había experimentado en el pasado y siempre necesitaba acudir con el doctor varias veces y pasar por un proceso de curación muy desagradable.

Entré al círculo sin saber qué esperar de ello. Recuerdo que me concentré en una mujer de nombre Joan, quien también estaba enfrentando serios problemas de salud. Junto a ella, mi dolor parecía insignificante. Aunque yo pedí que se me quitara el dolor, mi atención estaba enfocada en Joan. En la oración final, enfocada a las curaciones, sentí cómo una energía fluía por todo el grupo, y también por mi cuerpo. Cuando terminamos la oración y nos soltamos las manos, parecíamos estar más cerca unos de otros.

Me fui ese día sin saber exactamente qué es lo que había ocurrido. Al día siguiente me di cuenta que mi dolor había disminuido, pero no lo suficiente como para cantar victoria. Al finalizar la semana el dolor había desaparecido por completo. [...] Debo decirles, en este momento, que me considero una persona racional que no cree las cosas ciegamente. No tengo la certeza de que me curé gracias a los ángeles. Sin embargo, sí les puedo decir esto: nunca antes este espasmo tan intenso había desaparecido tan rápido, sin tener que pasar por un doloroso proceso médico.”

(Mark, B.; Griswold, T. (1998) *El Devocionario de Su Ángel de la Guarda*)

Encuentro de los cosmonautas con los ángeles

“Durante la década de los ochenta, un científico ruso desertor que se pasó al bando norteamericano en 1985 contó una historia sorprendente que fue publicada en los periódicos. De ser cierta, arrojaría mucha luz sobre los ángeles en el mundo de nuestros días.

Según el científico, tras ciento cincuenta y cinco días de permanencia en la estación espacial rusa *Soyuz 7*, [...] tres cosmonautas –Vladimir Solevov, Oleg Atkov y Leonid Kizim- estaban llevando a cabo algunos experimentos médicos cuando se quedaron cegados por un brillante resplandor de color naranja.

Asombrados, los científicos temieron que se hubiera producido algún desastre. Pero, a continuación, cuando sus ojos se ajustaron a la intensa luz naranja, vieron “siete figuras gigantes de forma humana, pero con alas y halos místicos alrededor de sus cabezas, las clásicas imágenes de los ángeles. Parecían medir decenas de metros y la envergadura de sus alas era comparable a un avión de pasajeros.

Según los cosmonautas que presenciaron esta visión casi increíble, las figuras tenían rostros querúbicos, redondos y sonrientes, ¡y todos eran idénticos! La banda de figuras -¿se trataba de ángeles?- siguió la cápsula espacial durante varios minutos y después desapareció.

Pero no acabó ahí la experiencia. Doce días después las figuras reaparecieron, volvían a ser siete y volvían a ser idénticas; durante esta segunda visita también fueron vistas por otros científicos”.

(Abadie, M. J. (2004) *El libro completo de los*

Ángeles)

“El alpinista F.S. Smythe, que coronó el Everest en 1933, narra que durante su ascenso fue acompañado por una “amigable presencia”. Durante toda la expedición se sintió extrañamente acompañado, sin llegar a sentirse nunca solo ni creer posible que algún mal pudiera ocurrirle, pues percibía que dicha presencia le ayudaba y lo protegía. La sensación de compañía era tan fuerte que Smyth comenta en su narración que más de una vez dividió en dos su galleta, alargando instintivamente la mano con la mitad, para ofrecerla a su compañero invisible. No es el único alpinista que relate hechos semejantes”.

(Walker, David G. (2003) *Los Ángeles pueden cambiar tu vida*)

Annex 3: Exemples de canalitzacions

“Mi tarea con este libro estaba clara: debía seleccionar a unos cuantos maestros ascendidos, llegar a conocerlos personalmente, realizar una investigación sobre cada uno de ellos, canalizar sus mensajes y luego escribir mis experiencias y recomendaciones. [...] La mayoría de canalizaciones registradas en este libro tuvieron lugar al aire libre, en unos escenarios naturales fantásticos”.

Arcángel Azrael: “Durante esas noches en las que te sientes afligido y angustiado –dice Azrael- y das vueltas en la cama desvelado, yo puedo aliviar tu mente intranquila y ayudarte a dormir. Una mente y un cuerpo descansados son más fuertes y más capaces de soportar el proceso de perder a alguien. De modo que no dudes en llamarme para obtener mis plegarias, mi asistencia o mi intercesión en tiempos de necesidad. Yo invocaré a otros ángeles para que acudan a tu lado y junto a tus seres queridos, y haremos todo lo posible para apoyarte con un amor dinámico”.

Forseti: “dios nórdico de la justicia, la imparcialidad, el arbitraje y la reconciliación”: “Hablé con el al anochecer, sobre las piedras monolíticas del Joshua Tree Nacional Park, en California, donde me dijo: “Estoy aquí, guiando vuestros pasos en cada curva del camino. Las ruedas de la justicia parecen moverse lentamente, pero yo estoy detrás de la escena, trabajando incansablemente para vosotros. Siempre que parezca que os están lanzando impedimentos o anzuelos legales, yo estoy ahí para hacerlos rebotar en el acto. Pensad en mí como si fuese el mejor abogado de la paz legal y la justicia: no cobro nada, hago visitas a domicilio y respondo a vuestras peticiones inmediatamente”.

Brígida: “... La humanidad está cargada de dolor por la pérdida de la inocencia (Nota de la Autora: A mi parecer, esta frase hace referencia a lo que vino después del 11 de septiembre) y las diversas rivalidades que han sido inventadas e impuestas. Estas fronteras son artificiales, y el comité con el que yo trabajo está intentando borrarlas para crear unidad y salvación. En esta época es esencial la devoción a la unicidad, la concentración unidireccional en el Uno. Dentro de cada uno de nosotros hay un salvador. Aprende a invocar a tu salvador interior para contrarrestar las preocupaciones y la intranquilidad. Observa como interviene silenciosa y discretamente esta deidad interna.”

Brígida, apareix també com a Santa Brígida a l'obra **Flos Sanctorum**, citada a la bibliografia. Per a D. Virtue es tracta d'una “mestra ascendida”

(Virtue, Doreen (2005) *Arcàngeles y maestros ascendidos*)

Annex 4: Exemples de consells dels àngels.

Consejos para citas: la búsqueda de un alma gemela

“Kathleen [...] me preguntó:

-Crees que alguna vez daré con el hombre perfecto?

Los ángeles le explicaron:

- Esta tendencia al perfeccionismo es en realidad un escudo para no encontrar pareja, y se debe a tu temor al compromiso y al hecho de que te sientes rechazada. Estás convencida de que deseas una relación de pareja profunda e íntima, pero en tu interior, Kathleen, tienes miedo de asumir un compromiso de esta naturaleza. Pretender que tu alma gemela no tenga ninguna imperfección humana sólo es una excusa para no comprometerte con nadie. En muchas ocasiones has conocido a alguien que podría haberse convertido en el hombre de tu vida, pero tú has buscado inmediatamente algún fallo con el que justificar tu posterior distanciamiento.

Si deseas que un alma gemela entre en tu vida, antes debes sanar tus propias heridas y solucionar tu sentimiento de vulnerabilidad. Nosotros podemos ayudarte a curar tu corazón. Simplemente pídenos que entremos en tus sueños y hagamos desaparecer tu temor a las relaciones amorosas, a disfrutar de la intimidad, a compartir tu vida y a fusionarte con otra persona.”

(Virtue, Doreen (2002) *Lo que nos dicen los ángeles.*)

Quando el mensaje parece equivocado

“Le preguntamos a los ángeles por qué algunos mensajes parecen equivocados y nos dijeron:

Nuestra respuesta es: dense tiempo. Denles tiempo a todos los mensajes. En ocasiones, cuando les damos la predicción de un suceso, piensen que sucederá en uno o dos días. En algunas ocasiones esto es cierto, pero es más frecuente que no exista un momento específico para que algo suceda. La agenda está regida por la sincronización de eventos.

Fluyan. Fluyan. Fluyan. Este universo está gobernado por leyes. Todo en el universo fluye hacia fuera surgiendo del centro, que es el génesis. Si algo no sucede como lo predijimos, sepan que es porque va a suceder algo mejor. En la vida de cada individuo siempre hay momentos de elección en los que se puede ir en una u otra dirección. Deberán utilizar el libre albedrío para decidir qué hacer. Existen muchas opciones disponibles.”

(Mark, B.; Griswold, T. (1998) *El Devocionario de Su Ángel de la Guarda*)

Annex 5: Exemples de propostes d'usos de les cartes-àngel

Tres formas de utilizar las cartas de arcángel

“Puedes utilizar las cartas de arcángel para entrar en contacto con las energías específicas de los arcángeles: Miguel, Gabriel, Uriel y Rafael. Puedes usar estas cartas solas, o combinarlas con las cartas con mensaje. Observarás que cada arcángel posee distintas características y fuerzas.

1. Elige una carta de arcángel para un día o para una semana, y colócala en algún lugar tranquilo. Después, escoge una carta con mensaje y ponla encima en horizontal. [...] Dedica tiempo a analizar el mensaje y pídele a tus ángeles y al arcángel Gabriel que te ayuden a sentir y actuar acorde a este mensaje en todo lo que hagas, así como a transmitirlo a todos los que encuentres a tu paso.”

(Lampert, Vanessa (2004) *Ángeles de la Guarda. Mensajes para lograr paz y amor*)

Cómo usar las cartas de ángeles

“Puedes hacer a los ángeles cualquier pregunta que sea importante para ti, aunque ésta no debería plantearse como para recibir una simple respuesta “sí/no”.

[...]

Examina cuidadosamente las diferentes tiradas de cartas y lecturas que pueden consultarse para EL ORÁCULO DE LOS ÁNGELES. Selecciona la que mejor cubra tus necesidades.

[...]

Los ángeles sólo traen energía positiva a tu vida. Estas cartas te permiten considerar una situación o asunto personal de un modo claro y positivo. Confía en tu Yo Superior para que te guíe y para obtener el acceso a los ángeles del modo más verdadero que conozcas.

[...]

Puedes interpretar las cartas a cualquier nivel que escojas. [...] ... serán una poderosa clave para tus procesos emocionales y espirituales más profundos.”

(Wauters, Ambika (1996) *El Oráculo de los Ángeles*)

“Los juegos oraculares, por tradición, ofrecen un sistema de señales que nos informa de en qué situación nos encontramos dándonos una respuesta, guía y resolución concreta para cada caso.

En este juego, es el ángel elegido por nosotros quien desciende a través de las cartas para darnos la señal orientadora.

[...]

Se les puede consultar para aclarar dudas, tomar una decisión o comprender una situación confusa.

[...]

Cuando necesitamos calmar rápidamente una herida emocional, sacar un ángel y su mensaje dejando que nos envuelva en su luz es curativo. Cuando hay mucha tristeza, mala onda o interferencias, sacar un ángel y ponerlo delante de nosotros para que nos proteja o dentro de nosotros para que nos cure... es desinfectante.”

(Czajkowski, Hania (1994) *Jugando con los Ángeles. Mensajes*)

Annex 6: Exemples d'interpretacions de les cartes-àngel

FORGIVENESS

“CARD MEANING: Let go of anger, and resentment, and feel yourself healed. You don't need to forgive the action, just the person –so that you can be at peace.

By drawing this card, your angels guide you to release anger and irritation. They realize that you may be perfectly justified in feeling angry. Yet, they ask you to look at the high price you pay for being the vessel of anger.

Forgiveness does not mean, “What you did is okay to me”. It simply means, “I am no longer willing to carry around pain in response to your actions”. When we hold unforgiveness in our hearts, we only punish ourselves, after all. Your angels will help you release unforgiveness if you will just ask for their assistance”.

(Virtue, Doreen (1999) *Healing with the Angels. Oracle cards*)

BLESSINGS of Abundance

“Your prayers have been heard and answered. Your daily bread and other needs are being provided for, now and in the future. Give your fears and worries to God and the angels, and have faith that they're taking care of you and your loved ones.

Let go of worrying about how your needs will be met, because God's infinite creative wisdom will take care of the details. Be open to receiving gifts and help from people, as this is one way in which the Divine answers your prayers. God has an infinite supply, and like any loving parent, wants the best for you. Have faith, Dear One. Blessings of abundance are supplied to you in all ways”.

(Virtue, Doreen (2005) *Saints & Angels. Oracle cards*)