
Noves formes de religiositat

Ferran Urgell i Plaza, Maria del Mar Griera i Llonch.

Resum: La ponència presentada neix d'un projecte d'investigació finançat per la fundació Jaume Bofill i realitzat durant el període comprès entre juny del 2000 i març del 2001. Planteja com a objectiu esbrinar la significació que té, en l'àmbit de Sabadell, la introducció d'elements de cultures foranes, sobretot orientals, amb connotacions espirituals o místiques, en la construcció dels universos simbòlics dels joves i en les seves pràctiques quotidianes. En aquest sentit, entenem com a elements de cultures foranes amb connotacions espirituals o místiques tots aquells productes tant de consum individual com col·lectiu d'origen no occidental que en els darrers temps han irromput en el mercat i que es caracteritzen per posseir originàriament significacions religioses. L'article l'hem estructurat en tres parts que reproduïxen el camí que vam seguir des de l'elecció de l'objecte d'estudi fins a la seva anàlisi i comprensió definitiva. És a dir, en aquest article no pretenem fer una exposició de les conclusions teòriques a què ens ha conduït aquesta recerca sinó relatar la nostra experiència com a sociòlegs novells davant el repte d'enfrontar-nos a la realització de la nostra primera recerca *amb cara i ulls*.

L'article que presentem a continuació neix fruit de l'estudi titulat "*Consumint religió. Una anàlisi del consum de productes amb connotacions espirituals entre la població juvenil*" realitzat a partir de la beca concedida per la Fundació Jaume Bofill per estudis de joventut i duta a terme entre juny del 2000 i març del 2001. L'objectiu de la nostra recerca era esbrinar quina significació té la introducció d'elements de cultures foranes amb connotacions espirituals o místiques en la construcció dels universos simbòlics dels joves i en les seves pràctiques quotidianes. Entenem com a elements de cultures foranes amb connotacions espirituals o místiques tots aquells productes, tant de consum individual com col·lectiu, d'origen no occidental, que han irromput en el mercat en els darrers temps i que es caracteritzen per posseir originàriament significacions religioses. En definitiva, el que ens proposàvem investigar era si podíem identificar entre els joves l'aparició d'una nova forma de religiositat vehiculada a partir del consum d'aquest tipus de productes. Una forma de religiositat que trencava tant amb la religió tradicional, el catolicisme, com amb aquelles teories que anunciaven la *mort de la religió*.

El nostre projecte de recerca no neixia en el buit sinó que s'emmarcava en el si d'un corrent de pensament dins la sociologia de la religió -on hi destaquen autors com Morin o Mardones- i que pronostica la irrupció d'un nou tipus de religiositat basada en el consum dels productes en qüestió. Aquesta nova forma de religiositat ha estat anomenada per aquests autors com a *nou gnosticisme* o *nebulosa misticoesotèrica*. Tot i així, existia una contrapartida: malgrat l'abundància de literatura sociològica sobre aquesta temàtica, la immensa majoria no deixa de ser especulació teòrica. En altres paraules, al llarg de la recerca no vam trobar cap estudi que se sustentés sobre un treball empíric sinó que la majoria basaven les seves aportacions en altres estudis, igualment i exclusiva, teòrics. A molt estirar, alguns d'aquests estudis, articles, llibres i altres, sustentaven les seves elucubracions sobre dades que proporcionaven enquestes nacionals, europees, americanes, etc. Cap d'ells però, partia dels resultats d'un estudi etnogràfic. D'aquesta manera, tal i com apuntava Díaz-Salazar "aquí hay que hablar de lo *excelso* de estas teorías y de lo *miserable* de su método de comprobación empírica. Esto es, muchas de estas teorizaciones no pasarán del estatuto de hipótesis teóricas (...) mientras no presenten investigaciones tan sólidas como sus teorizaciones" (Díaz-Salazar, 1994, pàg. 98). Així doncs, gran part de l'interès que pot suscitar la recerca realitzada i que, consegüentment, hem cregut convenient exposar en aquest article, és el recorregut metodològic i epistemològic que vam seguir per abordar l'estudi d'aquest fenomen de forma empírica.

L'article l'hem estructurat en tres parts que reproduïxen el camí que vam seguir des de l'elecció de l'objecte d'estudi fins a la seva anàlisi i comprensió definitiva. És a dir, en aquest article no pretenem fer una exposició de les conclusions teòriques a què ens ha conduït aquesta recerca sinó relatar la nostra experiència com a sociòlegs novells davant el repte d'enfrontar-nos tant a la realització de la nostra primera recerca *amb cara i ulls*, com al fet de trobar-nos davant d'un terreny encara molt *verge* i amb molt pocs antecedents de referència.

Les tres parts que configuren l'esquema de l'article són les següents: en una primera part exposarem la motivació inicial i les *intuïcions* que ens van dur a considerar que el tema estudiat podria ser objecte d'una investigació sociològica. En segon lloc, ens aturarem breument per exposar quines són les característiques que configuren aquest nou tipus de religiositat i presentarem les hipòtesis de partida que estructuraren el disseny de la recerca i la definició de l'aproximació empírica a l'objecte. Seguidament, i com a tercera part, explicarem els obstacles i la consegüent redifinició a què es va veure abocat el nostre disseny de recerca un cop vam haver-nos introduït en el *terreny de joc*.

1.- Els inicis

“Vet aquí que una vegada, una pobre noia rica occidental desorientada va sentir parlar, en un dels seus viatges a l’Índia, sobre uns monjos d’un poblat remot que havien aconseguit un estat d’alliberament mitjançant un règim alimentari estricte i un període de meditació que durava set anys, set mesos, set dies i set hores. Fascinada i captivada, la noia retornà a casa seva decidida a emprendre la mateixa proesa que els monjos havien realitzat. Set anys després, havia deixat de menstruar, la pell s’havia convertit en una mena de cuir endurit sobre els ossos, i les cordes vocals se li havien atrofiat definitivament; però estava a punt d’aconseguir la proesa. Un dels monjos que ja l’havia realitzada anys enrera, en assabentar-se d’aquesta història, la va anar a veure i li explicà que els set anys, set mesos, set dies i set hores corresponien, en realitat, al calendari on havia estat concebuda la prova. En el calendari occidental n’hi hauria hagut prou amb un any de retir”¹.

Aquest conte, que hem resumit per tal de no allargar-nos excessivament, exemplifica un dels motius que incentivà aquesta recerca: els *productes* que provenen de cultures i marcs històrics diferents als nostres són consumits desproveïts del context que els emmarca. Òbviament, la varietat de productes que, a través del mercat, pateixen aquest procés és immensa; ara bé, d’entre tots aquests n’existeixen uns –de productes– que per la seva presència cada vegada més notòria i per la singularitat de la seva *funcionalitat* inicial, constitueixen un fenomen que ens cridà l’atenció. Ens estem referint, tal i com hem dit anteriorment, *als productes forans que originàriament tenien connotacions espirituals i místiques*.

Per adonar-nos de la rellevància i la important presència d’aquests productes només ens cal donar un cop d’ull als aparadors de les botigues de música; o fer un repàs a les activitats que s’ofereixen al gimnàs del barri; ni ha prou amb una consulta als èxits de venda de les llibreries; o fins i tot, un passejada per qualsevol botiga de *Tot a cent*. *Feng-Shui per a empresaris* i útils *perspectives budistes* en llibres com ara *Hacia la paz interior*; taitxi als centres cívics; estàtues de *buda* que presideixen botigues de dietètica; essències florals tant a les farmàcies com a les botigues esotèriques; màquines per a lectures d’*Aura*; signes del yin i el yang a les arracades, a les samarretes o tatuats a l’esquena, etc. La llista és llarga. Paral·lelament a tot això qualsevol guia comercial de qualsevol ciutat ens dóna compte de la proliferació de centres especialitzats en tècniques i pràctiques orientals com ara el ioga, el

¹ Resum d’un conte de Coupland, D., (1995, Pàg. 175).

tai-txi, el reiki, el katsugen, meditació zen, etc. I si algun dia ens hi deixem caure descobrim que, a part de les activitats que acabem d'enumerar, també s'hi ofereixen sessions amb xamans, cartes astrals, tècniques de renaixement o tractaments amb essències minerals. Per alguna raó tots aquests productes es presenten conjuntament malgrat tenir orígens i significacions diferents.

Una d'aquestes significacions és, sens dubte, la religiosa. Efectivament, allò que una part molt important d'aquests productes tenen en comú és el fet d'haver nascut, majoritàriament, en el si de marcs religiosos. Aquesta constatació ens dugué a considerar la possibilitat d'analitzar la significació del consum d'aquests productes des de la perspectiva de la sociologia de la religió. De fet, aquesta no era l'única perspectiva que podíem prendre atès que, perfectament, també podien ésser considerats des de la perspectiva de l'oci o fins i tot de la salut. Amb tot, provar d'abordar el consum d'aquests productes des de totes tres perspectives hauria confós encara més un terreny de joc que, per si mateix, ja ho era prou. Així, necessitàvem una única perspectiva teòrica que ens servís de base per analitzar el fenomen. I és d'aquesta manera com, tenint en compte la nostra formació en l'àmbit de la sociologia de la religió i considerant, sobretot, que aquesta seria una perspectiva innovadora des de la qual enfocar el fenomen, ens decidírem a analitzar si darrere el consum d'aquests productes existia algun tipus de significació religiosa. I, d'altra banda, també vam limitar el nostre estudi a un segment de la població que, a part de concretar el nostre àmbit d'estudi, coincidia amb el subjecte protagonista d'aquesta nova forma de religiositat segons afirmaven alguns autors. Conseqüentment, els dos eixos estructuradors de la nostra recerca eren joventut i religiositat.

Així doncs, presa una perspectiva, finalment ens vam decidir a abordar l'objecte d'estudi a partir de l'intent de respondre les preguntes següents: podem identificar una nova forma de religiositat entre els joves?, es pot considerar que el ioga a Occident té el mateix significat que a l'Índia?, si és així, com ha pogut esdevenir-se d'aquesta manera fora del context a partir del qual adquireix el seu significat original?, i si no és així, quin nou significat pren la realització d'aquestes pràctiques a Occident?, pot considerar-se que el consum de productes amb significacions religioses condueix a l'adquisició d'una forma de religiositat?, quin procés segueixen aquests productes al introduir-se a la societat de consum i a les seves lògiques de funcionament?, podem verificar en el terreny empíric les teories de Mardones, Morin, Sudbrack i tants d'altres?

2.- Hipòtesis de partida i recorregut metodològic

De bon començament, quan definíem el projecte de recerca, vam centrar el nostre objectiu en anar a cercar allò que autors com Sudbrack o Mardones, entre altres, identificaven com a noves formes de religiositat. Volíem trencar el tòpic existent entre un ampli sector de la població, que diu que avui dia vivim en una societat secularitzada que ha aconseguit desfer-se del llast de la religió i ha eliminat el desig de transcendència. De fet, com més ens introduïem en l'actual sociologia de la religió, més ens adonàvem que semblava una creença compartida i fins a cert punt inqüestionable entre els experts que la religió no solament no desapareix sinó que està adquirint noves formes en la nostra societat. Però, què caracteritza aquestes noves formes de religiositat? O més concretament, quins són els trets que distingeixen la *nebulosa místicoesotèrica* o el nou *gnosticisme*? Caldrà doncs que fem un parèntesi abans de prosseguir amb l'exposició de les hipòtesis i provar així de clarificar en què consisteix aquest nou tipus de religiositat.

Un mar de dubtes

“No es una religión, pero es por lo menos religiosa; no es una filosofía, pero es por lo menos una visión del hombre y del mundo, así como una clave de interpretación; no es una ciencia, pero se apoya en leyes científicas, aunque haya que ir a buscarlas entre las estrellas. Es una nebulosa que contiene esoterismo y ocultismo, pensamiento mítico y mágico respecto de los secretos de la vida, y una pizca de cristianismo, todo revuelto con ideas que proceden de la astrofísica”.

Sorprenentment, aquesta definició de C. Danneels (a Estruch, 2001) amb tant regust d'ambigüitat, reflecteix d'una forma prou concreta el sentit d'aquesta nova forma de religiositat. I és que, paradoxalment, amb la seva inconcreció es fa ressò de la característica potser més rellevant del corrent: la confusió. Justament aquest desconcert al què aboca la nova religiositat, és el que ens ha anat guiant i acompanyant al llarg de la recerca, de tal manera que ens ha estat molt difícil identificar-ne les característiques més importants:

1 Prohibit prohibir. Com aquella màxima àcrata de “l'única regla és que no hi ha regles”, la nova forma de religiositat sentència que “l'únic dogma és que no hi ha dogmes”. Així doncs, no existeix, en principi, una ortodòxia dins aquest tipus de religiositat que permeti identificar clarament quin tipus de *visions* hi pertanyen clarament i quines se'n distancien. La falta d'ortodòxia condueix a una situació en què no existeixin trets característics sinó únicament una *nebulosa* recognoscible tan sols per una certa olor de semblança.

2 *Un discurs ple de discursos*. Lligat amb el punt anterior, aquesta nova religiositat no es contraposa frontalment a cap cosmovisió del món sinó que gairebé prova d'adoptar-les totes. Aquest fet provoca una certa seducció en els individus, on hi juga un paper important l'atracció per l'exòtic i l'emfasització del coneixement com a via per accedir a la salvació. Aquest caràcter *amical* amb la resta de cosmovisions pren rellevància, sobretot, en dos camps diferents: la religió i la ciència.

Ecumenisme: El sentit comú d'avui afirma que “en el fons, totes les religions ens parlen del mateix”. *Atent a tot allò que es mogui*, plantejament que també serà adoptat per aquesta nova forma de religiositat, que promulgarà un ecumenisme fàcilment justificable però difícilment reconciliable. No es tracta en cap moment d'un diàleg interreligiós (diàleg del qual sí que podríem trobar nombrosos precedents entre les religions institucionalitzades), sinó més aviat d'una reducció de totes les religions “como caminos semejantes hacia Dios. Lo que importa de las religiones es (...) su carácter funcional como vehículos hacia el Misterio uno” (Mardones, 1996, pàg. 31).. Sense els dogmes que impossibilitaven aquesta *desitjada* intercomplementació, l'individu és *lliure* de buscar allò que cregui convenient en les més diverses *propos-tes religioses* existents. La condició d'una visió oberta de les coses no és en va. No és sinó amb aquesta *obertura de mires* poc crítica i exigent que es farà més digerible l'entramat que barreja el cristianisme, l'hinduisme, els Rosacruces, el budisme, el gnosticisme, l'hermetisme, la cultura atlanta, etc.

Fent amistat amb la ciència. Vistes les tensions que va patir el cristianisme amb la modernitat, un tracte cordial amb la ciència resulta, si més no, una alternativa prudent. Així, la solució va consistir en adoptar i assimilar dins els postulats d'aquesta nova forma de religió el *nou paradigma científic*, l'últim crit de la ciència. De fet el fenomen és realment omnipresent. Ens trobem davant d'un “nuevo paradigma que afecta a todas las ciencias y conlleva y exige una nueva concepción del mundo, del hombre y también de lo sagrado y de la religiosidad en general” (Fernández, F., 1998, Pàg. 3). Podem trobar en aquesta nova forma de religiositat un discurs que afirma que actualment les ciències naturals ens estan proporcionant un nou prisma a través del qual contemplar *la realitat* i que ens ofereix una visió globalitzadora però que, alhora, permet parar atenció a les interrelacions i interaccions que existeixen entre els *elements* d'aquesta realitat². L'origen de

² Curiosament, aquest nou enfocament i la necessitat de nous models d'anàlisi que permetin arribar a una visió de la realitat globalitzadora i integradora “hasta llegar, incluso, a percibir la *unidad del todo*. El todo como uno i múltiple a la vez mediante el

l'explicació anterior permet afirmar als seguidors i ideòlegs d'aquesta nova religiositat que aquest és un *pensament* amb un fonament científic³.

3 Exaltació de l'experiència: fidel als retrets que des d'aquests moviments es fan a la religió tradicional, aquesta nova forma de religiositat emfasitza la importància de la vivència, la necessitat d'una fe viscuda i experimentada. I aquesta experiència és rellevant des del moment en què se'ns diu que la *veritat* és a l'interior del propi individu. Com apuntava Mardones (1996) allò que es prioritza és l'experiència interior davant la teorització. La pregària es converteix així en un monòleg tot cercant el propi *jo*, d'on es comprèn l'existència de la divinitat en tota persona. D'aquesta manera, com apunta Bosch (a Estruch, 2001), s'intenta que l'individu recuperi la confiança en ell mateix tot invitant-lo a no confiar en redempcions des de fora, exteriors.

4 Salvació aquí i ara: La salvació del paradís es converteix en la salvació terrenal i, la majestuosa distància de l'eternitat és transportada cap al present. L'individu occidental modern (o postmodern?) cerca la salvació i, com tot, ho vol ara i aquí. I, la clau de l'èxit d'aquesta nova forma de religiositat és que sap traspasar les fronteres de l'espai i el temps que havia marcat el cristianisme i fer gaudir als individus d'una salvació intramundana immediata.

5 Units pel mercat: aquest és un tipus de religiositat que, tal i com apunta Mardones (1997) prendria la forma d'allò que Becker, inspirat pel que Troeltsch anomenà misticisme, defineix com a culte. Aquest concepte fa referència a aquelles comunitats religioses poc institucionalitzades, amb tendència al canvi, amb líders més *lights* que les sectes, etc. I aquestes noves formes de religiositat prenen la forma de culte sense exigir, en general, massa compromisos, ni regularitats ni fidelitats excessives. El centre, a partir de la qual es reuneixen aquests grups, acostumen a ser estades, cursos, revistes i d'altres components d'aquest mercat religiós desinstitucionalitzat. El mercat configura l'eix a partir del qual un conglomerat de seguidors es distribueixen en grups *flexibles*, variants i poc nombrosos. Així doncs, i vinculant-se amb una idea que fou constant en la nostra recerca, aquesta nova forma de religiositat *s'adapta* a allò que s'ha anomenat la societat consumista, amb la qual cosa fa del mercat el seu eix estructurador.

conocimiento intuitivo", és també una crida a la qual ha de respondre la mateixa sociologia. De fet, s'argumenta que la mancança de posicionaments epistemològics en consonància amb el model proposat, és justament allò que ha dut a la miopia de les anàlisis que postulen la secularització de la nostra societat. Així és com s'ha arribat al què es qualifica de "plantejaments absolutistes, particularistes i reduccionistes" (Fernández, F., 1998, Pàg. 3).

³ Aquesta serà una important font de legitimitació davant les veus escèptiques provinents en gran part (presumiblement) justament des del camp científic.

Bé, aquesta ha estat una breu i sintètica exposició de quines són les característiques que des de la sociologia s'atribueix a aquesta nova forma de religiositat. És a partir del coneixement d'aquestes característiques que fou possible l'elaboració de les hipòtesis. Tanquem doncs aquest parèntesi i donem pas a l'exposició de les hipòtesis.

Les hipòtesis de partida

La primera hipòtesi és basava en el fet que anomenem el *mite de la secularització i l'aparició de noves formes de religió*. Afirmàvem que la creença en la secularització de la joventut és una falsa creença fonamentada en tòpics i estereotips que disten molt de ser reals. En lloc d'això, i en paraules d'Estruch, "la religión no desaparece sino que se transforma. Que la nuestra es una época de crisis religiosa: pero crisis en el sentido de que está produciéndose una metamorfosis de la religión, y no en el sentido de su abolición" (Estruch, 1994, pàg. 279). I per altra banda, com ens diu Martínez Cortés, "avui sembla sociològicament consistent afirmar que tot desencantament del món implica a la vegada el sorgiment de noves formes de *reencantament*"⁴ (Martínez Cortés a Estruch, 2001).

En l'aparició i proliferació en el mercat juvenil de productes amb connotacions espirituals podíem identificar un símptoma més del ressorgiment de la religió sota noves formes més subtils i amagades. Conseqüentment, nosaltres consideràvem que la introducció d'aquestes mercaderies és la manifestació d'un fenomen de desmonopolització de l'univers religiós i de la irrupció de nous mecanismes de dotació de sentit que encara que no són percebuts, generalment, com a tals, constitueixen noves formes de religió.

La segona hipòtesi feia referència a la construcció de la religiositat dels joves en l'espai denominat de *temps lliure*. És a dir, que seran aquelles activitats que el jove considera que pertanyen al món del lleure les que tindran una incidència més important en la creació dels seus universos simbòlics. Això és així atès que, tal i com ens diuen Cardús i Estruch (1984), el temps lliure és el temps privat per excel·lència, i percebut com a temps propi, on l'elecció personal i l'absència de control públic hi dominen. Des d'aquest punt de vista, i tal com sostenia també Luckmann, és en aquesta esfera privada i en aquestes activitats del lleure on, en la societat moderna, es cercarà la construc-

⁴ Així doncs el procés de desencantament del món que pronosticà Weber canvia de sentit en aquest final de mil·lenni.

ció personalitzada d'unes estructures de sentit últim. Dit en altres paraules, aquest serà un espai de construcció de les formes de religiositat privada i, en certa manera, invisible. Conseqüentment, i en la línia dels nostres objectius, podem dir que si el consum de productes amb connotacions místiques, com per exemple el fet d'escoltar música new age o la pràctica del tai-txi, etc, es realitza en l'espai de temps lliure tindran una significació qualitativament superior en la construcció de l'univers simbòlic dels joves que si es fan en el marc d'allò que ells consideren el *món imposat pels adults* (el dels estudis, el de la llar, etc.). I és que és en aquest en el qual, generalment, s'han dut a terme les activitats relacionades amb la religió tradicional.

La tercera hipòtesi se centrava en la idea que els joves construeixen els seus universos simbòlics a partir del consum. En la línia del que ens diuen Pérez i Martínez (1997), podem dir que la identitat juvenil es construeix a partir del consum de productes-símbol que donen eines als joves tant per identificar-se amb el grup al qual volen pertànyer, com per diferenciar-se alhora dels altres grups de l'espai juvenil com del món dels adults. L'espai juvenil es configura, principalment, entorn del mercat⁵. Tanmateix però, no podem caure en la temptació de creure que els joves es comporten passivament davant d'aquest, ja que tal i com diu Willis (1998), la conclusió que els joves estan manipulats i dominats per la cultura comercial és simplista i injustificada. Més aviat els joves utilitzen els productes que els ofereix el mercat com a recursos simbòlics per tal de configurar de forma creativa la seva identitat. Així doncs, els productes amb connotacions místiques o espirituals que han entrat a formar part del mercat seran aprehesos pels joves consumidors com a recursos simbòlics que els ajudaran a configurar la seva posició en l'espai simbòlic de la cultura juvenil. I aquesta idea vindrà reforçada si tenim en compte la lògica de funcionament de la nova forma de religiositat pronosticada per autors com Mardones. Aquesta nova forma de religiositat es vehicula a través del mercat i és aprehesa a partir del consum en l'espai del temps lliure i, contràriament, la religió tradicional (l'església catòlica) constitueix una institució aliena al mercat i, generalment, reproduïda a partir de la institució familiar i/o escolar. Esdevindrà així més plausible que els joves es decantin en la nostra societat més fàcilment per la primera que per la segona. És així com es produeix una afinitat electiva entre el que seria la naturalesa d'aquesta nova forma de religiositat i els processos de construcció de la identitat juvenil.

⁵ Conjuntament amb altres institucions com la família, l'escola, etc.

La quarta hipòtesi a partir de la qual desenvoluparíem la nostra investigació feia referència a l'aparició d'un fenomen tan recent i omnipresent en la societat occidental com és l'anomenada *multiculturalitat*. Un fenomen que s'ha estès a la nostra societat com a conseqüència de diferents i múltiples factors d'entre els quals en destacarem dos. D'una banda la creació per part dels mitjans de comunicació d'una falsa idea de veïnatge global que ens porta a percebre com a assequibles i properes cultures molt llunyanes a la nostra. De l'altra, l'explotació per part de les indústries culturals d'aquesta admiració per allò *exòtic*. És a partir d'aquesta explotació que es crearan unes xarxes comercials de gran abast, les quals, a través d'un procés de descontextualització i banalització, converteixen trets específics de cultures concretes en productes susceptibles de ser comercialitzats a la major part dels països occidentals. En la nostra recerca es tractava de vincular el nostre objecte d'estudi concret, i localitzat en la ciutat de Sabadell, amb un procés global i complex que s'està produint en el món occidental. Així, i exemplificant, creïem que el fet de poder participar en una classe de ioga o tai-txi en un gimnàs, mentre al costat s'està fent aeròbic, i no percebre-ho com a estrany, només és possible a partir d'un procés que converteixi aquestes activitats en meres *mercaderies* susceptibles de ser consumides buides del seu sentit i significació original. Altrament, no seria comprensible que elements d'un origen i una significació tan diversa fossin digeribles per un consumidor que no participa de la mateixa cosmovisió on han estat concebuts.

I ja per últim, la darrera hipòtesi en la qual es fonamentava la nostra recerca, és el fet que l'apropiació i l'ús dels productes forans amb connotacions espirituals ve mediatitzat pel que Bourdieu anomena l'*habitus*. És a dir, la influència del consum de productes forans amb connotacions espirituals en la construcció de l'univers simbòlic i en la definició de les pràctiques quotidianes prendrà característiques diferents segons la posició que s'ocupi en l'espai social i el capital cultural del qual es disposi. La influència del consum d'aquest tipus de productes no el podem desvincular del context concret a on se situa ni de les variables estructurals que el defineixen. Així doncs, en el cas de Sabadell, ens vam trobar amb què les formes de relació de la cultura juvenil amb aquests productes prendrien formes diferents segons els barris en què ens trobéssim, segons el gènere, segons el capital cultural, etc. Unes relacions que segurament ens mostrarien que, tal i com ens diu Morin, la forma de consumir aquests productes variarà en funció de la classe social, mostrant unes relacions que prioritzaran la *necessitat* en aquells més desfavorits i el *coneixement* en aquells que gaudeixen d'una situació més privilegiada. Així, i exemplificant,

aquell *més privilegiat* podrà ésser capaç de construir-se una *religió a la carta* consumint diferents tipus de productes i escollint aquells que més li interessin i li convinguin amb un marge de discrecionalitat molt gran. Per contra, aquell que viu en una situació més desafavorida es veurà abocat al consum *d'una carta religiosa* constituïda a priori per la dinàmica de funcionament del mercat i les *necessitats* de respostes dels mateixos individus on la capacitat de participació del subjecte és gairebé inexistent.

Doncs bé, partint d'aquestes hipòtesis vàrem continuar documentant-nos àmpliament en el pla teòric sobre aquesta nova forma de religiositat. I una vegada definit, conegut i aprehès l'objecte d'estudi vam decidir que era el moment d'anar a confirmar les nostres hipòtesis en la *realitat* empírica. Vam realitzar així el disseny de la metodologia de recerca, així com la definició del treball de camp amb l'objectiu d'anar a trobar el correlatiu empíric de l'objecte que havíem construït prèviament.

La recerca empírica

La recerca en el *terreny de joc* s'estructurà a partir del disseny metodològic realitzat paral·lelament a l'elaboració del marc teòric. Un disseny que es basava en una metodologia de treball empíric centrada en tres nivells d'anàlisi, i destinada a conèixer la significació, el contingut i l'abast d'aquest tipus de religiositat. Els nivells que, a priori, havíem decidit que seguiria el treball de camp eren els següents:

Un primer nivell procediria a estudiar aquells grups que podem qualificar d'organitzacions religioses d'origen oriental que mantenen un grau d'institucionalització elevat. Organitzacions en les quals els elements orientals prenen el lloc de la religió tradicional i actuen com un sistema de valors total que defineix la cosmovisió de l'individu i que té molta influència en les seves pràctiques quotidianes. Aquests grups no constitueixen primordialment el nostre objecte d'estudi (espiritualitat místicoesotèrica) ja que són més propers a allò que s'ha definit com a religió tradicional. Tanmateix però, ens semblava interessant prendre'ls en consideració com a vehicles de propagació d'una espiritualitat, de fort caràcter oriental, en un segment de població més ampli.

Un segon nivell venia definit per l'anàlisi d'aquells casos en què es dona el consum d'un o més productes espirituals amb la condició però, que aquest consum impliqui l'ús d'un espai significatiu del temps lliure (com són els centres de ioga, tai-txi, reiki, katsugen, etc.). És a dir, partint d'aquells individus que tenen un consum més o menys regular d'activitats que posseeixen aquest component espiritual, n'havíem

d'analitzar la significació individual que aquest consum comporta, la vinculació amb altres productes d'aquest tipus, les xarxes de relació que s'estableixen i la traducció que tots aquests elements tenen en la construcció de l'univers simbòlic. Aquest segon nivell d'anàlisi se centrava en observació participant i observació no-participant en les activitats, així com amb entrevistes amb els directores dels centres i amb alumnes d'aquests.

I, finalment, un tercer nivell d'anàlisi que preteníem prendre en consideració és la forma menys institucionalitzada i informal en l'adopció d'elements específics de cultures foranes que tenen una dimensió mística o espiritual. És a dir, l'objectiu d'aquest nivell era conèixer la significació i la magnitud de la introducció d'aquest tipus d'elements en espais que no li són propis (gimnasos, escoles, botigues de música, llibreries, etc.). La recerca en aquest nivell s'havia d'anar concretant a partir de l'anàlisi del segon i el primer nivell, que ens permetrien conèixer quins són els mecanismes a partir dels quals els individus entren en contacte amb els grups de transmissió d'aquesta mística.

I ja per acabar, calia posar en relació els diferents nivells d'anàlisi i intentar establir el camí que recorria un jove des dels primers contactes amb els productes d'origen forà (amb una mínima influència en els universos de sentit subjacents a les seves pràctiques quotidianes) fins entrar a formar part d'una organització religiosa total (que definiria els seus universos simbòlics i estructuraria el seu *món donat per descomptat* i les seves pràctiques diàries). I així dibuixar les diferents fases que acompanyen l'individu des d'una primera aproximació fins a una hipotètica immersió total tenint en compte però, que la majoria d'individus difícilment assoleixen l'últim estadi.

Cal explicitar, abans de seguir endavant, el fet que la investigació pretenia estudiar únicament la presentació i significació que els productes amb connotacions religioses tenen en la nostra societat, i més en concret a Sabadell. Deixaríem de banda doncs, l'ampli marc filosoficoreligiós subjacent a totes les activitats que ens disposàvem a estudiar a no ser que aquest marc tingués una repercussió directa en el consum de l'individu. En altres paraules, hem deixat de banda l'estudi sistemàtic i exhaustiu de les premisses filosòfiques i religioses que fa més de 2500 anys donaren lloc a l'aparició del ioga a l'Índia, per exemple, per passar a considerar quines són les premisses que en sustenten l'aparició i manteniment actual a Sabadell.

La recerca, tal i com ja haureu pogut endevinar, la vam situar en la ciutat de Sabadell. L'adopció d'aquest marc territorial va venir condicionada principalment per dos motius: d'una banda, pel fet que el

fenomen d'introducció d'elements de cultures foranes en la cultura juvenil està mediatitzat a través del mercat i és característic del procés de modernització i de desmonopolització de la religió catòlica. Això fa que aquest sigui un fet social més fàcilment visible en zones urbanes en les quals el procés de modernització ha estat més accelerat i on el mercat és més ampli i divers, en principi. I d'altra banda, la segona raó que ens conduí a escollir aquesta ciutat com a marc d'estudi la trobem en el fet que, a Sabadell, ja ha estat realitzat amb anterioritat, per Gemma Font i Anna Obradors, un mapa religiós de la ciutat que ens serveix per tenir una perspectiva bàsica del desenvolupament de la religió institucionalitzada a la ciutat, amb la qual cosa s'obté una visió global més amplia. Es podria objectar que aquest estudi fóra més adequat realitzar-lo en el marc de Barcelona; tanmateix però, als autors ens va semblar millor situar-lo en un context més reduït i abastable, on és més fàcil realitzar comparacions entre barris, la coneixença en profunditat del mercat existent, i la comprensió de les interconnexions entre les diferents manifestacions del fenomen.

Partint d'aquestes línies de recerca empírica, definides a priori, ens endinsàrem en el terreny de joc i començàrem a cercar una resposta a la pregunta que constituïa el títol de la nostra investigació: podem parlar de noves formes de religiositat en la població juvenil?

Així doncs, quan ens semblava que des d'un punt de vista teòric ho teníem tot al sac i ben lligat, i només ens faltava trobar la justificació empírica que ens permetés exposar amb claredat i rigor la nostra visió de la realitat del fenomen religiós entre els joves de Sabadell, ens vam posar a treballar.

Els obstacles i la redefinició

La crua realitat

D'un dia a un altre ens vam trobar immersos en un món de cursos de ioga, tai-txi, reiki, katsugen, barrejats amb teràpies de la Gestalt, essències florals i minerals, quiromassatge, astrologia i cursos d'autoestima de la Louise Hay. I així, ben disposats a seguir al peu de la lletra el disseny de la recerca que havíem establert de bon principi, vàrem començar a realitzar observació participant, entrevistes, enquestes, etc. per tal d'anar cercant *proves* que ens permetessin argumentar que els punts de venda d'aquests productes amb connotacions espirituals estaven plens a vessar de joves que havien adoptat una nova forma de religiositat, diferent a la de la generació dels seus pares, però no per això menys religiosa.

Tanmateix però, després d'un mes de treball de camp intens les contradiccions es feren evidents. El nostre discurs teòric, *tan curo-sament elaborat*, no tenia una correspondència clara i directa en la *realitat empírica* de l'àmbit de Sabadell. Un seguit de *realitats* topaven frontalment amb la *realitat* teòrica construïda de la qual partia la investigació.

El primer problema amb què ens vam trobar va ser l'establiment dels límits del nostre objecte d'estudi i la difícil traducció dels conceptes teòrics al *terreny de joc*. Ens trobàvem amb una gran quantitat de centres que oferien diferents tècniques que anaven des de l'astrologia clàssica fins al ioga, passant per tècniques de la medicina tradicional i *invents* sorgits en el si del moviment *new age*. Alhora, ens trobàvem amb l'existència d'una *xarxa pública* de venda d'aquests productes que anava des de centres especialitzats fins a gimnasos o centres cívics i una *xarxa oculta* de centres només *assequibles als iniciats*. I aquesta varietat de centres i productes era correlativa a una varietat de *clients* que anaven des d'aquell que acudia només en una sessió de reflexologia, fins a aquell que participava en rituals xamànics. És a dir, vam topiar amb un panorama en el qual discernir el que era religiós i el que no ho era esdevenia una tasca gairebé impossible alhora que força inútil. Si ens centràvem únicament en la part *més obscura* i *menys assequible* del camp podíem dur a terme *fàcilment* el què ens havíem proposat. Tanmateix però, d'aquesta manera oblidàvem la major part d'individus que consumien aquests productes i reduïem la investigació a l'estudi d'una *organització religiosa* particular. La investigació es veuria més aviat abocada a l'anàlisi d'un sector marginal i perifèric de la religiositat, l'esoterisme; el qual d'altra banda no és una manifestació religiosa específica de la nostra societat⁶. D'aquesta manera, la investigació hauria perdut gran part d'interès sociològic en centrar-se en una realitat que forma part d'una parcel·la molt petita de la població sabadellenca i que en cap cas donaria compte d'un fenomen nou i particular. Però d'altra banda, si intentàvem abastar les màximes manifestacions del consum d'aquest tipus de productes ja ens podíem anar oblidant de poder oferir una translació *clara* de les teories de Mardones i els altres a la *realitat empírica*. En altres paraules, no és el mateix participar en una estada de cap de setmana per celebrar el solstici d'estiu i "renovar la nostra energia a partir de la influència dels minerals", que participar en una classe de tai-txi en un centre cívic un dilluns de 7 a 8 de la tarda.

⁶ En gairebé totes les societats hi ha hagut un sector de població que ha dut a terme pràctiques esotèriques i ocultes.

En segon lloc, i com a problema més greu, ens enfrontàvem amb el fet que els centres (de ioga, reiki, tai-txi, etc.) que havíem identificat com a nuclis propagadors de l'univers de sentit alternatiu que representen aquestes noves formes de religiositat, gaudien d'una clientela majoritària d'entre 30 i 50 anys. Els joves constituïen una minoria i, en paraules de la directora d'un centre, "un tipus de públic que costa molt engrescar a participar en activitats d'aquest tipus". Així doncs, encara que els resultats obtinguts respecte al primer dels eixos (religiositat) els aconseguíem fer concordar amb els resultats esperats a partir de les hipòtesis inicials del projecte, havíem d'oblidar-nos dels joves. Potser sí que podríem arribar a trobar a Sabadell l'existència d'una població propera a allò que Mardones ha anomenat com a *nebulosa misticoesotèrica* caracteritzada pel sincretisme, l'emfasització de l'emoció, la recerca de l'experiència subjectiva, etc. Però aquest tipus de població, i si més no la que mediatitzava la seva experiència religiosa a partir de l'adquisició de productes espirituals en aquest tipus de centre, estava conformada per individus d'edat adulta⁷. D'aquesta manera ens era possible estudiar les noves formes de religiositat però d'una població que no era del nostre interès. Així doncs, ens trobàvem amb dificultats de concordança entre les hipòtesis inicials i els resultats obtinguts.

Davant d'aquesta situació teníem dues possibles vies a seguir. D'una banda podíem continuar amb els mateixos plantejaments inicials i fer acrobàcies teòriques i *jocs de mans* per tal que no se'n desmuntés gaire l'edifici teòric que havíem aixecat. O per altra banda, podíem aturar-nos i intentar esbrinar d'on coixejava la construcció del nostre objecte d'estudi i a on havíem de procedir a fer modificacions. Vam decidir seguir aquesta segona via, començant primer per detectar els errors que havíem comès i així poder establir una nova estratègia per abordar de l'objecte d'estudi.

⁷ L'absència de joves que apuntem necessita però d'alguns matisos. A diversos centres trobem un públic que podríem considerar com a "jove" si prenem en consideració la concepció del terme com una "transició", és a dir: aquell procés que culmina l'entrada a l'edat adulta per part de l'infant amb l'adquisició de quatre responsabilitats (productiva, conjugal, domèstica i parental) (Gil Calvo, 1985). En aquest sentit, trobem en els centres i a les botigues un públic entre els 25 i 35 anys que haurem de considerar. Paral·lelament a aquest fet, ens trobem que existeix un tipus de clientela jove que es caracteritza per una presència molt intermitent i esporàdica. Alhora, a més, hem descobert la proliferació de xarxes ocultes arreu de la ciutat de les quals -òbviament per la seva condició d'invisibilitat- no en tenim un coneixement sistemàtic i exhaustiu. Tot això ha de tenir-se en consideració perquè denota, no tant l'absència total de públic jove, sinó més aviat la seva difícil "*captació*" a través del treball empíric.

A poc a poc i bona lletra

Bàsicament el primer error que havíem comès havia estat enclaus-trar la realitat en unes categories prèviament definides a partir de la substitució de “la doxa ingènua del sentit comú ordinari per la doxa del sentit comú culte, que sota el nom de ciència fa la simple transcripció del sentit comú ordinari”(Bourdieu, 1994, pàg. 215). I com que “les aparences sempre juguen a favor de l’aparença” (Bourdieu, 1994, pàg. 213) no va ser fins que ens vam aproximar al terreny de joc que vam prendre consciència dels nostres errors. No vam interrogar la realitat deixant que ella *cantés* i ens guies en la construcció de les categories d’anàlisi sinó que la vam categoritzar i després, la vam analitzar.

I en segon lloc, ens vam deixar endur per l’afany de descobrir l’espectacularitat, allò més rar i exòtic. Ens vam oblidar que l’ingredient que converteix en interessant una investigació sociològica no és l’espectacularitat o l’exotisme del seu objecte d’estudi sinó al contrari, el fet de poder trobar l’espectacularitat en allò que és més *normal*. Ja ens ho adverteix Berger quan ens diu que l’emoció de la descoberta “no és l’emoció de trobar-se amb allò que és perfectament desconegut, ans més aviat l’emoció de descobrir que allò que ja ens era conegut canvia radicalment de significat” (Berger, 1986, pàg. 34).

I en tercer lloc ens vam obsessionar en voler respondre la pregunta de si podíem trobar noves formes de religiositat entre els joves. No ens adonàvem que, de bon principi, el més important no era poder saber si podíem col·locar etiquetes de religiós i no religiós a les activitats sinó comprendre el fenomen i les seves implicacions. Calia canviar la nostra actitud davant l’objecte d’estudi i no entossudir-nos en voler descobrir una translació directa i idèntica de la definició de religió en el *camp de joc*. És a dir, havíem d’oblidar voler respondre, en un inici, a la pregunta de si ens trobàvem davant d’una nova forma de religiositat. En primer lloc, el que calia era comprendre el fenomen en tota la seva complexitat i una vegada haguéssim assolit aquesta comprensió podríem començar a pensar en fer classificacions.

La presa de consciència d’haver començat amb mal peu ens va fer reflexionar i reformular el punt de partida. D’aquesta manera vam procedir tant a modificar el disseny del treball de camp com a canviar les premisses a partir de les quals ens aproximàvem al *terreny de joc*.

Fem net

En primer lloc, ens trobàvem amb l’absurd d’estar estudiant uns joves que no existien. Davant d’aquest fet vam decidir capgirar la situació i no obsessionar-nos en la cerca de joves que practiquen aques-

tes noves tècniques sinó acceptar el fet i intentar esbrinar el perquè d'aquesta absència. És tan significativa des del punt de vista sociològic l'anàlisi de la presència com de l'absència. Així doncs, vam realitzar entrevistes en profunditat als joves que vam trobar en aquest tipus de centre per conèixer quins eren els *factors* que feien que ells hi anessin i la gran majoria no. I per tal d'aproximar-nos a aquesta població jove que consumia regularment productes amb connotacions espirituals d'origen forà realitzàrem una anàlisi qualitativa a partir de la realització d'entrevistes en profunditat a diversos joves, als quals accedirem a partir de les entrevistes amb els directors dels centres que vam dur a terme amb anterioritat, així com de les coneixences realitzades en les observacions participants i a partir de les xarxes personals pròpies o dels mateixos entrevistats. Vam intentar disposar d'una mostra al màxim d'heterogènia possible que recollís els diferents tipus de consum d'aquestes pràctiques. De la mateixa manera, l'heterogeneïtat també es veia representada entre els mateixos entrevistats atès que vam tenir presents les variables de classe social, gènere i edat (tots eren joves però vam intentar recollir població tant de 18 anys com de 30).

Així doncs, malgrat l'escassa presència de joves en els centres on esperàvem trobar-los, vam insistir a entrevistar-los perquè semblava massa aventurat inferir de l'absència constatada una inexistència de noves formes de religiositat entre els joves. En altres paraules, la manca de joves en els centres implicava que l'aparició de noves formes de religiositat que nosaltres situàvem en el consum dels productes i activitats amb connotacions espirituals es posava en dubte. Ara bé, extrapolar d'aquí una manca de noves manifestacions de religiositat hauria estat erroni. Tanmateix, reformular completament el projecte per intentar cercar altres formes de religiositat entre els joves constituïa, de fet, un altre projecte.

La proliferació de centres arreu de la ciutat i l'èxit de públic del qual gaudeixen (encara que sigui, majoritàriament, públic adult) ens assenyalava que ens trobàvem davant d'un fenomen important i en continuat creixement. D'aquesta manera resultava rellevant descobrir perquè els joves no acudien als centres: si les raons es trobaven en la falta de legitimitat i en una percepció negativa de les pràctiques estudiades o si, per contra, únicament es tractava d'unes pràctiques que el jove posposava per a més endavant (tal i com es podia deduir de l'alta assistència de població adulta). Per saber-ho, òbviament, calia anar a buscar els joves. Així doncs vam anar a cercar altres joves, no en el nostre *camp de joc*, sinó allà on segur que els podíem trobar, als instituts. Vam realitzar 250 enquestes a cinc instituts de Sabadell (escollint-ne una mostra sociològicament representativa i tenint en compte

variables com classe social, religió, edat, etc.) per tal de comprendre la seva posició respecte al nostre objecte d'estudi.

A través d'aquesta enquesta preteníem esbrinar la percepció del jove respecte a les pràctiques i productes amb connotacions espirituals així com provar de conèixer el grau d'acceptació i coneixement de l'imaginari existent darrere les noves formes de religiositat⁸. D'aquesta manera, les preguntes que hi apareixien provaven de saber tant el grau de coneixement i normalització en l'espai juvenil de les pràctiques foranes que havíem conegut als centres (ioga, tai-txi, katsugen, lectures d'Aura, aromateràpia, flors de Bach, etc.), com la presència o absència de trets que caracteritzen les noves formes de religiositat (tals com la creença en la reencarnació, la visió hologràfica, la importància del *coneixement interior*, etc.). Es tracta d'una mostra que encara que no abasta la totalitat dels joves i que la vam considerar només un complement a un treball empíric més exhaustiu, ens va aportar una comprensió més àmplia del fenomen i ens va donar eines que ens ajudarien a definir i enfocar més adequadament la resta de treball de camp.

I en segon lloc, vam deixar de cercar desesperadament els centres més exòtics i allunyats de la *normalitat* quotidiana⁹ i ens vam centrar en aquells punts de venda d'aquests productes amb una aflluència més majoritària i una capacitat de propagació més gran¹⁰. Vam deixar que fos el treball empíric mateix qui ens marqués els límits del camp a partir d'un sistema d'estudi en xarxa. De tal manera que, finalment, vam realitzar entrevistes amb els directors de 12 centres de Sabadell alhora que vam dur a terme observació participant en gairebé tots ells. I la informació extreta d'aquestes fonts fins ara esmentades ha constituït el gruix de la nostre recerca. No obstant això, però, hem complementat el treball de camp amb entrevistes i aproximacions als grups budistes de la ciutat¹¹ i visites i enquestes a les botigues de die-

⁸ Malgrat tot però, calia tenir present que l'enquesta és un instrument molt limitat per estudiar un fenomen tan complex com la religiositat, i més encara les noves formes que aquesta pren i que per tant els resultats que n'obtinguéssim no serien més que indicacions i pistes de concepcions més generalitzades.

⁹ En els quals ens era molt més fàcil realitzar una anàlisi en termes religiosos de la clientela. És a dir, ens quedava resposta afirmativament la pregunta de la qual partia la nostra investigació: podem parlar de noves formes de religiositat entre els joves? Però posava en "*quarantena*" la idea que aquest fenomen fos específic de la nostra societat. En totes les societats hi ha hagut grups religiosos allunyats de "*l'ortodòxia*".

¹⁰ La qual cosa no vol dir que oblidéssim completament aquells centres "*més marginals*". Vam aproximar-nos-hi però van deixar de constituir el nucli central de la nostra recerca.

¹¹ Tot i que dels dos grups budistes que hi havia a Sabadell un s'ha traslladat al Palau Novella i l'altre s'ha dissolt per desavinences internes. Hem anat al Palau Novella i hem contactat amb budistes de la Casa del Tibet de Barcelona que viuen a Sabadell.

tètica. Al mateix temps, hem dut a terme observacions i entrevistes informals a llibreries, centres d'estètica i altres establiments que tenien a la venda productes d'origen forà amb connotacions espirituals. I amb aquesta complementació de treball de camp hem pogut abastar allò que en un inici distingíem com el primer i el tercer nivell de l'anàlisi.

I és així com vam intentar, seguint Bourdieu, "capgirar la relació natural de l'observador amb l'univers que estudia, de convertir el que és exòtic en familiar i allò que és familiar fer-ho exòtic; i tot això amb la finalitat de fer explícit allò que, en ambdós casos, és admès com a món donat per descomptat (*taken for granted*) i de manifestar de manera pràctica la possibilitat d'una objectivació sociològica completa tant de l'objecte com de la relació del subjecte amb el seu objecte" (Bourdieu, 1994, pàg. 215). La qual cosa, en el nostre marc d'estudi concret i en relació amb el que hem exposat anteriorment, es tradueix en oblidar-nos de les *categoritzacions* fetes a priori per unes prenoacions no problematitzades i intentar deixar espai perquè la realitat ens sorprengués. Intentant no oblidar, però, que no és aquella realitat aparentment més sorprenent la que pot arribar a ser sociològicament més reveladora. En fi, aprendre a apropar-nos al nostre objecte d'estudi amb una actitud que combina tant la distància com la familiaritat, tant l'explicació com la comprensió, tant l'esperit crític com aquella ingenuïtat que et permet una actitud oberta i receptiva.

És així com vam reformular a l'àmbit extern l'aproximació a l'objecte d'estudi. Més endavant haguérem d'enfrontar-nos a nous problemes i ens veiérem obligats a tornar a realitzar aquest procés de reflexió i redefinició. I així una vegada i una altra fins que vam haver acabat el treball de recerca. No obstant però el que hem relatat en aquest article ja deixa entreveure quins són alguns dels problemes que el sociòleg novell es pot trobar davant del *terreny desconegut* de la recerca sociològica. Les conclusions de l'estudi les deixem per a un altre article.

Bibliografia

- ALEGRE, M; HERRERA, D. (2000). *Escola, oci i joves d'origen magrebí*. Barcelona: Diputació de Barcelona. Materials de Joventut.
- BERGER, P. (1986). *Invitació a la sociologia*. Barcelona: Herder.
- BERGER, P. I LUCKMANN, T. (1988). *La construcció social de la realitat*. Barcelona: Herder.
- BERGER, P. I LUCKMANN, T. (1997). *Modernidad, Pluralismo y crisis de sentido*. Barcelona: Paidós.
- BERGER, P. (1994). *Una gloria lejana. La búsqueda de la fe en época de*

- credulidad*. Barcelona: Herder.
- BLOOM, H. (1997). *Presagios del milenio*. Barcelona: Anagrama.
- BOURDIEU, PIERRE (1994). *Per una sociologia reflexiva*. Barcelona: Herder.
- CAFFRENA, J. i MARDONES, J.M. (eds.) (1993). *Estudiar la religión. Materiales para una filosofía de la religión III*. Barcelona: Antrophos.
- CALLEJO, J. (1995). "La construcción del consumidor global". Dins: *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*. n° 126. Madrid.
- CARDÚS, S. ; ESTRUCH, J. (1984). *Les enquestes a la joventut de Catalunya. "Bells deliris que fascinen la raó"*. Generalitat de Catalunya. Direcció general de Joventut. Barcelona.
- CORTÉS, J.M. (2001) *Aproximació sociològica a les noves formes de religiositat*, ESTRUCH, 2001 (op. cit.)
- COUPLAND, D. (1995) *Generación X*. Barcelona: Ediciones B.
- DÍAZ-SALAZAR, R.; GINER, S.; VELASCO, F. (eds.) (1994). *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza Universidad.
- ELIADE, M. (2000) *La búsqueda. Historia y sentido de las religiones*. Barcelona: Kairós..
- ELIADE, M. (2000) *Fomento Social*. Madrid: Razon y fe.
- ELIADE, M. (1998). *El sagrado y el profano*. Barcelona: Paidós.
- ESTRUCH, J. (1972). *La inovación religiosa*. Barcelona: Ariel.
- ESTRUCH, J. (1980) *Nuestra sociedad, Introducción a la sociología*, Barcelona: Vicens Vives Universidad.
- ESTRUCH, J. (1996). *Secularització i pluralisme en la societat catalana d'avui*. Barcelona: IEC.
- ESTRUCH, J., "El mito de la secularización". Dins: *Formas modernas de religión* (1994), Madrid: Alianza.
- ESTRUCH, J. (ed.) (2001). *Les noves formes de religiositat*. Barcelona: Cruïlla, Cristianisme i cultura .
- FAIVRE, A. i altres (2000). *Espiritualidad de los nuevos movimientos esotéricos*, Barcelona: Paidós.
- FERNANDEZ, F. (1998). "El paradigma holográfico y su aplicación en la investigación sociorreligiosa como marco de referencia". IV Congrés Espanyol de sociologia. Document inèdit.
- FERNÁNDEZ, F. (1998). "Nuevos paradigmas en sociología de la religión: el paradigma holográfico"
- FERRARROTTI, F. (1990). *Una fe sin dogmas*. Barcelona: Península.
- GELLNER, E. (1994). *Posmodernismo, razón y religión*. Barcelona: Studio Paidós.
- GERGEN, K.J. (1992). *El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporaneo*. Barcelona: Paidos Contextos.
- GIL CALVO, E. (1985). *Ocio y prácticas culturales de los jóvenes*. Madrid: Ministerio de Cultura.

- GIL, J.C. (1995). "Lo religioso y espiritual en la New Age". Dins: *Religión y cultura*. XLI. Pàg. 93-112.
- KOLAKOWSKI, L. (1971). *Vigencia y caducidad de las tradiciones cristianas*. Buenos Aires: Amorroutu editores
- LIPOVETSKY, G. (1986). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- LUCKMANN, T. (1973). *La religión invisible*. Salamanca: Ed. Sígueme.
- MARDONES, J.M. (1996). *¿Adónde va la religión?* Madrid: Sal Terrae.
- MARDONES, J.M. (1994). *Para comprender las nuevas formas de la religión*, Pamplona: Ed. Verbo divino.
- MARTÍNEZ, R., i PÉREZ, J. (1997). *El gust juvenil en joc*, Barcelona: Diputació de Barcelona.
- MERLO, V. (2001). "*La fascinació de l'Orient*". Dins: Estruch, 2001 (*op. cit.*)
- MORIN, E. (1966). *El espíritu del tiempo*. Salamanca: Taurus.
- MORIN, E. (1994). *Sociología*. Madrid: Tecnos.
- MORIN, E., PETROSSIAN, L., FISCHLER, C., i DEFRANCE, P. (1972). *El retorno de los astrólogos*. Mèxic: Extemporáneos.
- OLEZA LE-SENNE (1997). *Las sectas en una sociedad en transformación*. Madrid: Fundación para el análisis y los estudios sociales, Papeles de la fundación.
- OTÓN (J): *El repte d'una nova espiritualitat*, document inèdit.
- RIBERA, R. (1995). *Religió i religions*. Barcelona: La Magrana.
- SÁNCHEZ CAPDEQUÍ, C. (1998). "Las formas de la religión en la sociedad moderna". Dins: *Papers*, núm. 54, 1998. UAB.
- SIMMEL, G. (1979). *Sociology of religion*. New York: Arno Press.
- SUDBRACK, J. (1990) *La nueva religiosidad. Un desafío para los cristianos*. Madrid: Ed. Paulinas, Biblioteca de Teología.
- TÁBARA, D.; GINER, S. (1998) "Piedad cósmica y racionalidad ecológica". Dins: *Revista Internacional de Sociología*. Tercera época, núm 19-20. Pàgs. 41-67
- WILLIS, P. (1998). *Cultura Viva*. Barcelona: Diputació de Barcelona: Materials de Joventut.