

Consumo mediático y cultural de contenidos religiosos por la población gitana de Cataluña¹

Media and cultural consumption of religious contents by the Catalonian Romani population

Gabriela Marques Gonçalves²

RESUMEN

Este trabajo objetiva identificar qué lugar ocupa la religión en el consumo mediático y cultural de las comunidades gitanas de Cataluña. Empezaremos con un debate teórico enfocando en la relación de la población gitana de España con el catolicismo y el pentecostalismo. Seguidamente, analizaremos de qué manera contenidos religiosos han sido mencionados en el consumo mediático y cultural de 22 gitanos y gitanas, residentes en la provincia de Barcelona. El trabajo de campo ha sido desarrollado entre 2016 y 2019, incluyendo la realización de entrevistas semi-estructuradas. Entre los resultados, destacamos que la práctica religiosa no es determinante en este consumo, pero sí lo influye, especialmente por las vivencias compartidas en el espacio de la iglesia y en el círculo familiar y de amistad. Mientras los hombres se interesan más por consumir contenidos religiosos, las mujeres demuestran más interés por la socialización en las actividades en el culto.

Palabras-clave: Consumo mediático-cultural; Pueblo Gitano; Religión.

ABSTRACT

This paper aims to reflect on the role of religion in media and cultural consumption by the Romani communities from Catalonia. We will begin with a theoretical debate focusing on the relation of the Romani population from Spain with catholicism and pentecostalism. Following, we will analyze how religious contents were mentioned in media and cultural consumption by 22 Romani people, living in Barcelona province. The fieldwork was developed between 2016 and 2019, including semi-structured interviews. Among the results, we highlight that religious practice is not determinant in this consumption, but influences it, especially by shared experiences in church and with the family and friends. While men are more interested in the consumption of religious contents, women show more interest in socialization in the church.

Keywords: Media and Cultural Consumption; Romani People; Religion.

Introducción

Este artículo tiene como objetivo identificar hábitos de consumo cultural y mediático vinculado a la religión en comunidades gitanas de Cataluña. Para ello, analizaremos de qué manera contenidos religiosos son mencionados por la muestra de entrevistados de este

¹ Este trabajo es parte del resultado de una investigación de doctorado con financiación de CAPES-Brasil.

² Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesora del Grado en Periodismo en la Universidad Federal de Goiás (Brasil). Correo: gabrielamarques2@ufg.br

trabajo. Los estudios sobre consumo mediático-cultural tienen gran importancia en las reflexiones sobre la sociedad y no sería diferente para hablar de la religión. Según Jamal (2006), estos estudios nos ayudan a comprender tendencias culturales, políticas, económicas y de comportamiento. Desde esta perspectiva, se puede comprender no sólo cómo se da la búsqueda de información, sino también cómo se organiza el tiempo libre de determinados sujetos en relación a los medios.

Teniendo esto en cuenta, nos hacemos algunas preguntas en este trabajo. ¿Hay un interés especial por consumir una oferta cultural religiosa o fuentes de información religiosas por aquellos que se identifican con una determinada religión? ¿Hay una padronización del consumo mediático y cultural entre los adeptos de una misma religión? ¿La identidad religiosa se hace visible en el consumo mediático y cultural de gitanas y gitanos?

Para llevar a cabo esta discusión, empezaremos con una reflexión teórica sobre el rol de la religión en la población gitana de España, considerando la relación de la religión con el contexto histórico y social de los sistemas políticos de la sociedad. Es importante destacar que los pueblos gitanos no poseen una religión propia, asumiendo aquellas de las sociedades mayoritarias con quienes han convivido, como son los casos de las religiones católica, judía, musulmana, protestante, pentecostal o, incluso, la afrobrasileña umbanda.

Estas creencias en diferentes religiones no significan un confronto con su identidad étnica y por eso hay la adhesión a ceremonias religiosas relacionadas al bautismo, matrimonio o la muerte. Es común que en diferentes países y en diferentes épocas utilicen las instituciones religiosas locales para celebrar estos ritos (Sant'Ana, 1983). Si, por un lado, no suponen conflicto con sus tradiciones, por otro contribuyen con su aceptación por el grupo mayoritario al compartir creencias comunes. Como apunta Amador (2017), la conversión puede mejorar “la convivencia con la sociedad mayoritaria y la imagen de la minoría étnica” (p. 61).

Tener en cuenta este contexto es importante para comprender de qué manera la población gitana española dejó de ser mayoritariamente católica para convertirse al pentecostalismo. Por ello, haremos también una breve discusión teórica sobre el crecimiento de la iglesia pentecostal en esta comunidad, considerando que la mayor parte de nuestra muestra es evangélica.

En la metodología explicaremos las técnicas de investigación utilizadas, profundizando en las etapas de acercamiento y selección de los y las entrevistadas, así como detallaremos el proceso de realización y análisis de las entrevistas. Para la presentación de los resultados y la discusión, empezaremos con los datos referentes a la iglesia en cuanto a espacio de socialización, seguidos de aquellos referentes al consumo mediático (revista, radio e internet) y cultural (concierto, música, libro, teatro y cine) de la muestra. Finalmente, destacamos que los resultados presentados en este artículo forman parte de un trabajo más amplio sobre el consumo mediático y cultural de la población gitana de Cataluña y sus percepciones sobre la representación de sus comunidades en los medios de comunicación.

No nos detendremos en este artículo a exponer un recorrido histórico y/o cultural sobre la población gitana, su origen y costumbres ya que hay otros muchos trabajos que se dedican a ello. Así, se encuentran aquí referencias teóricas que debaten el rol de la religión desde una perspectiva popular, las llamadas religiones populares ampliamente discutidas en América Latina, y también la discusión sobre la religión en las comunidades gitanas, más específicamente de España. Estas dos perspectivas nos ayudan a analizar de qué manera

religión y comunicación confluyen para la elaboración de las reflexiones que se siguen.

1. Pueblo Gitano y religión en España

Entre las muchas maneras de comprender la religión, destacamos la mirada desde su nivel social, en que se relaciona con las estructuras, y la mirada desde su nivel cultural, en que se pone la atención en sus significaciones simbólicas (Brandão, 1977). Oliveira (1997) une estas dos miradas al decir que “la religión no es simplemente reflejo de las relaciones sociales, sino su expresión simbólica y, por lo tanto, parte constitutiva de su realidad”³ (p. 44). Lo que nos interesa aquí es, más que discutir las normas de las religiones y sus modelos ideales, comprender cómo la religión es vivida concreta y localmente por diferentes comunidades y cómo esta relación es moldeada por contextos políticos, históricos y sociales. Cómo destaca Castro (2003), lo religioso “no es sólo lo que la ortodoxia religiosa define como tal”⁴ (p. 2), ya que hay muchas maneras diferentes de vivir una religión. Así, lo que se entiende por religión es el resultado de procesos históricos y discursivos.

Además, en diversas ocasiones y por diferentes razones, son los llamados legos quienes conducen las prácticas religiosas en determinadas localidades. Por esta razón, hay disputas de legitimidad y poder sobre cómo determinadas prácticas religiosas deben ser reproducidas. Y, con estas disputas, hay también la influencia mutua, la complementariedad y la articulación que atraviesan las jerarquías. Las religiones tienen dinámicas propias que no pueden ser analizadas solamente desde la perspectiva del poder y de los conflictos sociales. Además, “toda expresión religiosa, como tradición viva sostenida por hombres y mujeres anclados socialmente, no deja de redefinirse de modo conflictivo en contextos socioculturales mutantes”⁵ (Hervieu-Lèger & Willaime, 2009, p. 39-40).

La relación del Pueblo Gitano en España con la religión, especialmente la católica, ha sido compleja y, muchas veces, conflictiva. El primer documento que la menciona es justamente la autorización, de 1425, para que un grupo de gitanos y gitanas estuviera por el reino español en la condición de peregrinos. Sin embargo, aún en el siglo XV tiene inicio la persecución a esta población bajo un dispositivo religioso-católico que duró hasta el siglo XVII (Fernández & Cortés, 2015). El nacimiento de la Inquisición Española es mencionado por Fernández & Cortés (2015) como la raíz para el cambio en el tratamiento de las familias gitanas ya que “su modo de vida itinerante impedía el seguimiento exhaustivo que el Tribunal del Santo Oficio practicaba sobre parroquianos comunes” (p. 502).

Además, según estos autores (2015), los gitanos eran leídos como una “raza inferior” más bien por aquello que la sociedad mayoritaria blanca consideraba como una mala conducta religiosa y económica. Es bajo esta perspectiva que se les definían como “impíos, hechiceros, oscurantistas, desconocedores de la doctrina” (Fernández & Cortés, 2015, p. 510-511) y se les condenaba el hecho de no practicar la religión o no celebrar el matrimonio según las normas católicas. Por esta razón la religión católica era vista como el camino para corregir e integrar estas poblaciones gitanas. Por otro lado, es importante destacar que desde

³ Original: “... a religião não é um simples reflexo das relações sociais, mas sim sua expressão simbólica e portanto parte constitutiva da sua realidade.”

⁴ Original: “... aquilo que os grupos sociais consideram como religioso, e que vivem como religioso, não é apenas o que a ortodoxia religiosa define como tal.”

⁵ Original: “... toda expressão religiosa, como tradição viva sustentada por homens e mulheres ancorados socialmente, não pára de se redefinir de modo conflituoso em contextos socioculturais mutantes.”

1492 se daban las conversiones forzosas al catolicismo, con la expulsión del reino de aquellos que no la cumplían, como pasó a los musulmanes y judíos.

Para adecuarse a los imperativos sociales y culturales de la sociedad mayoritaria de la época, era necesario aceptar la fe católica como una forma de garantizar su aceptación y avencindamiento. Así, es posible encontrar documentos del siglo XVI que comprueban la participación activa de gitanos y gitanas “en instituciones y actividades religiosas tales como el bautizo cristiano y la correspondiente confirmación, así como en entierros y matrimonios celebrados según la ortodoxia católica”, además de las Cofradías religiosas y las fiestas del Corpus (Garcés, 2016, p. 235-236). A pesar de ello, una ley de 1748 negó a la población gitana el derecho al asilo religioso, lo que facilitó su encarcelamiento general conocido como la Gran Redada el año siguiente.

Dando un salto en la historia, entidades religiosas católicas han tenido un rol importante en el asociacionismo pro-gitano a partir de los años 1960, especialmente Cáritas y el Secretariado Gitano de Barcelona, creado un año después de la celebración en Roma del I Congreso Internacional del Apostolado Gitano. Según Garriga (2000), su trabajo se basaba en “promocionar la mejora de las condiciones de vida de los gitanos y la voluntad de anunciar la Buena Noticia de Jesucristo desde la solidaridad, la estima y el protagonismo de los propios gitanos” (p. 105), trabajando conjuntamente con los servicios sociales de las administraciones públicas.

En 1965, el Secretariado Gitano empezó a publicar la revista Pomezia, un “canal de comunicación para intercambiar experiencias, darse a conocer, difundir actividades” (Fresno, 2002, no paginado). En 1969, empezó a publicar también el boletín informativo “Diálogo Gitano”.

Hasta 1975 se destacó su actuación en “los campos social, sanitario, educativo y escolar, de vivienda, de trabajo, de contacto con los organismos públicos, de incidencia en la opinión pública y de conocimiento de la realidad gitana”⁶ (Garriga, 2000, p. 108). San Román destaca la importancia de la iglesia “como promotora de elementos de bienestar social” (1984, p. 30), ya que, según ella, se ocupó de los problemas de las poblaciones gitanas antes que cualquier otra institución.

El Secretariado Gitano sigue actuando en España adaptando sus acciones al contexto contemporáneo y protagonizando campañas contra la discriminación del pueblo gitano en el país. Un ejemplo es el video viral “Yo no soy trapacero”, de 2015, que ultrapasó un millón de visualizaciones (Oleaue; Moreno, 2017). Aparte de su actuación en las redes, la institución también mantuvo otra revista, Revista Gitanos, de 1999 a 2013. Además, sigue produciendo informes, materiales técnicos, boletín, entre otros.

Aún en los años 1960 y 1970 llegaban y se consolidaban en Cataluña las iglesias evangélicas pentecostales, que se expandieron en los años 1980. La primera de ellas abrió

⁶ Original: “El Secretariat treballaria des de la ferma voluntat de promocionar la millora de les condicions de vida dels gitanos i la voluntat d'anunciar la Bona Notícia de Jesucrist des de la solidaritat, l'estimació i el protagonisme dels mateixos gitanos.”

⁷ Original: “... la intensa activitat realitzada en els barris en els camps social, sanitari, educatiu i escolar, d'habitatge, d'ocupació, de contacte amb els organismes públics, d'incidència en l'opinió pública i de coneixement de la realitat gitana...”

sus puertas en Balaguer en 1965. Garriga (2015) las describe como un movimiento religioso, “con notas de movimiento social, dinámico y en expansión”⁸ (p. 187).

Dando otro salto en la historia llegamos a los datos levantados por Garriga (2015) entre 1997 y 1999 sobre la población gitana de Barcelona y de Badalona, donde apunta que el 55,7% de su muestra en la primera ciudad y un 72,3% en la segunda se identificaban como evangélicos, de la Iglesia Pentecostal Filadelfia. Ya los católicos sumaban el 30% en Barcelona y el 25% en Badalona. El expresivo aumento en el número de gitanos que se reconocen como evangélicos nos lleva a hablar un poco sobre la Iglesia Evangélica Filadelfia a la que dedicaremos el siguiente apartado.

1.1 Pentecostalismo gitano

La Iglesia Evangélica Filadelfia – conocida también como la iglesia de los gitanos – está basada en el pentecostalismo, cuyo origen se dio en Estados Unidos a inicios del siglo XX (Amador, 2017). El pentecostalismo es considerado actualmente la corriente evangélica numéricamente más importante (Amador, 2017) y una de las razones apuntadas es la de que se adapta fácilmente a diferentes comunidades, abriendo la posibilidad de moldearse a características culturales propias, lo que les permite innovar sus prácticas religiosas y estrategias de organización (Amador, 2017). Además, al ser la lectura de la biblia una actividad importante en esta iglesia, ella contribuye, por ejemplo, con la alfabetización en las comunidades donde están (Amador, 2017). Desde los estudios de la religión, para una parte de los autores,

(...) el avance pentecostal significó una regresión de la racionalidad y de la modernización de la esfera pública – ese tipo de religión nacería de la pobreza y se alimentaría de la falencia de la capacidad del Estado de responder a las necesidades básicas de esa población; para otros, el pentecostalismo puede ser considerado un instrumento útil en el enfrentamiento de la pobreza y de la autotransformación (...) no significa necesariamente, pues, alienación política y/o social...⁹ (Monteiro, 1999, p. 356).

Las poblaciones gitanas se convirtieron al pentecostalismo por primera vez en Francia a mediados del siglo XX, a manos del pastor Le Cossec, que fundó, en 1957, la primera iglesia pentecostal gitana llamada “Église Evangélique Tzigane” (Amador, 2017). La presencia de gitanos españoles en el sur de Francia les puso en contacto con el pentecostalismo. Así, a su vuelta a España estas familias compartieron las experiencias de la conversión. Aunque ya existiera una iglesia pentecostal liderada por gitanos en Cataluña desde 1965, sólo en 1969 fue creada la Iglesia Evangélica Filadelfia que, actualmente, es la que tiene mayor proporción de participantes gitanos entre aquellas de denominación pentecostal en España (Amador, 2017).

El grande número de conversiones se suele justificar por el hecho de que los propios gitanos asumen el liderazgo de estas iglesias, incluso aquéllos con poca instrucción (Amador, 2017). La participación activa de los fieles e, incluso, su presencia en la dirección de las

⁸ Original: “... amb notes de moviment social, dinàmic i en expansió.”

⁹ Original: “... o avanço pentecostal significou uma regressão da racionalidade e da modernização da esfera pública – esse tipo de religião nasceria da pobreza e se alimentaria da falência da capacidade do Estado de responder às necessidades básicas dessa população; para outros, o pentecostalismo pode ser considerado um instrumento útil no enfrentamento da pobreza e da autotransformação [...] não significa necessariamente, pois, alienação política e/ou social...”

iglesias, son, según Brandão (2007), características de lo que él llama “pentecostalismo popular”. Para Oliveira (1997), en las religiones populares, “la producción religiosa cabe a todos los miembros de un determinado grupo, que de modo práctico manejan el conjunto de esquemas de pensamiento y acción referentes al sagrado, el cual se les presenta en estado implícito y es adquirido por familiaridad”¹⁰ (p. 44-45).

A parte de estos factores de atracción de nuevos fieles, Teixeira (2003) destaca el énfasis dado por Peter Berger en la permanencia en una religión después de su conversión, lo que es posible gracias a una recurrente presencia y participación en una comunidad religiosa, como lo veremos en los análisis sobre la iglesia como espacio de socialización.

2. Metodología

Este trabajo se basa en análisis de entrevistas semi-estructuradas realizadas a 22 personas, siendo 11 gitanos y 11 gitanas, residentes en la provincia de Barcelona, en Cataluña. El trabajo de campo fue desarrollado entre los años 2016 y 2019, siendo la observación participante la principal herramienta metodológica para el acercamiento a la muestra y para la comprensión de la realidad analizada. Este acercamiento se dio a partir de la participación en diversas actividades realizadas por diferentes entidades y asociaciones, aparte del contacto con activistas gitanos y gitanas.

A partir de este acercamiento, fue posible contactar y realizar las entrevistas para posterior análisis. Las 22 personas entrevistadas tenían entre 18 y 47 años, con diferentes niveles de educación formal y residentes en diferentes ciudades y barrios de la provincia. Las entrevistas han sido divididas en los siguientes temas: datos personales relacionados a la educación, trabajo, familia, residencia y religión; consumo mediático y cultural; percepción sobre la representación mediática de la población gitana.

Para las entrevistas semi-estructuradas se buscó crear un ambiente de diálogo distendido, facilitado en aquellos casos que la investigadora conocía previamente a la persona. Se intentó hacer entrevistas que tuvieran como cualidades “la flexibilidad de permitir al informante definir los términos de la respuesta y al entrevistador ajustar libremente las preguntas”¹¹ (Barros e Duarte, 2008, p. 62). Este es un trabajo cualitativo por lo que el resultado está relacionado “a la significación y a la capacidad que las fuentes tienen de dar informaciones fiables y relevantes sobre el tema de la investigación”¹² (p. 68) siempre relacionándolas con su mundo simbólico y social.

La sistematización de los datos se dio primeramente con la transcripción literal y completa de todas las entrevistas realizadas. Destacamos que hubo una preocupación por ser lo más fieles posible al discurso de las personas entrevistadas. Las pequeñas modificaciones hechas resultaron simplemente de la adaptación del discurso hablado al escrito para una mejor comprensión del lector de este texto, ya que no se hizo una

¹⁰ Original: “... a produção religiosa cabe a todos os membros de um determinado grupo, que de modo práctico manejam o conjunto de esquemas de pensamento e de ação referentes ao sagrado, o qual se lhes apresenta em estado implícito e é adquirido por familiaridade.”

¹¹ Original: “... a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas.”

¹² Original: “... à significação e à capacidade que as fontes têm de dar informações confiáveis e relevantes sobre o tema de pesquisa.”

descripción de lenguajes corporales o demás herramientas propias de una conversación presencial.

Para el análisis realizado en este artículo, hemos hecho una búsqueda en las transcripciones por palabras clave como religión, catolicismo, cristiano, evangélico/evangelista, iglesia, Dios, culto, biblia, bautismo, creyente, gospel, predicación y Filadelfia. A partir de ello, hemos separado los discursos relacionados al consumo mediático y cultural de la muestra. Destacamos que no hemos preguntado a los entrevistados y entrevistadas si consumían contenidos religiosos. Las respuestas se dieron de modo espontáneo ya que el enfoque de la entrevista no tenía relación con la religión, sino con el consumo de televisión, radio, diarios, internet, revista, libro, cine, música y teatro.

Además, hemos dedicado una pregunta sobre las actividades de la muestra en su tiempo libre lo que nos llevó a muchas respuestas relacionadas con la iglesia. Por ello, hemos decidido dedicar también un apartado en los resultados sobre el uso de este espacio para la socialización. Los otros dos apartados se refieren específicamente al consumo mediático y cultural.

Entre los 22 entrevistados y entrevistadas solamente dos gitanos dijeron no ser creyentes, siendo que 14 personas dijeron ser practicantes de una religión. Los demás explicaron que ya no suelen ir a la iglesia o lo hacen de modo esporádico. En total, 15 son evangélicos, uno es católico y cuatro mujeres dijeron ser creyentes sin mencionar ninguna religión específica, a pesar de que tres de ellas frecuentaron en algún momento la iglesia evangélica.

La identificación de la muestra en el texto será hecha por una numeración que va de 1 a 22, totalizando el número de personas entrevistadas, seguida de H para hombres y M para mujeres y la edad correspondiente.

3. Resultados y Discusión

3.1 La iglesia como espacio de socialización

La religión es un aspecto cultural de la vida en sociedad, cuyos rituales tienen sus propios “sistemas de articulación entre las personas, de construcción de formas de sociabilidad, pero también de trasmisión de valores”¹³ (Castro, 2004, p. 28), siendo la iglesia uno de los espacios donde esto se da. Es el lugar donde personas que comparten unas mismas creencias religiosas se reúnen. Sin embargo, al considerarla como este espacio donde los rituales religiosos son llevados a cabo, es importante pensarla más allá de su función estrictamente religiosa, considerando el aspecto de la sociabilidad anteriormente mencionado.

Por ello, antes de hablar específicamente del consumo de contenidos mediáticos o culturales religiosos, traeremos algunas reflexiones sobre la iglesia como este espacio de socialización de sus fieles, específicamente de los evangélicos. Un ejemplo del rol de la iglesia entre comunidades gitanas de Barcelona es dado en la tesis doctoral de Willem (2010) al

¹³ Original: “... sistemas de articulação entre as pessoas, de construção de formas de sociabilidade, mas também de transmissão de valores...”

analizar el lugar que ella ocupa en la producción audiovisual de una de sus interlocutoras gitanas. La autora llega a la reflexión de que la iglesia es un lugar de encuentro, unión, conciliación, “un lugar donde cada uno puede ser uno mismo a pesar de sus diferentes estilos de vida y puntos de vista”¹⁴ (p. 191).

Garriga (2015) también destaca que el culto es un lugar no sólo de celebración religiosa, sino también de encuentro social, ya que los fieles suelen ir allí varios días en una misma semana. Como destaca Amador (2017), entre los gitanos evangélicos, el término “culto” se refiere no sólo a la celebración religiosa, sino también al espacio, a la iglesia, como se podrá ver en los discursos de la muestra: “(...) siempre he creído en el culto, en Dios” (E2M19) y “he ido a la iglesia de los gitanos, al culto como se dice...” (E1H18).

Muchos de los entrevistados explicaron la relación entre la práctica religiosa, el ir a la iglesia y la familia, ya que en la mayoría de los casos la práctica se inició por la influencia de algún pariente, sobre todo los progenitores, siendo que tres personas de la muestra son hijas de pastores. Luego, la elección de la iglesia a donde ir también acaba siendo influenciada por el entorno familiar. Además, es allí donde muchas veces se encuentran con los familiares:

Un tío mío, que no está aquí ya, que está en el cielo, me comenzó a hablar, me llevó, a través de ahí pues yo fui yendo, fui yendo, fui yendo, hasta cuando tuve ya la semilla dentro de mí, ¿sabes?, una vez que entras, sales, eres el mismo, pero no eres el mismo. (E10H27).

(...) ahora voy a uno que se ha hecho en Vallbona, Torre Baró. Porque mi padre se siente mejor ahí porque va mi familia... (E2M19).

(...) los veo en el culto [a los parientes] (...) Al culto nos vamos juntas. (E4M20).

Van mis abuelos, mi madre cuando puede va porque siempre acaba cansada [por el trabajo], mis hermanos van, mis tíos también van y casi todos vamos. Todos me conocen, conozco a todos. (E3H20).

Algunos ejemplos nos muestran también que la familia influencia la práctica religiosa, especialmente su inicio, pero no la determina. De algún modo, hay la posibilidad de la elección propia debido a diferentes factores, sea la independización financiera, la rutina de trabajo o maneras diferentes de ver la fe.

(...) cuando vivía en casa de mis padres evidentemente sí, tenía que ir porque mandaba el jefe que es mi padre, luego ya cuando eres más mayor, pues, bueno, dejas de ir. Luego ya es decisión propia, alguna vez que otra, pues bueno si tengo que ir voy, no pasa nada. Pero como rutina y como obligación no, no voy... (E20M44).

(...) antes sí [iba a la iglesia], creo porque también iba toda mi familia y ahora también han dejado de ir un poco. Era más como social, ¿sabes? Tenemos que ir al culto, tenemos que ir al culto todos. (E14M29).

(...) toda mi familia cree, toda, hasta la parte de mi madre que es la parte no gitana, toda mi familia cree, toda. (...) Mi abuelo por ejemplo va todos los días, mi tía también, mis primos también, pero yo no. (E1H18).

¹⁴ Original: “... a place where everybody can be their selves despite different lifestyles and worldviews.”

El seguir yendo a la iglesia depende también de otros factores que no se restringen al culto en sí mismo o a la familia. Como ejemplo podemos dar las actividades que son desarrolladas junto a las compañeras y compañeros de la iglesia, mostrando como los lazos de amistad son reforzados a partir de la práctica religiosa.

(...) hacemos obras de teatro, danza, culto de mujeres, cenas... (E2M19).

(...) hacemos los ensayos o también nos quedamos todos juntos y cenamos, cada uno trae una cosa de su casa y nos ponemos a cenar. Es muy guay. También la gente se quiere bautizar, entonces nos vamos a la playa, bueno, vamos a un campo o vamos a un río, a asar carne, a comer y luego ya los bautizos. (E8M26).

(...) nosotras, por ejemplo, del coro, el lunes hicimos un ayuno por la mañana, trataba de estar sin comer y estar orando y hablando con Dios, pidiéndole cosas, dándole gracias, fue el lunes por la mañana y luego por la tarde, culto. O sea, que también fuera del horario de culto, también hacemos oraciones por la noche o por la tarde antes del culto. (E6M25).

Estas actividades son mencionadas solamente por las mujeres de la muestra, quizás por el lugar que ocupan en la iglesia. Según Amador (2017), aparte de estar en un mayor número, son ellas que, generalmente, “organizan la escuela dominical para los niños, son mayoritarias en los coros musicales, se ocupan del orden de la iglesia y forman grupos de ayuda para brindar apoyo a las personas más necesitadas de la comunidad” (p. 62-63).

El ir a la iglesia es visto también por dos entrevistados como una actividad de su tiempo libre: “En mi tiempo libre, pues, mira, voy al culto, la iglesia. Y si no voy a la iglesia, pues me quedo en casa, la verdad.” (E4M20) y “(...) adonde sí que voy habitualmente es en el culto, donde nos vemos todos...” (E7H25).

Estos relatos nos llevan a entender la iglesia como este espacio de comunión y reunión comunitaria en el que se puede comprender la existencia de una ligación entre sus miembros más relacionada a un sentimiento afectivo de un “nosotros” que les puede hacer sentir como parte de una identidad colectiva que va más allá del aspecto étnico (Hervieu-Lèger & Willaime, 2009).

3.2 Consumo mediático

Para hablar sobre el consumo mediático hemos separado los discursos referentes al consumo de revista, radio e internet, que son los medios mencionados por la muestra a la hora de comentar sobre seguimiento de contenidos religiosos. Ello significa que la televisión y el periódico no son utilizados para el consumo de estos contenidos.

El medio más mencionado ha sido la radio (6 veces), por la existencia de cadenas evangélicas, como es el caso de la Radio Amistad, de Barcelona, que tiene personas gitanas como miembros en su producción. La emisora evangélica existe desde finales de los años 1980. Ella ha sido mencionada a causa de la pregunta sobre el consumo de contenidos producidos por gitanos. Todas las emisoras mencionadas son de ámbito local (Gonçalves, 2019).

(...) pongo a veces una que es la radio Amistad, que es una radio cristiana, la de radio Paz u Onda Paz, algo así se llama también. Músicas que me gusten, pues eso. (E5H23).

(...) yo, la radio, lo que escucho es Radio Amistad o radio Filadelfia que son cánticos del culto y todo esto. Cuando puedo. Cuando hago faena. Son canciones del culto. Ahora como se me ha estropeado el móvil, pues lo pongo en la tele. (E8M26).

(...) la radio Amistad la escucho mucho por la noche, bueno ahora no la escucho mucho, de vez en cuando así, cuando estoy recogiendo la casa, a las 4, a las 3h30, me pongo los cascos y me pongo a fregar. (E2M19).

El consumo de estas cadenas se da tanto por el interés por las músicas cristianas, como veremos en el próximo apartado sobre consumo cultural, como por las predicaciones transmitidas, como relatan dos de las entrevistadas: “Cantan, ponen la alabanza de Dios, predicán” (E2M19) y “me hace bien, la verdad, escucharla. Siempre va bien. La palabra de Dios escucharla siempre va bien, no hace mal a nadie” (E20M44).

Esto confirma como la iglesia en el contexto de la comunidad gitana también organiza “nuevas estrategias y tácticas simbólicas”¹⁵ para que su discurso alcance los fieles de maneras diferentes a la presencia física en los cultos, construyendo “nuevos procesos de disputa de sentidos”¹⁶ (Fausto Neto, 2004, p. 164).

Como hemos visto, dos entrevistadas mencionaron escucharla mientras trabajan en casa. Otra entrevistada mencionó hacerlo cuando está moviéndose en coche: “la suelo escuchar a veces, tanto si voy en el coche, pues bueno, una vez de tantas a veces la tengo memorizada y la pongo” (E20M44). Esto confirma el consumo general de la radio como una actividad paralela a otras.

Además, es importante destacar que la Iglesia Evangélica Filadelfia, por ejemplo, es influenciada por la cultura gitana de modo que incluso las alabanzas se las puede escuchar en ritmos musicales como la rumba catalana (Amador, 2019).

Aparte de la radio, internet ha sido mencionada por dos entrevistados como medio de consumo de contenidos religiosos. Uno de ellos explica que sigue canales evangélicos, predicadores y músicos cristianos. Por otro lado, una de las entrevistadas menciona internet a partir de un deseo suyo de producir contenidos religiosos por allí:

(...) me gustaría explicar lo que es un poco el culto, me gustaría, por Facebook, hacer un programa para que la gente sepa lo que hacemos en el culto, que no estamos locos en cuatro paredes, no estamos como mucha gente piensa. Me gustaría que ellos mismos lo vieran. Simplemente con hacer una página y todo eso y explicar lo que es. O sea, me gustaría hacer en directo para saber lo que hacemos, grabar el culto para que la gente lo vea. (E8M26)

Este relato de E8M26 nos muestra un recelo de cómo las personas no evangélicas ven la religión o lo que es el culto. Amador (2017) apunta que eso, especialmente para la mujer gitana, puede convertirse en un motivo más de discriminación por tratarse de una

¹⁵ Original: “... novas estratégias e tácticas simbólicas...”

¹⁶ Original: “... novos processos de disputas de sentidos.”

religión minoritaria en España. Así, la entrevistada ve en internet una herramienta útil para dar a conocer su práctica religiosa sin la necesidad de mediaciones como podrían ser los medios de comunicación tradicionales. Ello porque la televisión de España ha representado la Iglesia Evangélica Filadelfia en programas como Callejeros, Palabra de Gitano y Los Gypsy Kings, sin embargo, desde “una visión muy estereotipada y que han provocado el rechazo de la comunidad gitana” (Amador, 2017, p. 12). Vemos como los medios de comunicación se apropián de géneros populares, de la televisión en este caso, para producir un mensaje sobre una religión sin que ella tenga control de ello (Hjarvard, 2008).

La intención de la entrevistada de usar internet para dar a conocer su práctica religiosa nos muestra cómo, de hecho, la centralidad de los medios en la sociedad hace que otras instituciones, como es el caso de la religión, también se vuelvan dependientes de los medios para poder comunicarse con la sociedad en general (Hjarvard, 2008).

Vemos que, en el caso de esta muestra, los contenidos mediáticos mencionados son producidos por representantes institucionalizados de la religión que practican, que tienen el objetivo de difundir mensajes religiosos con la ayuda de los medios de comunicación, manteniendo una autoridad sobre el mensaje. Diferentemente de otros contextos, no hay aquí el consumo de contenidos mediáticos religiosos “banales”¹⁷ (Hjarvard, 2008).

Finalmente, el último medio al que haremos referencia aquí, una excepción en este apartado, es la revista que ha sido mencionada por un entrevistado. E21H46 ha destacado que es católico practicante, pero que su práctica religiosa se da desde la perspectiva del ecumenismo, lo que nos ayuda a comprender su interés:

(...) son revistas muy concretas de diálogo interreligioso, que también me interesa bastante el tema. Revista 21, Digital Religión, o Digital no sé qué o CEI Digital, no me acuerdo ahora. Son revistas que me interesan por sus artículos en cuanto a diálogo interreligioso, la diversidad religiosa... (E21H46)

Este entrevistado es el único que menciona el consumo mediático religioso desde una perspectiva diferente de la religión evangélica, considerando que esta es mayoritaria en la muestra.

3.3 Consumo cultural

En este apartado de consumo cultural hablaremos de libro, música, concierto, teatro y cine. Destacamos aquí el trabajo de Amador (2017) que menciona estudios que explican la prohibición de algunas actividades de ocio, como ir al cine o al teatro, para las personas que participan de una comunidad evangélica. Sin embargo, su tesis nos muestra como esta práctica ha cambiado y que participar de estas actividades, actualmente, es una decisión individual o de cada familia. En el caso del cine, esto se confirma en nuestra investigación, ya que casi mitad de la muestra suele ir a espacios de exhibición, acompañando los datos de la población general de España, con preferencia por los géneros de comedia, humor y acción (Gonçalves, 2019).

Entre el consumo mediático y el cultural, el libro ha sido lo que más veces ha sido mencionado, totalizando siete personas de la muestra. Seguidamente tenemos los conciertos

¹⁷ Original: “Banal”.

con seis menciones, la música y el cine con dos cada uno y el teatro siendo mencionado por un entrevistado.

En el consumo de libros, la biblia ha sido mencionada seis veces, lo que puede ser explicado por su centralidad en la práctica religiosa pentecostal, como ya ha sido mencionado anteriormente. Aparte de eso, otros libros cristianos como “Buenos días Espíritu Santo” o “El noviazgo de Dios” han sido mencionados. Dos libros best seller también fueron citados por su relación más indirecta con el universo cristiano: Crónicas de Narnia y La Cabaña. Ello puede ser explicado también por la reflexión que hace Amador (2017) al decir que “para poder entender los pasajes bíblicos, es conveniente controlar información relativa a la cultura y a la historia de la época. Lo que invita a los lectores a conocer más al respecto” (p. 59). Para ello, buscan otros contenidos donde puedan identificar alguna relación con las historias de la biblia.

Lo que sí me leo mucho es El noviazgo de Dios. Es muy bonito (...) Y te habla de lo que tiene que hacer, de seguir los pasos de Dios, para que vaya mejor el noviazgo, el matrimonio. Me gusta mucho este libro. (...) Leo la biblia, sólo. Y algún libro así bonito de Dios que me guste. (E2M19).

Suelo leer la biblia. Me gusta leer la biblia mucho. Aunque a veces no entiendo muchas cosas, que es muy difícil entenderlas, me gusta leerla. (E4M20).

Por la noche leo la biblia, más bien. La biblia la leo porque tengo el libro [en casa]... (E8M26).

De vez en cuando leo solamente un libro, es la biblia. De vez en cuando la leo un poquito y me parece que de libros ninguno, solamente a lo mejor alguno aquí asociado con historias antiguas de la biblia, de la época de Cristo y poco más. (E3H20).

Lo que sí suelo leer es la biblia, la leo. Pero lo que es libro, libro cristiano a veces (...) tengo una aplicación [en el móvil] de la biblia para leerla. (E5H23).

Libros más bien de filosofía cristiana, de método de vida cristiana, biblia, mucha biblia. Luego, saliendo un poco de lo religioso, pero no, me gusta muchísimo la saga Crónicas de Narnia, mitología, cosas medievales, rollo esto, me encanta, me encanta. (E7H25).

Otro libro que ha sido mencionado hace referencia a la pregunta sobre contenidos mediáticos o culturales producidos por gitanos y gitanas. Así, una de las entrevistadas comentó sobre el libro cristiano “Diario de un viejo predicador”, escrito por su primo, que llegó a su tercera edición: “Quien hizo un libro fue mi primo, pero fue más bien por el culto. Pues, la vida de un viejo predicador. Es como una anécdota. En verdad es verdad, pero la explica con sus palabras.” (E8M26). La publicación de libros, por parte de personas gitanas, relacionados a la religión, también ha sido mencionada en la tesis de Amador (2017) sobre el rol de la mujer gitana en la iglesia evangélica.

Ya el consumo de cine fue mencionado por dos entrevistadas en una relación directa con los libros que hemos mencionado anteriormente. Una de las películas es Crónicas de Narnia: “He visto una sí y es muy bonita. Es que va muy dedicado también a la biblia. Si tú

algún día lees la biblia o la has leído, quédate con los detalles. Al ver la peli, ya lo verás. Va muy dedicado a la biblia” (E8M26). La mención a esta película/libro va de encuentro con lo que dice Hjarvard (2008) sobre el éxito del fenómeno sobrenatural, representado por historias como Crónicas de Narnia, El Señor de los Anillos y Harry Potter, en la sociedad moderna por medio de las narrativas mediáticas. La otra película mencionada es La Cabaña:

(...) fui a ver al de La Cabaña, que hace poco. Esa sí que fui a verla. La vi dos veces, me encanta. Me encanta esta peli La cabaña. Te recomiendo que la vea. [...] una prima mía me dijo hay un libro guapísimo que me he leído que se titula La Cabaña y va de un hombre, vale, que le pasan unas cosas y a raíz de ahí tiene unas experiencias muy bonitas con Dios. Entonces me gustó mucho y le dije: ay me tienes que dejar el libro para leerlo. Total que al final no me pudo dejar el libro pues no se acordaba y cuando salió la película se enteraron y no la pusieron en la tele, se enteraron porque por el cine la vieron, se enteraron. Entonces ahí ya sí que fui a verla porque me gustó la historia y tal. (E4M20).

Estos serían los únicos ejemplos de contenidos religiosos “banales” (Hjarvard, 2008) consumidos por la muestra.

Pasando a la música, hemos visto que la música cristiana es uno de los motivos del consumo de radio en nuestra muestra. Ello coincide también con el interés por los conciertos. Los entrevistados han usado expresiones como “música del culto” o “música gospel” para definir el estilo, y otra entrevistada mencionó nombres como Lilly Goodman y Barak, ambos de República Dominicana. Debido a eso, hubo también muchas menciones a conciertos de este estilo musical, a excepción de uno, el católico practicante, que habló de música religiosa desde una perspectiva más general:

(...) especialmente conciertos de música mística religiosa, cuando me entero que hay, voy siempre, no sé, el coro ortodoxo de no sé qué no sé cuánto, sé que es una freakada, pero voy. Porque me interesa porque la música también representa mucho de la cultura y de los anhelos de esta sociedad entonces, pues, me interesa muchísimo... (E21H46).

(...) sí que fui a un chico que se llama René González que canta así canciones cristianas, pero no pude entrar al final porque había mucha gente y tuvimos que irnos. Pero ya de momento estoy buscando eh, estoy buscando para ver si salen unos chicos que cantan muy bien y quiero ir a verlos, pero aquí no vienen. Van siempre fuera. (E4M20).

Sí he ido, pero he ido a ver conciertos cristianos. O sea, no he ido a ver a gente famosa. (...) Y también vinieron unos chicos que se dicen, cómo se se llama, Tercer Cielo, que venimos aquí atrás donde está la Maquinista [centro comercial], o sea, ahí estuvimos también. (E8M26).

Más allá de la música, una de las entrevistadas mencionó también haber ido a ver predicadores de América Latina. Ello va de encuentro con la respuesta de un entrevistado al contar que, al hablar sobre el consumo de teatro, se refiere más bien al espacio físico y menos a un lenguaje artístico, ya que cuando fue a uno de estos lugares ha sido para ver un concierto o predicadores. Los cantantes y predicadores de América Latina mencionados anteriormente por las entrevistadas confirman la dimensión internacional del movimiento pentecostal (Amador, 2017), facilitado especialmente entre los países con el mismo idioma, como son

los hispanohablantes. Ello contribuye al intercambio de prácticas religiosas, lo que puede ser visto como un enriquecimiento del movimiento (Amador, 2017).

(...) a veces también vienen predicadores, por ejemplo, Dante Gebel, me parece que es de Uruguay o algo así, también me gusta el René, son de países de Venezuela, de estos. (...) Pues mira, el chico este que te he dicho, Dante, vino aquí a Barcelona en los teatros estos que hay aquí. (E8M26).

Esta dimensión internacional enfatiza también el hecho de que este fenómeno forma parte de “una industria cultural que engendra y opera productos destinados al mundo religioso”¹⁸, que va más allá de la circulación de predicaciones y mensajes en un contexto que es social, pero también discursivo (Fausto Neto, 2004, p. 177).

Finalmente, de la misma manera que ha pasado con el consumo de internet, aparte del consumo de contenidos culturales religiosos, podemos hablar también de producción de contenidos por parte de la muestra, como es el caso de los coros, mencionados por seis entrevistados y entrevistadas, o del teatro, como menciona una de las entrevistadas respecto a obras de teatro y danza: “si nos gusta mucho la obra, que la hacemos muy bien, llamamos a alguna iglesia: mira, que hemos hecho una obra, queremos ir de visita. Y vamos y la hacemos.” (E2M19). Esta práctica es generalmente liderada por las mujeres de la iglesia, pero que no siempre ha sido permitido a ellas realizarla (Amador, 2017).

La convivencia en el espacio de la iglesia resulta en la organización de grupos de música y de teatro para crear los coros, bandas y obras de teatro siempre relacionados al culto y que, por veces, no se restringen a sus iglesias, como explica la entrevistada E2M19 o incluso cuando comparten videos en internet.

Consideraciones finales

Hemos podido ver que la mayoría de los/las entrevistados/as tienen una religión, mientras otra parte menciona creer en Dios, aunque no sean todos practicantes. La religión evangélica prevalece en la muestra de este trabajo reflejando los datos de la práctica religiosa de la población gitana de Catalunya presentados por Garriga (2015).

Cuanto al consumo mediático y cultural de contenidos religiosos, de los 14 entrevistados que afirmaron tener una religión, diez de ellos mencionaron este consumo, siendo la mayoría de ellos practicantes. De entre estas diez menciones, la mayoría fue de la parte de los hombres, seis en total.

Es importante destacar también que la muestra no consume exclusivamente contenidos religiosos en sus prácticas de consumo mediático y cultural, compartiendo siempre espacios con otros tipos de producciones como filmes de acción u otros estilos musicales, programas televisivos de entretenimiento, etc. Eso nos lleva a pensar que la identidad religiosa influye en el consumo de la población gitana que practica una religión, pero no la determina. Este consumo puede ser visto, así, como una consecuencia de las vivencias compartidas en el espacio de la iglesia y en el círculo familiar y de amistad.

¹⁸ Original: “... uma indústria cultural que engendra e opera produtos destinando-os ao mundo religioso...”

Otro dato que nos parece importante mencionar es que mientras los hombres se interesan más por consumir estos contenidos, entre las mujeres es más común que haya el interés por la socialización a través de las actividades en el culto. Esto ejemplifica el rol que las iglesias pentecostales tienen entre las mujeres gitanas y su importancia en cuanto a espacio de producción de prácticas simbólicas ya mencionada por el estudio de Amador (2017).

Además, destacamos que el interés por contenidos religiosos no se da en el ámbito informativo. El interés por la radio e internet, por ejemplo, se da mucho más por el consumo de música o de predicaciones, sin ninguna mención por formatos informativos relacionados a la religión. La excepción es del entrevistado que mencionó el consumo de revistas, sin embargo, desde una perspectiva mucho más teórica o de debate sobre el campo religioso. Además, no se menciona el consumo mediático desde una perspectiva de diálogo con líderes religiosos para la búsqueda de consejos o soluciones para problemas personales. Más bien, es una escucha activa de mensajes que son difundidos por medio de la música, predicaciones, libros y películas.

Ya en lo referente a una posible padronización del consumo por parte de los entrevistados que practican una misma religión, podemos mencionarla en dos casos: en la radio, con la Radio Amistad, que fue mencionada por casi todos que mencionaron el consumo de radio, y en el libro, ya que casi todos mencionaron la biblia. En los demás casos, podríamos decir que el consumo es más individual y menos de grupo.

Estos resultados nos demuestran también que es posible identificar la identidad religiosa de la muestra a partir de su consumo mediático y cultural y nos dan pistas para la posibilidad de realizar estudios más profundizados y enfocados en este consumo entre la población gitana que practica una religión, especialmente la evangélica pentecostal.

Finalmente, destacamos la importancia del diálogo entre los campos de la comunicación y la religión para comprender el contexto actual de las prácticas religiosas desde la perspectiva del ámbito comunicacional, especialmente si pensamos la centralidad que internet y las redes sociales digitales alcanzaron en nuestra sociedad.

Considerando que la historia del pueblo gitano tiene la diáspora internacional como un rasgo importante, además del carácter internacional de su movimiento social, los medios digitales se ponen como una herramienta importante si pensamos, además, que puede estar reflejada también en la práctica religiosa de las iglesias evangélicas pentecostales. Así, más estudios de esta temática nos ayudarían a alcanzar una comprensión más profunda sobre la relación de esta población con la práctica religiosa.

Referencias

AMADOR LÓPEZ, María Jerusalén. **“Guerreras de Cristo”- Aportaciones de mujeres gitanas a la transformación social desde la Iglesia Evangélica Filadelfia.** 2017. 249 p. Tesis (Doctorado) – Universitat de Barcelona. Facultad de Economía y Empresa. Doctorado en Sociología, 2017.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2008.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. Religião, campo religioso e relação entre religião erudita e religião do povo. **Religião e Catolicismo do povo, Cadernos 6**, PUC, Curitiba, 1977, p. 7-38.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Os deuses do povo – um estudo sobre a religião popular**. Uberlândia – EDUFU, 2007.

CASTRO MENEZES, Renata de. A bênção de Santo Antônio e a ‘religiosidade popular’. **Estudios sobre Religión – Newsletter de la Asociación de Cientistas Sociales de la Religión en el Mercosur**, N. 16, Diciembre, 2003.

CASTRO MENEZES, Renata de. **A dinâmica do sagrado – Rituais, sociabilidade e santidade num convento do Rio de Janeiro**. Relume Dumará: Rio de Janeiro, 2004.

CORTÉS GÓMEZ, Ismael; Fernández Ortega, Cayetano. El nomadismo romaní como resistencia refractaria frente al racismo de Estado en la modernidad española. In **Memorias del 50º Congreso de Filosofía Joven Horizontes de Compromiso: LA VIDA**. Granada: Asociación de Jóvenes Investigadores em Ciencias Sociales, 2015, pp. 498-517. Recuperado de: <https://horizontesdecompromiso.wordpress.com/>

FAUSTO NETO, Antônio. A religião do contato: estratégias discursivas dos novos “templos midiáticos”. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, jan/jun 2004, p. 163-182.

FRESNO, José Manuel. Secretariado Gitano: treinta y siete años de historia. **Gitanos**, N. 12/13, diciembre 2011 – enero 2002, Madrid.

GARCÉS, Helios Fernández. El racismo antirom/antigitano y la opción decolonial. **Tabula Rasa**, Bogotá, Colombia, N. 25: 225-251, julio-diciembre 2016. Recuperado de: <http://www.revistatabularasa.org/>

GARRIGA, Carme. **Treball Social amb Gitanos**. Col·legi Oficial de Treball Social de Catalunya, Barcelona, 2015.

GARRIGA, Carme. **Els gitanos de Barcelona – Una aproximació sociològica**. Diputació de Barcelona, 2000.

GONÇALVES, Gabriela Marques. **Medios de Comunicación y Cohesión Social: Consumo Mediático y Cultural de la Población Gitana de Cataluña**. 2019. 234p. Tesis (Doctorado) – Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad. Bellaterra, 2019.

HERVIEU-LÈGER, Danièle; Willaime, Jean-Paul. **Sociologia e Religião – Abordagens clássicas**. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2009.

HJARVARD, Stig. The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. **Nordic Journal of Media Studies**, 6, 2008, 9-26. https://doi.org/10.1386/nj.6.1.9_1

JAMAL, Amal. **The culture of media consumption among national minorities – the case of arab society in Israel**. I'lam - Media Center for Arab Palestinians in Israel, 2006.

MONTEIRO, Paula. Religiões e dilemas da sociedade brasileira. In Miceli, Sergio (organizador). **O que ler na Ciência Social Brasileira (1970-1995)**. São Paulo: Editora Sumaré: ANPOCS; Brasília, DF: CAPES, 1999.

OLEAQUE, Joan Moreno; Moreno, Carolina Castro. Del estereotipo gitano en la prensa de referencia al 'Yo no soy trapacero' de las redes sociales. Caso de estudio sobre la imagen y representación mediática de una minoría étnica. **Revista Sistema**, N. 246, abril 2017, p. 81-96, Madrid.

OLIVEIRA, Pedro Ribeiro de. Adeus à sociologia da religião popular. **Religião e Sociedade**. Rio de Janeiro, 18(2), 1997: 43-62.

SAN ROMÁN, Teresa. **Gitanos de Madrid y Barcelona – Ensayos sobre Aculturación y Etnicidad**. Universidad Autónoma de Barcelona: Bellaterra, 1984.

SANT'ANA, Maria de Lourdes B. **Os ciganos: aspectos da organização social de um grupo cigano em Campinas**. São Paulo, FFLCH/USP, 1983.

TEIXEIRA, Faustino. Peter Berger e a religião. In: Teixeira, Faustino (organizador). **Sociologia da Religião – Enfoques teóricos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

WILLE, Cilia. **'Roots and Routes' - Young people from diverse ethno-cultural backgrounds constructing their identities using digital media**. 2010. 233p. Tesis (Doctorado) – Universitat de Barcelona, Departamento de Didáctica de la Educación Visual y Plástica y Comunicación Audiovisual. Programa de Doctorado Comunicación, Arte, Educación. Barcelona, 2010.

Recebido em 14/06/2024
Aceito em 30/01/2025