

## ARTÍCULO ORIGINAL

DENDASCK, Carla <sup>[1]</sup> , FERRARO, Danielle <sup>[2]</sup>

DENDASCK, Carla. FERRARO, Danielle. La influencia glocal en el movimiento Worship. Revista Científica Multidisciplinaria Núcleo do Conhecimento. Año 06, Ed. 01, Vol. 08, págs. 94-107. Enero de 2021. ISSN: 2448-0959, Enlace de acceso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/ciencia-de-la-religion/movimiento-de-worship,10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/ciencia-de-la-religion/movimiento-worship>

## Contents

- RESUMEN
- INTRODUCCIÓN
- BREVES CONSIDERACIONES SOBRE GLOCAL
- LA INFLUENCIA GLOCAL SOBRE EL WORSHIP Y SUS APROPIACIONES
- CONSIDERACIONES FINALES
- REFERENCIAS

## RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo llevar una reflexión sobre la indisolubilidad de lo glocal en todas las esferas de la vida cotidiana, incluyendo el contexto religioso. Para ello, utilizamos el movimiento Worship, que está ganando cada vez más adherentes en Brasil a través del uso de marketing del consumo de experiencia. La reflexión se llevó a cabo a través de la construcción del contexto glocal y los factores neoliberales que influyeron en la formación y el crecimiento de la cultura del Evangelio. Así, este estudio predefinió la influencia de glocal en la construcción del mercado contemporáneo del Evangelio Neopentecostal brasileño.

Palabras clave: Glocal, Worship, Mercado del Evangelio.

## INTRODUCCIÓN

En una de las clases del programa de posgrado en Comunicación y Semiótica de la Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, el profesor Eugênio Trivinho nos llevó a una profunda reflexión a través de la invocación y discusión de lo glocal y su poder invasivo, determinista, indivisible e indisoluble. Ahora, más que nunca, nos enfrentamos a los resultados y reflexiones de los numerosos fenómenos globales que invaden diariamente la vida cotidiana del lugar. No hay más barreras o características entre los aspectos o fenómenos locales que no lleguen a la esfera global, tan poco, aspectos globales que no llegan a la esfera local.

No es necesario recurrir a la literatura o filosofía para una afirmación, sólo imaginar el alcance de los dispositivos tecnológicos, número de televisores, teléfonos inteligentes, popularización de marcas, comercio electrónico y redes sociales, que “remodelan” culturas e ideologías. O, la difusión de culturas, estilos musicales, moda, diversos productos de consumo, modelos y formatos de consumo de experiencia, entre otros, que podrían ser difundidos en este trabajo a través de numerosos ejemplos.

El escenario a analizar en este estudio será precisamente cómo el fenómeno glocal también afecta al contexto religioso, especialmente al movimiento neopentecostal, teniendo como objeto de análisis el movimiento Worship.

El término Worship, traducido del inglés al portugués, significa “adoración”. El sentido apunta a una práctica menos ritualista y más comprometida con la implicación del individuo con la religión a través de la música manifestada por este movimiento (AGUIAR, 2020), compuesta por los tonos de notas, instrumentos, formato escéptico, frecuencia de luces, muy similar a las canciones de pop-rock o *bandas de rock* de la década de 1990, como la banda británica Coldplay y la American Evanescence, entre otros, que utilizan ritmos electrónicos inspirados en la neurociencia, con el fin de hacer de la música un producto de experiencia, como el estilo de la *black music*.

La Worship se basa en una tradición basada en la música evangélica estadounidense del último cuarto del siglo XX. También vale la pena mencionar que en el contexto norteamericano, la categoría gospel siempre ha estado vinculada a la música *crisiana black* a través de un género musical que contemplaba una multiplicidad de estilos musicales

evangélicos (ROSAS, 2015). Otra influencia en esta composición en el estilo de Worship se asocia con las transformaciones musicales suscitadas por el contexto después del *Jesus Movement*, que es un movimiento evangélico avivalista de finales de la década de 1960 y principios de 1970 en los Estados Unidos. Consistía en una especie de contracultura conservadora que influyó en la música en general (NEKOLA, 2013). Este movimiento, que luego se adhiere al contexto neoliberal se convirtió en un mercado que mueve miles de millones de dólares, y destaca el fenómeno glocal que también invade el mundo del Evangelio, yendo más allá del movimiento musical, pero convirtiéndose en un nuevo formato de adoración neopentecostal.

Este estudio discutirá la búsqueda para demostrar cuáles son las características del movimiento de Worship que manifiestan la indisolubilidad del contexto glocal. A través de los caminos esbozados para esta respuesta será posible pasar por una reflexión que propone sobre la incapacidad de desvincular la cultura glocal incluso del contexto religioso. También será posible observar que el fenómeno glocal está establecido y reverberado por los procesos de glocación, “movimiento histórico-tecnológico irreversible, que debe ser aprehendido, en primer lugar, por su fuerza fundadora, la comunicación en red, sobre la base de sus tecnologías y modos sociales de apropiación (TRIVINHO, 2015, p. 10). Son, aún según el autor, responsables de la reproducción social-histórica de la civilización mediática, influyendo, incluso, en una nueva concepción de lo Sagrado.

#### BREVES CONSIDERACIONES SOBRE GLOCAL

El término glocal, una combinación de global y local, es un neologismo que se remonta a la estructura industrial japonesa (especialmente la industria automotriz) de la década de 1970 y se utilizó inicialmente para describir los principios de acción de una matriz multinacional en relación con sus filiales en otros países, en diferentes continentes, suprimiendo los factores culturales locales. Según TRIVINHO (2015), “es la subordinación económica y financiera del sitio a lo global bajo la coartada eufemémica de la adaptabilidad cultural-corporativa de lo global a lo local”.

Esta perspectiva se ha expandido y reproducido en numerosas áreas, como la geopolítica, la educación, la religión y la comunicación, en esta última, con el telégrafo, la primera máquina

capaz de acercarse en tiempo real, articulando simultáneamente dos sitios diversos. Y fue en los fenómenos tecnológicos actuales, con sus respectivas redes, que glocal encontró su campo de acción perfecto, al relacionarse con los procesos de comunicación electrónica en tiempo real:

El concepto de glocal, tal como se configura en el ámbito de la Comunicación, se refiere a procesos, fenómenos, escenarios, eventos y/o tendencias observables sólo en esta esfera social-histórica, inaugurada y desplegada a la complejidad a raíz de las máquinas y redes de comunicación, que el funcionamiento de la vida actual ha contribuido a hacerla absolutamente banal” (TRIVINHO, 2020, p. 01).

Para que el fenómeno glocal ocurra eficazmente, es necesario que haya tres elementos: la tecnología de la comunicación y la información de red (que media el tiempo instantáneo), el tema (que también puede ser una máquina o audiencia) y el tiempo “real”. Así, según los vehículos y productos impresos Trivinho (2020) (periódicos, revistas, libros), el proyector de películas, el vídeo, el DVD están excluidos de esta configuración, ya que ninguno de ellos es capaz de mediación en tiempo real e instantánea, una característica fundamental de los dispositivos en red.

Es necesario enfatizar la relación de lo glocal con la noción de tiempo: el tiempo real del glocal no es idéntico al tiempo “real” de la naturaleza. Hay una sutil diferencia entre el tiempo, por un lado, “tecnología inmediata; por otro, el tiempo autopoicético de la naturaleza” (idem, 2020, p.03).

El fenómeno de glocal se produce en dos escalas: *stricto sensu*, una categoría predominante que depende de la presencia directa de tecnologías de red para que se produzcan interacciones, y *lato sensu* que suprime la necesidad de máquinas, pero siempre reanuda el glocal a medida que se insertan hechos o elementos globales en el contexto local.

Otra característica del *stricto sensu glocal* es la hibridación entre la percepción inmediata del espejo en el que está y actúa el cuerpo y la dimensión global de las redes de comunicación. El glocal, en su escala *stricto sensu*, forma la unión de la noción de espacio-tiempo real, donde se encuentra el cuerpo, lo convencional, y la noción de tiempo y espacio de las máquinas, conectado a las redes comunicativas y sus flujos de contenido. Es el “barajado artificial de

ambas coordenadas, en favor de una composición de unidad impalpable que, al final y al final, ve como si no existiera o, al menos, se deja aprehender sólo por sus reverberaciones” (idem, 2020, p. 04).

Vivimos en una condición, de esta manera, en la que la aceleración de la vida cotidiana se trivializa, retrayendo la noción de tiempo y espacio que nos rodea. Esta subjetividad tiende a “legitimar todo lo que la velocidad tecnológica ha condicionado socialmente, a saber: el exceso reciclable de información, imágenes y datos, la extrema fragmentación del conocimiento y la cultura, la improbable fluctuación de la veracidad fáctica (idem, 2020, p. 12)”.

Existe la ilusión de que al apagar el equipo, el tiempo y el espacio del glocal se deshacen. El glocal prevalece, con mayor o menor fuerza, pero de manera autoritaria, en todos los territorios y continentes, y es un paradigma, incluso, de producción científica y conocimiento, irrespetuoso el tiempo, el espacio y la cultura de quienes están subordinados a las esferas del poder. El glocal unifica los patrones de identidad, rompiendo lo diverso, a favor de la construcción de un molde que sirva al modelo económico dominante, independientemente de cualquier régimen político. La publicidad legitima este autoritarismo, ejerciendo en el individuo “el deseo de consumo, de adquirir una máquina capaz de tiempo real, para que pueda existir en el epicentro de los vividos, a partir de ahora ya del cuerpo” (idem, 2020, p. 05).

Actualmente no hay una sociedad fuera del proceso de glocation. No hay sociedad, aunque cerrada y aislada, fuera del alcance de las tecnologías de la comunicación y, por lo tanto, glocal. Su ambigüedad es porque aunque está presente en todo, es invisible e inmaterial. El glocal es la aceleración del tiempo, la aceleración de los modos de producción. Es la gran mercancía de la civilización de los medios avanzados (idem, 2020, p. 04).

#### LA INFLUENCIA GLOCAL SOBRE EL WORSHIP Y SUS APROPIACIONES

Brasil es tradicionalmente un país católico. Sin embargo, el número de evangélicos ha aumentado exponencialmente. En 1970, representaron el 5% de la población. Actualmente, ya hay más del 30% y la proyección es que, en los próximos años, este número supera el

porcentaje de católicos.

Hay varios factores que apuntan a este crecimiento. Según Spyer (2020), una de las causas es el papel social desempeñado por la iglesia evangélica, que actuó en espacios dejados por el gobierno, especialmente en el proceso de urbanización y en el desarrollo del capitalismo en el país. Como afirman Toledo y Cazavechia (2021), el neo-Pentecostalismo “ha despojado en la primacía estética la constitución de sus valores y estrategias culturales” del capitalismo”.

Como se mencionó anteriormente, glocal tiene un fuerte impacto en la organización y modulación de la vida cotidiana, en compatibilidad con el modelo neoliberal o el capitalismo tardío. El proceso de glocalización promueve todos los ámbitos de la acción humana, enredados en todos los procesos simbólicos de la cultura y no tiene forma de ser abolido. Todas las formas de experiencia, economía y propósito pasan por el glocal. Abarca, incluyendo movimientos y operaciones financieras, glocal es en entretenimiento, educación, seguridad, militarización, política, producción simbólica, cultura y consumo.

La religión es parte de la cultura y, por lo tanto, no escapa a las transformaciones impuestas por las tecnologías de la información en la sociedad actual, ni a las consecuencias del glocal. Las transformaciones de la religión, insertadas en el contexto glocal, se muestran de alguna manera, pero como destaca LAMBERT (2017),

“Los cultos se transmiten en línea y la audiencia ya no tiene que ir a los templos sagrados para asistir a ellos. El asesoramiento pastoral está a un clic de distancia y ya no es necesario solicitarlo, la presencia de sacerdotes en las redes sociales transforma la cronología de quienes los siguen en un lugar de amonestación, consejería, predicación y búsqueda de las iglesias para influir”.

Si nuestra cultura y nuestros hábitos están impregnados por lo glocal, la relación con la religiosidad también se desapresa y se rehace a través de nuevas perspectivas traídas por los medios de comunicación en red. Ahora, si todos los aspectos de la vida cotidiana son secuestrados por dispositivos tecnológicos, ¿por qué no la religión?

Lambert (2017) señala que el uso de los medios de comunicación por parte de las instituciones religiosas devolvió a los fieles un encantamiento de que la racionalidad y la secularización de las instituciones intentaron extinguir. Además, las iglesias han utilizado los medios de comunicación como un “elemento fundamental del contacto religioso, la celebración religiosa, la experiencia religiosa” (BARBERO apud LAMBERT, 2017).

Es característico de las religiones neopentecosas culturales marcadas por canciones, en las que la lectura de la Biblia está mediada por experiencias emocionales, una clara influencia de los predicadores americanos que utilizaron los recursos de la comunicación de masas, en las que “la experiencia estética estructura el mercado religioso neopentecostal y la experiencia religiosa subjetiva y emocional es el *locus* de sus prácticas discursivas e interpretativas” (TOLEDO e CAZAVECHIA, 2021).

Así, entre las religiones, los neo-pentecostales eran los que más se apropiaban de los medios digitales, y utilizaban estas herramientas en su beneficio. Inspirado en las observaciones está “la inserción de la experiencia religiosa en los dominios de los medios de comunicación, o, si lo preferimos, la inserción de los medios de comunicación en los dominios del fundamentalismo religioso” (idem, 21).

Por lo tanto, las prácticas sociales también fueron reconfiguradas y mediadas por tecnologías de red, convirtiéndose en prácticas locales. Alrededor de este nuevo sistema de hábitos y prácticas, la sociedad se reorganiza para perpetuar las estructuras sociotecnológicas de la civilización glocal, ampliando las desigualdades sociales existentes. Después de todo, en una sociedad hiperconectada, su grado de desarrollo también está respaldado por la dromoaptidy de sus individuos, un hecho totalmente ligado al acceso a dispositivos de comunicación en tiempo real. El glocal como estructura de las prácticas sociales, como media *habitus*, actúa para prolongar las relaciones pluricapitalistas (TRIVINHO, 2020, p.14).

El glocal como mercancía aparece incluso cuando no hay relación económica, articulando procesos comerciales e industriales y moviendo otras formas de mercancía (idem, 2020). Podemos decir, por ejemplo, que el glocal está presente cuando un culto religioso deja a un lado sus tradiciones locales y sus bases teológicas y se convierte en un espectáculo mediático, como un producto de entretenimiento puro, con objetivos de marketing claros.

Para la comprensión, el consumo de experiencia aquí se definirá de la siguiente manera:

[...] un espacio físico o virtual, cuyo acceso presupone necesariamente algún tipo de “precio”, y que esté preparado intencionalmente para que experimente sensaciones, emociones e impresiones dentro de un tiempo delimitado y puntual; la participación consensuada del individuo o grupo, una especie de acuerdo tácito entre los participantes sobre la suspensión de la incredulidad y los aspectos lúdicos, mágicos o imaginados que se presentarán en ese espacio como simulacro (PEREIRA, SICILIANO E ROCHA, 2015, p.10)”

Es precisamente en este contexto de consumo de experiencia que encontraremos la emancipación de propuestas que implican la “nueva forma de culto y adoración”, identificadas de las iglesias que surgieron en virtud del *Jesus Movement*, llamado New Paradigm Churches. Se diferencian de las iglesias de la *mainstream* principal local en diferentes aspectos, especialmente porque proponen una nueva forma de culto congregacional (MILLER, 1997). Todavía en relación con las iglesias históricas, que tenían como parte predominante el contexto y la defensa de los aspectos doctrinales teológicos, estos movimientos se basan predominantemente en la propuesta de experiencia.

Debido a esta configuración, comenzaron a predominar nuevos ritmos populares y, por lo tanto, la música alcanzó un nivel más alto en la ritualística de los cultos (OLIVEIRA, 2014). A finales de la década de 1970, dos grupos expresivos nacieron en el contexto de la música cristiana estadounidense y establecieron lazos con el mercado de la música (AGUIAR, 2020). La Contemporary Christian Music (CCM) es uno de esos movimientos. Esto se organizó y se basó en una propuesta dirigida al consumo de un público interno y externo, y, para ello, se basó en la producción musical concentrada en Nashville, Tennessee, donde predominaba la industria discográfica.

También han aparecido numerosos sellos discográficos religiosos. Entre ellos, vale la pena mencionar el Maranatha! Integrity y Vineyard. El interés de ambos fue la producción de canciones inteterablemente congregacionales, con énfasis en la circulación interna al público que asistió a las iglesias (STADELMANN, 2012). El repertorio se tocaba comúnmente tanto en reuniones como en encuentros juveniles interconfesionales. La promoción fue realizada por las instituciones paraeclesias concentradas, especialmente en el sur de California (AGUIAR, 2020). El movimiento se conoció como Modern Worship Music (MWM). Esta categoría desde



su tiempo se confunde con la adoración que se hizo popular en Brasil más tarde. Creció entre los años 1990 y 2000, y así la producción musical del culto adquirió una nueva forma y se expandió a lugares más allá de las iglesias americanas congregacionales (ROSAS, 2015).

En este contexto podemos pensar: si el glocal se realiza por la proliferación de dispositivos, medios y redes de comunicación, responsables de la apropiación de la subjetividad y la relación con el otro en todos los ámbitos de la vida cotidiana de la civilización mediática, la consecuencia de esta condición es que el glocal tiene un fuerte impacto en la organización y modulación de la vida cotidiana y subjetividades, en compatibilidad con el modelo de existencia multicapitalista.

Una consecuencia de la condición glocal es la formación de una subjetividad dromoapta. Esto significa que la subjetividad es captada por la velocidad de las tecnologías de la comunicación y la información y articulada en torno a los principios de productividad, buscando alcanzar los objetivos en el menor tiempo posible (TRIVINHO, 2020). Por lo tanto, aportando este contexto y su influencia, se entiende que el contexto glocal cumple con esta nueva lógica de mercado.

Esta lógica del mercado del Evangelio, por lo tanto, se acercó al mercado de la música secular, recibiendo influencias de los lugares más distinguidos del mundo (NEKOLA, 2013). Entre ellos, cabe mencionar el Reino Unido (“invasión británica”) y Australia (Iglesia Desangar y todo su ministerio musical) (KELMAN, 2018). Como parte, los límites entre CCM y MWM se han vuelto menos distantes. En vista de este escenario, es necesario observar las relaciones entre el mercado secular y la música cristiana. En los Estados Unidos, este enfoque tuvo lugar a través de tres grupos (HOWARD; STRECK, 1999). Tienen múltiples lecturas y formas de impulsar la cultura, que, por evangélicos, se consolida en un espacio secular. En el caso de los separatistas, existe una distancia irreversible entre la música en el contexto religioso y la cultura secular, que siempre apunta a la dualidad iglesia/mundo; bien/mal; esencial para la vida cristiana (AGUIAR, 2020).

Luego se acuerda con Trivinho (2020) con respecto a la alusión de como fuerza y modelo económico, glocal lleva en sí un autoritarismo invisible, con cuerpo mediante estrategias publicitarias que exigen los productos más actualizados de la tecnología en red. “La hibridación subsumida de glocal representa la ascendencia autoritaria de la espacialidad

tecnológica y en tiempo real en relación con el espacio convencional y el tiempo” (TRIVINHO, 2020, p. 05).

Incluso con el discurso de los integralistas, en lo que implica las diferencias entre lo sagrado y lo secular debe ser relativizado, porque la cultura siempre apuntaría a una condición imperfecta, pero, viviendo de acuerdo con los principios de Cristo, esta situación podría ser mitigada (HOWARD; STRECK, 1999). Cristo, aquí, sería el mejor en cultura. Por último, para los transformadores, la cultura es un medio corrupto, pero no es esencialmente malo. Sin embargo, su transformación se vuelve urgente a través de influencias cristianas que se consolidan en los diversos espacios y contextos (HOWARD; STRECK, 1999). La música, en este escenario, es un producto estético y artístico, y por lo tanto no está aislado de este movimiento que tiene como objetivo la transformación de la cultura en su conjunto (KELMAN, 2018). Son generalizaciones limitadas, sin embargo, las tres perspectivas apuntan a relaciones evangélicas plurales con la noción de “cultura” (STADELMANN, 2012).

Tales puntos de vista no circulan sólo en el contexto americano, ya que también entran en la zona brasileña. Para Aguiar (2020), ninguna de las tesis defendidas por los grupos mencionados es capaz de romper definitivamente con la dualidad entre la iglesia y el mundo o incluso con el significado de lo sagrado y lo secular. Según Howard y Streck (1999), lo que ocurrió es el énfasis en otro aspecto: cuando la iglesia es parte de la cultura, tanto la reintegración como la transformación mantendrán a esta iglesia desplazada del “mundo”. Rosas (2015), a su vez, afirma que la conexión entre la categoría de transformadores con la interpretación musical de la banda Diante do Trono, considerada una de las mayores referencias en la música gospel brasileña, asociada a la Iglesia Bautista, tiene varias características que acercan a la banda al discurso que defiende la “transformación de la cultura”.

Esta transformación se llevaría a cabo a través de la acción cristiana en los diversos espacios de la sociedad. Las discusiones sobre la “cultura” y sus tensiones en la esfera evangélica apoyan la literatura evangélica. En relación con la música gospel brasileña, es necesario llamar la atención sobre el hecho de que la explosión del fenómeno conocido como “explosión del evangelio” se asociaría con la consolidación de una “cultura del evangelio” que apoye y proporcione la base para la música evangélica nacional en su conjunto (CUNHA, 2007).

La Worship incorpora la escala *strictu sensu* y *lato sensu* recomendada por Trivinhos (2020), donde este formato de culto y adoración asociado con una serie de características que demarcan la identidad social influyen directamente en el contexto religioso brasileño (ROSAS, 2015). Por lo tanto, no es sólo un género musical o incluso un sinónimo de referencia a la música evangélica. Es un eje central que guía toda la “cultura evangélica” (AGUIAR, 2020).

Esta “cultura” se basa en la intensa difusión mediática de la “cultura del Evangelio” (NEKOLA, 2013). Esta expansión se debe a la modernización estética de este género musical en la década de 1980, porque hubo la introducción y adaptación del mensaje religioso a los ritmos seculares que, en otro contexto, fueron considerados “mundanos” (KELMAN, 2018). Así, la atribución evangélica de “mundo” y “cultura” son espacios vinculados, expresivamente, a los seculares (AGUIAR, 2020). También hay disputas relacionadas con las definiciones de sagrado y secular en el contexto del Evangelio, ya que la música gospel, a priori, no debe definirse como sagrada o profana, sino como un proceso que, diariamente, tiene negociaciones entre múltiples sentidos. Este ejercicio es promovido por los propios agentes, así como por las instituciones comprometidas con la reproducción de ritmos (BANDEIRA, 2014).

Además, los límites entre lo sagrado y lo secular se reflejan en la dualidad misma entre la iglesia convencional/sociedad entendida por el universo evangélico de manera integral corrobora la creación de ciertas tensiones (AGUIAR, 2020). No es una tensión que se manifiesta sólo en Brasil, sino en todo el mundo. La adoración se entiende, por lo tanto, como una tendencia recurrente en las prácticas religiosas de los jóvenes, ya que es una manera de profundizar las facetas del Evangelio a través de elementos estéticos y artísticos mejor elaborados (CUNHA, 2007). No es una contraposición o reducción, sino más bien un movimiento que considera la heterogeneidad de la música gospel y no las designaciones genéricas del género. Sin embargo, para entender la lógica del culto, uno debe entender cómo se lleva a cabo el proceso de creación de esta “cultura evangélica” (STADELMANN, 2012), a través de un contexto gloteado.

Un desafío planteado por los practicantes es la dificultad para relacionar las formas de experimentar la música en el campo evangélico, incluida la inserción del género en el universo evangelio mismo, desde las iglesias y otros entornos fuera de ellos, asociados con el contexto religioso y del Evangelio, hasta en los espacios públicos, para que esta cultura

pueda consolidarse (OLIVEIRA, 2014). La idea es que la noción de “cultura” se explore incluso en políticas culturales dirigidas a la religiosidad (GIUMBELLI, 2014). En cierto modo, tiene como objetivo consolidar la industria cultural brasileña del evangelio, admitiendo la adoración. Los cambios recientes en el contexto evangélico requieren un análisis más allá de las definiciones superficiales sobre el universo del Evangelio (AGUIAR, 2020). Los jóvenes, desde sus ministerios, desempeñan un papel resumido para que se incorporen a esta cultura nuevas configuraciones y perspectivas musicales evangélicas.

Por lo tanto, múltiples formas de producción musical, como el culto, han impuesto restricciones a las definiciones de “cultura del evangelio” que homogeneizan las prácticas religiosas a través de la música (GIUMBELLI, 2014). Esta articulación hace que la música evangélica se manifieste en espacios igualmente múltiples, lo que ha inscrito prácticas en un contexto de acción más amplio. Se ha enfatizado una definición de cultura que defiende la presencia de una “cultura del Evangelio” en todo el país (STADELMANN, 2012). Este movimiento no sólo debe recurrir al contexto evangélico, sino también a las prácticas religiosas en su conjunto, ya que el propio concepto de música evangélica no tiene una definición consensuada, y, con ello, no actúa de manera estanca, lo que implica constantes disputas entre sujetos con sus distintos intereses y voces (AGUIAR, 2020).

Así, incluso con la retórica de algunos autores sobre las diferencias entre lo sagrado y lo profano, y en la expectativa de separación de este contexto, es posible argumentar que a través de movimientos como el culto a la indisolubilidad y la ruptura entre tales clasificaciones, evidenciadas por sus respectivas hibridaciones y apropiaciones.

#### CONSIDERACIONES FINALES

Entender los aspectos que involucran a Glocal es fundamental para cualquier investigador contemporáneo. No es posible en el contexto actual mirar cualquier objeto de estudio sin tener en cuenta los aspectos de la glocalidad, ya que son estas bases responsables para que los análisis más diversos de lo contemporáneo puedan realizarse de forma emancipadora y contributiva.

Mirando entonces la influencia glocal en el contexto religioso a través de La Worship

evidencia cómo los aspectos del mundo neoliberal desplazado están reorganizando una cultura que durante muchos años ha sido reconocida como conservadora, y que algunos inocentemente todavía tratan.

Con estas reflexiones se espera que más estudios puedan profundizar en los análisis desde la perspectiva glocal, contribuyendo a la construcción de una conciencia contemporánea.

## REFERENCIAS

AGUIAR, T. P. de. Promovendo a “cultura do reino”: notas sobre música, religião e cultura a partir de uma juventude evangélica no sul do Brasil. Debates, Ano 20, n. 37, p. 141-167, 2020.

CUNHA, M. do. N. A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad X: Instituto Mysterium, 2007.

GIUMBELLI, E. Turismo religioso, gospel e políticas culturais: notas sobre articulações entre religião e cultura no Brasil. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 29., 2014, Natal. Anais [...]. Natal: ABA, 2014.

HOWARD, J. R.; STRECK, J. M. Apostles of rock: the splintered world of contemporary Christian music. Kentucky: The University Press of Kentucky, 1999.

KELMAN, A. Shout to the Lord: making worship music in evangelical America. New York: New York University Press, 2018.

LAMBERT, K. Reencantamento digital? A internet como ferramenta de poder da igreja. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Territorialidades – Centro de Artes, Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, p. 189, 2017.

MILLER, D. E. Reinventing American Protestantism: Christianity in the New Millennium. Los Angeles: University of California Press, 1997.

NEKOLA, A. “I’ll take you there”: the promise of transformation in the marketing worship

media in US Christian music magazines. *In*: INGALLS, M.; LANDAU, C.; WAGNER, T (ed.). Christian congregational music: performance, identity and experience. Farnham: Ashgate, 2013. p. 117-136.

OLIVEIRA, E. C. Um dia a Igreja cai: a importância cultural dos templos religiosos na cidade de Goiás. *Patrimônio e Memória*, v. 10, n. 1, p. 28-47, 2014.

PEREIRA, SICILIANO e ROCHA. “Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: uma discussão conceitual. *Dossiê: Cotidiano e Experiência*. Vol.22, Nº 02, 2º semestre 2015.

ROSAS, N. “Dominação” evangélica no Brasil: o caso do grupo musical Diante do Trono. *Contemporânea*, v. 5, n. 1, p. 235-258, 2015.

STADELMANN, H. Louvor e adoração: música popular cristã no culto. *Revista Batista Pioneira*, v. 1, n. 1, p. 103-121, 2012.

TOLEDO, C. de A. A. e CAZAVECHIA, W. R. As Formas de Adaptabilidade do Neopentecostalismo Brasileiro à Mídia. *Revista Brasileira de História das Religiões*. ANPUH, Ano XIII, n.39, Janeiro/Abril de 2021., p.143-164

TRIVINHO, Eugênio. A condição glocal: configurações tecnoculturais, sociopolíticas e econômico-financeiras na civilização mediática avançada. São Paulo, Annablume, 2015.

\_\_\_\_\_. A civilização glocal: Repercussões social-históricas de uma invenção tecnocultural fundamental do capitalismo tardio. *ALAIC. Revista Latinoamericana de ciencias de la comunicación*. Vol. 10, n. 19, julho/desembro 2013.

\_\_\_\_\_. O QUE É GLOCAL: Sistematização conceitual e novas considerações teóricas sobre a mais importante invenção tecnocultural da civilização mediática. Artigo para a disciplina *Ordens globais e locais na civilização tecnomidiática*. São Paulo, 2020.

[1] Estudante de doctorado en el Programa de Comunicación y Semiótica de la PUC-SP. Fundación de Becas De Sao Paulo. Teólogo, Doctor en Psicoanálisis Clínico. Ha estado trabajando durante 15 años con Metodología Científica (Método de Investigación) en la Orientación de Producción Científica de Estudiantes de Maestría y Doctorado. Especialista en

Investigación de Mercados e Investigación enfocada en el área de salud.

<sup>[2]</sup> Estudiante de maestría en el Programa de Comunicación y Semiótica de la PUC-SP.  
Miembro del CNPQ.

Publicado: Enero 2021

Aprobado: Enero 2021