ARTICOLO ORIGINALE

DENDASCK, Carla ^[1] , FERRARO, Danielle ^[2]

DENDASCK, Carla. Danielle Ferraro. L'influenza glocal nel movimento Worship. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Anno 06, Ed. 01, Vol. 08, pp. 94-107. gennaio 2021. ISSN: 2448-0959, Link di accesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/scienza-della-religione/nel-movimento-worship>, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/scienza-della-religione/nel-movimento-worship

Contents

- RIEPILOGO
- INTRODUZIONE
- BREVI CONSIDERAZIONI SU GLOCAL
- L'INFLUENZA GLOCAL SUL WORSHIP E I SUOI STANZIAMENTI
- CONSIDERAZIONI FINALI
- RIFERIMENTI

RIEPILOGO

Questo articolo mira a portare una riflessione sull'indissolubilità del glocal in tutte le sfere della vita quotidiana, compreso il contesto religioso. Per questo, abbiamo usato il movimento Worship, che sta guadagnando sempre più aderenti in Brasile attraverso l'uso marketing del consumo di esperienza. La riflessione è stata effettuata attraverso la costruzione del contesto glocal e i fattori neoliberali che hanno influenzato la formazione e la crescita della cultura evangelica. Pertanto, questo studio predefinì l'influenza di glocal nella costruzione del mercato contemporaneo brasiliano del Vangelo neopentecostale.

Parole chiave: Glocal, Worship, Mercato evangelico.

INTRODUZIONE

In una delle classi del corso di laurea in Comunicazione e Semiotica della Pontificia Università Cattolica di San Paolo, il Professor Eugênio Trivinho ci ha portato a una profonda riflessione attraverso l'invocazione e la discussione del glocal e del suo potere invasivo, deterministico, indivisibile e indissolubile. Ora più che mai ci troviamo di fronte ai risultati e alle riflessioni dei numerosi fenomeni globali che invadono quotidianamente la vita quotidiana del luogo. Non ci sono più barriere o caratteristiche tra aspetti locali o fenomeni che non raggiungono la sfera globale, così pochi aspetti globali che non raggiungono la sfera locale.

Non è necessario ricorrere alla letteratura o alla filosofia per un tale affermativo, basta immaginare la portata dei dispositivi tecnologici, il numero di televisori, smartphone, la popolarità dei marchi, l'e-commerce e i social network, che "rimodellano" culture e ideologie. Oppure, la diffusione di culture, stili musicali, moda, vari prodotti di consumo, modelli e formati di consumo di esperienza, tra gli altri, che potrebbero essere diffusi in questo lavoro attraverso numerosi esempi.

Lo scenario da analizzare in questo studio sarà proprio come il fenomeno glocal influenzi anche il contesto religioso, in particolare il movimento neopentecostale, avendo come oggetto di analisi il movimento Worship.

Il termine Worship, tradotto dall'inglese al portoghese, significa "adorazione". Il senso indica una pratica meno ritualistica e più impegnata con il coinvolgimento dell'individuo con la religione attraverso la musica manifestata da questo movimento (AGUIAR, 2020), composto dai toni di note, strumenti, formato scenico, frequenza delle luci, molto simile alle canzoni di gruppi *pop-rock* o *rock* degli anni '90, come la band britannica Coldplay e l'Americana Evanescence, tra gli altri, che utilizzano ritmi elettronici ispirati alle neuroscienze, al fine di rendere la musica un prodotto dell'esperienza, come lo stile della *black music*.

Il Worship si basa su una tradizione basata sulla musica evangelica americana dell'ultimo quarto del XX secolo. Vale anche la pena ricordare che nel contesto nordamericano, la categoria gospel è sempre stata legata alla musica *cristiana* nera attraverso un genere musicale che contemplava una molteplicità di stili musicali evangelici (ROSAS, 2015). Un'altra influenza su questa composizione nello stile del Worship è associata alle

trasformazioni musicali suscitate dal contesto dopo il *Jesus Movement*, che è un movimento evangelico avivalista tra la fine degli anni '60 e l'inizio degli anni '70 negli Stati Uniti. Consisteva in una sorta di controcultura conservatrice che ha influenzato la musica in generale (NEKOLA, 2013). Questo movimento, poi aderendo al contesto neoliberale, è diventato un mercato che muove miliardi di dollari, e mette in evidenza il fenomeno glocal invadendo anche il mondo gospel, andando oltre il movimento musicale, ma diventando un nuovo formato di culto neopentecostale.

Questo studio discuterà quindi la ricerca per dimostrare quali caratteristiche del movimento di Worship manifestano l'indissolubilità del contesto glocal. Attraverso i percorsi delineati per questa risposta sarà possibile passare attraverso una riflessione che proponga l'incapacità di dissociare la cultura glocal anche dal contesto religioso. Sarà inoltre possibile osservare che il fenomeno glocal è stabilito e riverberato dai processi di glocation, "movimento storico-tecnologico irreversibile, che deve essere arrestato, prima di tutto, dalla sua forza fondante, la comunicazione di rete, sulla base delle sue tecnologie e modalità sociali di appropriazione (TRIVINHO, 2015, p. 10). Sono, sempre secondo l'autore, responsabili della riproduzione storico-sociale della civiltà mediatica, influenzando, anche, una nuova concezione del Sacro.

BREVI CONSIDERAZIONI SU GLOCAL

Il termine glocal, una combinazione di globale e locale, è un neologismo che risale alla struttura industriale giapponese (in particolare l'industria automobilistica) degli anni '70 ed è stato inizialmente utilizzato per descrivere i principi di azione di una matrice multinazionale in relazione alle sue filiali in altri paesi, in continenti diversi, sopprimendo i fattori culturali locali. Secondo TRIVINHO (2015), "è la subordinazione economica e finanziaria del sito al globale sotto l'alibi eufemico dell'adattabilità culturale-aziendale del globale al locale".

Questa prospettiva si è ampliata e riprodotta in numerose aree, come geopolitica, educazione, religione e comunicazione – in quest'ultima, con il telegrafo, la prima macchina in grado di avvicinarsi in tempo reale, articolando contemporaneamente due siti diversi. Ed è negli attuali fenomeni tecnologici, con le rispettive reti, che glocal ha trovato il suo perfetto campo d'azione, relazionandosi ai processi di comunicazione elettronica in tempo reale:

Il concetto di glocal, così come configurato nell'area della Comunicazione, si riferisce a processi, fenomeni, scenari, eventi e/o tendenze osservabili solo in questo stifer storico-sociale, inaugurato e aperto alla complessità sulla scia delle macchine e delle reti di comunicazione, che il funzionamento della vita attuale ha contribuito a renderlo assolutamente banale" (TRIVINHO, 2020, p. 01).

Affinché il fenomeno glocal si verifichi in modo efficace, è necessario che siano presenti tre elementi: la tecnologia di comunicazione e l'informazione di rete (che media il tempo istantaneo), il soggetto (che può anche essere una macchina o un pubblico) e il tempo "reale". Così, secondo Trivinho (2020) veicoli e prodotti stampati (giornali, riviste, libri), il proiettore cinematografico, il video, il DVD sono esclusi da questa configurazione, perché nessuno di essi è in grado di mediare in tempo reale e in tempo immediato, caratteristica fondamentale dei dispositivi in rete.

È necessario sottolineare la relazione del glocal con la nozione di tempo: il tempo reale del glocal non è identico al tempo "reale" della natura. C'è una sottile differenza tra il tempo, da un lato, "la tecnologia immediatamentistica; dall'altro, il tempo autopoietico della natura" (idem, 2020, p.03).

Il fenomeno di glocal si verifica in due scale: *stricto sensu*, una categoria predominante che dipende dalla presenza diretta di tecnologie di rete per le interazioni, e lato *sensu che abolisce* la necessità delle macchine, ma riprende sempre il glocal man mano che fatti o elementi globali vengono inseriti nel contesto locale.

Un'altra caratteristica del glocal *stricto senso* è l'ibridazione tra la percezione immediata dell'espeço in cui il corpo è e agisce e la dimensione globale delle reti di comunicazione. Il glocal, nella sua scala *stricto sensu*, forma la giunzione della nozione di spazio-tempo reale, dove si trova il corpo, il convenzionale, e la nozione di tempo e spazio delle macchine, collegato alle reti comucative e ai loro flussi di contenuto. È il "mescolamento artificiale di entrambe le coordinate, a favore di una composizione unitaria impalpabile che, alla fine e alla fine, vede come se non esistesse o, quanto meno, si lascia apprezzare solo dai suoi riverberi" (idem, 2020, p. 04).

Viviamo in una condizione, in questo modo, in cui l'accelerazione della vita quotidiana viene

banalizzata, ritraendo la nozione di tempo e spazio che ci circonda. Tale soggettività tende a “legittimare tutto ciò che la velocità tecnologica ha socialmente condizionato, vale a dire: l'eccesso riciclabile di informazioni, immagini e dati, l'estrema frammentazione della conoscenza e della cultura, l'improbabile fluttuazione della veridicità fattuale (idem, 2020, p. 12)”.

C'è l'illusione che spegnendo l'attrezzatura, il tempo e lo spazio del glocal siano annullati. Il glocal prevale, con forza maggiore o minore, ma in modo autoritario, in tutti i territori e continenti, ed è un paradigma, anche, di produzione scientifica e conoscenza, non rispettoso del tempo, dello spazio e della cultura di coloro che sono subordinati alle sfere del potere. Il glocal unifica i modelli di identità, rompendo i diversi, a favore della costruzione di uno stampo che serve il modello economico dominante, indipendentemente da qualsiasi regime politico. La pubblicità legittima questo autoritarismo, esercitando nell'individuo “la voglia di consumo, di acquisire una macchina capace di tempo reale, affinché possa esistere nell'epicentro del vissuto, ormai già dal corpo” (idem, 2020, p. 05).

Attualmente non esiste una società al di fuori del processo di allocazione. Non c'è società, per quanto chiusa e isolata, fuori dalla portata delle tecnologie della comunicazione e, quindi, glocal. La sua ambiguità è perché anche se è presente in tutto, è invisibile e immateriale. Il glocal è l'accelerazione del tempo, l'accelerazione delle modalità di produzione. È il grande bene della civiltà avanzata dei media (idem, 2020, p. 04).

L'INFLUENZA GLOCAL SUL WORSHIP E I SUOI STANZIAMENTI

Il Brasile è tradizionalmente un paese cattolico. Tuttavia, il numero di evangelici è aumentato in modo esponenziale. Nel 1970 rappresentavano il 5% della popolazione. Attualmente, ce ne sono già più del 30% e la proiezione è che, nei prossimi anni, questo numero supera la percentuale di cattolici.

Ci sono diversi fattori che indicano questa crescita. Secondo Spyer (2020), una delle cause è il ruolo sociale svolto dalla chiesa evangelica, che ha agito in spazi lasciati dal governo, specialmente nel processo di urbanizzazione e nello sviluppo del capitalismo nel paese. Come sostengono Toledo e Cazavechia (2021), il neo-pentecostalismo “ha apparentemente

spogliato la costituzione dei suoi valori e strategie culturali" del capitalismo".

Come accennato in precedenza, glocal ha un forte impatto sull'organizzazione e la modulazione della vita quotidiana, in compatibilità con il modello neoliberale o il tardo capitalismo. Il processo di allocazione promuove tutti i settori dell'azione umana, impigliato in tutti i processi simbolici della cultura e non ha modo di essere abolito. Tutte le forme di esperienza, economia e scopo passano attraverso il glocal. Comprende, compresi i movimenti e le operazioni finanziarie, glocal è in intrattenimento, istruzione, sicurezza, militarizzazione, politica, produzione simbolica, cultura e consumo.

La religione fa parte della cultura e quindi non sfugge alle trasformazioni imposte dalle tecnologie dell'informazione alla società di oggi, né alle conseguenze di glocal. Le trasformazioni della religione, inserite nel contesto glocale, sono mostrate in qualche modo, ma come evidenzia LAMBERT (2017),

"i culti vengono trasmessi online e il pubblico non deve più andare nei templi sacri per frequentarli. La consulenza pastorale è a portata di click e non ha più bisogno di essere richiesta, la presenza dei sacerdoti sui social network trasforma la cronologia di coloro che li seguono in un luogo di ammonimento, consulenza, predicazione e ricerca delle chiese da influenzare".

Se la nostra cultura e le nostre abitudini sono permeate dal glocal, anche il rapporto con la religione si disparte e si rifa attraverso nuove prospettive portate dai media in rete. Ora, se tutti gli aspetti della vita quotidiana vengono rapiti da dispositivi tecnologici, perché non la religione?

Lambert (2017) sottolinea che l'uso dei media da parte delle istituzioni religiose ha riportato ai fedeli un incanto che la razionalità e la secolarizzazione delle istituzioni hanno cercato di estinguere. Inoltre, le chiese hanno utilizzato i media come "elemento fondamentale del contatto religioso, della celebrazione religiosa, dell'esperienza religiosa" (BARBERO apud LAMBERT, 2017).

È caratteristico delle religioni culturali neopentecostali segnate dai canti, in cui la lettura della Bibbia è mediata da esperienze emotive, una chiara influenza dei predicatori americani che

hanno utilizzato le risorse della comunicazione di massa, in cui “l’esperienza estetica struttura il mercato religioso neopentecostale e l’esperienza religiosa soggettiva ed emotiva è il *locus* delle loro pratiche discorsive e interpretative” (TOLEDO e CAZAVECHIA , 2021).

Così, tra le religioni, i neo-pentecostali sono stati quelli che si sono appropriati maggiormente dei media digitali e hanno usato questi strumenti a loro vantaggio. Ispirato dalle osservazioni è “l’inserimento dell’esperienza religiosa nei domini dei media, o, se preferiamo, l’inserimento dei media nei domini del fondamentalismo religioso” (idem, 21).

Così, le pratiche sociali sono state anche riconfigurate e mediate dalle tecnologie di rete, diventando pratiche locali. Attorno a questo nuovo sistema di abitudini e pratiche, la società viene riorganizzata al fine di perpetuare le strutture sociotecnologiche della civiltà glocal, espandendo le disuguaglianze sociali esistenti. Dopotutto, in una società iperconnessa, il suo grado di sviluppo è supportato anche dalla dromoeptidia dei suoi individui, un fatto totalmente legato all’accesso ai dispositivi di comunicazione in tempo reale. Il glocal come struttura delle pratiche sociali, *come media habitus*, agisce al fine di prolungare le relazioni pluricapitaliste (TRIVINHO, 2020, p.14).

Il glocal come merce appare anche dove non c’è alcuna relazione economica, articolando processi commerciali e industriali e spostando altre forme di merce (idem, 2020). Possiamo dire, ad esempio, che il glocal è presente quando un culto religioso mette da parte le sue tradizioni locali e le sue basi teologiche e si trasforma in uno spettacolo mediatico, come un prodotto di puro intrattenimento, con chiari obiettivi di marketing.

Ai fini della comprensione, il consumo di esperienza qui sarà definito come segue:

[...] uno spazio fisico o virtuale, il cui accesso presuppone necessariamente una sorta di “prezzo”, e che è intenzionalmente preparato per sperimentare sensazioni, emozioni e impressioni in un tempo delimitato e puntuale; la partecipazione consensuale dell’individuo o del gruppo, una sorta di tacito accordo tra i partecipanti in merito alla sospensione dell’incredulità e agli aspetti giocosi, magici o immaginati che saranno presentati in quello spazio come simulacro (PEREIRA, SICILIANO E ROCHA, 2015, p.10)”

È proprio in questo contesto di consumo di esperienza che troveremo l’emancipazione di

proposte che coinvolgono la “nuova forma di culto e adorazione e adorazione”, identificata dalle chiese emerse in virtù del *Jesus Movement*, chiamate New Paradigm Churches. Differiscono dalle chiese del *mainstream* locale in diversi aspetti, specialmente perché propongono una nuova forma di culto congregazionale (MILLER, 1997). Sempre in relazione alle chiese storiche, che avevano come parte predominante il contesto e la difesa degli aspetti dottrinali teologici, questi movimenti si basano prevalentemente sulla proposta dell'esperienza.

A causa di questa configurazione, i nuovi ritmi popolari hanno iniziato a predominare e, quindi, la musica ha raggiunto un livello più alto nella ritualistica dei culti (OLIVEIRA, 2014). Alla fine degli anni '70, due gruppi espressivi sono nati nel contesto della musica cristiana americana e hanno stabilito legami con il mercato musicale (AGUIAR, 2020). La Contemporary Christian Music (CCM) è uno di questi movimenti. Questo fu organizzato e si basava su una proposta volta al consumo di un pubblico interno ed esterno, e, per questo, si basava sulla produzione musicale concentrata a Nashville, Tennessee, dove predominava l'industria discografica.

Sono apparse anche numerose etichette discografiche religiose. Tra questi, vale la pena menzionare la Maranatha! il Integrity e il Vineyard. L'interesse di entrambi è stata la produzione di canzoni iteribilmente congregazionali, con enfasi sulla circolazione interna al pubblico che ha frequentato le chiese (STADELMANN, 2012). Il repertorio è stato comunemente suonato sia in riunioni che in incontri intercondizionali di giovani. La promozione è stata fatta dalle istituzioni paraeclesiastiche concentrate, specialmente nel sud della California (AGUIAR, 2020). Il movimento divenne noto come Modern Worship Music (MWM). Questa categoria fin dal suo tempo è confusa con il Worship che divenne popolare in Brasile in seguito. È cresciuto tra gli anni '90 e '2000, e così la produzione musicale di Worship ha acquisito una nuova forma e si è espansa in luoghi oltre le chiese congregazionali americane (ROSAS, 2015).

In questo contesto possiamo pensare: se il glocal è realizzato dalla proliferazione di dispositivi, media e reti di comunicazione, responsabili dell'appropriazione della soggettività e del rapporto con l'altro in tutte le sfere della vita quotidiana della civiltà mediatica, la conseguenza di questa condizione è che il glocal ha un forte impatto sull'organizzazione e modulazione della vita quotidiana e delle soggettività, in compatibilità con il modello

dell'esistenza multicapitalista.

Una conseguenza della condizione glocal è la formazione di una soggettività dromoapta. Ciò significa che la soggettività è catturata dalla velocità delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione e articolata intorno ai principi di produttività, cercando di raggiungere gli obiettivi nel più breve tempo possibile (TRIVINHO, 2020). Pertanto, portando questo contesto e la sua influenza, si comprende che il contesto glocal soddisfa questa nuova logica di mercato.

Questa logica di mercato gospel, quindi, si è avvicinata al mercato della musica profana, ricevendo influenze dai luoghi più illustri in tutto il mondo (NEKOLA, 2013). Tra questi, vale la pena menzionare il Regno Unito ("invasione britannica") e l'Australia (Hillsong Church e tutto il suo ministero musicale) (KELMAN, 2018). Come parte, i confini tra CCM e MWM sono diventati meno distanti. Alla luce di questo scenario, è necessario osservare i rapporti tra il mercato secolare e la musica cristiana. Negli Stati Uniti, questo approccio è avvenuto attraverso tre gruppi (HOWARD; STRECK, 1999). Hanno molteplici letture e modi per promuovere la cultura, che, per gli evangelici, si consolida in uno spazio secolare. Nel caso dei separatisti, c'è una distanza irreversibile tra la musica nel contesto religioso e la cultura secolare, che indica sempre la dualità chiesa/mondo; bene/male; essenziali per la vita cristiana (AGUIAR, 2020).

Si concorda poi con Trivinho (2020) sull'allusione di come forza e modello economico, glocal porta di per sé un autoritarismo invisibile, corposo da strategie pubblicitarie che richiedono i prodotti più aggiornati della tecnologia di rete. "L'ibridazione subsumida di glocal rappresenta l'ascendenza autoritaria della spazialità tecnologica e in tempo reale in relazione allo spazio e al tempo convenzionali" (TRIVINHO, 2020, p. 05).

Anche con il discorso degli integralisti, in ciò che comporta le differenze tra sacro e laico deve essere relativizzato, perché la cultura indicherebbe sempre una condizione imperfetta, ma, vivendo secondo i principi di Cristo, questa situazione potrebbe essere mitigata (HOWARD; STRECK, 1999). Cristo, qui, sarebbe il migliore della cultura. Infine, per i trasformatori, la cultura è un mezzo corrotto, ma non è essenzialmente male. Tuttavia, la sua trasformazione diventa urgente attraverso influenze cristiane che si consolidano nei diversi spazi e contesti (HOWARD; STRECK, 1999). La musica, in questo scenario, è un prodotto estetico e artistico, e

quindi non è isolata da questo movimento che mira alla trasformazione della cultura nel suo complesso (KELMAN, 2018). Sono generalizzazioni limitate, tuttavia, le tre prospettive indicano relazioni evangeliche plurali con la nozione di "cultura" (STADELMANN, 2012).

Tali opinioni non circolano solo nel contesto americano, poiché entrano anche nell'area brasiliana. Per Aguiar (2020), nessuna delle queste difese dai gruppi menzionati è in grado di rompere definitivamente con la dualità tra la Chiesa e il mondo o anche con il significato di sacro e secolare. Secondo Howard e Streck (1999), ciò che è accaduto è l'enfasi su un altro aspetto: quando la chiesa fa parte della cultura, sia la reintegrazione che la trasformazione manterranno questa chiesa spostata dal "mondo". Rosas (2015), a sua volta, afferma che il legame tra la categoria dei trasformatori e l'esibizione musicale della band Diante do Trono, che è considerato uno dei più grandi riferimenti nella musica gospel brasiliana, associata alla Chiesa Battista, ha diverse caratteristiche che avvicinano la band al discorso che difende la "trasformazione della cultura".

Questa trasformazione avrebbe avuto luogo attraverso l'azione cristiana nei vari spazi della società. Le discussioni sulla "cultura" e le sue tensioni nella sfera evangelica supportano la letteratura evangelica. Per quanto riguarda la musica gospel brasiliana, è necessario richiamare l'attenzione sul fatto che l'esplosione del fenomeno noto come "esplosione evangelica" sarebbe associata al consolidamento di una "cultura gospel" che sostiene e fornisce la base per la musica evangelica nazionale nel suo complesso (CUNHA, 2007).

Il Worship incorpora quindi la scala strictu sensu e lato sensu raccomandata da Trivinhos (2020), dove questo formato di culto e adorazione associato a una serie di caratteristiche che delimitano l'identità sociale influenzano direttamente il contesto religioso brasiliano (ROSAS, 2015). Pertanto, non è solo un genere musicale o addirittura un sinonimo di riferimento alla musica evangelica. È un asse centrale che guida l'intera "cultura evangelica" (AGUIAR, 2020).

Questa "cultura" si basa sull'intensa diffusione mediatica della "cultura evangelica" (NEKOLA, 2013). Questa espansione sarebbe dovuta alla modernizzazione estetica di questo genere musicale negli anni '80, perché c'è stata l'introduzione e l'adattamento del messaggio religioso ai ritmi secolari che, in un altro contesto, erano considerati "mondani" (KELMAN, 2018). Così, l'attribuzione evangelica del "mondo" e della "cultura" sono spazi legati,

espressivamente, al secolare (AGUIAR, 2020). Ci sono anche dispute legate alle definizioni di sacro e laico nel contesto gospel, poiché la musica gospel, a priori, non dovrebbe essere definita sacra o profana, ma come un processo che, quotidianamente, ha negoziati tra più sensi. Questo esercizio è promosso dagli agenti stessi, nonché dalle istituzioni impegnate nella riproduzione dei ritmi (BANDEIRA, 2014).

Inoltre, i confini tra sacro e secolare si riflettono nella dualità stessa tra la chiesa/società convenzionale intesa dall'universo evangelico in modo completo conferma la creazione di alcune tensioni (AGUIAR, 2020). Non è una tensione che si manifesta solo in Brasile, ma in tutto il mondo. Il Worship è inteso, quindi, come una tendenza ricorrente nelle pratiche religiose dei giovani, in quanto è un modo per approfondire le sfaccettature del Vangelo attraverso elementi estetici e artistici meglio elaborati (CUNHA, 2007). Non è una controposizione o riduzione, ma piuttosto un movimento che considera l'eterogeneità della musica gospel e non le designazioni generiche del genere. Tuttavia, per comprendere la logica del Worship, bisogna capire come avviene il processo di creazione di questa "cultura evangelica" (STADELMANN, 2012), attraverso un contesto glocal.

Una sfida posta dai praticanti è la difficoltà di relazionare i modi di vivere la musica in campo evangelico, compreso l'inserimento del genere nell'universo gospel stesso, dalle chiese e altri ambienti al di fuori di essi, associati al contesto religioso e evangelico, agli spazi pubblici, affinché questa cultura possa consolidarsi (OLIVEIRA, 2014). L'idea è che il concetto di "cultura" debba essere esplorato anche nelle politiche culturali finalizzate alla religiosità (GIUMBELLI, 2014). In un certo senso, mira a consolidare l'industria culturale gospel brasiliana, ammettendo il culto. I recenti cambiamenti nel contesto evangelico richiedono un'analisi al di là delle definizioni superficiali sull'universo evangelico (AGUIAR, 2020). I giovani, dai loro ministeri, svolgono un ruolo sintetico in modo che nuove configurazioni e prospettive musicali evangeliche siano incorporate in questa cultura.

Pertanto, molteplici forme di produzione musicale, come Worship, hanno imposto restrizioni alle definizioni di "cultura gospel" che omogeneizzano le pratiche religiose attraverso la musica (GIUMBELLI, 2014). Questa articolazione fa sì che la musica gospel si manifesti in spazi altrettanto molteplici, il che ha inscritto pratiche in un contesto più ampio di azione. È stata sottolineata una definizione di cultura che difende la presenza di una "cultura evangelica" in tutto il paese (STADELMANN, 2012). Questo movimento non dovrebbe

rivolgersi solo al contesto evangelico, ma alle pratiche religiose nel loro complesso, poiché il concetto stesso di musica gospel non ha una definizione consensuale e, con questo, non agisce in modo a tenuta stagna, il che implica costanti dispute tra soggetti con i loro distinti interessi e voci (AGUIAR, 2020).

Così, anche con la retorica di alcuni autori sulle differenze tra sacro e profano, e nell'aspettativa di separazione da questo contesto, è possibile sostenere che attraverso movimenti come Worship l'indissolubilità e la rottura tra tali classificazioni, evidenziate dalle rispettive ibridazioni e stanziamenti.

CONSIDERAZIONI FINALI

Comprendere gli aspetti che coinvolgono Glocal è fondamentale per qualsiasi ricercatore contemporaneo. Nel contesto attuale non è possibile esaminare alcun oggetto di studio senza tenere conto degli aspetti della glocalità, perché sono queste basi responsabili in modo che le analisi più diverse del contemporaneo possano essere eseguite in modo emancipatorio e contributivo.

Guardare poi all'influenza glocal nel contesto religioso attraverso il Worship dimostra come aspetti del mondo neoliberista glocato stanno riorganizzando una cultura che per molti anni è stata riconosciuta come conservatrice e, che alcuni ancora trattano innocentemente.

Con queste riflessioni ci si aspetta che ulteriori studi possano approfondire le analisi dal punto di vista glocal, contribuendo alla costruzione di una coscienza contemporanea.

RIFERIMENTI

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 Latinoamerica de ciencias de la comunicacón. Vol. 10, n. 19, julho/dezembro 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] Dottorando nel Programma di Comunicazione e Semiotica presso PUC-SP. Fondazione per le borse di studio San Paolo. Teologo, Dottorato di Ricerca in Psicoanalisi Clinica. Ha lavorato per 15 anni con la Metodologia Scientifica (Metodo di Ricerca) nella Guida Scientifica alla Produzione degli Studenti di Master e Dottorandi. Specialista in ricerche di mercato e ricerca focalizzata sul settore sanitario.

^[2] Studente magistrale nel Programma comunicazione e semiotica di PUC-SP. CNPQ Fellow.

Pubblicato: Gennaio 2021

Approvato: Gennaio 2021