



Revista Internacional de Folkcomunicação
ISSN: 1807-4960
revistafolkcom@uepg.br
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Brasil

Silva, Ana Carmem do Nascimento; de Paiva, Beatriz Lima
O Red Bull Paranauê sob uma ótica Folkcomunicacional:
reflexões de patrimônio, identidade e competição
Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 16, núm. 36, 2018, -Junio, pp. 145-162
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Ponta Grossa, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.5212/RIF.v.16.i36.0009>

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631766334010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

O Red Bull Paranauê sob uma ótica Folkcomunicacional: reflexões de patrimônio, identidade e competição

*Ana Carmem do Nascimento Silva*¹
*Beatriz Lima de Paiva*²

RESUMO

Consideram-se os processos de globalização e mundialização (ORTIZ, 2013, 2009) e os apelos midiático e mercadológicos que configuram as atuais circunstâncias em que a cultura e o mercado se cruzam. Logo, reflete-se sobre o evento esportivo *Red Bull Paranauê*, ocorrido no Brasil no ano de 2017 e 2018, destacando a Capoeira enquanto Patrimônio Imaterial e a projeção construída pela competição esportiva. Discute-se, com base na concepção de *folkmarketing* (LUCENA FILHO, 2007), as implicações do *Red Bull Paranauê* sobre os aspectos de identidade e cultura. Evidencia-se, ainda, vozes de capoeiristas que se posicionam de modos distintos sobre o fenômeno da mundialização da Capoeira e a suas projeções midiáticas. Embora se reconheça uma determinada visibilidade mundial da Capoeira e dos capoeiristas brasileiros, preocupa-se com os efeitos futuros de uma perspectiva exclusivamente competitiva.

PALAVRAS-CHAVE

Capoeira; *Red Bull Paranauê*; Folkmarketing; Patrimônio imaterial; Identidade.

The Red Bull Paranauê from a Folkcomunicacional perspective: reflections on heritage, identity and competition

ABSTRACT

We consider the processes of globalization (ORTIZ, 2013, 2009) and the media and marketing appeals that shape the current circumstances in which culture and the market intersect. Therefore, it is reflected on the Red Bull Paranauê sporting event, held in Brazil in 2017 and 2018, highlighting Capoeira as Intangible Heritage and the projection built by the sports

¹ Doutora em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestra em Estudos da Mídia pelo Programa de Pós-graduação Estudos de Mídia (UFRN), e Graduada em Jornalismo (UFRN).

² Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa ECOMSUL Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura.

competition. Based on the folkmarketing conception (LUCENA FILHO, 2007), the implications of Red Bull Paranauê on identity and culture aspects are discussed. There are also voices of capoeiristas who stand in different ways on the phenomenon of the globalization of Capoeira and its media projections. While recognizing a certain worldwide visibility of Capoeira and Brazilian capoeiristas, it is concerned with the future effects of an exclusively competitive perspective.

KEY-WORDS

Capoeira; *Red Bull Paranauê*; Folkmarketing; Intangible assets; Identity.

Introdução

O evento esportivo *Red Bull Paranauê* ocorreu em diversas etapas, com seletivas nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador no início dos anos de 2017 e 2018 e tem como público alvo os capoeiristas brasileiros. Este é um campeonato promovido pela empresa austríaca *Red Bull*, fundada em 1984 pelo empresário austríaco Dietrich Mateschitz. A multinacional investe e vincula a marca a esportes, atletas e eventos, constantemente, quais sejam: Fórmula 1, triatlo, *skate*, *wakeboard*, *surf*, *motorbike*, escalada, basquete, futebol, *crossfit*, etc. Nos últimos dois anos, o interesse da empresa incidiu também sobre a Capoeira.

O impacto do evento ocorreu, primeiramente, pelo seu objetivo: buscar o “capoeirista mais completo do mundo”. O *slogan* foi gerador de polêmicas, especialmente, entre as mulheres que não foram contempladas. Destarte, em 2018, (como compensação e após muitas conturbações) o evento se propôs a premiar o “capoeirista – homem e mulher – mais completos do mundo”, aqueles capazes de jogar e passear pelos principais segmentos de Capoeira, a Angola (caracterizada por movimentos mais lentos, majoritariamente muito próximos ao chão e maliciosos), a Regional (caracterizada por sequências rápidas e, por vezes, contundentes e com golpes na altura média e alta) e a Contemporânea (onde é permitido desde acrobacias à golpes objetivos e combativos).

Embora o objetivo proposto pela empresa austríaca tenha gerado polêmica e divergências entre Mestres e capoeiristas de todo o Brasil, a empresa da bebida energética – que tem como *slogan* “*Red Bull te dá asas*” –, de fato, visibilizou a Capoeira em seu aspecto esportivo e competitivo, assemelhando-se a competições de alto rendimento. Contudo, ocorreram críticas por parte dos capoeiristas, pois, esse tipo de abordagem não se tornou atraente ao ponto destes se sentirem representados. Inicialmente, as críticas dos capoeiristas

se baseavam na ideia de que na Capoeira não existe apenas “um único melhor do mundo”, isto seria impossível visto a diversas facetas dessa manifestação sociocultural; e outro motivo se relaciona com o fato de que muitos capoeiristas compreenderam a ação como uma ameaça cultural.

Esta conjuntura de discussões na comunidade capoeirística fomentou a nossa reflexão sobre as implicações do *Red Bull Paranauê* sobre os aspectos de identidade e cultura, especialmente em razão da Capoeira ter sido reconhecida como Patrimônio Imaterial Brasileiro no ano de 2008, e a roda de Capoeira ter sido tombada como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade em 2014. Soma-se a isto o fato de nossa vivência neste âmbito tanto como praticantes quanto admiradores. Dito isto, buscamos a abordagem teórica a partir da Folkcomunicação, pois,

a principal contribuição dos estudos de Folkcomunicação está em valorizar os diferentes modos através dos quais os grupos sociais se relacionam e produzem a cultura, em meio às tensões entre a comunicação de massa e a comunicação popular (WOITOWICZ, 2007, p. 152).

Neste sentido, acreditamos que por meio de uma compreensão folkcomunicacional é possível desenvolver uma reflexão crítica com relação a aspectos da Capoeira enquanto Patrimônio Imaterial e a projeção construída pela competição do *Red Bull Paranauê* (em suas duas edições, 2017 e 2018). Buscamos, também apresentar algumas perspectivas acerca de identidade, cultura e patrimônio. Para tal, consideramos importante articulamos a concepção de folkmarketing com vozes de capoeiristas que se posicionam sobre o fenômeno da mundialização da Capoeira e as suas repercussões.

A Capoeira enquanto patrimônio imaterial

Em 2008 a Capoeira foi reconhecida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) como Patrimônio Cultural Brasileiro³. E em 2014, a roda de Capoeira passou a ser reconhecida como Patrimônio Cultural Imaterial da humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). De acordo com a Organização, o

³ Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/2067>> acesso em: 19 jun. 2018.

Patrimônio Cultural Imaterial ou Intangível compreende as expressões de vida e tradições que comunidades, grupos e indivíduos em todas as partes do mundo recebem de seus ancestrais e passam seus conhecimentos a seus descendentes⁴.

O artigo 216 da Constituição Federal do Brasil (1988) define que:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira⁵.

Assim, a Capoeira saiu das senzalas para entrar nas salas de aula, percorrendo um longo caminho pelas ruas, praças, terreiros, igrejas, escolas, Universidades e tornou-se Patrimônio Imaterial. De acordo com Laraia:

O homem é resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquiridas pelas numerosas gerações que o antecederam. A manipulação adequada e criativa desse patrimônio cultural permite as inovações e as invenções. Estas não são, pois, o produto da ação isolada de um gênio, mas o resultado do esforço de toda uma comunidade (LARAIA, 1986, p. 45).

A constituição também prevê a difusão e circulação de conhecimento destes bens culturais, apontando na Seção III Do Desporto. Art. 217: “dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não formais, como direito de cada um”. A questão desportiva é um dos fatores preponderantes que vem fazendo com que a Capoeira ganhe projeções mundiais e seja objeto de interesse mercadológico.

Breve histórico acerca das competições de Capoeira

Temos, a partir das contribuições de Campos (2001), que “as primeiras competições de capoeira surgiram com Mestre Bimba e sua Capoeira Regional, quando da afirmação do seu novo estilo de Capoeira” (p. 47). Os primeiros torneios internos já ocorriam na década de 70, protagonizados pelas Federações locais, principalmente pela “Federação Universitária Baiana de Esporte (FUBE), com a realização dos campeonatos universitários” (CAMPOS, 2001, p. 49).

⁴ Cf. <http://www.unesco.org/new/pt/brasilia/culture/world-heritage/intangible-heritage>

⁵ Cf. http://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/CON1988_05.10.1988/art_216_.asp

Campos (2001) atenta para que prática desportiva da Capoeira não se detenha apenas ao esporte “de alto nível, mas estender suas ações para as outras duas concepções de fundamental importância social, que são: esporte educação e esporte participação” (CAMPOS, 2001, p. 49). A arte-luta passa a ser uma atividade educativa genuinamente brasileira, “bem ajustada aos alunos, por ser uma manifestação popular, rica de música e movimentos, com substrato cultural, além de bastante difundida em todas as classes sociais” (CAMPOS, 2001, p. 49).

O Red Bull Paranauê

O *Red Bull Paranauê* se apresenta com a proposta de resgatar e manter os ensinamentos repassados pelos mestres da Capoeira. O evento buscou premiar o capoeirista mais completo do mundo, aquele capaz de jogar os estilos Contemporâneo, Regional e Angola, e, somente em sua segunda edição abriu espaço para a categoria feminina.

Em janeiro de 2017 as seletivas ocorreram na cidade do Rio de Janeiro/RJ (12 de janeiro), em São Paulo/SP (13 de Janeiro), Salvador/BA (26 de Janeiro) e a final ocorreu também neste último estado, com estrutura montada no Farol da Barra no dia 28 de Janeiro. As seletivas da edição de 2018 ocorreram nos dias 26 e 27 de fevereiro no Estado da Bahia, e no dia 03 de março ocorreu a disputa final.

O curador do evento, o Mestre Sabiá (Jair Oliveira de Faria Junior), baiano de 44 anos, dos quais 33 foram dedicados à Capoeira, declarou em entrevista ao *Portal da Capoeira*⁶ que foram necessárias algumas adaptações dos toques e aos tipos de jogo para possibilitar maior dinamicidade à competição. O Mestre Sabiá informa que houve 3.500 (três mil e quinhentas) pessoas assistindo ao evento no Farol da Barra.

A gente conseguiu criar um modelo novo (...) que não é o modelo correto, mas é um modelo diferente. (...) Precisava, nesse momento, existir algum modelo diferente e eu achei que foi bacana, foi importante, porque não é o melhor nem o pior, mas é um diferente. E eu acho que vão vir outros modelos também diferentes. Porque a Capoeira não merece a mediocridade. A Capoeira por natureza, ela já é ousada, ela merece a ousadia de tentar coisas diferentes, de tentar coisas originais. Ela tem uma história vencedora, uma manifestação de origem escrava conquistou o mundo, mais de cento e sessenta países. Grande divulgadora da língua portuguesa, nas universidades, na escola, um processo

⁶ Entrevista publicada em 11 de março de 2017. Disponível em: < 11 de março de 2017. Disponível em: < <http://www.papoeira.com/pt/2017/04/18/entrevista-com-mestre-sabia/> > acesso em: 18 de abr. 2018.

universal social muito grande, uma criança que saiu das favelas e que hoje ensina nas universidades do mundo inteiro. Ela tem uma história muito mais bonita para ser contada do que para aparecer com cara de pobrezinho, pedindo, essa cara já não cabe mais na Capoeira.

Eu acho que a história do Red Bull Paranauê é uma história vencedora mas que não é a história final. Outras grandes histórias abrem as perspectivas para outras empresas. A Capoeira não é esporte, não só, ela é cultura, é esporte, é o olhar de cada um; para um é isso, para o outro é aquilo... e ela não se define no olhar de ninguém porque ela é rica suficiente para não ser aprisionada em nenhum olhar (MESTRE SABIÁ, 2017).

Em suas duas edições, o *Red Bull Paranauê* contou com o apoio da Prefeitura de Salvador, recebeu incentivo da Saltur - empresa turística local - e também da *GoPro*, marca de câmeras digitais voltadas para o esporte de aventura. As competições foram transmitidas ao vivo pela página do *Facebook*⁷ e o canal do *Youtube*⁸, e algumas postagens de fotos e vídeos foram realizadas pelo *Instagram*⁹ da Red Bull.

As pessoas que assistiam ao evento conectadas via redes sociais puderam acompanhar e compreender as disputas a partir das narrações do repórter Leo Madeira, auxiliado pelo Mestre Sabiá, o qual atuou como comentarista dos jogos. O responsável pela apresentação e coordenação dos jogos no palco foi o Mestre Nego Ativo.

A transmissão buscou evidenciar a história da Capoeira, caracterizando detalhes sobre as fundamentações da Capoeira Angola, Regional e Contemporânea. E para a plateia, no Farol da Barra, as explicações foram efetuadas pelo Mestre Nego Ativo, que detalhava a sistematização da competição e animava o público.

Em suma, a dinâmica da competição ocorreu da seguinte forma: os capoeiristas foram avaliados pela performance, conhecimento e habilidades técnicas para cada jogo. Dezenas de capoeiristas competiram mostrando suas habilidades em cada estilo da Capoeira (Angola, Regional e Contemporânea). A organização estabeleceu um toque para cada estilo de jogo. O estilo de jogo a ser realizado era definido em um sorteio a partir do giro da roleta chamada de roleta “Volta do Mundo”. Ao subir no palco do evento, cada capoeirista sorteava um estilo e em seguida jogavam os dois estilos retirados. Cada jogo teve a duração de quarenta segundos, e ao final os seis Mestres Jurados apontavam o vencedor erguendo a bandeira de cor correspondente a cor do bracelete do jogador apontado como sendo o melhor.

⁷ Disponível em: < <https://www.facebook.com/redbull/> > Acesso em: 10 abr. 2018.

⁸ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=5ELBxBk2zAU> > Acesso em: 10 abr. 2018

⁹ Disponível em: < <https://www.instagram.com/redbull/> > Acesso em: 10 abr. 2018

As premiações do evento incluíram o troféu e viagem para conhecer e treinar durante três dias na academia do Mestre João Grande em Nova Iorque (Estados Unidos). Os custos de passagem, hospedagem e alimentação foram de responsabilidade da *Red Bull*. Já o Segundo colocado de cada categoria ganhou uma vaga para a edição seguinte do *Red Bull Paranauê*, não precisando passar pelas seletivas.

O campeão da edição de 2017 foi o soteropolitano Lucas Dias Ferreira, “Ratto” - 32 anos de idade - o qual pratica a Capoeira com o Professor Tucano, do Grupo Ginga Mundo. Já em 2018, a campeã na categoria feminina foi a baiana Jubenice de Oliveira, “Bibinha” - 34 anos - integrante do Grupo Origem Capoeira do Mestre Crunch e professora de Educação Física e de Capoeira. Na categoria masculina, o vencedor foi Joseph Augusto dos Santos, o “Gugu” - 32 anos - natural de São Paulo, mas que mora na Alemanha há pouco mais de três anos. Após serem consagrados vencedores, os campeões da edição 2018 realizaram suas falas, “Bibinha” declarou:

Não existem palavras que possam descrever a felicidade de participar dessa primeira edição feminina e ser reconhecida como uma das capoeiristas mais completas, não a mais... a melhor do que outra, mas aquela que busca que dedica a vida, aquela que ganha sua vida com a Capoeira, aquela que doa sua vida pela Capoeira, então 'empurra Bahia'! (BIBINHA, 2018)

Já “Gugu” afirmou: “Eu sou campeão junto com os meus irmãos, nós somos campeões, nós somos campeões; não somos campeões sozinhos, eu sou um que fugiu da estatística, vou subir e vou levar os meus juntos” (GUGU, 2018).

Imagen 01: “Bibinha” e “Gugu”, os campeões da edição 2018 do Red Bull Paranauê



Créditos: Marcelo Maragni/ *Red Bull Content Pool*

Vozes da Capoeira

Para adentrarmos no universo da ação promovida pela empresa *Red Bull*, o *Red Bull Paranauê*, buscamos reunir opiniões distintas de capoeiristas com títulos de Mestre, Mestrando¹⁰ e Contra-Mestre. A coleta dessas opiniões foi realizada a partir de entrevistas e de publicações no *Portal da Capoeira* e em declarações feitas em fóruns e cartas abertas em redes sociais dos mesmos. De início, evidenciamos o posicionamento do Mestre Robson “Fora do Ar”, Educador Infantil em escolas de Natal-RN, fundador do Grupo e Centro Cultural Capoeira Corpo Livre, grupo de Capoeira com 35 anos de atuação no Estado do Rio Grande do Norte, também com unidades na Paraíba. O Mestre diz que:

Em relação ao que se fala sobre tradição de Capoeira, aquela Capoeira que você joga à vontade, livre, o evento tira um muito disso. O evento foge dos padrões da complexidade da Capoeira, daquele ritual; e o capoeirista gosta do ritual gosta de sentir na pele o arrepiaço do toque do berimbau. E, nesse caso, não vai dar tempo para orar para o berimbau, nem para fazer reverência ao mestre da roda. O grande problema é que as pessoas querem transformar a Capoeira em um Karatê, em um Judô, numa coisa mais elitizada, e a Capoeira é do povo (MESTRE ROBSON, 2018).

O Mestre Ferradura, da Escola de Capoeira Angola do Mestre Marrom, é pedagogo pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro e presidente do Instituto Brasileiro de Capoeira-Educação e entende que competição na Capoeira não é novidade. O Mestre Ferradura escreveu um artigo intitulado “3 bons motivos para você apoiar o *Red Bull Paranauê* (e um para não apoiar)” no *Portal da Capoeira*. A seguir o excerto:

Assim como todos debatem sobre qual foi a melhor escola de samba do ano, ou o melhor filme que ganhou o Oscar, ou o melhor livro que ganha o Pulitzer, haverá debate sobre quem foi o melhor ou mais completo capoeira. Julgamento de arte, de qualquer arte, é sempre subjetivo! Julgar que os mestres mais velhos estão sendo enganados ou que estão se vendendo é ignorar a inteligência, a visão de mundo e a capacidade crítica de nossos ancestrais culturais. Se eles estão lá, é porque apoiam a ideia e o conceito como algo positivo para a capoeira em geral (MESTRE FERRADURA, 2018).

Em outra perspectiva, o Mestre Cobra Mansa, que atualmente cursa o Doutorado Multi-Institucional e Multidisciplinar em Difusão do Conhecimento (DMMDC) pela Universidade Federal

¹⁰ Em alguns grupos de Capoeira, o grau de Mestrando caracteriza-se como um estágio anterior a formação de Mestre.

da Bahia e é membro da Rede Africanidades, lançou a sua reflexão na página do blog *Terreiro de Griôs*¹¹, em 5 de março de 2018, segue trecho:

A questão que gostaria de refletir com os organizadores é: até quando vamos continuar fazendo espetáculos só pra divertir, sem consciência? Fica uma pergunta: se essas grandes empresas realmente gostariam de fazer um trabalho em que a capoeira pudesse mostrar todo o seu potencial, poderíamos tentar alguma proposta diferente como eleger com prêmios e patrocínios o melhor trabalho social de capoeira, o trabalho mais completo de capoeira com educação? A escola ou grupo mais completo em trabalhos sociais, para o desenvolvimento da capoeira de forma integral? Uma bolsa de estudos integral para os estudantes de capoeira da periferia que mais se destacarem nos estudos dentro da capoeira e na escola pública? (MESTRE COBRA MANSA, 2018).

O Mestre Jean Pangolin, Doutor em Ciências da Educação pela Universidade do Minho em Portugal, professor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), e também atuante nas redes sociais realizando fóruns temáticos com transmissão ao vivo por meio do *Facebook* e de seu canal no *Youtube*, destaca:

Toda iniciativa em Capoeira nunca será perfeita. Não seria o *Red Bull Paranauê*, em seu primeiro evento... não seria perfeito. Até porque não existe essa perfeição que a gente busca, no processo vai se aprimorando. Obviamente que existem detalhes aí que precisam ser melhorados, sem sombra de dúvidas, mas é uma grande iniciativa, principalmente, para alguém que defende a perspectiva desportiva como economia de mercado. Particularmente, eu não acredito nesta perspectiva(...)

Mas, eu não posso dizer que dentro desta perspectiva (desportiva como economia de mercado) que o evento não foi bem sucedido. O evento foi muito bem sucedido; é um evento que capitaliza negócios, que de alguma forma capitaliza renda para os organizadores, que de alguma forma projeta a capoeira como produto. Para quem quer consumir a capoeira como produto é muito bom. Projeta uma identidade de Capoeira de rendimento, uma lógica de saúde de *hight level*, de melhor Capoeira, como se isso fosse possível, e isso não é possível. Mas é uma ideia *fake* que projeta determinado seguimento da Capoeira (MESTRE PANGOLIN, 2018).

De forma semelhante ao Mestre Pangolin, entende o Mestrando Perninha, articulador político-sociocultural do Grupo Capoeira Corpo Livre (RN-PB). Em entrevista, ele explanou que:

O projeto do Red Bull Paranauê tem suas limitações, porque quando se pensa na Capoeira no sentido de avaliar a Capoeira em um só sentido e tem que se pensar a Capoeira não só em um sentido, no aspecto de jogo, mas também no aspecto do toque, do canto, "n" coisas. Mas, como um todo é válido, acho que todo evento que envolva a Capoeira é válido. (...)

¹¹ Disponível em: < <http://terreirodegriots.blogspot.com.br/> > Acesso: 18 abr. 2018.

O Capoeirista, de certa forma, tem sempre “um pé atrás”, até mesmo por ter sofrido durante a história. Por muitos momentos da nossa história, da nossa cultura, do nosso Brasil (...)

As intrigas e a desunião vêm trazendo uma coisa negativa para a nossa área, mas, de qualquer forma, eu acredito que com os diálogos nas redes sociais, nos grupos, pela comunicação. A Capoeira também está sendo construída de fora para dentro. Há uma pressão de fora para dentro. Outros países estão se organizando e de certa forma pressionam para que os brasileiros também se organizem. Mas tem coisa que é só com o dia-a-dia que a gente vai saber, mais para frente. (MESTRANDO PERNINHA, 2018).

O Contra-Mestre Josué Rocha, historiador, luthier de instrumentos da Capoeira, e idealizador do Projeto Capoeira no Parque, em Natal/RN, lança um olhar tradicionalista quando comenta sobre o evento esportivo, pois para ele há algumas contradições no que diz respeito ao exercício dos fundamentos da capoeira no *Red Bull Paranauê*, um desses contrassensos citados pelo Contra-Mestre diz respeito à formação da bateria, pois esta não muda de acordo com o estilo de jogo, permanecendo inalterada. Para o Contra-Mestre.

De certa forma é um evento que possibilita a visibilidade da capoeira, mas... de uma forma comercial (...). Eu sou a favor da capoeira em suas diversas manifestações, como luta, como dança, como música, como folclore, como atividade artística, e também como esporte. Mas, quando ela é expressada da forma esportiva, ela tem que ter a competitividade. (...) E quando a Capoeira passa a ser vista de forma competitiva, acaba podando a tradicionalidade da capoeira. E, de certa forma, quando se impõe muitas regras se tira a liberdade dela. Com relação a Capoeira como Patrimônio Cultural Imaterial ou da Humanidade, ela perde a essência da ancestralidade (CONTRA-MESTRE JOSUÉ ROCHA, 2018)

Capoeira e identidade

Tornou-se inviável na atualidade pensarmos qualquer expressão cultural e de seus respectivos agentes exclusivamente em âmbito local, regional e/ ou nacional, pois as conexões já estão estabelecidas e se multiplicam.

O lugar é o cruzamento dessas diferentes linhas de força no seio de uma situação determinada. Por fim, o fato de nos liberarmos de uma concepção linear do tempo, nos permite pensar uma situação na qual coabitam temporalidades e espacialidades diferentes. Existem nações, regiões, civilizações, grupos indígenas, tradições as mais diversas. A própria modernidade é múltipla, sua realização encerra histórias específicas. A heterogeneidade do mundo encontra-se, assim, articulada a um fluxo cuja dimensão transborda suas fronteiras. Diversidade que nada tem de pluralismo, pois existem hierarquias, desigualdades e relações de poder que as articulam e as confrontam (ORTIZ, 2009, p. 249).

Com base em Ortiz (2009) percebemos que não existe cultura global, mas sim, existe um processo de mundialização da cultura que está acoplado a um processo de globalização econômica e tecnológica. Estamos construindo um processo de globalização em que a cultura ocupa uma parcela, e existem novas linhas de força. Com relação à Capoeira, podemos inferir que o seu conjunto de signos se desterritorializam. Estamos, portanto, tratando de um imaginário coletivo transnacional da Capoeira. E o *Red Bull Paranauê* surge somente como um dos segmentos de um todo dinâmico de projeções midiáticas e mercadológicas existentes e que ainda virão.

A expansão do capitalismo e da modernidade conduz a mundialização de diversas manifestações culturais, inclusive da Capoeira enquanto bem imaterial nacional e da humanidade. É provável que foco da discussão não deva mais estar centrado numa identidade fixa ou global da Capoeira, mas em uma esfera interativa de construção da mesma, pois está relacionada às transformações econômicas e tecnológicas. É na interligação entre o local e o global que a Capoeira, enquanto bem cultural, encontra-se mundializada. García-Canclini (2006) destaca que a partir dos anos 1980:

A abertura da economia de cada país aos mercados globais e a processos de integração regional foi reduzindo o papel das culturas nacionais. A transnacionalização regional foi reduzindo o papel das culturas nacionais. A transnacionalização das tecnologias e da comercialização de bens culturais diminuiu a importância dos referenciais tradicionais de identidade (GARCÍA-CANCLINI, 2006, p. 130).

De acordo com Ortiz (2013, p. 609) “todo debate sobre identidade nacional pressupõe algumas categorias de análise, sendo nação e cultura duas dentre as mais importantes”. O sociólogo busca então saber em quais proporções as transformações ocorridas nas últimas décadas incidem “sobre a imagem que temos de nós mesmos, isto é, as representações simbólicas construídas em torno da tradição brasileira”.

O processo de mundialização da cultura coloca as coisas de outra maneira, a nação é atravessada de forma desigual e diferenciada por seu movimento. Seu espaço homogêneo é crivado de heterogeneidade, global, local, nacional, a entrecruzar-se e interpenetrar-se num emaranhado de fluxos¹². A centralidade da identidade nacional desloca-se e tem dificuldade de impor-se. O espaço da modernidade-mundo torna-se assim um território em torno do qual um

¹² Cf. Renato Ortiz, “Espaço e territorialidade”; e “Modernidade-mundo e identidades” in Um outro território, São Paulo, Olho d’Água, 1996.

conjunto de representações identitárias podem ser construídas (ORTIZ, 2013, p. 623).

Ortiz (2013) evidencia também que

No mundo globalizado é a inter-relação dos países que determina – em boa parte, não inteiramente – suas possibilidades de expansão e desenvolvimento. Diante do mercado global, das grandes corporações transnacionais, os problemas já não podem ser definidos exclusivamente em âmbito nacional (ORTIZ, 2013, p. 622).

Deste modo, a partir do momento em que a Capoeira atua em um processo de mundialização ela também condiciona e está condicionada a estas inter-relações do mundo globalizado. Acreditamos, portanto, que o caso do *Red Bull Paranauê* pode ser estudado em uma perspectiva do folkmarketing, pois esta:

É uma modalidade comunicacional, com base nas matrizes teóricas da teoria da folkcomunicação e do *marketing*, estrategicamente adotada pelos gestores comunicacionais dos mercados regionais, apresentando como característica diferenciada a apropriação das expressões simbólicas da cultura popular, no seu processo constitutivo, por parte das instituições públicas e privadas, com objetivos mercadológico e institucional (LUCENA FILHO, 2007, p. 91).

Pode-se inferir que as pressões da indústria cultural são fatores agravantes da crise de identidade vivenciada na atualidade. Para Lucena Filho (2007, p. 90) tem-se que “o folkmarketing catalisa, na constituição do processo comunicacional, elementos singulares das identidades, regionais ou locais, que passam a alimentar e mobilizar os sentidos de pertencimento e de valoração das tradições e dos saberes do povo”.

Stuart Hall (1998, p. 21) destaca que “uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida”. Dessa maneira, o autor explana que podemos reconfigurar o pensamento acerca do global e local, ou seja, não como substitutivos, mas como uma nova articulação entre um e outro (HALL, 1998, p. 77).

As diferentes concepções culturais desembocam tanto em negociações quanto em desmembramentos, o que podemos compreender enquanto fenômeno da “heterogeneidade multitemporal”. Esta é uma reflexão que tecemos com base na abordagem de Néstor García-Canclini (1997, p. 72), quando este aborda a hibridização cultural, o entrelaçamento da cultura

com os meios massivos de comunicação, com seus processos de recepção e a apropriação dos bens simbólicos engendrando as “culturas híbridas”.

O antropólogo García-Canclini (1997, p. 113) afirma que “a hibridação sociocultural não é uma simples mescla de estruturas ou práticas sociais discretas, puras, que existiam em forma separada, e ao combinar-se, geraram novas estruturas e novas práticas”, pois também pode ocorrer de forma espontânea, imprevista. O autor conceitua hibridismo cultural como os “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (GARCÍA-CANCLINI, 1997, p. 19).

Considerações finais

A análise da ação promovida pela *Red Bull* desemboca no folkmarketing, conceito apresentado por Lucena Filho (2007, P. 90) “como uma modalidade comunicacional no segmento da indústria massiva”. Compreendemos que a Capoeira se converte em “conteúdo midiático de natureza mercadológica e institucional, via apropriação do universo simbólico”, e é projetada, sobremaneira, como esporte de alto rendimento pela empresa *Red Bull*.

Há pouco mais de quinze anos, Campos (2001, P. 54) afirmava que a Capoeira de alto rendimento praticamente era inexistente e, ainda que se tratando de um esporte novo, necessitava de estudos que pudessem consubstanciar a sua atuação desportiva para sua configuração ser enquadrada quanto desporto moderno. No entanto, o autor defendia que “não se pode perder de vista o que a Capoeira tem de mais importante e significativo, que é o seu valor como uma manifestação cultural, popular e atlética que representa o espírito do povo brasileiro”.

À luz de Freire (2014, p. 205), faz-se necessário conjecturar em que medida a ação da empresa de energéticos se apresenta como *invasão cultural*. “Os invasores modelam; os invadidos são modelados. Os invasores optam; os invadidos seguem sua opção”. Para o autor o “invasor” mostra-se como se fosse alguém próximo que oferece ajuda, no entanto, essa ação é uma maneira de se sobrepor econômica e culturalmente em relação ao “invadido”.

A preocupação com a cultura da Capoeira, talvez, deva estar pautada na alternativa de novo senso comum tratado por Santos (2011). Este novo senso comum deve ser construído por três dimensões, “a solidariedade (dimensão ética), a participação (dimensão política) e o

prazer (dimensão estética)" (SANTOS, 2011, p. 111). A dimensão ética está diretamente vinculada com a responsabilidade. "A nova ética não é antropocêntrica, nem individualista, nem busca apenas a responsabilidade pelas consequências imediatas. É uma responsabilidade pelo futuro" (SANTOS, 2011, p. 112) "O indivíduo e a colectividade devem ser considerados pólos num *continuum*, e devem definir-se critérios para dividir a responsabilidade pelos vários grupos sociais que integram esse espectro" (SANTOS, 2011, p. 113).

Sobre a dimensão política, é interessante compreender que o princípio da participação social sempre implica numa dimensão política, e com isso em sua liberdade. Santos (2011) aponta que esta segunda dimensão não deve estar confinada aos setores convencionais, à esfera pública (Estado), aos meios de comunicação, nem ao consumo de massas. Portanto "quando mais vasto for o domínio da política, maior será a liberdade. O fim da política significará sempre, duma forma ou doutra, o fim da liberdade" (SANTOS, 2011, p. 113). Por conseguinte, a dimensão estética está fundada nas emoções, no prazer e na paixão nas/das/ e pelas práticas sociais locais-globais que buscam a proximidade, a solidariedade, rompendo com a razão utilitarista, o instrumentalismo e os conceitos frios.

Entendemos que as transformações da cultura e suas expressões coletivas, especialmente nesta era de apelos midiáticos e mercadológicos constantes, ocorrem de forma contínua e espontânea em distintos contextos espaço-temporais e condições socioeconômicas. Portanto, se é em nome de uma coletividade que o indivíduo capoeirista atua, representa e se sente representado, espera-se uma postura preocupada com a comunidade, que deve ser ética, política e estética. Pensamos ser estas dimensões necessárias para a construção do novo senso comum, como nos fala Santos (2011). Campos (2001) complementa quando assevera que:

Como esporte participação, a Capoeira é privilegiada pela manifestação espontânea, porque o seu jogo pode surgir em qualquer lugar e a qualquer hora, não necessitando de aparatos especiais (...), no sentido da colaboração e do despertar para algo que ofereça prazer e alegria. A rigor, essa Capoeira participação nasce apenas da intuição do querer viver em liberdade (CAMPOS, 2001, p. 54).

Há de convir que, apesar de que a visibilidade e o reconhecimento mundial possa contribuir de modo afirmativo, é mister manter a vigilância no que tange as diferentes dinâmicas contemporâneas de agentes, grupos e organizações interessados, tão-somente, na

Capoeira enquanto bem de consumo e/ou entretenimento fugaz, circunstâncias estas que, via de regra, predispõem à visibilidades distorcidas e espetacularizações midiáticas, bem como rompimentos na comunidade capoeirística.

Por fim, considerando o atual contexto de mundialização da Capoeira e após todos estes desdobramos, que consistiram na Capoeira enquanto Patrimônio Imaterial, as breves reflexões acerca da identidade cultural, observamos também que a complexidade da Capoeira vem a transpor o tipo *distração* e o gênero *Folkcomunicação Cinética* (MELO, 2008) apresentado no quadro da taxionomia da Folkcomunicação.

Referências

- BIBINHA. Depoimento disponível em: < <https://www.redbull.com/br-pt/baiana-e-paulista-alemao-sao-campeoes-do-red-bull-paranaue-2018> > Acesso em: 18 abr. 2018.
- BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Roda de Capoeira e ofício dos mestres de capoeira**. Brasília, DF: Iphan, 2014.
- CAMPOS, Helio. **Capoeira na universidade**: uma trajetória de resistência. Salvador: SCT, EDUFBA, 2001.
- CORNIANI, F. R. A folkcomunicação na era digital. In: MELO, José Marque de, FERNANDES, Guilherme Moreira. (Orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.
- CONTRA-MESTRE JOSUÉ ROCHA. Entrevista com o contra-mestre Josué via Whatsapp, 18 abr. 2018, Parnamirim-RN.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.
- GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa, Editora UEPG, 2007.
- GARCIA-CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da Culturas da Modernidade. São Paulo: Edusp, 1997.
- _____. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 6. ed. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2006.

GUGU. Disponível em: < <https://www.redbull.com/br-pt/baiana-e-paulista-alemao-sao-campeoes-do-red-bull-paranaue-2018> > Acesso em: 18 abr. 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro: Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

IPHAN. **Roda de Capoeira e ofício dos mestres de capoeira**. Dossiê Iphan, n.12, Brasília, DF: Iphan, 2014.

_____. **Constituição Federal**. Disponível em: < http://portal.iphan.gov.br/uploads/legislacao/Constituicao_Federal_art_216.pdf > Acesso em 8 abr. 2018.

JEAN PANGOLIN. Transmissão ao vivo pelo Facebook em fev. 2018. Papoeira com Mestre Jean pangolin; Tema: - Red Bull Paranauê. Disponível em: <<https://www.facebook.com/jean.pangolin/videos/10214733154906745/?q=Red%20Bull%20PAranau%C3%AA>> Acesso em 8 abr. 2018.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. Folkmarketing. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa, Editora UEPG, 2007.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular**: história, taxonomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. Taxonomia da Folkcomunicação. In: MELO, José Marques de; GUILHERME, Moreira Fernandes (orgs.). **Metamorfose da folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo, Editae Cultural, 2013.

MESTRANDO PERNINHA. Conversa com o Mestrando Perninha via Whatsapp no Grupo Estudos de Capoeira, 18 abr. 2018, Parnamirim-RN.

MESTRE COBRA MANSA. Reflexão sobre o RedBull paranauê publicado em 5 mar. 2018. Disponível em: < <http://terreirodegriots.blogspot.com.br/2018/03/reflexao-sobre-o-redbull-paranaue-por.html?m=1> > Acesso em: 18 abr. 2018.

MESTRE FERRADURA. Repercussões: Red Bull paranauê – 3 bons motivos para você apoiar o Red Bull Paranauê (e um para não apoiar). Disponível em: < <http://portalcapoeira.com/capoeira/publicacoes-e-artigos/repercussoes-red-bull-paranaue> > Acesso em: 18 abr. 2018.

MESTRE SABIÁ. Entrevista publicada em 11 de março de 2017. Disponível em: < <http://www.papoeira.com/pt/2017/04/18/entrevista-com-mestre-sabia/> > Acesso em: 20 abr. 2018.

MESTRE ROBSON. Conversa com o Mestre Robson [Fora-do-Ar] via Whatsapp. 8 abr. 2018, Parnamirim-RN.

_____. Conversa com o Mestre Robson [Fora-do-Ar] via Whatsapp, 16 abr. 2018, Parnamirim-RN.

ORTIZ, Renato. **Globalização**: notas sobre um debate. Sociedade e Estado, Brasília, v. 24, n. 1, p. 231-254, jan./abr. 2009. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/se/v24n1/a10v24n1.pdf> > Acesso em 19 abr. 2018.

_____. **Imagens do Brasil**. Revista Sociedade e Estado - Volume 28 Número 3 Setembro/Dezembro 2013, p. 609-633. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/se/v28n3/a08v28n3.pdf> > Acesso em 20 abr. 2018.

PAPOEIRA. **Mestre Sabiá**. Entrevista publicada em 11 de março de 2017. Disponível em: < <http://www.papoeira.com/pt/2017/04/18/entrevista-com-mestre-sabia/> > Acesso em: 20 abr. 2018.

PORTAL DA CAPOEIRA. **Repercussões**: Red Bull paranauê – 3 bons motivos para você apoiar o Red Bull Paranauê (e um para não apoiar). Disponível em: < <http://portalcapoeira.com/capoeira/publicacoes-e-artigos/repercussoes-red-bull-paranaue> > Acesso em: 18 abr. 2018.

RED BULL BRASIL. **Baiana e “paulista-alemão” são campeões do Red Bull Paranauê 2018**. Disponível em: < <https://www.redbull.com/br-pt/baiana-e-paulista-alemao-sao-campeoes-do-red-bull-paranaue-2018> > Acesso em: 18 abr. 2018.

RED BULL. **Melhores momentos do Red Bull Paranauê**. Disponível em: < <https://www.redbull.com/br-pt/video-melhores-momentos-do-red-bull-paranaue> > Acesso em: 18 abr. 2018.

_____. **Red Bull Paranauê**. Disponível em: < <https://www.redbull.com/br-pt/events/red-bull-paranaue> > Acesso em: 3 abr. 2018.

SANTOS, Boaventura de Sousa Santos. **Para um novo senso comum**: a ciência, o direito e a política na transição paradigmática. 8. ed. São Paulo, Cortez, 2011, v.1. A crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência.

TERREIRO DE GRIOTS. **Reflexão sobre o RedBull paranauê**, por Mestre Cobra Mansa. Publicado em 5 mar. 2018. Disponível em: < <http://terreirodegriots.blogspot.com.br/2018/03/reflexao-sobre-o-redbull-paranaue-por.html?m=1> > Acesso em: 18 abr. 2018.

WOITOWICZ, Karina Janz. **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa, Editora UEPG, 2007.

Artigo recebido em: 21/04/2018

Aceito em: 16/06/2018