

# IDENTIDADE E HIBRIDISMO CULTURAL NA MANIFESTAÇÃO DO BOI DE MÁSCARAS VELUDINHO EM BELÉM – PA

Danielle dos Reis Blanco <sup>1</sup>

Este trabalho tem como proposta estudar a manifestação cultural do Boi de Máscaras no Estado do Pará, no objeto do Boi Veludinho, por meio de uma leitura sociológica do espetáculo e intercalando os elementos da manifestação cultural com os conceitos propostos por teóricos da Escola de Frankfurt, em especial conceitos de indústria cultural. O método utilizado para esta pesquisa é a história oral por meio da análise da narrativa de Seu Nivaldo, participante e guardião do Boi de Máscaras “Veludinho” do Bairro do Guamá. Neste contexto podemos perceber a dinamicidade das manifestações culturais através de conceitos de cultura popular, proposto por Ayala, bem como, o estudo dos conceitos propostos por teóricos da Escola de Frankfurt.

Palavras-Chaves: Boi de Máscaras, Cultura Popular, Frankfurt, Indústria Cultural.

“Tenho quase tanta dificuldade com o ‘popular’ quanto tenho com ‘cultura’. Quando colocamos os dois termos juntos, as dificuldades podem se tornar tremendas”. (HALL, 2007, p. 246).

Início esse trabalho de pesquisa citando Stuart Hall por acreditar que é necessário ter um cuidado especial ao tratar de conceitos como esses: **cultura, popular, cultura popular**, entre outros, que com igual significância tomam, como principal material para coexistirem a presença humana. Não existe cultura sem o seu principal agente: O homem. Quando o termo ganha mais uma adjetivação e passa a ser denominado de Cultura Popular, precisa-se então, que o cuidado seja redobrado. Quando a adjetivação sai do **popular** para **indústria**, a relação muda, os agentes continuam os mesmos, é e sempre será o homem, o único capaz de produzir cultura e, o único capaz, também, de classificá-la.

Tratar de cultura popular não é tão simples quanto parece ter a carga semântica desta palavra **popular**. Pensa-se que cultura popular é o grupo de carimbó que se apresenta aos domingos na Estação das Docas<sup>2</sup>, ou ainda que o termo pode se referir a comer bolo de

---

<sup>1</sup> Graduada em Letras – Habilitação língua portuguesa e literaturas vernáculas pela Universidade Federal do Pará – UFPA, aluna especial do mestrado de letras da UFPA, e-mail: [danielle.blanco@yahoo.com.br](mailto:danielle.blanco@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Estação das Docas é um dos maiores complexos turísticos do estado do Pará, onde se concentram espaços para música, dança e teatro, além de redes de restaurantes e lojas que vedem souvenirs relacionados à cultura do estado. A Estação das Docas é um dos principais palcos das apresentações do Boi de Máscaras Veludinho,

fubá, mingau de milho e pular fogueiras no dia 24 de junho, ou ainda fazer o terço da alvorada às 5h e 30 min. da manhã. Na realidade tudo isso é e pode ser considerado de cultura popular, pois é realizado pelo povo. Desse modo então porque diferenciar uma cultura de outra? Porque não considerar que tudo que é manifestação cultural só pode existir se for realizada pelo povo? Portanto, toda cultura é simplesmente cultura sem importar se é popular, erudita, artística, de massa ou industrial; tudo está no mesmo balaio. Será que não percebemos que ao classificar essas manifestações culturais estamos dessa maneira diferenciando-as e conseqüentemente tornando-as muitas das vezes dicotômicas?

É importante que saibamos que esta denominação **popular** para cultura existe porque também existe uma outra denominação que é a **erudita**, e desta maneira então a tradição dicotômica, bem e mal, feio e bonito, céu e inferno; compreende também no campo da cultura. E é por haver essas dicotomias que temos os opostos: Erudito X Popular. A cultura popular tem sua realidade nas classes subalternas, nos poucos, ou nada, escolarizados, essa dicotomia que faz com que a exista uma Cultura Popular existe por conta da existência da sociedade moderna capitalista, que relaciona poder aquisitivo, monetário com o poder simbólico, de quem é mais culto, quem pode mais, e é está mesma sociedade capitalista que vem a gerar uma outra manifestação da cultura que trataremos logo a seguir: A Indústria Cultural.

Escrever a história da cultura das classes populares exclusivamente a partir do interior dessas classes, sem compreender como elas constantemente são mantidas em relação à produção cultural dominante não é viver no século vinte<sup>3</sup>. (HALL, 2003, p. 258).

Como bem nos coloca Stuart Hall em seu artigo denominado “Notas para a desconstrução do popular”, (2003), é importante que situemos a cultura popular com outros fatores que lhes são externos. Não é recomendado que estudemos determinado comportamento humano sem que saibamos que influências causaram tal comportamento. Da mesma forma acontece com a cultura popular, é preciso saber as condições de produção, o que acontece ao seu redor para entender como esta se manifesta. Deixo claro que minha

---

tendo este, fotografias no site oficial da Estação das Docas estampando o layout do mesmo, desta maneira percebendo-se a forte ligação de produto exposto para o consumo, indústria cultural, indústria do turismo.

<sup>3</sup> Stuart Hall se refere nesta citação ao século XX, pois seu livro “Dá diáspora: identidades e mediações culturais” foi escrito neste período.

posição nesta pesquisa é que podemos, sim, mesclar as variadas maneiras de expressão da cultura, onde há cultura popular há também um pouco de erudita, um pouco de artística, sem que tomemos para nós a carga tão grande de separar e isolar tais manifestações. Precisamos a todo instante lembrar que todos esses nomes que alimentam tais dicotomias são na verdade o ressoar de uma mesma coisa, maior que tudo isso que é a cultura.

Ao trabalhar com o Boi de Máscaras<sup>4</sup> Veludinho, do bairro do Guamá, bairro periférico da cidade de Belém, capital do estado do Pará, uma dúvida me pairou a cabeça: “Mas como irei tratar meu objeto de pesquisa?” Grupo folclórico? Grupo de manifestação da cultura popular? Cultura artística? Logo e sofredamente percebi que ao Boi Veludinho cabe todas essas atribuições, além de dizer que o referido grupo também é um produto da chamada indústria cultural, indústria de consumo e da indústria turística.

A posição que tomei diante desta pesquisa, em um primeiro momento foi a de grande curiosidade, foi a curiosidade que moveu meus primeiros pensamentos em relação a este objeto. Com o passar do tempo, e com o amadurecimento teórico, proporcionado pelo grupo de pesquisa, do qual faço parte há três anos, o “Rotas do Mito”<sup>5</sup>, pude perceber e entender questões básicas para a realização deste trabalho, lembrando aqui se trata de uma comunicação oral, portanto é apenas a ponta do “ice berg” que pretendo levar a diante durante a jornada acadêmica que pretendo seguir. Pois bem, perceber questões básicas como o fato de que a discussão sobre cultura é inesgotável por vários motivos, e um que acredito ser primordial, a cultura não é estanque, está em constante transformação; faz com que o trabalho tome um rumo que não é da exatidão e sim da sugestão, dizendo claramente, após observar meu objeto, ir para campo coletar a narrativa, analisar o discurso, a imagem. Pude perceber que a manifestação cultural do Boi de Máscaras Veludinho, pode sim ser tratada como uma manifestação da cultura popular, como é anunciado em suas apresentações pela Estação das Docas. Mas isto é possível somente porque o conceito de cultura não é puro, nem mesmo exato.

Quero afirmar o contrário que não existe uma ‘cultura popular’ íntegra, autêntica e autônoma, situada fora o campo de força das relações de poder

---

<sup>4</sup> Boi de Máscaras é uma manifestação da cultura popular do Pará que teve origem na cidade de São Caetano de Odivelas, município localizado no Nordeste do estado, na microrregião do Salgado.

<sup>5</sup> Rotas do Mito é um grupo de pesquisas ligado ao mestrado de letras da Universidade Federal do Pará e coordenado pelo Prof. Dr. José Guilherme Fernandes.

e de dominação culturais. Em segundo lugar, essa alternativa subestima em muito o poder da inserção cultural. Este é um ponto delicado, pois ao ser apresentado abra-se à acusação de que está apoiando a tese da implantação cultural. O estudo da cultura popular fica se deslocando entre esses dois pólos inaceitáveis: de ‘autonomia’ pura ou do total encapsulamento. (HALL, 2003, p. 254)

Como propõe Hall, é necessário que estudemos a cultura popular como um todo, dentro de uma dinâmica de sistemas e não apenas isolar uma parte, como no caso do Boi Veludinho, não me é recomendado que apenas perceba as dimensões de suas apresentações sem entender o porquê de elas ocorrerem, entender o processo sofrido e o produto gerado. Uma manifestação cultural, turística, artística, ou seja, do que se pode ser mais conveniente chamá-la, não nasce do nada. Não surge da noite pro dia e muito menos se fixa ocasionalmente como atração de um complexo turístico tão importante como é a Estação das Docas. Fatores externos e internos ocorreram para que o Boi Veludinho nascesse, crescesse e permanecesse no cenário paraense.

Aqui neste trabalho eu levanto a bandeira de que uma manifestação cultural não resiste sozinha e pura, por exemplo, não acredito que determinada coisa seja uma manifestação da cultura popular somente, com todos os traços classificatórios em determinada cultura, nem que também possa simplesmente ser um objeto produzido pela indústria cultural, apenas mais um produto a ser consumido que amanhã não haverá mais nem lembranças, pois a indústria já tem outro “brinquedo” em mãos. Acredito na possibilidade que Canclíni apresenta em seu trabalho intitulado *Culturas Híbridas; estratégias para entrar e sair da modernidade* (1998), denominada como hibridismo cultural, ou seja, no caso específico do Boi Veludinho há uma mistura dessas manifestações culturais e faz com que o Boi se apresente desta forma, adquira esta característica. Utilizo essa idéia para o Boi de Máscaras Veludinho, pois foi o qual pude perceber por meio das pesquisas relevantes a esse trabalho; as demais manifestações do Boi de Máscaras existentes no estado do Pará, ou até mesmo fora do estado, foram, algumas, pesquisadas por meio de literaturas específicas e poucas observações. Portanto a máxima opinião que posso ter acerca das demais manifestações é simplesmente por meio de observação do que pude ver entre uma apresentação ou outra, relacionando, algumas vezes, com embasamento teórico, mas sem pesquisa de campo.

“A indústria cultural fabrica produtos cuja a finalidade é de serem trocados por moedas” (COELHO, 2007, p. 24).

Início minhas observações acerca da indústria cultural com a citação de Teixeira Coelho, não por acreditar que é uma verdade absoluta, mas sim, por que quando pensamos em indústria cultural, logo nos vem à mente a idéia de fabricar produtos para serem expostos em uma vitrine, visando à intenção do consumo. A indústria cultural, diferente da maneira como acontece com a cultura popular, é uma criação advinda também da sociedade capitalista moderna e se fixou, ganhou essa força estrondosa com o surgimento dos meios de comunicação de massa, o rádio, a televisão, a internet; tudo contribuiu e ainda contribui para esse “progresso” cultural. Se anteriormente tínhamos uma cultura popular e outra cultura dita erudita, a indústria cultural através dos meios de comunicação como o rádio, a televisão, o folhetim e mais contemporaneamente a internet e todos os recursos que esta proporciona; “popularizou” o que era erudito, difundindo por meio da produção em série objetos que seriam únicos. Como um exemplo disso, temos o tão comentado e aclamado quadro da Monalisa, pintado por Leonardo da Vinci, mas veiculado em série por meio da indústria cultural e de consumo. Hoje não precisamos ir mais ao museu do Louvre em Paris para saber quem é essa tal de Monalisa, ou ainda se quisermos ver o quadro original, aquele pintado pelo próprio Da Vinci, basta um *click* na tecla de um computador que esteja ligado a internet e pronto, temos a nossa disposição não apenas a obra do Leonardo da Vinci, mas como o museu inteiro, bem como as principais biblioteca, os principais teatros, os mais importantes monumentos, tudo disposto ao nosso consumo intelectual.

A indústria cultural só iria aparecer com os primeiros jornais. E a cultura de massa, para existir, além deles exigiu a presença, neles, de produtos como o romance de folhetim – que destilava em episódios, e para amplo público, uma arte fácil que se servia de esquemas simplificadores para traçar um quadro da vida na época (mesma acusação hoje feita às novelas de TV). Esse seria sim, um produto típico da cultura de massa, uma vez que ostentaria outro fato caracterizador desta: o fato de não ser feito por aqueles que o consumiam. (COELHO, 2007, p. 9).

Esta mesma forma de difusão que acontece com a chamada cultura erudita, pode ser percebida também na cultura popular. Essa por sua vez, sofre algumas alterações e é exposta ao mercado do consumo, da diversão, do turismo. Aqui posso citar uma experiência

peçoal. Em 2006 tive a oportunidade de conhecer a Serra dos Carajás no estado do Pará, bem como sua reserva ecológica e indígena. Na mesma ocasião pude também conhecer a cidade planejada para os moradores que trabalham naquela empresa. Ao andar pra cima e para baixo, com o comportamento um tanto (equivocado) turístico, de querer conhecer tudo em apenas um dia; um evento despertou minha atenção; os índios da reserva indígena que fica situada nas proximidades da tal cidade planejada, ficavam à portas da cidade e do parque ecológico, chamando a atenção dos turistas que por ali circulavam, eles (os índios) simplesmente ofereciam tirar fotos com os turistas em troca de cinco reais. Um exemplo claro de uma cultura sendo trocada por moeda, capital. Óbvio que não serei tão inflamada ao ponto de dizer que este comportamento está certo ou errado, ou ainda que uma simples fotografia seja capaz de arrancar a cultura indígena e dá-la aos brancos para que estes, mais tarde ao contarem de sua viagem aos amigos narrem das coisas exóticas vistas.

Pode-se dizer que a cultura popular é a moeda forte da indústria do turismo e tem como grande e talvez principal aliada a indústria cultural. Aqui no estado do Pará, uma das principais vitrines para esses consumos é o complexo turístico da Estação das Docas. No lugar encontramos além das apresentações de grupos de carimbó e outras danças “populares”, “típicas” do nosso estado, encontramos também, a culinária paraense, além de lojinhas que vendem “lembrancinhas” do Pará a fim de que quando o turista chegar em sua terra tenha a sensação de que carregou consigo um pouquinho do estado, seja pelo consumo da comida, pelo passeio de barco feito às margens da Baía do Guajará, ou ainda, pelos *souvenirs* que carregaram consigo.

É necessário que entendamos estas ações não de maneira puristas, simplesmente condenado tal fenômeno, mas sim, que percebamos que a indústria cultural não precisa ser mais uma oposição à cultura popular, não é necessário criar aqui essas dicotomias, o interessante é vê-las como fenômenos de extensão uma da outra.

Mas parece inevitável, também, que se estabeleça um confronto entre a cultura de massa e a cultura popular – propondo-se entre ambas um relacionamento de subordinação e exclusão quando, na verdade, deveriam ser entendidas em termos de complementação. (COELHO, 2007, p. 20).

É evidente que existem as grandes diferenças entre as duas manifestações e o modo como as duas coexistem em um determinado meio social. A cultura popular, por exemplo,

por não ter sua natureza ligada tão fortemente ao mercado, não tem como principal preocupação a idéia de agradar as massas, portanto, suas manifestações se dão por meio de brincadeiras próprias de determinado grupo que a produz. Quando alguém inserido no contexto da cultura popular decide colocar o Boi de Máscaras nas ruas, não se tem neste momento a intenção de trabalho, o boi vai sair para divertir o povo, para alegrar e para brincar, como em um grande cordão; quem quiser participar é só vestir a roupa e entrar, ou mesmo sem a fantasia, pode mexer com o boi e os demais brincantes, se cansar também pode parar no momento em que quiser, sem a obrigação de terminar a apresentação, simplesmente porque não existe a tal idéia de apresentação.

Diferente acontece como o Boi Veludinho, quando esse assume o papel de produto da indústria cultural. A apresentação do Boi Veludinho se dá inicialmente por meio de um contrato, não é o brincante do boi que decide colocar o boi na rua, até porque o espaço é outro. O contratante convoca o responsável pelo Boi Veludinho e contrata sua apresentação, em troca de alguns minutos de exibição de uma manifestação do folclore paraense há um pagamento, chamado de cachê, pagamento próprio para apresentações artísticas, através desse cachê, o contratante “compra” a apresentação do boi, define dessa maneira a hora, o local em que este deverá ser apresentado, eventualmente que tipo de apresentação poderá ser executada pelo grupo. Neste tipo de contrato existe um número fixo de pessoas que vão sair no boi, com quantas pessoas iniciar a apresentação, será determinado que terminem. As roupas utilizadas são padronizadas e há a presença de um público, este não interfere na apresentação, salvo quando for convidado pelo artista / brincante.

a) um tempo industrial, reforçado pela ideologia dominante. O tempo industrial caracteriza-se pela imposição de uma disciplina de tempo que se internaliza nos sujeitos, através do tempo do trabalho, comandado pelo relógio ou pelo relógio de ponto e também pela imposição de formas de consumo das horas de folga (...).

b) um tempo comunitário, reforçado por visões de mundo e regido por tarefas, tipo de trabalho mais próximo ao ritmo da natureza, em que o trabalho muitas vezes é desenvolvido com auxílio mútuo, o que equivale a dizer que o trabalho é compartilhado. (AYALA, 2002, p. 4)

É importante perceber que essa diferença apresentada anteriormente deve-se sobre tudo a duas temporalidades distintas. De um lado temos as temporalidades ligadas a um

tempo comunitário, e do outro, a um tempo industrial. É o que argumenta Ayala (2002), em seu ensaio *Cultura Popular e Temporalidade*, tendo como base as propostas E. P. Thompson em *Tempo, disciplina do trabalho e capitalismo industrial* (1998) que indica a existência dos dois tempos na realidade presente da cultura brasileira. Dessa maneira fica evidente que no tempo comunitário que é o oposto neste caso do tempo industrial, está diretamente ligado ao tempo da cultura popular. As ações coletivas tornam-se de maior importância em relação às ações particulares, ou privadas, que marcam caracteristicamente as ações do tempo industrial.

Portanto podemos concluir que tentar classificar tal manifestação pode nos acometer em um equívoco conceitual, pois fica claro que a manifestação do Boi de Máscaras Veludinho está inserida no que podemos conceituar de hibridismo cultural. De um lado temos todos os aspectos da cultura popular e suas características, mas temos também características próprias da indústria do consumo, da indústria cultural.

#### REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ARANTES, Antônio Augusto. *O que é cultura popular*. 14 ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

AYALA, Maria Ignez Novais; AYALA, Marcos. *A cultura popular no Brasil*. 2. Ed. São Paulo: Ática, 1995.

AYALA, Maria Ignez Novais. *Cultura popular e temporalidade*. Ensaio originado do texto-base da conferência “Diferentes temporalidade da literatura oral e popular”, apresentada em Gramado, 26/06/2002, no GT Literatura Oral e Popular da ANPOLL, em seu XVII Encontro Nacional.

ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. Ed. Paz e Terra.

CANCLINI, Nestor García. *As culturas híbridas; estratégias para entrar e sair da modernidade*. Tradução Heloisa Pezza Cintrão. 2.ed. São Paulo: Edusp, 1998.

COSER, Stelamaris. *Híbrido, hibridismo e hibridação*. In: FIGUEIREDO, Eurídice (org). *Conceitos de Literatura e Cultura*. Juiz de Fora. UFJF, 2005.

FERNANDES, José Guilherme dos Santos. *O boi de máscaras: festa, trabalho e memória na cultura popular do boi Tinga de São Caetano de Odivelas, Pará*. Belém: EDUFPA, 2007.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.