

O touro expiatório Olhar folkcomunicação sobre o Touro de Ouro da Bolsa de Valores¹

Daira Martins BOTELHO²
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

RESUMO

A instalação de uma escultura no centro da cidade de São Paulo, em frente à Bolsa de Valores, trouxe à tona uma dicotomia: a ostentação de um Touro de Ouro posicionado no reduto financeiro do país enquanto brasileiros voltaram a figurar no mapa da fome e a lutar por ossos descartados pelo fato de não conseguirem comprar alimentos devido à alta constante dos preços. O Touro se tornou, então, expiatório, no sentido de ser usado como alvo para protestos que tinham como objetivo denunciar a real situação econômica vivida pela maior parte da população no Brasil. Por isso, sob a luz da Folkcomunicação, tais manifestações foram observadas e analisadas qualitativamente, a fim de compreender os formatos utilizados pelos autores e as simbologias evidenciadas na intenção comunicacional de cada ato.

Palavras-Chave: Comunicação; Cultura; Folkcomunicação; Manifestações Populares; Touro de Ouro.

Apresentação

Quando Luiz Beltrão iniciou suas pesquisas sobre os ex-votos em Recife, enquanto trabalhava com o jornalista no Diário de Pernambuco, o autor voltou sua atenção para as manifestações da cultura popular historicamente colocadas à margem da sociedade, não eram ouvidas ou mesmo apontadas pela mídia hegemônica. O pesquisador buscou entender como as pessoas se comunicavam, já que os meios tradicionais não eram uma opção e foi a partir dessa visão que surgiu a teoria da Folkcomunicação.

Chamada de “a comunicação dos marginalizados”, a Folkcomunicação trata das manifestações populares que se configuram como formas de comunicação. Como citado, os ex-votos foram os primeiros objetos de estudo, com exemplos por todo o mundo, como as salas de pagamento de promessas (Santuário de Aparecida, Santa Cabeça, entre outros) ou as cruzes colocadas nos lugares onde houve acidente e/ou morte (bicicletas brancas na cidade de São Paulo). Ao observar esses artefatos, Beltrão (1980, 2004) se tratava de algo

¹ Trabalho apresentado no GT Folkcomunicação, do PENSACOM BRASIL 2021.

² Jornalista, docente, Doutora em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) e integrante do grupo de pesquisa Pensamento Comunicacional – PCLA. Email: dairarmb@yahoo.com.br.

muito mais do que apenas objetos, eram contadores de histórias, repletos de simbolismo e, conseqüentemente, uma forma extremamente particular de comunicação, pois revelavam a realidade de determinada região, apontavam para problemas importantes e, até mesmo, por meio de suas leituras, eram capazes externar denúncias.

A teoria da Folkcomunicação passa pela questão da legitimidade e do reconhecimento do outro, ou seja, como afirma Hohlfeldt (2009), a condição de marginalização não é escolhida por aquele considerado como tal, ela é dada. Sendo assim, e ainda de acordo com o autor, trata-se de uma visão teórica que abarca aspectos sociais presentes em determinado contexto histórico, fazendo com que se trate de uma janela capaz de permitir o olhar para dentro da cultura – ou da luta – do outro. Por isso, ela aborda as manifestações populares, as que podem ser encontradas em festas, nos bairros, nos afazeres simples do cotidiano e, também, nos momentos de enfrentamento, reivindicações, protesto e ativismo.

Sob a luz da Folkcomunicação e seu olhar diferenciado para as formas de comunicação existentes nas manifestações do povo, este artigo tem como objetivo analisar os atos que aconteceram após a instalação e inauguração da escultura do Touro de Ouro, no centro da cidade de São Paulo, em frente à Bolsa de Valores. A discussão levantada pelas intervenções leva ao cerne da Folkcomunicação, ou seja, refere-se às diversas formas de comunicação para mostrar aquilo que não está em foco ou não é abordado pela grande mídia e reflete-se nas maneiras que a população encontra para comunicar as alegrias, realizações, mas também suas demandas, denúncias e, principalmente, dores.

O Touro de Ouro

No dia 16 de novembro de 2021, foi colocada uma escultura em formato de touro (Figura 1) em frente à Bolsa de Valores, na cidade de São Paulo. A peça, idealizada pelo economista Pablo Spyer e pelo arquiteto Rafael Brancatelli, dono da DMAISB Arquitetura, foi considerada a versão brasileira do touro norte-americano (Figura 2), que fica em Wall Street³. Logo que foi inaugurada, a escultura dividiu opiniões e levou ao debate questionamentos sobre a atual situação econômica do país, condição antagônica

³ Matéria: “B3 inaugura escultura do Touro de Ouro no centro histórico de São Paulo”. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/11/16/b3-inaugura-escultura-do-touro-de-ouro-no-centro-historico-de-sao-paulo.ghtml>. Acesso em: nov/2021.

ao touro colocado na Rua XV de Novembro, na capital paulista, seja por sua cor (o dourado, remetendo ao ouro), seja por seu significado (a exaltação ao mercado financeiro e, com isso, à economia do país).

Figura 1. Touro de ouro



Fonte: YAHOO NOTÍCIAS, WEB. 2021.

Figura 2. Comparação: Touro de Ouro de São Paulo e Touro de Bronze de Wall Street



Fonte: O POVO, WEB, 2021.

Também chamada de B3, a Bolsa de Valores brasileira instalou o Touro de Ouro juntamente com uma campanha publicitária, afirmando que o significado da obra estaria para além de uma marca representativa do mercado financeiro, ela faria parte de um projeto de contribuição para a revitalização do centro de São Paulo, além de servir como

um ícone motivacional do avanço e da retomada da economia, como afirmou, em nota, seu presidente, Gilson Finkelsztain: “A B3 está trazendo esse novo símbolo para valorizar não apenas o centro de São Paulo, mas o desenvolvimento do mercado de capitais do Brasil.”⁴.

Manifestações e a Folkcomunicação

Logo após a instalação do Touro de Ouro, os dias que se seguiram foram de manifestações que colocaram em evidência a própria existência da escultura, seu significado e simbolismo, o que pode ser visto na análise de cada uma das ações que serão descritas a seguir.

A primeira manifestação como forma de protesto foi a colagem de cartazes com os dizeres “FOME” (Figura 3). A ação aconteceu no dia posterior à instalação da obra⁵ e foi reivindicada por dois grupos: Juventude Fogo no Pavio e Movimento Raiz da Liberdade.

Figura 3. Ato dos grupos Juventude Fogo no Pavio e Movimento Raiz da Liberdade



Fonte: G1, WEB, 2021.

Os componentes do grupo deram uma declaração, na qual afirmam que:

⁴ Matéria: “ACSP pelo retorno do Touro de Ouro da B3”. Disponível em: <https://dcomercio.com.br/categoria/economia/acsp-pelo-retorno-do-touro-de-ouro-da-b3> . Acesso em: dez/2021.

⁵ Matéria: “Touro dourado da B3 é vandalizado pelo 2º dia consecutivo”. Disponível em: <https://br.investing.com/news/stock-market-news/touro-dourado-da-b3-e-vandalizado-pelo-2o-dia-consecutivo-943579>. Acesso em: nov/2021.

Nesta semana, a Bolsa de Valores instalou a estátua do Touro de Ouro no Centro de São Paulo. O que para eles simboliza a força do mercado financeiro, para nós é um símbolo da fome, da miséria e da superexploração do trabalho. Mas, também é um lembrete de que continuaremos na luta por uma vida com dignidade. E é por isso que hoje fizemos essa ação simbólica de protesto⁶.

Trata-se de uma forma de contestar a representação do Touro de Ouro que exalta a questão financeira e o mercado da Bolsa de Valores, mas sublima a grave situação do país, no qual mais de 19 milhões de brasileiros foram acometidos pela fome durante o ano de 2020⁷.

A segunda manifestação aconteceu no dia 18 de novembro, dois dias após a instalação da escultura. O touro amanheceu com escritos em tinta preta e dizeres que remetiam à taxaço dos ricos (Figura 4). O Movimento Juntos foi o responsável pela intervenção e, assim como a ação realizada no dia anterior, também se posicionou em relação à dicotomia existente entre a ostentação do touro e a atual situação do país.

Figura 4. Ação do Movimento Juntos



Fonte: JUNTOS!, WEB, 2021.

⁶ Matéria: “Manifestantes fazem ato contra a fome na Bolsa de Valores em SP”. Disponível em: <https://noticias.r7.com/sao-paulo/manifestantes-fazem-ato-contr-a-fome-na-bolsa-de-valores-em-sp-17112021>. Acesso em: nov/2021.

⁷ Matéria: “Touro de Ouro da Bolsa de Valores amanhece com cartaz em protesto contra a fome no País”. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/2021/11/17/touro-de-ouro-da-bolsa-de-valores-amanhece-com-cartaz-em-protesto-contr-a-fome-no-pais.html>. Acesso em: nov/2021.

Em seu site⁸, o grupo explica que:

A intervenção na escultura inaugurada em frente a Bolsa de Valores em São Paulo é parte da campanha do nosso movimento que busca dizer que *Nem a fome, nem os bilionários deveriam existir: taxar os ricos para combater a crise*. Seguiremos buscando expor a contradição entre a existência de bilionários enquanto o povo vive a procura de ossos de boi e carcaças de frango. Para colocar abaixo essa desigualdade, continuamos em luta pela taxaço de grandes fortunas e por um outro tipo de sociedade, mais igualitária e que não se baseie no lucro de poucos às custas da pobreza de muitos. (grifo dos autores)

No mesmo dia 18⁹, no período da noite, houve outra manifestação, desta vez, de autoria da ONG SP Invisível, que teve como ação principal a realização de um churrasco em frente ao Touro para as pessoas em situação de rua (Figuras 5 e 6), o foco de ajuda da ONG.

Figura 5. Churrasco da ONG SP Invisível



Fonte: G1(b), WEB, 2021.

Assim como as outras duas ações, essa também apresentou e questionou a contradição da situação do Brasil, principalmente no que tange à população de rua, que

⁸ Matéria: “Movimento Juntos realiza escracho no touro de ouro inaugurado em frente à Bolsa de Valores”. Disponível em: <https://juntos.org.br/2021/11/movimento-juntos-realiza-escracho-na-escultura-inaugurada-em-frente-a-bolsa-de-valores/>. Acesso em: nov/2021.

⁹ Matéria: “ONG faz churrasco para moradores de rua em frente a Touro de Ouro da Bolsa de Valores no Centro de SP”. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/11/18/ong-faz-churrasco-para-pessoas-em-situacao-de-rua-em-frente-a-touro-de-ouro-da-bolsa-de-valores-no-centro-de-sp.ghtml>. Acesso em: nov/2021.

teve 31% de crescimento nos últimos dois anos, especificamente na cidade de São Paulo¹⁰.

Figura 6. Ação da ONG SP Invisível para pessoas em situação de rua



Fonte: G1(b), WEB, 2021.

Em entrevista¹¹, Vinícius Lima, cofundador da ONG SP Invisível, apontou o aumento dos preços, como a carne, e ainda frisou que a situação econômica do país indica um retrocesso: “Falam que o Touro simboliza o progresso e a economia melhorando, mas essa não é a verdade. A verdade é que aumentou o número de pessoas morando na rua, desempregadas, mais pessoas estão passando fome e precisando de comida”¹².

Após todas as controvérsias e intervenções na escultura, o Touro de Ouro foi retirado do local onde foi instalado no dia 23 de novembro de 2021, sob a justificativa de que a obra não tinha licença da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana, por isso violou a Lei Cidade Limpa¹³.

Após a retirada do Touro de Ouro, houve mais uma manifestação: a instalação de uma Vaca Magra no mesmo local (Figura 7). A escultura foi feita pela artista Márcia

¹⁰ Matéria: “População em situação de rua cresceu 31% nos últimos dois anos em São Paulo”. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/populacao-em-situacao-de-rua-cresceu-31-nos-ultimos-dois-anos-em-sao-paulo/>. Acesso em: fev/2022.

¹¹ Matéria: “ONG faz churrasco para moradores de rua em frente a Touro de Ouro da Bolsa de Valores no Centro de SP”. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/11/18/ong-faz-churrasco-para-pessoas-em-situacao-de-rua-em-frente-a-touro-de-ouro-da-bolsa-de-valores-no-centro-de-sp.ghtml>. Acesso em: nov/2021.

¹² *Ibidem*.

¹³ Matéria: “‘Touro de Ouro’ é retirado pela B3, no Centro de SP, após multa por falta de licença”. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/11/23/touro-de-ouro-e-retirado-pela-b3-no-centro-de-sp-apos-multa-por-falta-de-licenca.ghtml>. Acesso em: dez/2021.

Pinheiro e faz parte de uma intervenção denominada “Vacas Magras”: um projeto que visa instalar dez esculturas em diferentes cidades do Brasil como uma forma de alerta às mudanças climáticas que provocam a fome e a seca¹⁴.

Figura 7. Anúncio da instalação feito pela idealizadora da obra



Fonte: INSTAGRAM, WEB, 2021.

O responsável pela instalação, Rafael Rasmoke, é ativista e produtor, ele deixou a escultura no local pela manhã, deixou cartazes e registrou o ato. Funcionários da prefeitura retiraram o material de divulgação deixado pelo ativista e, mais tarde, a polícia foi chamada. Para evitar a perda da escultura, Rasmoke retirou a Vaca Magra antes da chegada dos policiais militares (Figura 8)¹⁵.

¹⁴ Matéria: “‘Vaca magra’ é instalada em frente à Bolsa de Valores, em SP”. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/cidades/vaca-magra-e-instalada-em-frente-a-bolsa-de-valores-em-sp.cccaf5c6d87b210977f3b1ac3e564ca3c2jao62d.html>. Acesso em dez/2021.

¹⁵ Matéria: “‘Vaca magra’ é retirada da Bolsa de Valores, no Centro de SP, para não ser apreendida pela PM”. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/12/09/vaca-magra-e-retirada-da-bolsa-de-valores-no-centro-de-sp-para-nao-ser-apreendida-pela-pm.ghtml>. Acesso em: dez/2021.

Figura 8. Retirada da Vaca Magra



Fonte: G1(c), WEB, 2021.

Considerações

Ao criar a teoria da Folkcomunicação, Beltrão (2004, p. 84) definiu também os seus usuários, aqueles que fazem uso desse tipo de comunicação. Seriam eles: grupos rurais marginalizados, grupos urbanos marginalizados e os grupos culturalmente marginalizados, ou seja, todos aqueles que, de alguma maneira, estão à margem do sistema e do *status quo* estabelecido, seja referente aos meios de comunicação hegemônicos, seja por questões geográficas e/ou culturais. Naquela época, a comunicação de massa dominava, bem como os veículos (impresso, rádio, televisão). Na contemporaneidade, a comunicação se encontra pulverizada por conta da internet e também de veículos independentes, que encontraram na rede mundial de computadores uma ferramenta importante para estabelecer novas formas de se fazer ouvir.

Mesmo assim, a comunicação praticada pela população por meio de suas ações apresenta-se contínua e forte, principalmente por se tratar de atitudes simples e que fazem parte do cotidiano, desde a própria oralidade até o modo de vestir, os hábitos à mesa, o pagamento de promessas, as formas de reivindicar ou fazer denúncias sobre algo que não é ouvido ou dito nos meios de comunicação.

Expiatório vem de expiar que, de acordo com o dicionário, quer dizer pagar, remir-se, sofrer as consequências de. Já a expressão ‘bode expiatório’ é usada para se referir ao pagamento de algo que não fez ou alguma culpa alheia. Foi exatamente o que aconteceu com o Touro de Ouro da Bolsa de Valores em São Paulo: sua instalação não tinha a

intenção de causar o impacto visto ao final de 2021, no entanto, foi ela a responsável pelo desencadeamento de várias ações de protesto e ativismo.

Como afirma Beltrão:

Não se deve esquecer que, enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da Folkcomunicação se destinam a um mundo em que palavras, signos, gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas mantêm relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes integradas da sociedade. (BELTRÃO, 2004, p. 85)

Além de pontuar o que a Folkcomunicação se dá de diferentes formas e por meio dos mais variados veículos, o autor ainda reitera o processo artesanal das mensagens utilizadas, refletido também nas manifestações, pois apresentam-se de forma simples e com “linguagem” direta, em uma correlação com a vivência das pessoas e que pode ser entendida pela maioria das pessoas. As manifestações ocorridas a partir da chegada do Touro de Ouro são singelas, porém, de grande alcance devido ao seu simbolismo.

Em todas as manifestações fica clara a dicotomia entre a ostentação e a severidade, entre a abundância e a miséria, entre a riqueza e a pobreza. Extremos que convivem não somente na cidade de São Paulo, mas no mundo inteiro. Apesar disso, também se mostra evidente que um grupo – geralmente proprietário dos meios de comunicação de massa, aqueles que possuem vez e voz, não precisam ‘gritar’ para se fazer ouvir. Do outro lado, as ações se apresentam justamente como esse grito.

E as manifestações falaram, por meio de cartazes, pichação, da comida – linguagem que possui códigos efetivos, pois, “assim como a língua falada, o sistema alimentar contém e transporta a cultura de quem a pratica” (MONTANARI, 2013, 183-184) – e do embate visual entre um touro forte, musculoso, em posição de ataque, em contraponto à uma vaca caquética, incapaz de servir nem mesmo com sua própria carne¹⁶, considerada o verdadeiro símbolo do Brasil pelo jornalista Leonardo Sakamoto¹⁷.

¹⁶ A dicotomia estabelecida entre o Touro de Ouro e a Vaca Magra também pode ser lida pela questão do gênero, na qual o homem representa a força e a mulher, a fragilidade. O simples fato da escolha da representação masculina remeter à potência e a feminina trazer à tona a decadência, traz um outro significado ao Touro de Ouro e à Vaca Magra, o que, obviamente, poderia ser objeto em outra análise para maior aprofundamento.

¹⁷ Vídeo: ‘Vaca Magra da B3 é o verdadeiro símbolo do Brasil de Bolsonaro, diz Sakamoto. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ryTL-XyRKX8>. Acesso em: dez/2021.

Todas as manifestações demonstraram o caráter folkcomunicação, sua natureza artesanal e horizontal, com o objetivo de transmitir mensagens importantes por um canal nada convencional. As estratégias e o uso das manifestações do saber do povo “potencializa, dá visibilidade a esses produtos culturais, recolocando-os nas redes globais de comunicação, notadamente o rádio, a televisão e a Internet como estratégia da inclusão social.” (TRIGUEIRO, 2006, p. 9-10). As manifestações comprovaram o potencial do ativismo midiático (TRIGUEIRO, 2006) e a importância dos canais alternativos criados pelos grupos para que sejam ouvidos e notados, pautando suas agendas e reforçando a efetividade da comunicação popular.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. ed. 4. reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

G1. **Grupo faz ato contra a fome na Bolsa de Valores, no Centro de SP, após instalação de Touro de Ouro**. 17 de novembro de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/11/17/grupo-protesta-contr-a-fome-na-bolsa-de-valores-de-sp-apos-instalacao-de-touro-de-ouro.ghtml>. Acesso em: nov/2021.

G1(b). **ONG faz churrasco para moradores de rua em frente a Touro de Ouro da Bolsa de Valores, no Centro de SP**. 18 de novembro de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/11/18/ong-faz-churrasco-para-pessoas-em-situacao-de-rua-em-frente-a-touro-de-ouro-da-bolsa-de-valores-no-centro-de-sp.ghtml>. Acesso em: nov/2021.

G1(c). **‘Vaca magra’ é retirada da Bolsa de Valores, no Centro de SP, para não ser apreendida pela PM**. 9 de dezembro de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/12/09/vaca-magra-e-retirada-da-bolsa-de-valores-no-centro-de-sp-para-nao-ser-apreendida-pela-pm.ghtml>. Acesso em: dez/2021.

HOHLFELDT, Antônio. A comunicação enquanto diálogo em Paulo Freire e Luiz Beltrão. In: **Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación**. Ano 6, n.11 (2º sem. 2009), p. 94-102. São Paulo: ALAIC, 2009.

INSTAGRAM. **@marciapinhooficial**. 9 de dezembro de 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CXQrTKWrxo5/?utm_source=ig_embed&ig_rid=5bb00179-e24d-4e85-b058-c8f3741cb04e. Acesso em: dez/2021.

JUNTOS!. **Movimento Juntos realiza escracho no Touro de Ouro inaugurado em frente a bolsa de valores**. 18 de novembro de 2021. Disponível em: <https://juntos.org.br/2021/11/movimento-juntos-realiza-escracho-na-escultura-inaugurada-em-frente-a-bolsa-de-valores/>. Acesso em: nov/2021.

MASSIMO, Montanari. **Comida como cultura**. Trad. Letícia Martins de Andrade. 2 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013.

O POVO. **Família de criador do Touro de Wall Street diz que não foi consultada sobre a versão brasileira da estátua na B3**. 18 de novembro de 2021. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/2021/11/18/familia-de-criador-do-touro-de-wall-street-diz-que-nao-foi-consultada-sobre-a-versao-brasileira-da-estatu-na-b3.html>. Acesso em: nov/2021.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. O ativista midiático da rede folkcomunicacional. In: **Revista internacional de Folkcomunicação**. v. 4 n. 7 (jan./jun. 2006). Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18667/209209214602>. Acesso em: nov/2021.

YAHOO NOTÍCIAS. **B3 ‘copia’ Wall Street e inaugura estátua de touro de ouro**. 16 de novembro de 2021. Disponível em: <https://br.noticias.yahoo.com/b-3-inaugura-estatu-de-touro-de-ouro-em-frente-a-sede-em-sp-170224629.html>. Acesso em: nov/2021.