

A “Queima do Judas”: uma forma de expressão do pensamento popular utilizada pelos grupos urbanos marginalizados

André Luiz da SILVA¹

Resumo

A comunicação com seus semelhantes é essencial para que o homem possa viver em sociedade. Esta relação de contato acontece de várias formas, uma delas e através da Folkcomunicação, a comunicação em nível popular através do folclore. A folk designa o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, pensamentos, ideias, opiniões e atitudes dos grupos urbano, rural e culturalmente marginalizados. Este artigo traz um estudo sobre um dos meios da folk, mais precisamente sobre a Queima do Judas, uma manifestação folclórica muito tradicional no Brasil, realizada na Semana Santa, que expressa o pensamento popular dos grupos urbanos marginalizados que não tem acesso aos meios tradicionais de informação e que por isso utilizam os meios da Folkcomunicação para enviarem suas mensagens.

Palavras chave: Folkcomunicação. Mensagens. Marginalizados.

Introdução

O folclore brasileiro expressa uma grande riqueza de aspectos artísticos, uma forma de linguagem popular, expressão de pensamentos e sentimentos discordantes e opostos ao pensar e refletir das classes oficiais dirigentes. A Queima do Judas é um costume tradicional celebrado na Semana Santa que representa uma manifestação crítica à pessoas públicas, como políticos e personalidades artísticas, que incorrem no desagrado popular.

Os usuários da Folkcomunicação são os excluídos e marginalizados, não só do sistema político como também da comunicação social, submetidos a ideologia e ação planejada dos grupos dirigentes. O termo Folkcomunicação designa o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informação, ideias, opiniões e atitudes dos grupos urbanos, rurais e culturalmente marginalizados, através dos agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore.

¹ Graduado em Comunicação Social pela UEPB, graduando em Letras pela UEPB e pós-graduando em Gestão e Produção Cultural pela UFCG. E-mail: andrecomunicacao@yahoo.com.br

Os grupos urbanos marginalizados possuem um limitado acesso aos meios de comunicação tradicionais como o Rádio, a TV e o Jornal, por isso são subinformados ou equivocadamente compreendedores das mensagens como receptores, o que ocasiona uma reduzida capacidade de decodificação de mensagens jornalísticas.

Para expressarem seus pensamentos estes grupos utilizam os meios da folk como: festas e folguedos populares, danças, ritmos e alguns meios maciços, gráficos folhetos, almanaques, volantes e revistas, de preferência ilustradas, que trazem em si conteúdos que dão interpretação própria a sua realidade e vivência.

Este artigo traz um estudo sobre Folkcomunicação, mas precisamente sobre uma das formas de pensamento dos grupos urbanos marginalizados, a Queima do Judas, uma manifestação popular que expressa as reivindicações, pensamentos e críticas destes grupos que estão à margem das decisões que movem a sociedade e que sofrem as consequências desta posição passiva, restando apenas os meios da Folkcomunicação, neste artigo a Queima do Judas, como forma de expressar o seu descontentamento.

A origem dos sistemas de comunicação e os papéis da elite e da massa no processo de emissão de mensagens

A principal tarefa da comunicação é a de aproximar os homens, seus valores e suas culturas, ela propicia a mistura de valores, interesses ideais e ideologias. “A comunicação está assim omnipresente, valorizada, sem que saibamos se as referências que a rodeiam ainda tem qualquer relação com os ideais em nome dos quais é instrumentalizado” (WOLTON, 2004, p. 08).

A etimologia do sentido da palavra comunicação possui dois sentidos na origem do seu êxito. O primeiro surgido no século II, no ano de 1160, deriva do Latim e remeta para a ideia de comunhão, de partilha, este é o sentido que todos procuramos a comunicação. O segundo sentido diz respeito transmissão e difusão, este sentido surgiu no século XVI e está ligado ao desenvolvimento das técnicas, a começar da primeira de todas, a imprensa, que em seus primórdios difundiu o saber através da escrita, sob a forma dos livros, e depois o jornal. Mais tarde o desenvolvimento da comunicação proporcionou o surgimento do telégrafo, do telefone, do rádio, da TV, enfim dos meios

de massa, e agora na modernidade o fenômeno das novas tecnologias, como exemplo a internet. “A comunicação é inevitável porque mesmo quando não queremos, estamos o tempo todo emitindo mensagens para o outro”. (SANTAELLA, 2001, p. 220).

O homem necessita de códigos para que possa se comunicar com os seus semelhantes. “O código é uma convenção estabelecida por um grupo de pessoas ou por uma comunidade. Por meio dos códigos são construídas e transmitidas mensagens com rapidez” (CEREJA, 2009, p.16).

No período clássico da civilização os romanos consideravam bárbaros os povos que não falavam o Latim. Na verdade estes povos apenas utilizavam outras línguas para se comunicarem em sociedade, o que não significava serem bárbaros. Os povos conquistados pelos romanos acabaram sendo forçados a terem como língua oficial o Latim, a língua falada por todo o império romano.

O avanço da comunicação está ligado à modernidade. Quando falamos em modernidade logo pensamos na contemporaneidade e nas novas tecnologias, mas modernidade não se restringe apenas aos avanços tecnológicos. A modernidade é um processo que teve início no século XVIII e teve como característica a abertura progressiva das fronteiras mentais e culturais. Esta abertura foi a condição do aparecimento do conceito de indivíduo, isto depois da economia de mercado e, por fim no século XVIII, dos princípios da Democracia.

A comunicação proporcionou a abertura dos mundos fechados e também do conceito de uns conhecendo os outros. Esta relação começou com a troca de bens e serviços e depois com a troca de ideias, expressadas nas artes e cultura, em uma abertura aos outros, condição para realizar o ato de se comunicar. O homem encontrou no valor da comunicação os utensílios simbólicos e as técnicas que permitiram esta mutação. De acordo com Wolton (2004, p. 29) “o êxito total da comunicação vem da junção de dois fenômenos: a comunicação é uma necessidade fundamental e uma característica fundamental da modernidade”.

Historicamente a Revolução Comercial, que trouxe ideias filosóficas e também empreendimentos econômicos, imprimiu tais características graças a vulgarização do conhecimento através do livro tipográfico, que tornou acessível o saber para a maioria

das camadas populares, ainda que difundidas nas línguas que emergiram do legado romano-bárbaro.

Consoante Beltrão (1980, p.1):

Esses conhecimentos, essas ideias contrárias da ordem medieval, o escambo de produtos e bens de regiões vizinhas ou distantes levariam a classe burguesa a consolidar-se e assumir o poder, enquanto o Latim ao revés se recolheria às bibliotecas empoeiradas dos conventos e mosteiros, tendo seus dias contados mesmo como língua culta.

É nesse momento histórico que se situa a origem mundial de cada “sistema de comunicação”, na verdade do conjunto específico de procedimentos e modalidades e meios de intercâmbios de informações, experiências, ideias e sentimentos essenciais à convivência e aperfeiçoamento das pessoas e instituições que compõem a sociedade.

Os meios de comunicação possuem como alicerce a tecnologia, buscam a integração dos sistemas, mas esbarram na realidade social contemporânea de oposição entre grupos organizados, a chamada elite, que detém o poder econômico, exercem a dominação cultural e o controle político, e os grupos não organizados, a massa, urbana ou rural de baixa renda, excluída da cultura erudita e das atividades políticas.

A elite capta e decodifica as mensagens dos meios de comunicação de massa, que são o Rádio, a TV e o Jornal, todos grandes empreendimentos econômicos, grandes empresas de comunicação de que são proprietários, patrocinadores e colaboradores. Já para a massa é dado apenas o papel de consumidora passiva dos meios. A massa não possui poder de decisão, por isso excluídos de uma participação ativa no processo civilizatório, todos, que se situam nela, são chamados de marginalizados. Inseridos neste cenário de exclusão permanente e sem terem acesso às mídias tradicionais as classes populares se valem então dos meios de comunicação folclórica, os meios de Folkcomunicação.

A Folkcomunicação é a comunicação a nível popular, tudo o que é autêntico pertencente a um determinado grupo e que por ser original não sofre influência da mídia, sendo uma expressão da cultura de um povo através do folclore. Esta cultura se expressa por intermédio do artesanato, da música, da comida, da religião, da pintura, da dança, da escrita, dos grafitos e de todas as manifestações artísticas autênticas.

Folkcomunicação: natureza, estrutura e processo

Uma das expressões da cultura popular e sob as formas folclóricas que expressam um discurso popular. “Um grande número de autores pensa a cultura popular como folclore, ou seja, como um conjunto de objetos, práticas e concepções, sobre tudo religiosas e estéticas, consideradas tradicionais” (ARANTES, 1998, p. 16).

O discurso da Folkcomunicação é, sobretudo, de caráter artesanal e autêntico, uma atividade resultante do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente e onde os usuários característicos recebem as mensagens através de um intermediário próprio em um dos diversos estágios de sua difusão.

Para Beltrão (1980, p. 27), “recepção sem este intermediário só ocorre quando o destinatário domina seu código e sua técnica, tendo capacidade e possibilidade de usá-lo, por sua vez, em resposta ou na emissão de mensagens originais”.

Em termos de natureza e estrutura a Folkcomunicação é um processo artesanal e horizontal. As mensagens transmitidas pelos veículos da folk são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que de forma dispersa. Este processo é que identifica os veículos da folk como meios autênticos de divulgação da cultura popular e do intercâmbio de ideias e da integração entre grupos tão fundamentalmente distanciados.

Estudiosos dos meios de comunicação, entre eles Larzfield, se dedicaram a buscar e analisar os agentes e usuários da Folkcomunicação. O líder de opinião e sua identificação como agente comunicador foi o ponto de partida do trabalho desenvolvido por Larzfield e por quantos que se dedicaram a estudar a folk.

De acordo com as pesquisas de Larzfield existem características principais existentes nos chamados líderes de opinião, são elas: eles personificam interesses específicos, como exemplo podemos citar jovens solteiras que se tornaram líderes da moda devido a importância que seu grupo atribuía ao modo de se vestirem. Outra característica dos líderes de opinião é que eles ocupam posições tidas como propiciatórias de alta competência no ramo em questão, neste caso podemos citar senhoras idosas com grandes famílias que eram consideradas conselheiras de compras

por sua experiência. A terceira característica é que os líderes de opinião são indivíduos acessíveis e extrovertidos com muitas relações. A última característica é que os líderes de opinião tem acesso a informações relevantes provenientes de fora do seu círculo imediato.

Para Beltrão (1980, p. 32) pesquisas mais recente ampliaram a hipótese do fluxo de comunicação dos líderes de opinião, e o autor completa:

Não se trata de uma difusão em dois estágios, dos meios através dos líderes para o público sob sua influência, mas antes em múltiplos estágios, compreendendo meios, líderes com seu grupo mias íntimo, líderes com outros líderes e, afinal, com a grande audiência da Folkcomunicação.

Um fato que chama a atenção com relação aos líderes de opinião é que eles não se caracterizam por imporem uma liderança dentro de um grupo aparentemente através da força ou autoridade, pelo contrário sua liderança advém do carisma e prestígio que possuem dentro do grupo ou comunidade.

Os líderes agentes-comunicadores da Folkcomunicação

Os líderes agentes-comunicadores da Folkcomunicação aparentemente não são sempre autoridades reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraem ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, em geral chegam a alcançar a posição de conselheiros e orientadores da audiência em uma consciência integral do papel que desempenham. “O comunicador da folk tem a personalidade característica dos líderes de opinião identificado nos seus colegas do sistema de Comunicação Social”. (BELTRÃO 1980, p. 35).

Estes líderes possuem prestígio na comunidade, independente da posição social ou de sua situação econômica, isto graças ao nível de conhecimento que possuem sobre determinados assuntos. Outra característica dos líderes é que o comunicador da Folk participa da audiência dos meios de massa, mas submete seus conteúdos ao crivo de ideias, princípios e normas de seu grupo. Frequentemente estes líderes mantém contato com pontos externos autorizados de informação, com as quais discute ou complementa as informações recolhidas.

Para Beltrão (2001, p.28):

A comunicação coletiva se faz entre um indivíduo e outro como tal, mas de forma colegiada: o comunicador é uma instituição ou uma pessoa institucionalizada, que transmite a sua mensagem, não para alguém em particular, mas para quantos lhe desejam prestar atenção.

O comunicador da folk se põe em contato com diferentes grupos, com os quais intercambia conhecimentos e recolhe perniciosos estudos. Estes possuem arraigadas convicções filosóficas, à base de suas crenças e costumes tradicionais da cultura do grupo a que pertence. A ascensão e liderança destes líderes da folk está intimamente ligada a forte credibilidade que o agente comunicador adquire no seu ambiente e a sua habilidade de codificar a mensagem ao nível do entendimento de sua audiência.

Sobre este aspecto podemos citar os nomes de Luiz Gonzaga e Padre Cícero Romão que tinham muita consciência da posição que ocupavam e desenvolveram suas capacidades de liderança, o primeiro como expoente da cultura popular através da música e o segundo exercendo uma liderança política e religiosa na sua região, sendo considerado por muitos da região Nordeste um santo. Em suma o líder comunicador é um tradutor que não somente sabe encontrar palavras como também argumentos que sensibilizam as formas pré-lógicas que caracterizam o pensamento e ditam a conduta de seus grupos

A audiência da Folkcomunicação

O público usuário da folkcomunicação, ou sua audiência, é identificado como “marginalizados”. A expressão advém da palavra marginal e surgiu pela primeira vez em um artigo escrito por Robert Park no ano de 1928. O artigo foi publicado no *American Journal of Sociology*, nele o migrante é definido como um híbrido cultural, um marginal, isto pelo fato de que embora este migrante compartilhe da vida e das tradições culturais de dois povos distintos, ele jamais se decide a romper, mesmo que isto lhe seja permitido, com seu passado e suas tradições, em consequência deste posicionamento ele nunca é aceito completamente por causa do preconceito social na nova sociedade onde procura encontrar um lugar.

O marginalizado é um indivíduo a margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpretam e fundiram totalmente. O termo marginalizado é usado na sociedade de forma pejorativa, o marginal é considerado um elemento perigoso, ladrão, malandro, vagabundo, a meretriz, o homem e a mulher que vivem de tóxicos e atentados à propriedade, enfim que se dedicam ao submundo do crime. O termo também é aplicado aos pobres em geral, desempregados, migrantes, membros de outras subculturas, minorias sociais e étnicas como também aos transviados de qualquer espécie.

Um ponto histórico do surgimento da marginalidade pode ser identificado na América Latina, com a invasão e influência do exterior. O processo da colonização, não apenas a conquista e invasão, mas o contato cultural e manipulação dos indígenas e o que aconteceu foi que as culturas existentes foram colocadas numa situação marginal.

Para Beltrão (1980, p. 89) a marginalidade se caracterizou após a Revolução Burguesa e sua ideologia se agravou com a Revolução Industrial, e o autor completa:

As camadas superiores, a elite do poder econômico e político com que estabelecem os níveis de civilização e as metas do desenvolvimento, inclusive sociocultural, se contrapõem indivíduos e grupos sem condições (...) pelo inconformismo ativo, e consciente como a Filosofia e, ou, a estrutura social dominante.

Existem três grandes grupos usuários da folk. São eles: os grupos rurais marginalizados, devido ao seu isolacionismo geográfico, pobreza econômica e baixo nível intelectual; os grupos urbanos marginalizados, formado pelos indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, e que constituem as classes subalternas, desassistidos subinformados e com mínimas condições de acesso e por fim os grupos culturalmente marginalizados, que são urbanos ou rurais, representantes dos contingentes de contestações aos princípios à moral ou à estrutura social vigentes.

Em cada um destes três grupos cada ambiente gera seu próprio vocabulário e sua própria síntese. Cada agente comunicador emprega o canal que tem à mão e melhor souber operar. Com isto iremos observar de forma mais detalhada analisando alguns aspectos sobre os grupos urbanos marginalizados.

Grupos urbanos marginalizados: quem são? Onde moram? Onde trabalham? E que meios de expressão utilizam?

Os grupos urbanos marginalizados possuem como uma de suas características o baixo poder aquisitivo, devido à baixa renda. Este grupo é formado por pessoas que saem dos campos, centros urbanos menores, ou regiões mais abastadas dos centros urbanos à procura de emprego, educação e serviços de saúde, ou seja, de uma melhoria de vida. Em decorrência deste processo as cidades metrópoles, megalópoles e as regiões metropolitanas se transformam em verdadeiros “formigueiros humanos”. Nestas cidades o que acontece é que existe uma grande oferta de mão de obra e muita procura por emprego, o que acarreta uma realidade de baixos salários.

Segundo Beltrão (1980, p. 55) os grupos urbanos são formados por indivíduos que recebem baixos salários em empregos e subempregos, e o autor completa:

Que não exige mão de obra especializada como: construção civil, estiva, limpeza e conservação de edifícios, oficinas de reparo, trabalhos domésticos (...) além de pequenos negociantes e servidores públicos aposentados, menores sem ocupação, biscateiros e pessoas que vivem de expedientes ilegais, ladrões, prostitutas, proxonetas, passadores de “bicho” e foragidos da justiça.

Também se encaixam neste universo dos que fazem parte dos grupos urbanos marginalizados os vendedores ambulantes, que não possuem registro em empresa e trabalham nas ruas sem carteira assinada, e também os catadores de lixo que na maioria das vezes são moradores de rua e que não pertencem às associações. Os pertencentes são chamados de trabalhadores de material reciclável, mas estes também sofrem, tanto quanto os catadores de lixo, o mesmo tipo de discriminação na sociedade pelo desempenho de seu trabalho.

Os locais de moradia destes grupos são as favelas, os bairros periféricos e o centro das cidades, onde à noite, na realidade das calçadas, o que impera é um mundo que tem suas próprias leis e onde não se aconselha andar sozinho. As construções que servem de moradia não obedecem a qualquer planejamento arquitetônico. Nelas são utilizados todo o tipo de material como: madeira, folhas de zinco, plástico, papelão,

colija recolhidas nas ruas e em prédios demolidos e outros matérias que são recolhidos em terrenos baldios, lixões e no centro das cidades.

Pela precariedade em que são encontrados estes materiais as pessoas que os recolhem ficam sujeitos a vários intempéries como: doenças, incêndios, desabamentos e todo o tipo de catástrofe. Os surtos de doenças, que são muito frequentes, geram a incapacidade para o trabalho e para a integração e ascensão social destes indivíduos. O saneamento básico destas moradias não existe e quando se tem é precário e ineficiente. A água para beber e para serviços domésticos vem, às vezes, de chafarizes públicos e de poços cavados pelos moradores sem qualquer tratamento já que a água é armazenada em latas e também transportadas por mulheres na cabeça. Esta realidade dos centros urbanos é parecida com a das famílias sertanejas que sofrem com a estiagem, mas costumeiramente esta cena é vista nas favelas e bairros periféricos brasileiros. “Na grande maioria de tais residências não há zoneamento, serviço público de recolhimento de lixo nem energia elétrica” (BELTRÃO 1980, p. 56).

Os moradores são homens, mulheres e crianças simples. Este grupo também habita conjuntos residenciais populares para assalariados, ou não, cuja renda familiar lhes permite pagar prestações suaves a perderem de vista para aquisição de imóveis construídos em terrenos de pouca valorização, isto por estarem muito longe do centro da cidade. O tipo de integração destas pessoas no mercado de trabalho se caracteriza pelos seguintes aspectos: não ser em geral um trabalho produtivo; ser marcado pela intermitência de emprego e ocupação; por represtarem uma forma extrema de exploração e de pauperização e por fatores que os impedem de efetivar um estilo de vida operário regular, ocasionados pelo fato de suas atividades serem caracterizadas por tarefas braçais, de baixa qualificação e alta rotatividade de empregos, o que rende apenas o mínimo par a sobrevivência destas pessoas.

O misticismo e a violência, que são dois elementos culturais deste grupo, ditam a preferência por determinados meios de comunicação. Esta preferência se dá através de edições em propagandas que os refletem principalmente pela TV. O grande veículo da comunicação de massa é utilizado para assistir novelas, programas populares de auditório, transmissões desportivas, programas sobre ocorrências policiais, catástrofes, manifestações políticas tumultuadas e outras produções do gênero. A literatura preferida

são os de gosto popularesco como revistas de fofoca e TV, gibis, jornais e romances populares, publicações religiosas, vendidas em templos e nas ruas antes que em livrarias e outras publicações de gosto duvidoso. O rádio também é um meio de preferência utilizado para este grupo e tem como finalidade o recebimento de informações e a audição de músicas populares como, samba, forró, *funk*, músicas religiosas, programas com o mesmo segmento e programas que promovem a distribuição de prêmios.

Para expressarem seus pensamentos os grupos urbanos marginalizados utilizam, como os de mais grupos marginalizados, os meios da folk, mas é em manifestações coletivas que estes pensamentos se fazem mais presentes. Os meios de expressão utilizados por esta massa são os entretenimentos, folguedos e autos populares, onde os participantes expressam sua opinião em críticas contrárias ao pensar e ao sentir das elites. Estas informações transmudadas na opinião são expressadas na sátira e na caricatura, que tem na Queima do Judas a sua maior representação.

A “Queima do Judas”: uma forma de expressão do pensamento popular utilizada pelos grupos urbanos marginalizados

A Queima de Judas é uma tradição vigente em diversas comunidades católicas e ortodoxas que foi introduzida na América pelos espanhóis e portugueses. É também realizada em diversos outros países, sempre no Sábado de Aleluia, simbolizando a morte de Judas Iscariotes. A manifestação popular consiste em surrar um boneco do tamanho de um homem, forrado de serragem, trapos ou jornal, pelas ruas de um bairro e atear fogo a ele, normalmente ao meio dia.

A Queima do Judas é um costume tradicional celebrado na Semana Santa realizada na madrugada do Sábado de Aleluia. Nesta manifestação popular as pessoas aproveitam para criticar os atos condenáveis de elementos que, por isso ou por aquilo, caíram no desagrado popular.

De acordo com Beltrão (2001, p 222) “era antigamente o sacrifício de um boneco mal arranjado, por vezes do tamanho de um homem que a multidão levava em charola para atear fogo sob grande alarido em praça pública”. Nas manifestações deste

costume realizadas na atualidade o boneco não é mais sacrificado, ele é posto nas portas de residências localizadas em bairros populares ou nos quintais destas residências e em praças públicas. O boneco fica pendurado a uma árvore pelo pescoço, às vezes com cartazes infantis, outras vezes exibindo objetos característicos do personagem que representa como, por exemplo, uma bengala, um cachimbo, ou uma pasta de documentos. Os bonecos representam personalidades, alvos da manifestação e sátira do povo. A algazarra da Queima do Judas, hoje também chamada de Malhação do Judas, fica por conta das crianças e adolescentes, já que o boneco na maioria das vezes, é todo cheio de balas, bombons, sendo este um dos motivos para a grande quantidade de crianças que ansiosamente esperam a derrocada do boneco de cima da árvore para tentarem pegar nem que seja apenas uma destas balas.

Não tendo acesso aos meios de comunicação para expressarem seu descontentamento os grupos urbanos marginalizados utilizam a Queima do Judas com o sentido da sátira e da manifestação opinativa, e isso já vem de muito tempo. O rei D. João VI, na época do Brasil Imperial, proibiu esta manifestação, que conseguia reunir muitas pessoas, sempre terminando em muita desordem e correria, na verdade a crítica ao Império era o que mais incomodava a D. João VI.

O folclorista português Luis Chaves, no ano de 1752, analisou a Queima do Judas. Segundo ele esta manifestação popular representava a crítica da alma popular aos vícios da sociedade, sua contemporânea. A Queima do Judas era a "venina" do povo, que aproveitava tais ocasiões e outras semelhantes, que não eram tão poucos, para vingar máculas e afrontas. Era justamente no fim da Semana Santa que caía bem a algazarra, onde não eram esquecidos os crimes, nem os autores deles que mereciam a mesma sorte do Judas, ou seja, morrer enforcado.

Considerações finais

A comunicação, como aspiração, remete para o fundamento de toda condição humana. O homem necessita falar, exprimir seus pensamentos, partilhar algo com o outro faz parte da definição de ser humano. “A comunicação é o meio de entrar em contato com o outro que é o horizonte, aquilo que cada um de nós ao menos deseja e

receia, pois abordar o outro nunca é uma tarefa fácil” (WOLTON, 2004, p. 29).

Os discursos da comunidade social são dirigidos ao mundo, os discursos da folk se destinam a um mundo em que as palavras, signos, atitudes e etc, mantém relações muito tênues com o idioma, escrita, dança, rituais, lazer e a conduta das classes integrados da sociedade, tão profundamente arraigados na natureza humana que suas manifestações parecem provir de uma única semente, independente de raças e atitudes. O sistema da Folkcomunicação possui um traço de universalidade que provém de sua fundamentação no folclore, sendo autêntica cultura popular.

De acordo com Beltrão (1980, p. 58) a situação de pobreza em que vivem os grupos urbanos marginalizados obriga as crianças a trabalharem cedo e a não frequentarem a escola, e o autor completa:

Subnutridos e desconhecendo comodidades e serviços públicos de que gozam outras parcelas da comunidade urbana, com relações sociais limitadas aos seus centros de trabalho e recreação, embora ampliem um pouco mais seu universo vocabular, estas pessoas não parecem decodificar eficientemente, a ponto de torná-las instrumentos, as mensagens que lhes chegam pela imprensa rádio e TV.

A Queima do Judas é uma expressão de pensamento dos grupos urbanos marginalizados, que utilizam os meios da Folk para se comunicarem com a sociedade, é um auto de fé teatralizado, castiga pessoas e coisas. A Queima do Judas é fruto das aspirações e pensamentos do povo, uma espécie de grito de revolta contra as injustiças sociais de que são vítimas. Esta manifestação popular é uma forma dos grupos urbanos marginalizados expressarem seu descontentamento contra os que merecem ser representados pelo boneco.

Realizada na Semana Santa a Queima do Judas é um discurso popular praticada com sentido caricato, satírico, e por alicerçado na crítica social, assim ela é compreendida, assim ela é realmente. “Na comunicação cultural, as linguagens humanas se traduzem no discurso, ou seja, qualquer configuração de signos utilizados na emissão de mensagens simbólicas” (BELTRÃO 2004, p. 71)

Um fato característico é que quase sempre esta manifestação folclórica acaba em bagunça e violência, elementos que fazem parte do universo dos grupos urbanos

marginalizados e frequentemente são registrados incidentes como: tiros de armas de fogo, facadas, correrias, ferimentos e até mortes. Um das explicações para esta arruaça seria que nem sempre os escolhidos para serem representados pelo boneco de Judas aceitam ou acatam a homenagem e geralmente os simpatizantes dos homenageados entram em confronto com as pessoas que realizam a Queima do Judas, e por tanto são os responsáveis pela escolha da pessoa que representa o boneco.

Referências

ARANTES, Antônio Augusto. **O que é Cultura Popular**. 14^a Edição. São Paulo. Editora Brasiliense, 1998.

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

_____. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

_____. **Folkcomunicação: Teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

CEREJA, William Roberto. MAGALHÃES, Thereza Cochar. **Gramática reflexiva**: volume único. 3^o ed. Refor. - São Paulo: Atual, 2009.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e Pesquisa**: Projetos para mestrado e doutorado. São Paulo. Ed. Hacker Editores, 2001.