

FOLCLORE, IMAGINÁRIO E TELEVISÃO: CAIPORA NO PROGRAMA CASTELO RÁ-TIM-BUM

BIBIANA DE MORAES DIAS¹; HELOISA HELENA DUVAL DE AZEVEDO²

¹ Universidade Federal de Pelotas – bibianamdias@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – profa.heloisa.duval@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

No presente trabalho buscaremos compreender de que forma a lenda folclórica da Caipora está presente no imaginário dos jovens e como o programa de televisão infantil Castelo-Rá-Tim-Bum influenciou para a fixação desta lenda no imaginário dos entrevistados.

Como citado na Carta do Folclore Brasileiro (1995), “Folclore é o conjunto das criações culturais de uma comunidade, baseado nas suas tradições expressas individual ou coletivamente, representativo de sua identidade social.”, desta forma, o conhecimento de determinada lenda pode vir de diversas formas, seja através da oralidade, da leitura ou mesmo de um programa de televisão. Faz necessário explicitar que entendemos que:

O imaginário é um reservatório/motor. Reservatório, agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leituras da vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar ao estar no mundo (SILVA, 2012, p. 11-12).

A Caipora é uma lenda do folclore brasileiro, muito conhecida em todos os estados, e, como todas as lendas e personagens do folclore, sofre mudanças de características em cada região do país. Cascudo (2012, p. 223) diz que Caipora é “o Curupira tendo os pés normais. De caá, mato, e pora, habitante, morador.”, este personagem, conhecido por morar e resguardar as matas e os animais, é por alguns conhecido como sendo um homem, por outros, como uma mulher: “Em algumas regiões, o Caipora troca de sexo, e passa a ser ‘a’ Caipora, uma mulher, também protetora da caça” (FRANCHINI, 2011, p. 174).

O programa Castelo-Rá-Tim-Bum, foi produzido e transmitido pela TV Cultura com parceria do Serviço Social da Indústria (SESI), Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (CIESP), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e Instituto Roberto Simonsen (IRS). Teve o início de suas gravações em 1994, que se estenderam até 1997, no entanto, o programa foi reprisado durante muitos anos pela emissora, fazendo com que crianças de diversas faixas etárias o acompanhassem.

Com apelos e estímulos teatrais, descontração, uso de paleta de cores variada e viva e efeitos sonoros bastante impactantes o programa chama a atenção do telespectador, principalmente das crianças. No entanto, não é apenas por essas características que ele se tornou um sucesso e ganhou diversos prêmios¹, em seus 90 episódios, Castelo Rá-Tim-Bum trouxe

¹ Vencedor em 1994 do Prêmio APC (Associação Paulista de Críticos de Arte) como Melhor Programa Infantil do ano. Em 1995, ganhou medalha de prata no Festival de Nova York, como Melhor Programa Infantil, no mesmo ano ganhou o Prêmio Sharp de Música, como Melhor Disco Infantil. Em 1999, ganhou o Troféu Imprensa, como Melhor Programa Infantil.

conhecimentos de música e instrumentos musicais, arte, cultura, rompimento de preconceitos, teatro, história, educação para o trânsito, geografia, ciência e diversos outros assuntos.

Ora, faz-se pertinente estudar este fenômeno de fixação porque nos entendemos como animais simbólicos (CASSIRER, 1994), desta forma, não apenas e meramente, animais racionais, afinal “A razão é um termo muito inadequado com o qual compreender as formas da vida cultural do homem em toda a sua riqueza e variedade.” (CASSIRER, 1994, p. 27). Simbólicos pois, o ser humano, utiliza-se da significação a todo o momento, entrando assim, no plano do simbólico (PITTA, 1995), e desta forma, as lendas do folclore, produto simbólico e repleto de significações “transmitem e ensinam novas formas sociais de comportamento, veiculando informações que são transmitidas de geração a geração” (GOMES et al., 2010, p.120).

2. METODOLOGIA

Trabalhamos inicialmente de forma quantitativa, posteriormente analisando os dados e fazendo ligações qualitativamente, a fim de obter resultados que pudessem satisfazer os objetivos propostos no início do trabalho. Para compreender a forma como o programa Castelo Rá-Tim-Bum influenciou para a fixação da lenda da Caipora no imaginário dos jovens, produzimos um formulário online com 5 questões, sendo 4 destas, de preenchimento obrigatório. Sendo as obrigatorias: “Qual sua faixa etária?”, “Você conhece o programa Castelo Rá-Tim-Bum?”, “Você já ouviu falar da Caipora?”, “Você já viu esta personagem alguma vez?”, esta última com a foto da personagem anexada. A pergunta não obrigatória era: “Caso você conheça a lenda, o programa e a personagem: Acredita que o programa Castelo Rá-Tim-Bum pode ter auxiliado para o seu conhecimento ou identificação desta lenda?”. A pesquisa foi ofertada ao público presente no grupo da Universidade Federal de Pelotas no Facebook e a demais grupos de universitários.

Depois de coletados os dados, partimos para a etapa de análise e cruzamento dos mesmos, onde foram realizadas também conferências e exclusão daquelas respostas que não condiziam com o enunciado.

Com a análise em mãos, partimos para o momento de interpretação, a fim de chegar a conclusões e hipóteses sobre a influência do programa para o conhecimento e a fixação da imagem da Caipora no imaginário dos jovens que participaram da pesquisa.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analizando os dados obtidos através do formulário supracitado, alguns pontos ficaram claros e auxiliaram no entendimento da presença da Caipora no imaginário dos jovens que participaram da pesquisa. Antes de partir para as análises de fato, informamos que 68,6% dos jovens que participaram da pesquisa tinham de 18 a 24 anos.

Das pessoas que participaram da pesquisa, 83,3% já havia assistido o programa alguma vez, e destas, 56,9% declararam ter assistido muitas vezes, o que nos deixa clara a noção de que o Castelo-Rá-Tim-Bum configurou-se sim como um programa de grande sucesso dentre as crianças da época em que foi transmitido.

Um total de 74,4% dos participantes já havia ouvido falar da Caipora, e destes, 28,1% já ouviu falar, mas não sabe do que se trata. Este último número nos deixa clara a ideia de que, por conta do contato cultural em nossa sociedade,

ou, mais especificamente em nossas tribos² (MAFFESOLI, 2012), acabamos absorvendo as lendas destes núcleos, muitas vezes não de forma integral, mesmo assim, elas permanecem em nossos imaginários.

Como pretendemos entender não apenas de que forma, e se, o público jovem tem a Caipora em seu imaginário, mas se o programa Castelo Rá-Tim-Bum influenciou nesta fixação, propusemos uma pergunta a fim de saber se os entrevistados reconheciam a imagem da personagem. A resposta que obtivemos foi de que 68% dos participantes que já assistiram Castelo-Rá-Tim-Bum alguma vez reconhecem a imagem da personagem Caipora.

Em um universo de entrevistados com idades diversas, uma personagem que não é a central de um programa, ser reconhecida pela maioria dos que responderam ao formulário nos traz a noção de que o programa foi eficiente em fazer com que a lenda e a personagem sejam reconhecidas. Para confirmar esta hipótese, aos participantes que responderam afirmativamente às questões de conhecimento do programa, da lenda e da personagem, foi perguntado se acreditavam que o programa poderia ter auxiliado para o conhecimento da lenda. Apenas 8,3% não soube responder e outros 8,3% acreditam que não, os demais 83,3% responderam afirmativamente, sendo que destes, 45% afirmam que o programa auxiliou completamente.

Ao considerarmos a lenda da Caipora, conhecida em todos os estados do Brasil, entendemos estar lidando com uma tribo de dimensões muito grandes, mas que permanece com as características de uma, tendo como um de seus totens, as lendas folclóricas. Ora, sabemos que a maior parte dos brasileiros, integrantes desta tribo, não se ligam a todo o momento com o totem das lendas do folclore, mas ao ter contato com elas, se sente parte da tribo, um sentimento de pertencimento e nostalgia que caracteriza o que Maffesoli chama de “enraizamento dinâmico”:

Todo mundo é de um lugar, e crê, a partir deste lugar, ter ligações, mas para que este lugar e estas ligações assumam todo o seu significado, é preciso que sejam, realmente ou fantasiosamente, negados, superados, transgredidos. É uma marca do sentimento trágico da existência: nada se resolve numa superação sintética, tudo é vivido em tensão, na incompletude permanente (MAFFESOLI, 2001, p. 79).

Para o autor este aparente afastamento do totem e o pertencimento à outras tribos não faz com que o indivíduo pertença menos à esta primeira tribo, afinal esta pluralidade das personas³ também é uma das características da pós-modernidade. Costa fala que:

[...] o espírito pertence a algum lugar, integra um corpo ou mesmo um povo, e ainda assim, por não estar atado a nenhum objeto específico, permanece livre pelo espaço, construindo uma existência independente. Ele cria um laço social com um local, torna-se próprio deste (espírito de uma nação, por exemplo), mas pode estar ligado a ele na distância, pode afastar-se deste espaço e, ainda assim, reforçar sua conexão com o mesmo (2012, p. 57).

² Grupos formados por indivíduos que se assemelham e/ou tem gostos e características semelhantes, podem estar próximos geograficamente ou não.

³ Diferentes “personalidades”, ou máscaras, que os indivíduos podem utilizar-se nos diferentes âmbitos e tribos dos quais fazem parte.

Compreendemos sim, que com base nos dados coletados, 25,6% dos jovens não tinha conhecimento sobre a lenda da Caipora, no entanto, acreditamos que isso não afasta ou exclui estes jovens dessa “tribo Brasileira”, afinal, mesmo que não a reconheçam e que a Caipora não esteja presente em seus imaginários, outras lendas de nosso folclore provavelmente estão.

4. CONCLUSÕES

Ao final da pesquisa, tendo os números obtidos como base, compreendemos que o programa Castelo-Rá-Tim-Bum, realmente serviu como uma grande ferramenta que auxiliou no processo de conhecimento e de fixação da lenda da Caipora no imaginário dos jovens. Seja citando o programa como única fonte para conhecimento da lenda, ou como um reforço para algo que já se tinha conhecimento, grande parte dos entrevistados de fato acredita neste papel que o programa realizou.

Por mais que, como citamos anteriormente, estes jovens já fizessem parte desta “grande tribo” que é o Brasil, e por este motivo, muitos provavelmente já tivessem ouvido falar, ou fossem ouvir falar em outro momento sobre a Caipora, a presença do folclore brasileiro em programas direcionados às crianças, de forma teatral e cativante faz com que as lendas se tornem ainda mais simpáticas para elas.

A Caipora, esta figura habitante dos matos que salva e cuida das florestas e dos animais, que se alimenta de frutos e é atraída por assomos, faz parte do imaginário da maior parte dos brasileiros, e de formas diferentes e sem que percebemos tem reflexos também em nossas atitudes e crenças e, desta forma, as mudanças que sofre nos diferentes estados do país também faz parte desta lógica.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASCUDO, L. D. C. **Dicionário Do Folclore Brasileiro**. 12. ed. São Paulo: Global, 2012.

CASSIRER; ERNST. **Uma Introdução a uma Filosofia da Cultura Humana**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

COSTA, A. C. F. O espírito errante: Enraizamento dinâmico e fala plural. **Estação Literária**, Londrina, v. 10A, p. 52-65, Dezembro 2012.

FRANCHINI, A. **As 100 melhores lendas do folclore brasileiro**. 2º. ed. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

GOMES, E. S. L. E. A. As lendas nos livros didáticos: uma análise mítica. In: FERREIRA-SANTOS, M.; GOMES, E. S. L. (). **Educação e religiosidade: imaginários da diferença**. João Pessoa: Editora UFPB, 2010. p. 119-140.

MAFFESOLI, M. **Sobre o Nomadismo**: vagabundagens pós-modernas. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MAFFESOLI, M. **O Tempo Retorna**. 1º. ed. Rio de Janeiro: Forense Univesitária, 2012.

PITTA, D. P. R. **Iniciação á teoria do imaginário de Gilbert Durand**. Recife: UFPE, 1995.

SILVA, J. M. **As Tecnologias do Imaginário**. 3º. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.