

## Revivendo o Castelo Rá-Tim-Bum<sup>1</sup>

Heron Ledon PEREIRA<sup>2</sup>

Natália Ferreira de MELO<sup>3</sup>

Denise PAIERO<sup>4</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP

### RESUMO

Estreado em 1994, o Castelo Rá-Tim-Bum atingiu o ápice de sucesso no que se trata de programação televisiva infantil. Com isso, o trabalho “Revivendo o Castelo Rá-Tim-Bum” traz ao público a memória do programa, que ainda é exibido e encanta os telespectadores. Com uma linguagem simples e elementos lúdicos, o produto – um portal interativo, hipertextual e multimídia – proporciona ao leitor a experiência de reviver o Castelo, suas histórias já conhecidas e descobrir aquelas que se passavam por trás das câmeras, como entrevistas, ilustrações e textos. Foram ainda utilizadas cenas de episódios, fotos e pequenas apresentações de personagens disponíveis na Internet.

**PALAVRAS-CHAVE:** Castelo Rá-Tim-Bum; programação infantil; hipertexto; Jornalismo.

### 1 INTRODUÇÃO

Os anos de 1990 foram inundados por diversos programas e desenhos infantis de sucesso, e, mais precisamente em 1994, foi ao ar uma série que marcaria e influenciaria uma geração, o Castelo Rá-Tim-Bum, que comemorou seus 20 anos em 2014.

Produzido e exibido pela TV Cultura até 1997, o Castelo foi inspirado no antigo programa Rá-Tim-Bum, de 1990. Segundo Carneiro (1999, p. 32), ele tinha como característica o entretenimento pedagógico, ou seja, ao mesmo tempo em que divertia o público, ele muito ensinava.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria JO 07 - Produção em Jornalismo digital (avulso), modalidade Jornalismo.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e recém-graduado no Curso de Jornalismo, email: heron\_lpereira@hotmail.com.

<sup>3</sup> Recém-graduada no Curso de Jornalismo, email: nataliamelof@me.com.

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email: depaiero@gmail.com.

Com vinte anos desde sua estreia e ainda no ar, a história acontece em um castelo na cidade de São Paulo-SP, assim, tem-se o mundo mágico dentro do real, como explicou Carneiro (1999, p. 33). Nino, um garoto de 300 anos, vive com seu tio e sua tia-avó nesta moradia e diariamente recebe a visita de seus três amigos, Pedro, Biba e Zequinha. Além do mais, seres fantásticos, como bruxos bons, cobra e sapatos falantes, dedos cantores, ET amigo e vilões que só se davam mal, entre outros, integram a trama.

As aventuras de cada episódio têm sempre algo a ensinar, principalmente com os seus quadros que tratam de saúde, ciência e curiosidades, por exemplo. Como constata Braga (1999, p. 14-15), o Castelo, veiculado por uma TV educativa – com o histórico de fazer programas do gênero –, consegue atender às expectativas e necessidades de conhecimentos de seu público infanto-juvenil e do mercado. Tanto é verdade que, na época de sua estreia, a série conseguiu atingir picos de 13 pontos de audiência, um valor muito significativo. Hoje, por exemplo, o programa humorístico da TV Bandeirantes, CQC, considerado de sucesso, tem uma média de 11 pontos.

A série, de 90 capítulos, cativou crianças e jovens de todo o país e ainda consegue boas pontuações com suas reprises – e, até hoje, também é lembrada por quem a assistiu no passado. Ao completar duas décadas de seu lançamento, o Castelo Rá-Tim-Bum, que deu origem à Ilha Rá-Tim-Bum (2002), faz-nos lembrar os motivos de seu tamanho sucesso e discutir se outros programas como ele tiveram esse mesmo impacto na televisão brasileira.

Os telespectadores que acompanharam o programa nos anos 1990 são hoje adultos de 20 a 30 anos, em sua maioria. Conforme o tempo passou, os computadores e a Internet entraram fortemente no mercado midiático e ainda crescem dia a dia como ferramentas de comunicação.

Assim, uma reportagem interativa e digital torna-se um grande atrativo ao público que assistiu ao Castelo na época de estreia e que consome tecnologia na atualidade. Afinal, as chamadas narrativas multiformes têm aparecido cada vez mais na mídia desde o século passado, de acordo com Murray (2003, p. 49). Além disso, o programa possuía diferentes quadros, que se intercalavam ao longo de cada episódio, como espécies de ramificações – característica do hipertexto. Então, neste trabalho, trazemos aos dias de hoje a memória do

Castelo Rá-Tim-Bum a partir de um formato hipertextual, com vídeos de entrevistas e do programa, textos, fotos e ilustrações.

Foram também estudados os porquês do tamanho sucesso do programa e quais elementos o levaram a isso, visto que a concorrência e a busca fervorosa pelo lucro são altas na mídia, e ele conseguiu, com grande qualidade de conteúdo, ter elevadas audiências. Com entrevistas, entendeu-se melhor o processo de criação e produção da série, e, agora, por este trabalho, o público tem a oportunidade de acessar curiosidades dos bastidores da trama.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo deste trabalho é trazer o Castelo Rá-Tim-Bum à memória de seus telespectadores da década de 1990 através de um site lúdico, informativo e hipertextual. Além do mais, o trabalho também busca compreender os motivos de seu tamanho sucesso, contar histórias de bastidores e ainda mostrar um panorama da produção televisiva infantil pós-Castelo. Esses objetivos são realizados com entrevistas de atores e profissionais do programa, trechos de episódios, fotos e ilustrações.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A escolha do Castelo Rá-Tim-Bum como eixo deste trabalho se justifica pela sua importância e relevância para a televisão brasileira no quesito do infantil e do educativo, além de sua efeméride de 20 anos. Após tanto tempo de sua primeira exibição, o programa ainda é veiculado e lembrado pelos seus telespectadores da década de 1990. Somado a isso, em 2014, a série ganhou uma exposição comemorativa no Museu da Imagem e Som (MIS) de São Paulo-SP, com milhares e milhares de visitantes – tanto que os horários de visitas foram ampliados e o tempo de duração da mostra teve de ser estendido duas vezes (até janeiro de 2015).

Além do mais, hoje, como já citado anteriormente, o então público do Castelo cresceu e junto dele a tecnologia evoluiu, por isso a reportagem interativa, multiforme ou

hipertextual – como pode ser chamada – foi escolhida para dar forma ao trabalho. Através do portal hipermediático criado, é possível fazer um passeio pela lembrança do programa com entrevistas, fotos, textos e vídeos lúdicos e informativos. Tal modelo é novo quando se trata de Jornalismo por ser pouco utilizado no meio devido à sua complexidade e maior tempo para a realização. O próprio fator interativo já é também um grande atrativo ao público, dando-lhe o caráter de participar da narrativa ao consumi-la.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A metodologia de pesquisa escolhida foi a qualitativa. Ela, segundo Neves (1996), ajuda a entender os fenômenos pela perspectiva dos participantes do caso estudado e, então, a criar interpretações. O tipo de pesquisa que ajudou na construção deste trabalho foi a Exploratória, que, de acordo com Révillion (2009), tem por objetivo buscar entender os conceitos subjetivos que existem no tema e no objeto da pesquisa, como também auxiliar na construção de hipóteses e conceitos próprios que o autor do trabalho científico criará.

Para a realização deste trabalho, estudamos, com base em artigos online, os papéis e as características da programação infantil e educativa da televisão brasileira, bem como a trajetória da TV Cultura e de suas produções para crianças e adolescentes.

Também através de material online – como textos e entrevistas, além da visualização dos 90 capítulos do Castelo Rá-Tim-Bum –, entendemos o que foi o programa, como ele foi criado e produzido, quais eram as suas características, sua linguagem e a sua importância na história da televisão no Brasil. Para Carneiro (1999, p. 98), ele trazia traços da primeira geração de programas infantis, como Vila Sésamo e Sítio do Pica-Pau Amarelo, além de Rá-Tim-Bum e Mundo da Lua. Assim, foi fundamental importância compreender os motivos que levaram o Castelo a ter tamanho sucesso nos anos 90 e ainda ser visto por pequenos jovens atualmente, duas décadas após o seu lançamento.

Com essas pesquisas, ainda buscamos dados para nos ajudar nas entrevistas e na construção do site, como número de profissionais que trabalharam no projeto, de

personagens integrantes do programa, épocas de exibição de reprises, outros produtos derivados da série (gibi, VHS, bonecos) e informações de bastidores.

Pesquisamos também sobre memória e nostalgia, presentes no trabalho. Bosi (2003, p. 53) afirma que “a memória é, sim, um trabalho sobre o tempo, mas sobre o tempo vivido, conotado pela cultura e pelo indivíduo”. A utilização desses dois pontos, memória e nostalgia, no projeto leva o público a recordar aquilo que talvez tenha participado, direta ou indiretamente, de parte da sua infância, o Castelo Rá-Tim-Bum.

Através de artigos e livros, estudamos o surgimento das narrativas hipertextuais, para quais finalidades elas são produzidas e quando elas se mostram como uma opção interessante para contar histórias. Vimos que, segundo Murray (2003, p. 64), as reportagens interativas têm por característica não serem lineares, mas sim, multiformes. Assim, entendemos também quais são os tipos de públicos que as consomem e a forma como o fazem, visto que o nosso alvo são pessoas de 20 a 35 anos. Analisamos portais jornalísticos que possuem a seção de reportagens interativas – como o UOL, O Estado de S. Paulo, o Superinteressante, o Clarín (Argentina), o The New York Times (Estados Unidos), entre outros – para conhecer as técnicas usadas e os “modelos” de hipertexto.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Iniciamos as pesquisas sobre as nossas fontes e começamos a fazer as primeiras entrevistas já no início de 2014. Ao mesmo tempo, entramos em contato com a TV Cultura para termos o uso de imagem do Castelo Rá-Tim-Bum. No entanto, após diversas trocas de e-mails e telefonemas com o setor de Marcas da emissora, recebemos a resposta negativa – mesmo com pedido oficial do Centro de Comunicação e Letras (CCL) da universidade e para um trabalho acadêmico e sem fins lucrativos. Mas optamos por seguir com o projeto e utilizamos materiais que a própria Cultura possui na Internet, além dos que nos foram cedidos pelos entrevistados.

O produto final é um website produzido na plataforma para HTML 5 WIX, que dá boas opções para a elaboração de sites. Para a sua realização, contamos com a ajuda de Ana

Paula Molina – recém-formada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Metodista de São Paulo –, que fez toda a confecção, ilustrações, diagramação e design do portal.

#### Anexo 1: Home geral do site



Foram entrevistadas 14 pessoas entre atores e equipe de produção, que renderam no total 30 vídeos de entrevistas, hospedados no Vimeo, – além de outros diversos feitos pela TV Cultura dos personagens e trechos do Castelo – distribuídos entre as dez seções do portal, que ainda possuem fotos e textos e ilustrações. Dentro de cada seção, há diversas subdivisões, o que deixa a página longa. Assim, há imagens de cada personagem/item que servem como âncoras, ou seja, ao clicar em uma delas, a página vai automaticamente ao ponto escolhido – sem a pessoa precisar rolar a tela para baixo para ver o que deseja. Também há links em inúmeras palavras para dar a opção de o leitor ir a outras seções do site. As cores e as ilustrações utilizadas também foram feitas com base nas características dos personagens e temas. Ainda foi criado um símbolo da reportagem, que sempre leva para a home principal.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Este trabalho teve como objetivo central trazer à memória do público o Castelo Rá-Tim-Bum, que tanto participou da infância das crianças da década de 1990. Portanto,

oferecemos novidades, curiosidades, bastidores e opiniões de quem fez o programa, na frente e atrás das câmeras.

Outro objetivo foi compreender o porquê do tamanho sucesso do programa em relação a seus sucessores. Como já havia sido pressuposto, o Castelo alcançou o ápice da TV infantil brasileira devido ao seu investimento, dedicação e inteligência ao aplicar coisas úteis às crianças.

Com a realização deste trabalho, podemos notar todos os semestres do curso de Jornalismo se encadearem, se linkarem entre eles. Tivemos a oportunidade de colocar várias disciplinas aprendidas e aplicá-las em um assunto que fez parte da nossa infância e hoje, com 20 anos, podemos usá-lo em uma importante fase de nossa vida. Usamos desde os conceitos de fotografia e fotojornalismo até os fundamentais de Jornalismo. Pauta, apuração, ética, filmagens e suas técnicas, semiótica, metodologia, edição de vídeo e hipertexto e hipermissão nos serviram.

Mais de um ano de nossas vidas foi dedicado a esse trabalho, e, de maneira prazerosa, identificamos como o Jornalismo se relaciona em suas formas: seja em texto ou vídeo, web ou documentário, ele permite que esses formatos dialoguem e, enfim, cumpram seu principal papel: informar.

Essas duas décadas passadas foram ajudaram a dar uma reviravolta no mundo e em suas tecnologias. Sabemos, portanto, que hoje muita coisa seria diferente no Castelo Rá-Tim-Bum, e, com o produto final deste trabalho, podemos mostrar ao público outras facetas do programa, de um modo totalmente contemporâneo e novo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOSI, Ecléa. **O Tempo Vivo da Memória**: ensaios de psicologia social. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003. P. 53 Disponível em <[http://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=fml11kv9qVIC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Mem%C3%B3ria+e+nostalgia&ots=imhGpemsyp&sig=Ptwof4KfFIN2m3Byj1ybnuR96\\_U#v=onepage&q=tempo%20vivido&f=false](http://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=fml11kv9qVIC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Mem%C3%B3ria+e+nostalgia&ots=imhGpemsyp&sig=Ptwof4KfFIN2m3Byj1ybnuR96_U#v=onepage&q=tempo%20vivido&f=false)>. Acessado em 08 de março de 2014.

BRAGA, José Luiz. **Apresentação**. In Castelo Rá-Tim-Bum: o educativo como entretenimento. São Paulo: Annablume, 1999.p. 14-15. Disponível em <<http://books.google.com.br/books?hl=en&lr&id=lqnfz4aEOP0C&oi=fnd&pg=PA13&dq=castelo+r%C3%A1timum&ots=zoluVgfXgb&sig=pnU5YxyJhBacPj1grUzUNwnhah8#v=onepage&q=castelo%20r%C3%A1-tim-bum&f=false>>. Acessado em 30 de setembro de 2013.

CARNEIRO, Vânia Lúcia Quintão. **Programas educativos na TV**. In *Comunicação & Educação*. São Paulo: CCA-ECA-USP/Moderna, n, 15, maio/ago. 1999. p. 32, 33, 98.

MURRAY, Janet Horowitz. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: UNESP, 4ª ed, 2003. p. 49, 64-65.

NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa** – características, usos e possibilidades, 1996. Disponível em <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/c03-art06.pdf>>. Acessado em 27 de outubro de 2013.

RÉVILLION, Anya Sartori Piatnicki. **Pesquisa exploratória**, 2009. Disponível em <<http://filosofiaesociologia2009.blogspot.com/2009/05/pesquisa-exploratoria.html>>. Acessado em 27 de outubro de 2013.