

OS NERDS GANHAM PODER E INVADEM A TV

Danielle Pini Galvão

Doutoranda do curso de Comunicação e Semiótica da PUC/SP

Resumo

Este artigo analisa a *sitcom The Big Bang Theory*, utilizando a teoria de identificação no cinema com o objetivo de entender como ocorre a identificação do espectador, que não se enquadra no perfil estereotipado, com os personagens assumidamente nerds.

Palavras-chave: televisão, *sitcom*, identificação

Abstract

This article examines the sitcom The Big Bang Theory using the theory of identification in the cinema with the aim to understand how is the identification of the spectator, which does not fit the stereotypical profile, with the characters take on nerds.

Key words: television, *sitcom*, identification

O termo *nerd* apresenta controvérsias em definições, padrões de comportamentos e até mesmo quanto à sua origem. Há quem diga que a palavra foi inventada pelo escritor norte-americano de livros infantis Theodore Seuss Geisel no ano de 1950, quando publicou a obra *If I Ran to the Zoo* (Se eu fosse ao Zoológico). Na trama, ele descreve um nerd como um ser humano alto, magro e vesgo.

Outros defendem que o termo foi usado pela primeira vez no laboratório de tecnologia *Northern Electric*, Canadá, onde um grupo de jovens cientistas varava noites na Divisão de Pesquisa e Desenvolvimento (*Research and Development* – cuja sigla é NERD). NERD, passou então a ser sinônimo de jovens com óculos espessos, fãs de computador e nada adeptos ao sol.

Na década de 1960, com o movimento *hippie* se tornando conhecido e atraindo cada vez mais jovens, muitos pais resolveram direcionar seus filhos para os estudos, com a intenção de mantê-los afastados das drogas, do sexo livre, dos protestos e das comunidades

alternativas. Esta atitude favoreceria o estilo de vida enclausurada do *nerd*. A partir daí, *nerd* passou a ser usado em tom pejorativo, e garotos que se enquadravam no estereotipo passaram a ser ridicularizados pela sociedade.

Nerd, na versão mais antiga, é uma pessoa que nutre um grande fascínio aos estudos, ou que possui uma inteligência maior que a média e tem alguma dificuldade em se relacionar socialmente. O visual do chamado *nerd* clássico, é composto por óculos, aparelho nos dentes e, em geral, espinhas. Sua personalidade é marcada pela timidez, falta de auto-confiança gerando a forma desajeitada de agir, ingenuidade, além de estar sempre indiferente ao que acontece em seu redor.

A definição atual de *nerd* o caracteriza como uma pessoa que nutre alguma obsessão por um determinado assunto a ponto de pesquisar, colecionar coisas, escrever sobre e não sossegar enquanto não descobrir como funciona. Geralmente se interessa por computadores e tecnologia (chamado de *Geek*), HQ, ficção científica e games. Segundo esta nova definição, o *nerd* não necessariamente é anti-social e não possui a chamada aparência clássica; alguns podem ter um visual mais moderno, retrô ou até mesmo uma aparência desleixada.

Por muito tempo o *nerd* foi visto com preconceito e vivia recluso na comunidade, porém hoje, em plena Sociedade da Informação, ele se torna aquela pessoa popular, que todos consultam, todos querem ser amigos, e, possivelmente, um dia será o chefe.

Na atual sociedade, a informação é matéria-prima principal e tem muito valor. Se antigamente acumular patrimônios era sinal de status, em nossos dias, o acúmulo de informações vale mais do que bens materiais. Hoje, quem tem informação, tem poder. Nessa sociedade, o desenvolvimento tecnológico, atrelado ao capitalismo é um dos responsáveis pelo crescimento econômico de um país. Portanto, os nerds, que antes eram mal vistos pelo fascínio que tinham pela tecnologia, hoje estão cada vez mais dominando o mercado de trabalho.

Muitos são os *nerds* famosos e bem sucedidos que a partir da década de 1990, ajudam a desconstruir a imagem estereotipada de *nerd*. Hoje, tornam-se modelos a serem seguidos, são sinônimos de sucesso. Um grande exemplo de *nerd* que ajudou a alterar esse estigma de fracassado é Bill Gates, um dos fundadores da empresa

de software *Microsoft* e uma das pessoas mais famosas e ricas do mundo, que abandonou a Universidade para se dedicar à empresa aos dezenove anos de idade.

O tom de elogio que o termo ganha nos dias atuais é devido à essa nova sociedade que exige, cada vez mais, conhecimento em tecnologias, predisposição à novidades, dedicação aos estudos, curiosidade científica, etc. Os *nerds* ganharam importância e até um dia no calendário, o Dia do Orgulho *Nerd*, comemorado internacionalmente em 25 de maio desde 2006, em homenagem ao filme *Star Wars*, um dos ícones de cinema *nerd*, que foi exibido pela primeira vez em 25 de maio de 1977. Ser *nerd* está na moda graças à essa Sociedade da Informação.

Assim como ocorreu com a geração *beatnik* na década de 1950, onde era possível comprar kits com óculos escuros, barbas falsas e batons com cores pálidas, mesmo sem aderir ao movimento, os *nerds* ganham cada vez mais visibilidade e produto no mercado capitalista.

Em uma rápida pesquisa na internet, descobre-se inúmeros sites de vendas online que oferecem produtos *nerds*; como camisetas com símbolos, óculos de espessura grossa, bonecos em miniatura da série *Star Trek*, da coleção *Star Wars*, de personagens de HQ, entre outros.

O cinema também capturou essa cultura *nerd* e passou a adaptar histórias de personagens de HQ para filmes, fazendo grande sucesso, além de atrair público que não se diz *nerd*.

A televisão acaba também refletindo, através de seus programas, o que a sociedade está vivendo, pensando ou como está agindo sobre determinado viés. Mesmo que, às vezes, demore um pouco, chegando até uma década para abordar certos temas, hábitos ou inserir personagens que representem uma fatia da sociedade, acaba por aderir e adequar à sua linguagem e estrutura o reflexo de uma sociedade. Essa lentidão em abordar certas características faz da televisão um grande alvo de críticas.

Um dos formatos mais utilizados pela televisão para abordar os temas, ansiedades e tabus de uma cultura são os de estilo ficcionais, principalmente os seriados, que, por terem um formato estruturado em episódios independentes e com uma unidade relativa, ou seja, com começo, meio e fim dentro de uma mesma trama, permite que os episódios possam ser vistos muitas vezes, sem

observação de cronologia de produção, possibilitando que o espectador que não conheça o programa seja capaz de entender a unidade total e apreciar um episódio subsequente.

Devido a esta estrutura independente, o formato pode ter a liberdade de trabalhar com uma temática diferente em cada episódio. Mesmo que não apresente muita profundidade, possui um grande “leque” de opções de temas e sub-temas.

A *sitcom*, abreviação da palavra inglesa *situation comedy*, é um tipo de seriado onde são abordadas questões sob o ponto de vista caricaturado, como se fosse uma crônica do cotidiano de uma determinada sociedade.

“Trata-se do ponto de vista humorístico, daquelas situações nas quais nos envolvemos diariamente que no momento nos parecem trágicas, mas vistas por alguém de fora, ou por nós mesmos após algum tempo do fato ocorrido, são engraçadas”.
(FURQUIM: 1990, p. 08).

Esse estilo de seriado permite que uma determinada sociedade ria dela mesma devido aos exageros das situações, fazendo com que, através do riso, reflita sobre seus anseios, modos de vida, preconceitos, etc.

The Big Bang Theory, *sitcom* que aborda o universo *nerd* de forma cômica, estreou sua primeira temporada na televisão norte-americana em outubro de 2007 e, em setembro de 2008, já estava exibindo sua segunda temporada devido ao sucesso que agradou a rede CBS. Aqui no Brasil é exibida pela TV por assinatura *Warner Channel* e está ganhando cada vez mais popularidade entre os jovens.

Por ser uma *sitcom*, apresenta em cada episódio o ponto de vista caricaturado do dia a dia de *nerds*, bem sucedidos em suas carreiras de pesquisa acadêmica, solteiros e extremamente tímidos em relação ao sexo oposto. Em *Big Bang Theory*, existem cinco personagens principais.

Sheldon Cooper, gênio com 187 de QI e doutor em Física Teórica desde os 16 anos de idade, é um rapaz que demonstra muita relutância quanto a mudanças e não consegue discernir o que é sarcasmo, precisando perguntar inúmeras vezes sobre a conotação sarcástica do que é dito. É o melhor amigo de Leonard, além de ser

colega de apartamento e de trabalho. Não se preocupa com as relações sociais e chega a ter uma regra de convivência chamada de *strike* que, quando não é seguida por alguma pessoa, tem como punição: ou ser banida do grupo, ou ter uma aula sobre regras de convivência com ele.

Leonard Hofstadter, também físico teórico, é capaz de resolver palavras-cruzadas em segundos além de ser apaixonado pela vizinha Penny.

Penny, vizinha de Sheldon e Leonard, sonha em ser cantora e atriz, mas trabalha em uma lanchonete chamada *Cheesecake Factory*. É cobiçada por todos, com exceção de Sheldon. Seu estilo de vida é oposto ao dos vizinhos.

Howard Wolowitz é o único mestre em Engenharia e, por não possuir o curso de Doutorado, é motivo de piada para os amigos. Tem postura de conquistador mas sempre fracassa em tentativas de relacionamento. Ainda mora com a mãe, que o trata como adolescente.

Rajesh Koothrappali, mais conhecido como Raj, originário da Índia, não consegue falar com mulheres a não ser quando está sob efeito de alguma bebida alcoólica. Em um episódio, chegou a ser comparado ao personagem Apu, do seriado *The Simpsons*.

Como os personagens são exageradamente *nerds*, com exceção de Penny, o público também deverá ser *nerd* para que haja uma identificação entre eles e o programa? Naturalmente existem *nerds* que assistem ao *The Big Bang Theory* por se encontrarem em um dos personagens, ou pelo menos em alguns dos trejeitos deles. Mas o que explicaria a grande audiência de pessoas que não possuem o mesmo perfil?

Alguns teóricos do cinema se inspiram no conceito de identificação de Freud e criam a teoria da Identificação no Cinema, separando-a em dois tipos: primária e secundária. Para eles, a identificação primária corresponde ao olhar do espectador com o olhar da câmera; por exemplo, ao visualizar uma cena gravada/filmada com um *travelling*²⁰, ele pode acompanhar com o olhar sem mesmo alterar a posição de sua cabeça assumindo, assim, um lugar privilegiado, central e onisciente.

²⁰ *TRAVELLING* - Movimento lateral de câmera para acompanhar uma ação.

Já a identificação secundária é aquela onde o espectador se identifica com os elementos da imagem, isto é, com a trama, com os personagens, etc. As narrativas quase sempre apresentam um sujeito que deseja algum objeto e sua conquista é constantemente protelada.

Em relação aos personagens, teorizam que o espectador de cinema acredita que se identifica por simpatia por algum personagem, assim como aconteceria na vida real, mas na verdade é o contrário. A simpatia nasce da identificação. O ato de assistir a um filme ou seriado distraidamente, pode surpreender um espectador por perceber que se simpatizou, por identificação, por exemplo, com um assassino.

Defendem a idéia de que a identificação se dá mais pela trama (e suas situações) do que pelas personagens e, principalmente como são mostradas essas situações é que vai decretar a identificação com um determinado personagem. Por exemplo, o espectador sofre com uma situação de risco, mesmo que essa situação esteja sendo “vivida” por um assassino em um filme. Não há uma torcida pelo *happy end* do assassino e sim a angústia de uma situação que ele se encontra. Em um outro exemplo, o espectador pode também se identificar tanto pelo assassino (por ter seu lado sadomasoquista) como pelo agredido (por causa da angústia e seu lado vítima). Cada situação que surgir na tela vai servir para redistribuir o posicionamento do espectador.

Pelo fato da *sitcom The Big Bang Theory* ser justamente uma comédia de situações, pode-se entender o fascínio que causa em espectadores não assumidamente nerds quando analisada pela ótica desta teoria.

O amor platônico de Leonard pela vizinha Penny pode estar criando identificação em um espectador que também está desejando alguém ou algum objeto, porém sua conquista, tal qual a conquista do personagem, é constantemente protelada.

A identificação dos espectadores com o personagem de Haj se dá pela timidez. Em muitas situações as pessoas acabam não tendo coragem de se expressar ou de se impor, assim como ele.

O personagem Sheldon é a personificação exagerada da arrogância. Ele não pensa duas vezes antes de humilhar os amigos, mesmo os que possuem o mesmo grau de titulação que ele, só para mostrar o quanto é inteligente. Todas as pessoas possuem, mesmo que escondido dentro de si, uma arrogância que gostaria de mostrar

em algumas situações vividas. Os espectadores acabam se identificando, em segredo, com esta arrogância antes mesmo de simpatizarem com ele.

As manias de Sheldon, muito parecidas com sintomas de TOC (Transtorno Obsessivo Compulsivo), além de ajudarem a dar graça à *sitcom*, como por exemplo, sentar-se sempre em um lugar específico, escolher cereais pela contagem de fibras dependendo do seu estado emocional, bater e chamar pelo nome de alguém por três vezes na porta, etc. atraem quase que todos os tipos de público, já que as pessoas possuem pelo menos uma mania ou hábito.

O personagem Howard pode representar tanto espectadores sem nenhum sucesso com investidas amorosas como espectadores que passam por uma fase de rejeição, ou ainda, os que mesmo sendo adultos responsáveis, são tratados como adolescentes por suas mães.

Penny atrai espectadores que mesmo não desistindo de seus sonhos, viram suas vidas seguir outros rumos. Ainda cria identificação com o público que não se considera *nerd*, já que a personagem sequer terminou seus estudos.

Todos eles apresentam maturidade no que diz respeito ao trabalho e na maior parte de suas atitudes, porém, em muitos momentos, são extremamente infantis. Um exemplo é quando Sheldon briga com Leonard por causa de um artigo científico feito pelos dois e que Leonard apresenta sozinho em um Congresso de Física. Sheldon, para se vingar, fica tentando explodir a cabeça do amigo com o poder da mente. O espectador, achando graça da situação, não percebe que a infantilidade não acaba com a chegada da vida adulta, ela está presente em sua personalidade de forma velada. Ao assistir uma cena deste tipo, está saciando as necessidades desta parte infantil guardada à sete chaves desde a adolescência para poder ser reconhecido como adulto.

Os quatro amigos (Sheldon, Leonard, Howard e Raj) são fãs de tecnologia, ciência e internet, de HQ, de *Star Wars*, entre outros. Esses elementos são iscas de identificação para os assumidamente nerds, que por pertencerem à esse estilo, essa cultura, possuem os mesmos gostos e objetos.

A *sitcom* pode, portanto, abranger desde os *nerds* assumidos até os que negam a revanche da cultura *nerd*. Todos acabam assistindo por causa da identificação, seja através dos elementos visuais e características, seja através de sentimentos ou situações.

Mas uma coisa é certa e não podemos negar, de *nerd* e louco, todos temos um pouco.

Bibliografia:

- AUMONT, Jacques. **A Imagem**. 1ª ed. Campinas: Papirus, 1993.
_____; BERGALA, Alain; MARIE, Michel; VERNET, Marc.
A estética do filme. 1ª ed. São Paulo/Campinas: Papirus, 1995.
BALOGH, Anna Maria. **O discurso ficcional na TV - Sedução e Sonhos em Doses Homeopáticas**. 1ª. ed. São Paulo: EDUSP, 2002.
FURQUIM, Fernanda. **Sitcom – Definição e história**. 1ª ed. Porto Alegre: FCF, 1999.
MACHADO, Arlindo. **O sujeito na tela. Modos de enunciação no cinema e no ciberespaço**. 1ª. ed. São Paulo: Paulus, 2007.
PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de Televisão**. 1ª. ed. São Paulo: Moderna, 1998.
PEREIRA, Camila. **A Redenção dos Nerds**. In: Revista Veja, ed. 2050, ano 41, n° 9, de 5 de março de 2008, pág. 102-105. Disponível em <http://veja.abril.com.br/050_308/p_102.shtml> Acesso em: 22 jun. 2009.