



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

SORAYA MADEIRA DA SILVA

**IS NERD THE NEW SEXY? UM ESTUDO SOBRE A RECEPÇÃO DA SÉRIE
TELEVISIVA THE BIG BANG THEORY**

**FORTALEZA
2016**

SORAYA MADEIRA DA SILVA

IS NERD THE NEW SEXY? UM ESTUDO SOBRE A RECEPÇÃO DA SÉRIE
TELEVISIVA THE BIG BANG THEORY

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Linguagens.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas.

FORTALEZA
2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S583i Silva, Soraya Madeira da.
Is nerd the new sexy? Um estudo sobre a recepção da série televisiva The Big Bang Theory / Soraya Madeira da Silva. – 2016.
178 f. : il. color.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Fortaleza, 2016.
Orientação: Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas.

1. Nerds. 2. Séries televisivas. 3. The Big Bang Theory. 4. Recepção. I. Título.

CDD 302.23

SORAYA MADEIRA DA SILVA

IS NERD THE NEW SEXY? UM ESTUDO SOBRE A RECEPÇÃO DA SÉRIE
TELEVISIVA THE BIG BANG THEORY

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Linguagens.

Aprovada em ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profª. Drª. Catarina Tereza Farias de Oliveira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Rodrigo Octavio D'Azevedo Carreiro
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Aos meus pais, Catarina e Werlon.

Ao meu marido, Humberto, por ser parte desta
jornada.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Ricardo Jorge, pela parceria, inspiração e paciência ao longo dessa trajetória. Obrigada por todos os conhecimentos, leituras e risadas compartilhadas.

Aos professores participantes da banca examinadora, Prof^a. Dr^a. Catarina Tereza Farias de Oliveira e Prof. Dr. Rodrigo Octavio D'Azevedo Carreiro, por participarem deste projeto e dedicarem um pouquinho do seu tempo para contribuir para o crescimento desta pesquisa.

Aos meus pais e irmã, pelo amor, apoio e incentivo durante o período de mestrado e da vida. Sem vocês, esta missão não seria possível.

Aos amigos Maria, Larissa e Maurício, pela presença, hoje e sempre, nos momentos mais marcantes da minha vida. Perto ou longe, é reconfortante saber que estamos juntos em qualquer momento.

Ao Paulo e David, por terem feito os momentos mais difíceis deste processo se atenuarem com sua doçura, acolhimento e companheirismo.

Aos amigos do mestrado e, principalmente, da Linha VIP, pelas experiências proporcionadas ao longo do caminho. Amanda, Ícaro, Leo, Milena e Thiago, serei eternamente grata por todos os momentos em que dividimos nossas alegrias e angústias. Obrigada por tornarem o dia a dia mais leve e feliz.

Ao meu marido e parceiro da vida, Humberto, por todo o amor, compreensão, paciência e ajuda, não só no mestrado, mas em tudo. Essa e as outras conquistas que chegam com o encerramento desse ciclo só viraram realidade porque estamos juntos. Que muitas outras vitórias sejam comemoradas em nossa jornada.

“A necessidade de encontrar outro ser humano para compartilhar a vida sempre me intrigou.”

Sheldon Cooper

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo investigar a relação das pessoas com a série televisiva *The Big Bang Theory* e sua percepção a respeito de se considerarem ou serem consideradas nerds. Este grupo, durante muito tempo visto e retratado como pária da sociedade, vem ganhando fama nos últimos anos e tem sua imagem reformulada nos meios midiáticos. Este trabalho, em um primeiro momento, procura traçar o perfil do nerd, analisando seu histórico, características e representações midiáticas, em produtos como séries e filmes, para fazer uma reflexão sobre o que é ser nerd atualmente. Para esta avaliação, os autores Nugent (2008), Goffman (1988), Fernando e Rios (2001) e Bourdieu (1983) são usados para identificar as características distintivas do grupo, sua estigmatização perante a sociedade e sua relação com o consumo e a mídia. Em seguida, levanta-se uma discussão a respeito da conexão entre comunicação e cultura, utilizando autores como Caune (2004), Thompson (2001), Schulman (2004) e Morley (1996), dentre outros, para ressaltar a importância dos Estudos Culturais dentro do âmbito desta pesquisa. Produção e consumo estão interligados quando analisamos produtos culturais veiculados em meios de comunicação de massa, por isso são analisados as séries televisivas, sua classificação, relação com o público e a importância dos personagens que as compõem como elementos de conexão entre produto e audiência. Jost (2012), Esquenazi (2010), Seger (2006), Davis (2001) e Field (2001) são utilizados para explicar os processos de produção de séries e de criação de personagens, fundamentais para entender o sucesso da série televisiva americana *The Big Bang Theory*, exibida pela CBS (EUA) e pela Warner Channel (Brasil). Após uma análise detalhada dos personagens destas sitcoms, apresenta-se os resultados da pesquisa realizada para este trabalho. Como metodologia, um questionário estruturado, com abordagem quantitativa e qualitativa, foi aplicado em uma amostra aleatória de 600 pessoas, com o objetivo de investigar seus hábitos de consumo, séries favoritas, conexão com os personagens, percepções acerca da série *The Big Bang Theory* e sua visão sobre considerarem-se ou serem considerados nerds por outras pessoas. Na conclusão desta pesquisa, relata-se que a relação das pessoas com os produtos culturais que consomem é baseada por afetos e identificação com o enredo e personagens da história. Em relação à série *The Big Bang Theory*, opiniões diversas são apresentadas sobre a estereotipificação dos personagens e evolução da narrativa. Por fim, conclui-se que ser nerd, ou ser considerado assim, hoje em dia ainda é algo que carrega bastante negatividade para quem não se insere no grupo, mas se torna um fator de empoderamento para quem se inclui. Esta identidade é

construída através do alto consumo de produtos culturais que visam estabelecer uma conexão afetiva com essas pessoas e oferecer uma projeção da narrativa de suas vidas.

Palavras-chave: Nerds. Séries televisivas. The Big Bang Theory. Recepção.

ABSTRACT

This research aims to investigate the relationship of people with the TV show *The Big Bang Theory* and their perception as to whether they consider themselves or are considered nerds. This group, which has long been seen and treated as a pariah of society, has gained fame in recent years and had his image reformulated in the media. This work, in a first moment, seeks to address the nerd profile, analyzing their history, characteristics and media representations in products as TV series and movies, to make a reflection about what means to be nerd currently. For this analysis, the authors Nugent (2008), Goffman (1988), Fernando and Rios (2001) and Bourdieu (1983) are used to identify the group's distinguishing characteristics, their stigmatization in society and its relationship with consumption and the media. Then, a discussion about the connection between communication and culture is aroused, using authors like Caune (2004), Thompson (2001), Schulman (2004) and Morley (1996), among others, to highlight the importance of cultural studies within the scope of this research. Production and consumption are intertwined when we look conveyed cultural products in mass media, so TV series, their classification, public relationship and the importance of the characters that make them up are analyzed as elements connecting product and audience. Jost (2012), Esquenazi (2010), Seger (2006), Davis (2001) and Field (2001) are used to explain the production processes of TV series and character creation, fundamentals to understand the success of an American TV show *The Big Bang Theory*, displayed on CBS (EUA) and Warner Channel (Brazil). After a detailed analyze of this sitcom's characters, the results of the research carried out for this job are presented. As methodology, a structured survey, with a quantitative and a qualitative approach was applied in a random sample of 600 person, with the purpose of investigate their consuming habits, favorite TV series, connection with characters, perceptions about *The Big Bang Theory* and their vision about consider themselves or be considered nerd by others. At the conclusion of this research, it is reported that the relationship between people and cultural products they consume is based on affect and identification with the plot and characters in the story. Regarding *The Big Bang Theory* series, different opinions are presented on the character stereotyping and narrative evolution. Finally, it's concluded that being a nerd, or be considered as well, nowadays it is still something that carries a lot of negativity for those who do not fall within the group, but becomes a empowering factor for who is included. This identity is constructed through the high consumption of cultural

products aimed at establishing an emotional connection with these people and offering a projection of the narrative of their lives.

Keywords: Nerds. TV shows. The Big Bang Theory. Reception.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Bill Murray e Guilda Radner como Todd DiLaMuca e Lisa Loppner no quadro The Nerds, do programa americano Saturday Night Live.....	23
Figura 2 – Sherlock Holmes, interpretado pelo ator Ronald Howard, na série homônima de 1954.....	27
Figura 3 – Sheldon Cooper, personagem interpretado pelo ator Jim Parsons na série The Big Bang Theory.....	27
Figura 4 – Mascote do site Jovem Nerd, com indicações de produtos culturais consumidos pelos nerds.....	31
Figura 5 – Tipos de Geeks.....	36
Figura 6 – Personagens do filme A Vingança dos Nerds.....	40
Figura 7 – Peter Parker (Homem-Aranha).....	41
Figura 8 – Bruce Banner (Hulk).....	41
Figura 9 – Reed Richards (Sr. Fantástico).....	41
Figura 10 – Barry Allen (Flash).....	41
Figura 11 – Clark Kent (Super-Homem).....	41
Figura 12 – Mia Thermopolis.....	42
Figura 13 – Hermione Granger.....	42
Figura 14 – George McFly.....	42
Figura 15 – Seth Cohen, personagem da série The O.C.....	43
Figura 16 – Tony Stark (Homem de Ferro).....	44
Figura 17 – O ator Johnny Massaro em 2014 (à esquerda) e no começo da carreira (à direita).	45
Figura 18 – Sr. Spock.....	55
Figura 19 – Rory Gilmore.....	55
Figura 20 – Tyrion Lannister.....	55
Figura 21 – Velma.....	55
Figura 22 – Lisa Simpson.....	55
Figura 23 – Milhouse.....	55
Figura 24 – Ross Geller.....	56
Figura 25 – Ted Mosby.....	56
Figura 26 – Betty.....	56
Figura 27 – Moss.....	56
Figura 28 – Sheldon Cooper, com sua camiseta do super-herói Lanterna Verde.....	68
Figura 29 – Leonard Hofstadter.....	74
Figura 30 – Howard Wolowitz.....	81
Figura 31 – Rajesh Kootrappali.....	86
Figura 32 – Penny.....	90

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo dos respondentes.....	99
Gráfico 2: Idade dos respondentes.....	100
Gráfico 3: Renda dos respondentes.....	101
Gráfico 4: Local onde os respondentes moram.....	101
Gráfico 5: Com quem os respondentes moram.....	102
Gráfico 6: Escolaridade dos respondentes.....	103
Gráfico 7: Itens culturais consumidos pelos respondentes.....	104
Gráfico 8: Quanto os respondentes costumam gastar por mês com os itens culturais.....	105
Gráfico 9: Frequência com que os respondentes assistem a séries.....	106
Gráfico 10: Motivos de não assistir a séries.....	106
Gráfico 11: Séries favoritas dos respondentes.....	108
Gráfico 12: Por onde os respondentes assistem a sua série favorita.....	109
Gráfico 13: Como preferem/costumam assistir a sua série favorita?.....	110
Gráfico 14: Amigos ou família assistem à série favorita do respondente.....	111
Gráfico 15: Com quem os respondentes assistem a séries.....	112
Gráfico 16: Respondentes têm o costume de reassistir aos episódios.....	112
Gráfico 17: Personagens favoritos dos respondentes.....	113
Gráfico 18: Personagens menos favoritos dos respondentes.....	113
Gráfico 19: Identificação com algum personagem da série favorita.....	114
Gráfico 20: Presença de personagens nerds na série favorita.....	115
Gráfico 21: Consumo da série TBBT pelos respondentes.....	116
Gráfico 22: Motivos de não assistir ou acompanhar a série TBBT.....	117
Gráfico 23: Motivos de não acompanhar mais a série TBBT.....	118
Gráfico 24: Quantas temporadas da série TBBT os respondentes assistiram.....	119
Gráfico 25: Temporada favorita de TBBT para os respondentes.....	120
Gráfico 26: Personagem favorito dos respondentes em TBBT.....	121
Gráfico 27: Personagem menos favorito dos respondentes em TBBT.....	122
Gráfico 28: Identificação do respondente com os personagens de TBBT.....	123
Gráfico 29: Você se imagina como um novo personagem em TBBT.....	124
Gráfico 30: Você acha que os quatro personagens principais são nerds?.....	125
Gráfico 31: Você acha que os nerds da vida real são como os personagens da série?.....	125
Gráfico 32: Meio pelo qual os respondentes assistem a TBBT.....	126
Gráfico 33: Como os respondentes assistem a The Big Bang Theory.....	127
Gráfico 34: Amigos e/ou família assistem a TBBT.....	128
Gráfico 35: Com quem os respondentes geralmente assistem a TBBT.....	128
Gráfico 36: Você costuma assistir aos episódios mais de uma vez.....	129
Gráfico 37: Séries mencionadas como parecidas com TBBT.....	130
Gráfico 38: Você assiste a esta série semelhante.....	131
Gráfico 39: Os respondentes se consideram nerds?.....	132
Gráfico 40: Os outros consideram o respondente nerd?.....	132

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
2	NERDS: O QUE SÃO E COMO SÃO VISTOS.....	19
2.1	Histórico do grupo.....	20
2.2	Características físicas.....	24
2.3	Características psicológicas/sociais/comportamentais.....	25
2.4	Características culturais.....	30
2.5	Os nerds de hoje (ou seriam geeks?).....	36
2.6	Nerds na mídia.....	40
2.7	Considerações sobre o capítulo.....	45
3	SÉRIES, THE BIG BANG THEORY E SEUS PERSONAGENS.....	47
3.1	Séries Televisivas.....	50
3.2	The Big Bang Theory.....	57
3.3	A Importância dos Personagens.....	59
3.4	Criação de personagens.....	60
3.5	Sheldon Cooper.....	65
3.5.1	<i>Backstory</i>	65
3.5.2	<i>Front Story</i>	69
3.6	Leonard Hofstadter.....	74
3.6.1	<i>Backstory</i>	74
3.6.2	<i>Front Story</i>	77
3.7	Howard Wolowitz.....	80
3.7.1	<i>Backstory</i>	80
3.7.2	<i>Front story</i>	81
3.8	Rajesh Koothrappali.....	85
3.8.1	<i>Backstory</i>	85
3.8.2	<i>Front Story</i>	86
3.9	Penny.....	89
3.9.1	<i>Backstory</i>	89
3.9.2	<i>Front Story</i>	91
3.10	Considerações sobre o capítulo.....	94
4	A VOZ DO OBJETO: NERDS, SÉRIES E PÚBLICO.....	96

4.1	Metodologia.....	96
4.2	Apresentação e Análise dos dados Quantitativos.....	99
4.2.1	<i>Perfil Demográfico.....</i>	<i>99</i>
4.2.2	<i>Perfil Sociocultural.....</i>	<i>103</i>
4.2.3	<i>Pessoas que não assistem a séries.....</i>	<i>106</i>
4.2.4	<i>Séries Favoritas.....</i>	<i>107</i>
4.2.5	<i>Hábitos de consumo em relação à série favorita.....</i>	<i>109</i>
4.2.6	<i>Preferências em relação à série The Big Bang Theory.....</i>	<i>118</i>
4.2.7	<i>Hábitos de consumo em relação à série The Big Bang Theory.....</i>	<i>126</i>
4.2.8	<i>Seção Final.....</i>	<i>131</i>
4.3	Apresentação e análise dos dados qualitativos.....	134
4.3.1	<i>Hábitos de consumo em relação à série favoritas.....</i>	<i>134</i>
4.3.2	<i>Preferências em relação à série The Big Bang Theory.....</i>	<i>136</i>
4.3.3	<i>Seção final.....</i>	<i>142</i>
4.3.3.1	<i>Pessoas que não se consideram nerds.....</i>	<i>142</i>
4.3.3.1.1	<i>Pessoas que não se consideram nerds e não são consideradas pelos outros.....</i>	<i>146</i>
4.3.3.1.2	<i>Pessoas que não se consideram nerds e são consideradas pelos outros.....</i>	<i>147</i>
4.3.3.2	<i>Pessoas que se consideram nerds.....</i>	<i>149</i>
4.3.3.2.1	<i>Pessoas que se consideram nerds e não são consideradas pelos outros.....</i>	<i>152</i>
4.3.3.2.2	<i>Pessoas que se consideram nerds e são consideradas pelos outros.....</i>	<i>153</i>
4.4	Considerações sobre o capítulo.....	155
5	CONCLUSÃO.....	157
	REFERÊNCIAS.....	160
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....	166

1 INTRODUÇÃO

A fluidez das percepções que temos sobre nós mesmos e das relações sociais que temos é cada vez mais tangível atualmente. As mudanças pelas quais passamos em ritmo acelerado nos fornecem pouco tempo para refletirmos acerca de sua evolução; resta-nos, aparentemente, tentar acompanhá-las da melhor maneira possível. Entretanto, a cada fôlego que recuperamos nesta caminhada, devemos aproveitar para fazer um pequeno esforço de parar um pouco e olhar em volta, não para chegar a conclusões sobre os acontecimentos, mas para nos situarmos no tempo, no espaço e na vida, capturando a essência do momento.

É a isso que este trabalho se propõe. A área da comunicação, que anda de mãos dadas com a tecnologia, nos oferece inúmeras possibilidades de conexão instantânea e acaba por nos distanciar fisicamente, ao mesmo tempo que nos aproxima virtualmente. Esta aproximação virtual, independente de julgamentos a respeito de seu caráter positivo ou negativo, e o alcance mundial das mensagens veiculadas pela mídia fazem com que novos grupos sociais se formem a partir de gostos e interesses em comum, deixando um pouco de lado questões geográficas. É o caso dos nerds, indivíduos que são o foco desta pesquisa.

Comumente conhecidos pelo seu estereótipo de pessoas física e socialmente inadequadas, os nerds têm sua imagem divulgada pela mídia em diversos produtos culturais, antes mesmo de pensarmos nos meios de comunicação de massa (NUGENT, 2008). O desajuste social veio antes de pensarmos no estereótipo midiático, mas séries televisivas e filmes contribuíram para difundir-lo e reforçar sua posição de dominado em qualquer lugar do mundo, criando um estigma (GOFFMAN, 1988), uma cicatriz social que levou os nerds a se afastarem das pessoas ditas “normais” e procurarem seus pares em busca de aceitação.

Entretanto, nos últimos anos, a imagem do nerd parece ter mudado na mídia. Um dos principais fatores que levaram a esta transformação é o sucesso financeiro atingido por profissionais que trabalham com tecnologia, área costumeiramente associada ao grupo. Vemos, atualmente, nerds “descolados” estrelando filmes, séries e vários produtos culturais, com um estilo de vida não mais rejeitado pela sociedade, mas agora desejado por jovens e adultos por estar na moda.

Esta mudança é a principal justificativa para a realização deste trabalho. Afinal, uma das características dos estereótipos é o estado de permanência dele, ou seja, não é possível classificá-lo como tal se houver mudanças em sua raiz. Ainda assim, é preciso questionar: essa mudança da imagem dos nerds é real?

O objetivo deste trabalho é investigar a percepção das pessoas sobre o estereótipo do nerd veiculado pelos produtos culturais midiáticos e entender sua relação com estes mesmos produtos, para compreender se a imagem que têm do grupo é a mesma que a mídia transmite. Assim, pretendemos responder às seguintes perguntas: qual é a relação das pessoas com os personagens de suas séries favoritas? Em quais aspectos elas se identificam com eles? Quais seus hábitos e preferências em relação a suas séries favoritas e a *The Big Bang Theory*? Em sua visão, os personagens da série são nerds de verdade ou não? E, por fim, estas pessoas se consideram nerds ou são vistas como tais pelos outros?

Para isso, no segundo capítulo, será abordada a origem, evolução, características e representação do nerd na mídia. Desde sua concepção antes da indústria cultural até sua comercialização como estilo de vida (BOURDIEU, 1983), a compreensão do seu histórico proverá a base para o entendimento de como ocorreu sua transformação. Além disso, serão investigadas suas características físicas, psicológicas, sociais, comportamentais e culturais, que revelarão sua aparência, hábitos sociais, atitudes e, principalmente, sua relação com o consumo. A hipótese é de que os nerds, apesar de sua origem social não ter ligação direta com a mídia, têm a concepção de si mesmos formulada através dos produtos culturais que consomem. Este primeiro momento da pesquisa servirá como instrumento comparativo para a percepção do público que será avaliada adiante.

Em seguida, no terceiro capítulo, será apresentada a série televisiva objeto deste trabalho, *The Big Bang Theory*. A partir de uma introdução sobre a relevância dos Estudos Culturais para as pesquisas de comunicação da atualidade, aproximando cultura e comunicação (CAUNE, 2014; THOMPSON, 2001; MORLEY, 1996; SCHULMAN, 2004; MARTÍN-BARBERO, MUÑOZ, 1992). Esta conexão entre os dois campos serve de introdução para o estudo das séries televisivas na contemporaneidade, produzidas tendo em vista um público consumidor exigente, que busca desenvolver relações de afeto com as histórias e personagens (ESQUENAZI, 2010; JOST, 2007; JOST, 2012; MACHADO, 2014).

A análise dos membros da série *The Big Bang Theory* indica uma profundidade pouco alcançada em personagens de comédias de situação, chamadas de sitcom. Avaliados com base em conhecimentos de criação de personagens (DAVIS, 2001; RODRIGUES, 2014; FIELD, 2001; SEGER, 2006), as personalidades de Sheldon, Leonard, Howard, Raj e Penny, protagonistas da série, são desvendadas neste capítulo sob olhares psicológicos a respeito de sua back story, informações que aconteceram antes de a série começar, mas que conhecemos através das falas dos personagens em cena, e sua front story, que começa a partir do início da

série. Mais adiante, será avaliado se o público da pesquisa tem uma visão semelhante ao perfil traçado a partir de autores como Hime (2014), Fortim (2014), Flores, Rocha Filho e Samuel (2014), dentre outros.

No quarto capítulo, serão apresentados os dados da pesquisa realizada para este trabalho. Um questionário estruturado, com abordagem quantitativa e qualitativa, foi aplicado para uma amostra, escolhida aleatoriamente (BECKER, 2007), de 600 pessoas. O questionário foi dividido nas seguintes seções: perfil demográfico, perfil sociocultural, pessoas que não assistem a séries, séries favoritas, hábitos de consumo em relação às séries favoritas, preferências em relação à série *The Big Bang Theory*, hábitos de consumo em relação à série *The Big Bang Theory* e seção final. A apresentação dos dados é dividida entre dados quantitativos e qualitativos, com o objetivo de melhorar a leitura de sua interpretação.

Ao final, este trabalho se encerra com uma reflexão a respeito dos dados coletados, na qual espera-se confirmar a identificação e envolvimento afetivo dos respondentes com suas séries e personagens favoritos e averiguar sua percepção sobre ser nerd ou ser considerado um. Com o cruzamento dos dados, serão avaliados os hábitos de consumo dos que se consideram nerds e os que não se classificam como tal, para apontar as semelhanças e as diferenças de consumo. A hipótese é de que os dois grupos consomem os mesmos produtos e sua diferenciação está na apropriação que fazem dos mesmos. Espera-se, na conclusão da análise, verificar como as pessoas enxergam o nerd e conferir se a sua aceitação do nerd é real, como proposto no início do trabalho.

2 NERDS: O QUE SÃO E COMO SÃO VISTOS

Os indivíduos são a base de toda sociedade. Por muito tempo, foram chamados de “massa”, termo que perde força, mas ainda está presente. É notório, porém, que passamos a enxergar cada vez menos esta massa, à medida que grupos e personalidades vão ficando mais nítidos dentro da aglomeração de pessoas. Seja por sua presença naturalmente apercebida ou por seu ímpeto de chamar a atenção, estes grupos vão ficando conhecidos e ganham mais membros e simpatizantes.

É o caso dos nerds, foco deste trabalho, indivíduos que foram, durante muitos anos, considerados párias da sociedade por seu jeito “inadequado de ser”. O estereótipo do nerd é bastante consolidado na mídia: pessoas brancas, muito magras ou muito gordas, desajeitadas, com aparelhos nos dentes e óculos grossos, falam com a voz anasalada e usam o vocabulário correto, vestem roupas estranhas, são tímidos e antissociais (às vezes parecem até desligados da realidade), gostam de estudar (são bons nisso), são aficionados por tecnologia e são fãs de livros, filmes, quadrinhos e jogos sobre fantasia, ficção científica e outros assuntos.

Apesar de terem sua origem na sociedade americana, o estereótipo do nerd foi disseminado, identificado e adaptado em diversas culturas. Recentemente, os nerds estão saindo do estigma de excluídos das rodas sociais e estão ganhando destaque, por motivos como sua ascensão econômica e seu alto capital intelectual. Esta mudança de comportamento da sociedade é difícil de ser ignorada, pois os nerds não só eram rejeitados; muitas vezes, eram publicamente humilhados em práticas de *bullying*¹ frequentes, tanto no ambiente físico, quanto no digital e no midiático.

Neste capítulo, pretende-se analisar os componentes do nerd, o que os fazem ser como são e o que mudou na sociedade para que hoje sejam aceitos (se é que são realmente). Assim, veremos a origem e histórico do grupo, a etimologia da palavra, suas características (físicas, comportamentais, psicológicas, sociais e culturais), sua situação contemporânea e faremos um breve apanhado qualitativo de sua presença na mídia. O objetivo é compreendermos o grupo e termos um olhar mais aprofundado dos nerds, comparando o estereótipo formado pela mídia e pela sociedade com o perfil traçado por estudiosos da área.

¹ *Bullying*: palavra de origem inglesa utilizada para descrever atos de violência física ou psicológica, intencionais e repetidos, praticados por um indivíduo ou grupo de indivíduos, causando dor e angústia, sendo executados dentro de uma relação desigual de poder. Fonte: Wikipedia (pt.wikipedia.org/wiki/Bullying). Acesso em 13/04/2015.

2.1 Histórico do grupo

Alguns autores consideram que o nascimento do grupo dos nerds é relacionado ao surgimento de sua nomenclatura (FERNANDES, RIOS, 2011; MATOS, 2011; MOURÃO et al., 2013). Com isso, datam a origem do grupo a partir da década de 1950, com os trabalhadores dos laboratórios do *Northern Electric Research and Development*, cuja abreviação é N.E.R.D., mas não dedicam seu olhar a um período anterior a esse. Benjamin Nugent, autor de *American Nerd: The story of my people* (2008), apresenta uma linha do tempo bem mais abrangente, que nos ajuda a entender a formação social, cultural e econômica do grupo.

Segundo Nugent (2008), para entendermos o nascimento do grupo, precisamos entender o impacto da Revolução Industrial na sociedade. A era industrial trouxe um novo panorama para os homens do século XIX, no qual estes se viam substituídos pelas máquinas, tanto em relação à força física quanto à inteligência. Um sentimento que surgiu naturalmente entre eles foi o de impotência, ao verem que perdiam importância diante desse novo cenário. Uma maneira de compensar esta obsolescência foi a de engrandecer e realçar as características que nos faziam humanos. Desta forma, o culto ao esporte, ao corpo e às emoções tomaram novo fôlego na sociedade, pois separavam bem o que era humano do que era máquina.

Assim, Nugent indica que o conceito de nerd veio do conceito de esportista (2008, p. 30), e explica que a preparação dos jovens (principalmente os aristocratas) estava associada ao seu desenvolvimento para a liderança e à consolidação de seu caráter. Este incentivo e dedicação demonstrariam sua superioridade perante os imigrantes e os técnicos que desenvolviam as máquinas – segundo a visão dos nobres, estes últimos haviam preferido abandonar seu lado humano para juntarem-se à frieza das máquinas.

Este ressentimento da aristocracia rural diante da expertise dos burgueses industriais fez surgir uma nova tendência na educação, na qual o estudante ideal era robusto e saudável, e os alunos magros e estranhos eram considerados inaptos. O confronto físico e a participação em concursos que cultuavam o corpo era algo requisitado dos alunos, na escola e no cotidiano, como maneiras constantes de se autoafirmar na era industrial. Pessoas mais lógicas e menos espontâneas foram sendo consideradas menos humanas; sua racionalidade fez com que a sociedade deixasse de considerá-las emocionalmente, tratando-as cada vez mais como máquinas.

Criou-se, então, o que Goffman (1988) classifica como estigma: uma marca, uma cicatriz que confere atributos depreciativos a quem a possui. O indivíduo estigmatizado, segundo o autor, é aquele desadequado na sociedade, cuja existência é vista como não natural pelas pessoas consideradas normais. Há uma discrepância entre a imagem que o indivíduo “anormal” tem de si mesmo e a que os outros fazem dele, o que nos leva a deixar de “considerá-lo uma criatura comum e total, reduzindo-a a uma pessoa estragada e reprimida” (GOFFMAN, 1988, p. 12).

Com o perfil estabelecido, os apelidos não demoram a aparecer. O primeiro nome a classificar estas pessoas “menos humanas” foi *Greasy Grind*, ou *Greaser* (alguém “oleoso”, em uma tradução livre – referência ao aspecto do cabelo dos indivíduos e ao óleo das máquinas); surgiu no final do século XIX, dentro das faculdades e internatos, para designar alunos que não se integravam aos outros (NUGENT, 2008).

Indícios de pessoas com estas características são encontrados até antes dessa primeira nomenclatura. Na literatura, vemos exemplos de nerds nas obras de Jane Austen e Mary Shelley. Em *Orgulho e Preconceito*, publicado em 1813, um dos livros mais famosos de Austen, vemos na personagem Mary Bennet, irmã da protagonista Elizabeth, traços do grupo observado neste trabalho. Mary não entende as sutilezas nas conversações da sociedade britânica da época; para as moças não comprometidas, o momento de aproximação com os rapazes que estavam à procura de esposas acontecia durante bailes ou eventos informais, nos quais as conversas giravam em torno de amenidades que tinham como objetivo gerar empatia, e não a certeza ou confirmação de um argumento. Assim, nestas ocasiões, Mary argumentava logicamente sobre os assuntos discutidos, usando seu conhecimento da língua inglesa e de uma linguagem mais científica, o que a faziam parecer pedante e desconectada da sociabilidade e tato emocional das outras pessoas. Austen a usa com frequência para alívio cômico, transparecendo a diferença da irmã para as outras, mais sociáveis e agradáveis.

Mary Shelley é a criadora de Victor Frankenstein e seu monstro de laboratório. Victor é um cientista que abandonou sua vida social em prol de seus estudos e realizações. A paixão de Victor pela ciência faz com que fique confinado em seu laboratório e deixa sua pele ficar pálida; ao dar vida a seu monstro formado por partes de cadáveres, o cientista olha para sua criação e não reconhece os limites éticos que acabou de transgredir, vê apenas reparos e melhorias a serem feitos. Shelley faz uma crítica a este estilo de vida, que prefere a ciência e a tecnologia ao invés da emoção, da vida social e da natureza.

Vemos, então, que a origem do grupo é bem anterior à consolidação do nome nerd. A origem do nome é incerta, mas segundo Fernandes e Rios (2011), a palavra nerd tem origem indubitavelmente na língua inglesa. Como dito anteriormente, alguns autores acreditam que o nome do grupo foi originado a partir de um departamento de pesquisa da empresa canadense *Northern Electric Research and Development*, (N.E.R.D). Diz-se que os membros deste departamento eram sujeitos pálidos e franzinos, que se dedicavam excessivamente às suas atividades nos laboratórios e preferiam as companhias de seus próprios colegas à companhia do restante dos funcionários da empresa. De acordo com Pereira (2008, p. 102), “o nome do tal laboratório passou a ser sinônimo daqueles jovens branquelos de óculos espessos, vidrados num computador e pouco afeitos ao ar livre”.

Outro possível surgimento da palavra vem dos estudantes americanos da Massachusetts Institute of Technology (MIT), que apelidavam pejorativamente outros estudantes da instituição de “*knurd*”, que é a escrita inversa da palavra *drunk*, que significa bêbado (MATOS, 2011). A teoria diz que os jovens chamados de *knurds* eram aqueles que preferiam os estudos em vez de participar das festas da universidade.

A primeira aparição documentada da palavra, entretanto, foi em 1950, em um livro chamado *If I ran the zoo* (Se eu dirigisse o zoológico, em tradução livre), de autoria de Dr. Seuss, autor de “Como o Grinch roubou o Natal”. No livro, a palavra refere-se a um ser diferente do zoológico. Segundo Nugent (2008), a criatura do livro não possuía muitas características que pudessem associá-la facilmente aos nerds, a não ser uma expressão mais sisuda.

Na década de 1950, uma revista de humor foi fundada pelos alunos do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), chamada Bachelor. A revista trazia piadas, fotos sensuais de mulheres e muitas histórias com sátiras, ficção científica, paródias e desenhos. Na publicação, os jovens engenheiros da instituição costumavam praticar autodepreciação em seus textos e conversavam na seção de cartas sobre sua postura antissocial diante do corpo discente. No início da revista, o nome utilizado para se referir a estes alunos “diferentes” era *tool* ou *supertool* (NUGENT, 2008). Em 1964, um personagem chamado Nurdly aparece em uma história na Bachelor, e era um calouro que queria participar de rituais de iniciação para fraternidades (eventos que exigem jovens extremamente qualificados com as características que descrevemos anteriormente sobre o atletismo juvenil como indício de bom caráter e espírito de liderança). Outras histórias foram surgindo e os fonemas de nurd ficaram mais

frequentes, até que os escritores da revista começaram a usar a palavra nerd para se descreverem.

Só na década de 1980 o nome nerd começou a figurar nas mídias. Um quadro do programa “Saturday Night Live”, série de humor da televisão americana, apresentou um quadro com os atores Bill Murray e Guilda Radner (Figura 1), escrito pelas roteiristas Rosie Shuster e Anne Beatts, chamado “*The Nerds*”, sobre dois estudantes desajustados que tentam distribuir cópias de suas músicas para tentar fazer sucesso no colégio. Os dois personagens, chamados Todd DiLaMuca e Lisa Loopner, apareceram em diversos esquetes do programa, como “*Nerd Rock*”, “*Nerd Nativity*” e “*Nerds of Seduction*”. A visualização dos personagens fez a ligação com o nome, que, a partir daí, ganhou popularidade.

Figura 1 – Bill Murray e Guilda Radner como Todd DiLaMuca e Lisa Loppner no quadro *The Nerds*, do programa americano *Saturday Night Live*.



Fonte da imagem: <https://www.pinterest.com/pin/80713018292573855/> (acesso em 11/04/2015).

Um dado interessante a respeito do grupo é que, apesar de sua origem americana, a cultura nerd se espalha pelo mundo. Isso se deve, em grande parte, ao papel que os nerds foram ganhando nos produtos culturais, como vimos no exemplo acima. Este papel é geralmente associado a um valor simbólico cômico e pejorativo, imagem construída pela mídia com o objetivo de propagar ideologias dominantes (KELLNER, 2001), inseridas em um contexto social e político que buscava, a princípio, manter esse status quo do nerd como sujeito inadequado e repulsivo. Nos próximos tópicos, nos dedicaremos a examinar um pouco mais das características dos nerds.

2.2 Características físicas

De acordo com Nugent (2008), existem dois tipos de nerd: o primeiro tipo é formado principalmente por homens, de alto nível intelectual, cuja característica mais marcante é seu comportamento mecânico, quase robótico. O segundo tipo é formado por igualmente por homens e mulheres que são considerados nerds devido à sua exclusão social. Muitas pessoas são classificadas neste segundo tipo não por possuírem esta característica, mas por causa de sua proximidade ou amizade com quem possui.

Goffman (1988) aponta que os estigmatizados, diante do desconforto que as relações mistas (pessoas normais e estigmatizados) proporcionam a estes indivíduos, é comum que eles procurem seus semelhantes em busca de aceitação. Neste caso, o que era estigma para a sociedade passa a ser um atributo de normalidade, dependendo apenas do contexto onde a pessoa está inserida. Neste tópico, nos dedicaremos a examinar um pouco mais das características físicas que os nerds apresentam.

Algumas são bem clássicas, como os óculos grossos, pele com bastante acne, risada infantil, expressão séria e amarga, problemas dentários e corpo curvado, “sintomas universalmente conhecidos” (NUGENT, 2008, p. 12) e encontrados em homens e mulheres. Este é o perfil mais representado na mídia ainda hoje e sua origem data de antes do surgimento da palavra nerd. Na revista Bachelor, em uma publicação de 1954, havia uma descrição física bem parecida com o perfil traçado, mas em sua denominação anterior, o *grind*:

Ele é vestido com casacos de malha cor de bronze e amarrotados e óculos de lentes grossas. Barba de três dias opcional a custo extra. Vem equipado com duas régua de cálculo, bainha para lápis montada no cinto, e um livro sobre tubos a vácuo. Coloque uma mão firme sobre seu braço, e ele diz “OK, Prof”. Complete com mochila para livros e expressão amarga. Considerando que a bainha para lápis montada no cinto é uma variante antiga do protetor de lápis, essa é uma boa descrição do nerd. A imagem visual está lá, e a categoria também, e sugere que o nerd herdou alguns de seus traços de definição do *grind*. (NUGENT, 2008, p. 58, tradução livre)²

² Texto original: He is dressed in rumpled suntans, coat sweater, and thick glasses. Three-day beard optional at extra cost. Comes equipped with two slide rules, belt-mounted pencil sheath, and a vacuum tube handbook. Place your hand firmly on his arm, and he says, “OK, Prof.” Complete with bookbag and sour expression.” Given that the “belt-mounted pencil sheath is an early variant on the pencil protector, this is a pretty good description of the nerd. The visual image is there, and so is the category, and it suggests that the nerd inherited some of his defining traits from the grind.

Ao realizarmos uma pesquisa nos periódicos brasileiros, percebemos que o estudo das características físicas não é tão abordado nacionalmente quanto suas características sociais ou culturais. Apesar de não termos muitos estudos com a finalidade de traçar o perfil do nerd brasileiro, uma teoria é que este, conhecido popularmente por CDF, não é tão fisicamente estereotipado como o americano, o que o torna menos reconhecível. No Brasil, o adjetivo é comumente utilizado nos colégios para indicar os alunos mais dedicados aos estudos e mais introvertidos. Assim, vamos analisar a seguir alguns destes outros traços dos nerds.

2.3 Características psicológicas/sociais/comportamentais

Nem só de aparências vivem os nerds: seus aspectos psicológicos e sociais são uma parte importante da construção do seu estereótipo. Galvão (2009, p. 2), de maneira simples, resume alguns de seus traços: “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”. A autora ainda completa: “sua personalidade é marcada pela timidez, falta de autoconfiança gerando a forma desajeitada de agir, ingenuidade, além de estar sempre indiferente com ao que acontece ao seu redor” (GALVÃO, 2009, p. 2). Ou seja, como início da análise, vemos que a ideia de fragilidade é bastante presente no perfil dos nerds, tanto fisicamente quanto em sua maneira de agir, tornando-os alvos fáceis de *bullying* desde sua infância até a vida adulta, uma visão que complementa o que foi visto anteriormente nos estudos de Nugent (2008) sobre a origem do grupo.

A inteligência acima da média está bastante relacionada com o ressentimento da Revolução Industrial já mencionado, que também se conecta ao que Nugent (2008) classifica como uma espécie de comportamento de “máquina”. Um requisito que falta aos nerds é a empatia e a falta de compressão de aspectos da dinâmica social, como metáforas e ironias. Esta característica é comumente ligada a pessoas que sofrem da Síndrome de Asperger: “A síndrome de Asperger é uma condição neurológica cujas manifestações externas, de maneira mais suave, às vezes lembram as condições sociais que classificamos, sem cientificidade, de nerd.”³ (NUGENT, 2008, p. 143, tradução nossa).

³ Texto original: Asperger's syndrome is neurological condition whose outward manifestations, at their mildest, sometimes resemble those of the social conditions we like to label, with unscientific abandon, as nerdy

Aspies, nome dado às pessoas portadoras da síndrome, são muito parecidos com autistas: apesar de não terem o QI baixo, vivem em um mundo isolado e não entendem sutilezas como expressões faciais, olhares e tons de voz. Por isso, são tão apegados a regras; para eles, regras não são feitas para aprisionar, mas para ajudar a organizar e a compreender o cotidiano. Assim, elas não são prisões, são liberações da confusão e do medo das regras sociais. Também acredita-se que Aspies não têm imaginação (que eles têm, mas não costumam compartilhá-la) e que são desprovidos de emoções, já que possuem um comportamento “robótico”, mas, na verdade, há uma carência de habilidades sociais para demonstrá-las.

De acordo com Nugent (2008), o que difere um grupo de outro é, principalmente, o grau de manifestação destes atributos. As fobias sociais, o gosto por ciência e engenharia, o discurso regido por regras, os movimentos contraídos e o foco intenso em um assunto ou conjunto deles são as características que os nerds e os portadores de Asperger possuem em comum. Entretanto, nerds temem o confronto físico, medo que os Aspies não têm; estes, por outro lado, costumam fazer movimentos repetitivos, característica não compartilhada com os nerds.

Os sintomas da síndrome não fazem com que seus portadores sejam automaticamente classificados como nerds, mas ao fazermos comparações entre seus traços e o perfil de alguns personagens da mídia considerados nerds, a semelhança entre eles fica clara. Dois personagens bem conhecidos do público nerd são o detetive Sherlock Holmes (Figura 2), da série clássica escrita por Sir Arthur Conan Doyle, e o físico Sheldon Cooper (Figura 3), da série *The Big Bang Theory* (nosso objeto de estudo e que será mais detalhado nos próximos capítulos). Ambos possuem as características citadas e são considerados como nerds, tanto pelo público quanto pelos outros personagens da série. No caso de Holmes, apesar de não haver a palavra para descrevê-lo, ele é considerado pelo Dr. Watson como alguém que não se encaixa nos padrões da sociedade. No livro “Um Estudo em Vermelho”, os dois personagens se encontram pela primeira vez e Watson faz uma descrição de seu novo conhecido.

Ele próprio e sua aparência chamavam a atenção do observador mais desatento. Tinha mais de 1,80 metro de altura, mas a magreza excessiva fazia com que parecesse ainda mais alto. Seu olhos eram atentos e penetrantes, exceto durante aqueles intervalos de torpor a que já me referi; e o nariz delgado, aquilino, dava à fisionomia um ar de vigilância e determinação. Também o queixo, saliente e quadrado, indicava um homem decidido. Suas mãos estavam sempre manchadas de

tinta e de produtos químicos, mas mostravam uma extraordinária delicadeza de toque, como tive ocasião de observar várias vezes, enquanto ele manipulava seus frágeis instrumentos de alquimia. (DOYLE, 2015, p. 20)



Figura 2 – Sherlock Holmes, interpretado pelo ator Ronald Howard, na série homônima de 1954

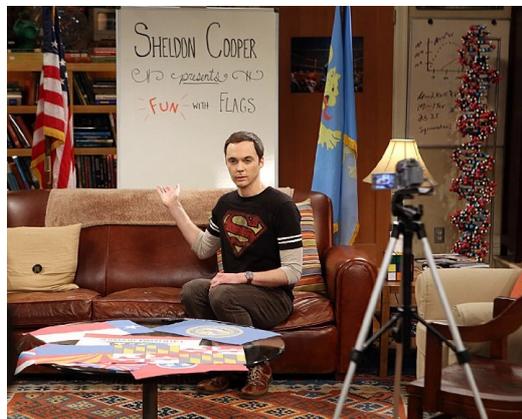


Figura 3 – Sheldon Cooper, personagem interpretado pelo ator Jim Parsons na série The Big Bang Theory

Fonte das imagens:

Figura 2: <https://silverinahaystack.wordpress.com/2013/09/23/sherlock-holmes-1954/> (Acesso em 20/04/2015).

Figura 3: <http://www.imdb.com/media/rm3078529792/ch0064640> (Acesso em 20/04/15).

Algumas etnias são mais ligadas ao perfil nerd do que outras, como as pessoas caucasianas (brancas), os orientais e os judeus. Os caucasianos são associados ao nerd devido à sua distância do que é considerado primitivo e natural; estes traços são mais ligados à África e suas cores quentes e sua relação com a terra, com o que é fluido e humano, ressaltando o aspecto de que nerds são máquinas, sem emoções e sem vida, que fogem de qualquer tipo de confronto físico ou emocional (NUGENT, 2008).

Os orientais, mais especificamente os japoneses, tem uma proximidade quase natural com os nerds, tanto por seu comportamento como sociedade quanto pelas obras culturais criadas no Japão. Seus habitantes são vistos como frios e seu comportamento lembra o de um robô; são acostumados com a disciplina, com o trabalho árduo e com a omissão das emoções. A ordem, lá, é algo enraizado nos hábitos do povo. A rapidez do desenvolvimento do país, inclusive no aspecto militar, é algo alcançado graças ao poder de tecnologia da região. E, com uma breve olhada em desenhos animados japoneses, mais conhecidos como animes, de ficção científica, vemos a riqueza de detalhes na construção das cenas e, no enredo, percebemos uma tendência das temáticas dominação mundial e vingança, uma espécie de projeção das aspirações nerds de vitória dos oprimidos contra os opressores.

A proximidade com os orientais é tamanha que os nerds são comumente confundidos com outro grupo: os otakus. Étienne Barral (2000) compara a tribo urbana

japonesa chamada de otaku com os nerds, relacionando o caráter de segregação que os dois grupos sofrem por serem considerados diferentes em relação à sociedade. Palavra originada do japonês, otaku tem dois significados: serve para designar casa, lar, casulo e também serve como tratamento formal entre pessoas que se conhecem, mas não tem intimidade. O motivo da escolha do termo é devido ao comportamento dos membros da tribo, que preferem a vida virtual baseada em universos fantásticos à vida real, ao contato com pessoas de verdade, com as quais evitam conviver, isolando-se dentro de seu próprio mundo, em seu próprio quarto, algo que compartilham com a imagem que temos sobre os nerds.

Os judeus tiveram um desenvolvimento econômico significativamente mais rápido do que membros de outras religiões, o que ocasionou no surgimento de uma estratégia social para afastar e excluir imigrantes bem-sucedidos (NUGENT, 2008). O ressentimento fez surgir o estereótipo de que judeus são pessoas estranhas e diferentes das outras. Para aproximar ainda mais o perfil dos judeus ao dos nerds, podemos adicionar sua dedicação e empenho ao estudo da Torá e sua tendência a fecharem bem os seus círculos sociais – atitude que pode ter sido originada com a exclusão mencionada anteriormente.

A tendência social natural para a qual estas pessoas são inclinadas é a de fechar cada vez mais o seu círculo de amizades, procurando conviver com pessoas semelhantes, já que são hostilizadas pelas pessoas “de fora”. Mas a exclusão sofrida pode resultar em casos de autodepreciação, um traço bastante observado nos estudos de Nugent (2008) e de Goffman (1988). Esta característica aparece na vida real como um sintoma de uma doença social moderna, na qual existem dois tipos de pessoas: as que são boas com pessoas e as que são boas com coisas (caso dos nerds). Esta dicotomia induz a construção da autoimagem das pessoas excluídas, fazendo-as crer que estão alienadas do resto da sociedade – alguns nerds tendem a acreditar nisso.

As mulheres estão presentes no grupo, apesar de a constituição deste ser majoritariamente masculina. Seu comportamento é semelhante ao do homem em relação a gostos e atitudes, mas elas vem ganhando mais destaque nos últimos anos principalmente por buscarem uma maior representatividade feminina nos produtos culturais consumidos pelos nerds. Não nos cabe, neste trabalho, fazer uma discussão de gênero no mundo nerd, apesar de ela se mostrar atual e necessária; pretendemos, por ora, analisar o grupo como um todo.

Alguns hábitos e preferências culturais dos nerds indicam uma sexualidade que tende a ficar presa em uma eterna infância (NUGENT, 2008, p. 133), como quadrinhos, fantasias, desenhos animados etc. Mas, como este traço indica, a idade é um fator secundário

para o grupo; logo, não se pode classificar estudos sobre os nerds como estudos sobre juventude, já que muitos deles já atingiram a maioridade. Sarah Thornton (1996) chama este fenômeno de retenção da juventude (mesmo depois de o indivíduo atingir a idade adulta) de “capital subcultural”. Segundo a autora, o sujeito usa este artifício como meio de identificação entre membros de um mesmo grupo para manter um senso de identidade e de solidariedade entre si, definindo-se em oposição aos valores criados pela mídia.

Associar os nerds à juventude, portanto, é tentar aproximá-los de um limite que, segundo Bourdieu (1983), é socialmente manipulável. Ser classificado como velho significa deixar de lado um universo simbólico de liberdades e irresponsabilidades seletivas para entrar em um mundo restrito e cheio de responsabilidades reais. É quase natural, portanto, buscar a extensão da juventude. Para os nerds, permanecer nerd implica manter contato com um imaginário composto por obras de fantasia que os protegem do mundo exterior, que está repleto de pessoas que os julgam e menosprezam.

Com estes exemplos, a uma primeira olhada, somos levados a acreditar que os nerds parecem ser um grupo construído mais a partir da mídia do que a partir do próprio grupo, mas alguns estudos, além do de Nugent, nos fazem perceber como o grupo se comporta no dia a dia, especialmente nos ambientes escolares brasileiros, mostrando sua espontaneidade.

Para citá-los, Bieging (2011) afirma que a mídia e a cultura gerada por ela contribuem na construção de sentidos e na formação de identidade da criança, que estabelece relações de proximidade e de identificação com os personagens de diversos programas infantojuvenis. Para a autora, as categorias de personagens estereotipados presentes nos programas, como “populares”, “normais”, “fracassados” e “nerds” também estão presentes no cotidiano escolar das crianças. Assim, mesmo que as crianças se dividam em grupos naturalmente, em uma classificação mais ligada à intolerância e à desigualdade social (descolados ficam amigos de descolados, ricos ficam amigos de ricos), a televisão potencializa esta segregação, e o *bullying* está presente nesta divisão de grupos.

Machado (2011) realizou um estudo que procurou demonstrar que as formas pelas quais os adolescentes de uma escola do ensino médio de Sergipe se tratam têm validade dentro das comunidades analisadas. O estudo englobou também os professores da escola, de forma a entender como os alunos se relacionam com eles. Os próprios alunos indicaram as categorias de formas de tratamento que foram trabalhadas no estudo, como alternativos, populares, nerds, patricinhas, dentre outras. A autora concluiu que a utilização das formas de

tratamento escolhidas servem para manter, criar ou modificar a realidade existente dentro das comunidades. Além disso, as formas de tratamento também influenciam a criação de identidades e as relações de solidariedade entre os membros do grupo.

Já o estudo de Maciel (2012) analisou se os alunos com altas habilidades/superdotação (AH/SD) são identificados e valorizados, ou não, dentro dos ambientes escolar e familiar. Segundo a autora, os alunos com AH/SD não são facilmente reconhecidos e, portanto, não são estimulados corretamente dentro do ambiente escolar. Assim, estes alunos podem ser rotulados como nerds e CDFs, ou são chamados de “puxa-saco” dos professores, criando uma atmosfera propícia para que o *bullying* aconteça por parte dos outros alunos. Esta hipótese se mostra verdadeira, uma vez que não só os professores, mas também os familiares das crianças e adolescentes com AH/SD desconhecem ou, até mesmo, desfavorecem a valorização e o respeito para com os alunos. Desta forma, o *bullying* no ambiente escolar, seja ele físico ou psicológico, na forma de ameaças ou não, está ligado à falta de conhecimento e direcionamento dos alunos com AH/SD.

Vemos, desta forma, que os nerds são objetos de estudo de diferentes áreas e estão presentes em vários lugares do mundo, o que pode classificá-los como um fenômeno mundial. Antes de vermos mais sobre seu momento atual e sua presença na mídia, vamos conhecer um pouco mais de seus hábitos culturais.

2.4 Características culturais

Sem muito esforço, podemos fazer uma lista de vários produtos culturais relacionados ao universo nerd: histórias em quadrinho, filmes, *role playing games*⁴ (RPG), seriados televisivos, livros, videogames, jogos de tabuleiro ou cartas e assim por diante. Dentro de cada uma destas categorias, podemos citar produtos específicos de especial encantamento por parte dos nerds – que são popularmente chamados de obras canônicas. De acordo com as “leis do grupo”, não é possível para um indivíduo ser considerado nerd se ele não tiver consumido estas obras.

Para citar algumas, temos:

- Quadrinhos: vários títulos da editora Marvel (Homem-Aranha, Vingadores, X-Men, dentre outros), da editora DC Comics (Superman, Batman, dentre outros), da editora Vertigo (Constantine, Sandman, V de Vingança, dentre outros);

⁴ Jogos de interpretação de personagens.

- Filmes: Star Wars, De Volta para o Futuro, Matrix, Blade Runner, entre outros;
- RPG: Dungeons & Dragons, Vampiro: a Máscara, GURPS, e outros;
- Seriados: Star Trek, Lost, Battlestar Gallactica, Doctor Who, Simpsons, e assim por diante;
- Livros (por autores): J. R. R. Tolkien, George R. R. Martin (Guerra de Tronos), H. P. Lovecraft, Isaac Asimov, Philip K Dick, entre vários;
- Videogames: Super Mario, Legenda of Zelda, Halo, Diablo, GTA, e outros;
- Jogos de tabuleiro ou cartas: Settlers of Catan, Zombicide, Magic, dentre outros.

O site Jovem Nerd, um dos maiores portais sobre cultura nerd do Brasil, apresenta uma mascote (Figura 4) que contém características culturais indispensáveis para alguém pertencer ao grupo:

Figura 4 – Mascote do site Jovem Nerd, com indicações de produtos culturais consumidos pelos nerds.



Fonte da imagem: <http://teianeuronial.com/o-que-faz-do-nerd-um-nerd/> (Acesso em 21/04/15).

É importante notar que muitos destas obras entraram nos terrenos crossmidiáticos, ou sejam, foram contadas em outras plataformas, como narrativas de livros que viraram série de TV (Guerra de Tronos) e quadrinhos que viraram filme (V de Vingança). Algumas delas viraram narrativas transmidiáticas⁵ e têm sua história construída através de vários tipos de

⁵ As narrativas crossmidiáticas são definidas por Jenkins (2009) como um processo de difusão de conteúdo em diferentes meios, sem que haja necessariamente uma conexão do conteúdo, na maioria das vezes, o que ocorre é uma adaptação de uma plataforma para outra. Já as narrativas transmidiáticas pressupõem a ligação da história através do consumo de mídias diferentes, cujo conteúdo se completa em uma história maior. Nestas, a participação do consumidor é fundamental para induzir mais produção de conteúdos referentes à história e para realizar a missão de “ligar os pontos”.

mídia, como é o caso de Star Wars, que nasceu no cinema e teve sua história ampliada para quadrinhos, filmes e games.

O consumo destes produtos por nerds, independente de sua classe social, idioma falado ou lugar onde moram, sugere o que Ortiz (1994) conceitua como cultura-mundo: uma cultura baseada no consumo de bens simbólicos que são os mesmos em qualquer lugar do mundo. Ou seja, a desterritorialização desses ícones os tornam reconhecidos mundialmente, proporcionando um denominador comum que faz com que qualquer pessoa saiba o que eles significam e, por extensão, o consumam mais facilmente. De acordo com o autor, é esse denominador que possibilita a criação de estereótipos consumidos em escala mundial, conferindo status aos indivíduos e formando grupos baseados no compartilhamento de gostos em comum, garantindo sua diferenciação diante do todo.

Ortiz (1994) aplica esse raciocínio a diversas tribos urbanas, termo usado por Maffesoli (2000) para designar grupos de pessoas que se agrupam devido aos gostos em comum, se identificando através da expressão de valores e estilos de vida em um determinado espaço-tempo. Optamos, entretanto, por não utilizar este termo para nos referir aos nerds por considerarmos que as variáveis “espaço-tempo” não se encaixam atualmente diante da quebra de barreiras proporcionada pelas novas tecnologias, que nos conectam independentemente de geografia ou momento temporal. Na época da difusão do termo “tribos urbanas”, em 1988, os contextos tecnológico e social eram bem diferentes; sem a presença de uma rede global, a internet, que nos comunicasse com tamanha rapidez e escala, era uma missão mais difícil colocar indivíduos separados por distâncias, de certa forma, maiores dentro de um mesmo grupo.

Uma das principais características dos nerds em relação ao consumo destes produtos é a obsessão. Para eles, o importante não é só consumir, é se dedicar a esta atividade, aprender tudo o que for possível sobre aquele assunto. Esta atenção excessiva a artefatos culturais está presente há muitos anos, como Nugent (2008) observa, e proporcionou a conexão e o encontro entre os fãs de determinados assuntos, levando à criação de eventos de grandes proporções no mundo inteiro.

O consumo destes produtos leva ao consumo de outras mercadorias, derivadas de uma prática do mercado chamada de merchandising, que cresceu mundialmente após sua utilização por George Lucas, criador da saga transmidiática Star Wars, para a divulgação desta. Para convencer o estúdio Fox a produzir o primeiro filme da saga, chamado Uma Nova Esperança, Lucas abriu mão da maior parte de seus lucros e pediu para ficar com os direitos

de merchandising para produtos licenciados, de onde tiraria sua remuneração. O filme foi um sucesso e Lucas manteve todo o lucro da venda de produtos como camisetas, pôsteres, bonecos, álbuns de figurinhas, e assim por diante. Esta prática é muito ativa ainda hoje, e cada vez mais produtos são colocados no mercado para vários níveis de consumidores, sejam eles “comuns” (que procuram mercadorias mais simples) ou colecionadores (que buscam produtos exclusivos e de alto padrão).

Com todas estas opções de obras culturais e de produtos baseados nelas, uma pergunta surge mais claramente: por qual motivo os nerds as consomem? O que está por trás deste consumo ininterrupto?

Bourdieu (1983) afirma que o consumo é o combustível do *habitus*, princípio gerador das práticas cotidianas. É através dele que distinguimos estilos de vida, separados entre si pelos produtos que consumimos. Assim, o consumo serve para estabelecer estilos de vida, com toda sua carga simbólica, dividindo os indivíduos entre classes sociais ou entre grupos devido aos objetos e obras que adquirem. Para os nerds, esta conceituação é válida: eles consomem para assumir o estilo nerd de ser, separando-os daqueles que não são nerds.

Tocci (2007) aponta que esta tendência dos nerds de consumir alguns produtos representa uma tentativa de compensação de traços que eles não possuem, como o atletismo, a popularidade ou a masculinidade. Adquirir produtos de alto valor no mercado é um indicativo do poder econômico do indivíduo, sejam estes produtos itens de colecionador ou itens de tecnologia. Estes, inclusive, servem para mostrar a familiaridade do usuário com o aparelho, indicando inteligência e domínio sobre novas tecnologias, aproximando esta visão sobre o consumo de Baudrillard (1996). O consumo de determinados produtos, segundo o autor, é responsável pela diferenciação entre os indivíduos, “é uma função social de prestígio e de distribuição hierárquica” (BAUDRILLARD, 1996, p.10). Ou seja, o que um nerd consome irá distingui-lo, simbólica e financeiramente, daqueles que não o fazem.

O consumo destes produtos também mostra sua importância para a composição do grupo (MATOS, 2011). É através destas aquisições que o indivíduo demonstra pertencer ao universo dos nerds, e, desta forma, eles se reconhecem como iguais e formam sua personalidade. Assim, são consumidores ávidos de diversos tipos de mercadorias, verdadeiros colecionadores, que, a cada aquisição, não só afirmam um pouco mais sua própria identidade, como também constroem uma nova parte de suas narrativas pessoais.

Para reforçar esta perspectiva, Mourão et al. (2012) explicam os laços afetivos que os nerds nutrem por algumas obras e objetos que possuem sob a ótica de Canclini sobre o

consumo, que se expande para além da lógica de compra, uso e descarte e entra na esfera da definição de nossas identidades através da aquisição de diversos bens simbólicos. Ou seja, o apego dos indivíduos a histórias em quadrinho ou a filmes de ficção científica, dentre outros, contribui para a definição de sua identidade individual e sua identificação como grupo.

Esta visão se aproxima da de Kellner (2001), para quem a identidade do indivíduo é baseada nos produtos culturais que consome através da mídia. Esta é movida, segundo o autor, por motivos mercadológicos e ideológicos, procurando atingir um grande mercado e levando-o a se identificar com as relações e posições apresentadas nesses produtos. Ou seja, a lógica mercantilista por trás da divulgação destas identidades pela mídia leva a uma cadeia incessante do consumo desses produtos, com o objetivo financeiro de lucro e ideológico de manutenção de posições de dominados e dominantes. Quanto mais consumimos, mais consumiremos para reforçar nossa identidade perante a sociedade.

Outro impulsionador do consumo cultural dos nerds é o prolongamento da juventude, transformando-a em “um valor, que pode ser adquirido em qualquer etapa da vida através da adoção de estilos e padrões de consumo” (MATOS, 2012, p. 7). Assim, os nerds constroem sua identidade pessoal e social através do consumo midiático de diversos produtos, que são catalogados e hierarquizados para proporcionar a criação de sentido destes objetos para seus donos.

Em sua análise sobre jogadores do RPG Dungeons & Dragons (D&D), Nugent (2008) vislumbrou outro motivo por trás do consumo deste jogo: o de entrar em uma realidade alternativa para fugir dos conflitos do mundo real. Em cada sessão de D&D, os jogadores se encontram em um ambiente seguro, onde podem compartilhar suas fantasias e ansiedades, reforçando o caráter solidário dos nerds. Neste jogo, os personagens vivem aventuras com foco em combates, que acontecem para que determinado objetivo seja alcançado. Essas lutas representam uma contradição em relação ao comportamento dos nerds, que evitam confrontos físicos, e, ao mesmo tempo, expressam um desejo reprimido de força física.

Ao explicar sobre o aspecto obsessivo do nerd em relação ao consumo destes produtos simbólicos, Matos (2011) aponta que a cultura nerd pode ser considerada um tipo de subcultura, próxima à cultura do fã, mas com a diferença de que o nerd não se dedica a apenas um filme ou artefato cultural, mas a um complexo conjunto de referências de diversos textos e narrativas midiáticas, desde livros a filmes, jogos ou seriados. Desta forma, vemos de maneira mais clara a importância do consumo dentro da cultura nerd: sem ele, não seria possível o

acúmulo de tantas referências e, por consequência, a intertextualidade⁶ que caracteriza o grupo não tomaria forma.

Entretanto, Jenkins (2013), em sua concepção sobre a figura estereotipada do fã, nos dá uma visão muito próxima da que temos sobre os nerds. Segundo o autor, os fãs compram qualquer produto, independente da qualidade, do objeto do qual são fãs; se dedicam a cultivar “conhecimentos inúteis” sobre as obras; dão importância demais ao que cultuam; não se encaixam socialmente devido à sua obsessão pelas obras; são dessexualizados, infantilizados e emocionalmente imaturos; e não conseguem separar ficção da realidade.

Outro fator que fãs e nerds têm em comum são as apropriações que fazem dos textos dos produtos culturais que consomem (JENKINS, 2013). Uma vez que estes produtos são criados para atender uma demanda (que, no caso, não é composta só por nerds e fãs, mas os incluem), os consumidores se apropriam das obras, ou de parte delas, e as ressignificam. Isso nos indica que o consumo não é só o ato de adquirir algo, mas o uso que fazemos do que adquirimos, assim como aponta Baudrillard (1996). Nerds e fãs se apropriam também no sentido de tomarem para si o domínio daquelas obras, tornando-se os donos e, portanto, conhecedores dos detalhes, do passado e do futuro dos produtos que consomem.

É importante notar, entretanto, que não é só o consumo de determinados produtos que faz do nerd um nerd. Várias pessoas consomem os mesmos produtos que os membros do grupo, mas não são consideradas parte dele.

O que diferencia [...] os nerds dos não-nerds não é tanto os filmes, livros, músicas ou modelo de iPod que um ou outro possui e sim o uso que cada um deles faz destes artefatos. Apesar de a cultura nerd ser baseada essencialmente no consumo, o nerd não é um simples consumista: ele adquire, se apropria e transforma artefatos culturais de modo a fazê-los significar”. (MATOS, 2012, p. 8)

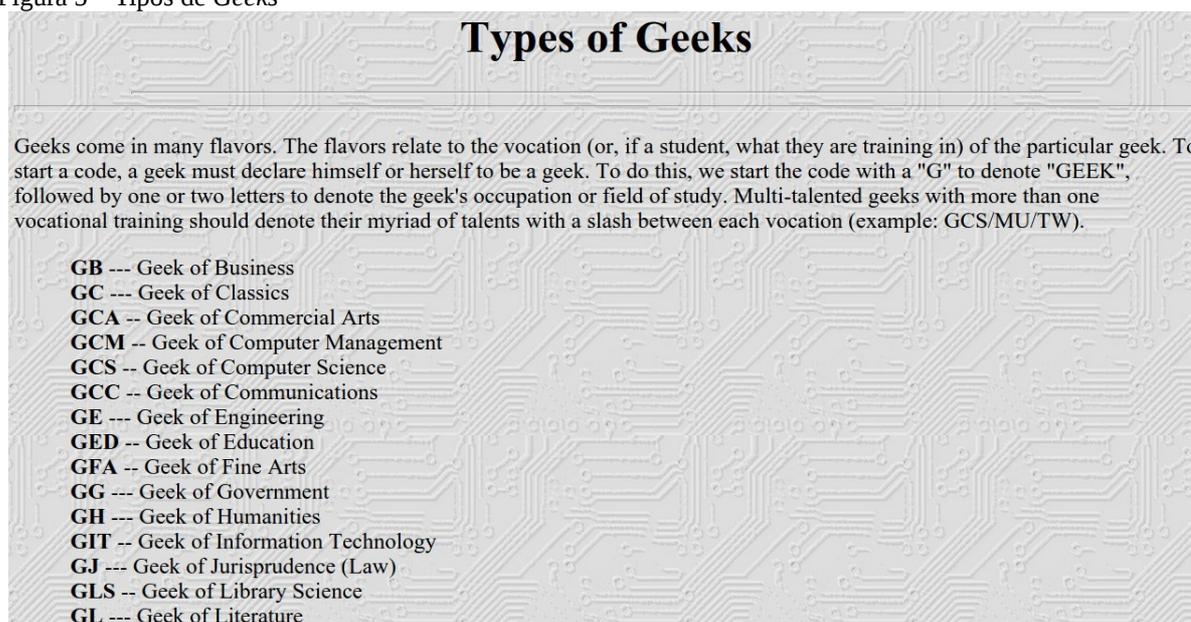
Nos últimos anos, percebemos um crescente desenvolvimento de produtos culturais voltados para o público nerd, algo curioso, já que, como vimos, eles são historicamente menosprezados na sociedade. A lógica mercantilista, no entanto, chegou à mídia e fez com que novos públicos fosse procurados e enxergados como potenciais. Os nerds, com seu poder de compra e dedicação a obras diversas, foram ganhando espaço e influenciaram o desenvolvimento de novas criações midiáticas, o que ocasionou uma modificação na estrutura do grupo. Veremos mais sobre isso no tópico a seguir.

⁶ Intertextualidade indica a co-presença entre textos, ou seja, presença de um texto dentro de outro, um dando sentido ao outro. (GENETTE, 1982).

2.5 Os nerds de hoje (ou seriam geeks?)

Com o tempo, uma nova palavra foi acrescentada ao vocabulário da sociedade para descrever indivíduos semelhantes ao nerd: geek. A associação da palavra ao universo nerd não é recente e é mais ligada à tecnologia. Geek, então, passa a se referir a uma subcategoria de nerd, os aficionados por informática. É interessante notar, no entanto, que um site criado na década de 1990 foi um esforço para explorar ainda mais subcategorias de geeks. O site GeekCode (<http://www.geekcode.com/geek.html>), criado por Robert A. Hayden, fornecia um questionário para que as pessoas preenchessem e descobrissem qual era o seu código geek. Era, ao mesmo tempo, tanto uma realização coletiva para o encontro de pessoas com gostos semelhantes quanto uma tentativa de mostrar que há um pouco de geek em cada um de nós (Figura 5).

Figura 5 – Tipos de Geeks



Fonte da imagem: <http://www.geekcode.com/geek.html> (Acesso em 20/04/15).

Para alguns autores, os dois termos são utilizados indistintamente para representar o mesmo indivíduo. De acordo com Fernandes e Rios (2011), a palavra “geek”, originada do vocábulo “geck” (que significa tolo), também pode ser considerada um sinônimo de nerd. O dicionário Cambridge corrobora com esta definição, classificando-o como alguém sem habilidades sociais e aficionado por tecnologia.

De acordo com outras obras, no entanto, há diferenças entre os termos nerd e geek: “o termo ‘geek’ aparece como sinônimo de nerd, mas sem a conotação pejorativa, e também como uma espécie de subgrupo. É usado mais frequentemente para designar jovens avidamente interessados em tecnologia, computadores, gadgets, etc.” (MATOS, 2011, p. 4). Lori Kendall (1999, apud TOCCI) afirma que a preferência entre a utilização de “nerd” ou “geek” varia de acordo com a região onde se encontram os indivíduos. Tocci (2007) vai um pouco além ao apontar a existência de uma hierarquia entre geeks e nerds, e que pessoas de grupos diferentes, mesmo em uma só cidade, podem entender estes termos de maneiras distintas. Para os fins deste trabalho, utilizaremos os dois termos como sinônimos, a não ser quando a diferença for explicitada no texto.

Independente da maneira como é chamado, o nerd atual aparentemente perdeu um pouco do seu caráter estereotipado; pelo menos no dia a dia, mas nas mídias a figura clássica ainda é bastante comum. Nugent (2008) cita como traços modernos o uso de camisas de heavy metal em tamanhos grandes, cabelos curtos e sem corte definido e um olhar distante. O que se observa, na realidade, é uma mudança da percepção sobre o nerd, tanto pela sociedade quanto por eles próprios. Esta transformação é semelhante à que Goffman (1988) discorre sobre estigmatizados desacreditados, ou seja, aqueles que possuem características distintivas visíveis, que se tornam estigmatizados desacreditáveis, cujas características não são evidentes.

Um fator em especial pode ser apontado como um dos responsáveis pela mudança de perspectiva em relação a este grupo: o processo de ascensão da tecnologia e sua importância no desenvolvimento das atividades do ser humano. Na Sociedade da Informação, onde o conhecimento é uma mercadoria de alto valor, os nerds passaram a ser um grupo com elevado acúmulo de informações. Fernandes e Rios (2011) explicam esta transformação:

Crianças e jovens que mostravam interesses diversificados por várias áreas da ciência, cujas notas no colégio eram acima da média, e cuja inteligência e ironia peculiares os faziam vítimas de truculentos valentões, provaram que tinham o que era necessário para obter sucesso profissional no mundo capitalista. Na vida adulta ganharam o respeito de uma sociedade que, se reluta em aceitar a inteligência, aplaude o êxito financeiro e releva quaisquer excentricidades de nerds que deram certo na vida (FERNANDES; RIOS, 2011, p. 3).

Com isso, não só o grupo passou a ser mais aceito pela sociedade, como os próprios nerds começaram a assumir cada vez mais sua identidade, posicionando-se contra os preconceitos e, nesta trajetória, trazendo mais pessoas para o grupo. A autoconfiança gerada provocou uma evolução do conceito de nerd concebido anteriormente. O sujeito esquisito e

antissocial transforma-se em uma pessoa “descolada” e mais sociável, mantendo seu caráter aficionado por tecnologia e cultura pop. Alguns nerds tornam-se ídolos até para o grande público, como Steve Jobs e Steve Wozniak, fundadores da Apple, e Bill Gates, fundador da Microsoft.

Para Galvão, a utilização da palavra geek em contextos mais atuais reflete esta nova versão do nerd, bem menos carregada de negativismo que o termo anterior: “segundo esta nova definição, o nerd não necessariamente é antissocial e não possui a chamada aparência clássica; alguns podem ter um visual mais moderno, retrô ou até mesmo uma aparência desleixada” (GALVÃO, 2009, p. 2).

Esta mudança é perceptível inclusive em nosso país, como nos mostra Luiz (2011). Em sua análise sobre tiras cômicas brasileiras publicadas na internet, o autor observou que seu conteúdo tenta desconstruir o estereótipo negativo associado ao nerd nos últimos anos, além de também ter constatado que houve uma evolução no “conceito nacional do que é ser nerd e como esse público sabe se comunicar muito bem tanto dentro de seu próprio nicho quanto com as pessoas que não fazem parte desse contexto cultural, mas que cada vez mais deixam de lado a rejeição que marcou o início dessa ‘classificação social’” (LUIZ, 2011, p. 13).

Um exemplo da autoestima e autoafirmação restaurada é a criação do Dia do Orgulho Nerd, comemorado anualmente no dia 25 de maio. A data, também conhecida como Dia do Orgulho Geek, teve origem no ano de 2006, na Espanha, e é uma iniciativa que advoga o direito de toda pessoa ser um nerd ou um geek. O dia de sua celebração foi escolhido em homenagem à estreia do primeiro filme da série “Star Wars”, em 1977, uma das obras mais reverenciadas dentro do universo nerd. Além disso, na mesma data também é comemorado o Dia da Toalha⁷, homenagem à obra “O Guia do Mochileiro das Galáxias”, escrita por Douglas Adams, outra referência cultural importante para o grupo.

Ao analisarmos um pouco melhor a questão da autoafirmação do geek como tal, observamos que esta atitude iniciou o crescimento da cultura nerd. A partir do momento em que os membros deste grupo decidiram assumir-se como nerds, deram-se a possibilidade de escolher alguns estereótipos positivos para manter, como a falta de conformismo, a competitividade e a busca por novidades, e abandonaram os traços negativos atribuídos aos nerds, como as personalidades introvertidas e antissociais (TOCCI, 2007).

⁷ Na obra, a toalha é o item mais essencial para o mochileiro das galáxias, pois apresenta inúmeras utilidades, além de servir para se secar.

Este clima mais favorável de aceitação dos nerds fez com que muitos quisessem se declarar como tais, mesmo sem sê-los. Nugent (2008) explica o apelo que os nerds têm como um grupo a ser copiado devido à sua naturalidade. “Rótulos” como “hippie” ou “punk” soam muito mais fabricados do que “geek”, e já foram tão mercantilizadas que perderam sua atratividade. Segundo o autor, dizer, atualmente, que se é hippie não tem a mesma credibilidade de se dizer que é nerd, visão que nos parece um pouco radical, uma vez os movimentos hippie e punk surgiram através de manifestações sociais naturais que, em seguida, foram apropriadas pela mídia e só então passaram a ter este ar fabricado.

O autor acrescenta que a adoção da personalidade nerd é uma estratégia de defesa em uma situação de ameaça. Para as pessoas que são privilegiadas e estão em situações de poder, um dos piores cenários imagináveis é um onde não se esteja mais nesta posição. Quando há a possibilidade de isso acontecer, estas pessoas procuram ganhar empatia ao tentar se identificar e se relacionar com os oprimidos, no caso, os nerds, em uma manobra de renúncia da sua autoridade em benefício de trazer aos olhos de todos a minoria, os excluídos socialmente, pessoas que merecem mais atenção. Assim, os estigmas tornam-se instrumentos de normalização (GOFFMAN, 1988).

Afirmar-se como nerd, hoje em dia, também é uma maneira de dizer que o indivíduo é descolado sem fazer esforço, pois se preocupa mais com seu conteúdo do que com sua aparência (NUGENT, 2008). O raciocínio inconsciente por trás desta associação é mostrar que o indivíduo está tão distante do perfil real dos nerds que pode se vestir e falar como eles e, mesmo assim, não pertencer ao grupo.

Os clichês semiverdadeiros sobre o que os hipsters gostam brincam com a ideia de tradicionalismo. Eles conotam sofisticação e cosmopolitismo ao gritarem “Não somos cosmopolitas! Não somos culturalmente sofisticados!”. Esta é uma tendência, e um de seus aspectos é o florescer da “nerdice” como uma estética.⁸ (NUGENT, 2008, p. 120, tradução nossa)

Com a mudança da sociedade sobre os nerds e a acolhida de seu perfil pelas pessoas não-nerd, novos olhares foram atraídos para este universo. Aos poucos, os geeks foram deixando de ser personagens secundários em grandes produtos culturais massificados e passaram a ser protagonistas de suas próprias narrativas. Grandes veículos de comunicação publicam cada vez mais matérias sobre os nerds, não só explicando suas características para o

⁸ Texto original: The sort-of-true clichés about what hipsters like [...] play with the idea of old school. They connote sophistication and cosmopolitanism by screaming, “We are not cosmopolitan! We are not culturally sophisticated!” This is an [...] trend, and one aspect of it is the flowering of nerdiness as an aesthetic.

público, mas também divulgando o estilo geek como uma nova moda. No próximo tópico, veremos um pouco mais da representação dos nerds na mídia.

2.6 Nerds na mídia

Através dos anos, o estereótipo do nerd construído com as características citadas anteriormente ficou cada vez mais forte, graças à sua ampla divulgação em produtos culturais exibidos pela grande mídia. Várias produções mostram os nerds de maneira cômica e pejorativa, contribuindo para reforçar sua fragilidade e peculiaridade de forma negativa para o grande público. O visual padrão começou a se fortalecer na década de 80, seguindo os moldes dos personagens Todd e Lisa, como vistos anteriormente. Um dos exemplos mais clássicos são os personagens Lewis e Gilbert (Figura 6), do filme “A Vingança dos Nerds” (1984), que tentam acabar com o *bullying* causado pelos atletas da universidade, também conhecidos como *jocks*, que refletem o conceito do que seriam os humanos “perfeitos” perante a sociedade.

Figura 6 – Personagens do filme A Vingança dos Nerds



Fonte da imagem: <http://www.imdb.com/media/rm3180771328/tt0088000> (acesso em 21/04/15).

É possível encontrar mais exemplos da representação dos nerds além do cinema, como nos quadrinhos, na TV e na literatura. O alter ego do Homem-Aranha, Peter Parker (Figura 7), é conhecido na escola como nerd, com vários dos traços vistos anteriormente. Outros personagens como ele são vistos em outros títulos, como o cientista Bruce Banner (Figura 8), que se transforma no Hulk; o também cientista Reed Richards (Figura 9),

conhecido como o Senhor Fantástico; Barry Allen (Figura 10), o Flash, que trabalha como cientista para a polícia; e ainda Clark Kent (Figura 11), disfarce terrestre do Super-Homem. Neste último exemplo, é interessante notar a inversão de valores a respeito da construção do personagem: nos outros casos, os personagens são nerds em sua essência (e, com isso, repletos de fraquezas e fragilidades), ganham poderes e passam a projetar sua identidade mais poderosa para a sociedade, mantendo em sigilo (ou não) seu verdadeiro eu. No caso do Super-Homem, sua natureza é superior, mas ele projeta para a humanidade a fraqueza que vê nela através da imagem de um nerd, Clark Kent.

Quando estão sem os uniformes, o visual dos personagens muda, principalmente para Peter Parker, Bruce Banner e Clark Kent. Nos três, a aparência inclui roupas formais e que não chamam a atenção, óculos, corte de cabelo quase padronizado e expressões de fragilidade e medo. Os cientistas frequentemente são vistos com jalecos e instrumentos científicos, que remetem não só à profissão, mas a um estilo de vida.

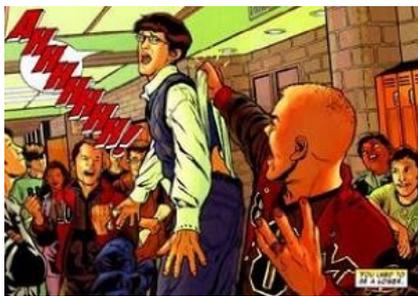


Figura 7 – Peter Parker (Homem-Aranha)



Figura 8 – Bruce Banner (Hulk)



Figura 9 – Reed Richards (Sr. Fantástico)



Figura 10 – Barry Allen (Flash)



Figura 11 – Clark Kent (Super-Homem)

Fonte das imagens:

Figura 7: <http://teianeuronial.com/o-que-faz-do-nerd-um-nerd/>;

Figura 8: [http://marvel.wikia.com/wiki/Bruce_Banner_\(Earth-10508\)](http://marvel.wikia.com/wiki/Bruce_Banner_(Earth-10508));

Figura 9: <https://br.pinterest.com/pin/322500023289766361/>;

Figura 10: http://vignette1.wikia.nocookie.net/marvel_dc/images/b/bb/Barry_Allen_016.jpg;

Figura 11: <http://www.dccomics.com/blog/2013/06/19/before-watchmen-graphic-novels> (acesso em 23/05/16).

No cinema, vemos mais exemplos de personagens nerds retratados nas telas. A personagem Mia Thermopolis (Figura 12), do filme “O Diário da Princesa”, se encaixa no perfil: roupas estranhas, aparelho ortodôntico, óculos e cabelos despenteados. Hermione Granger (Figura 13), da saga “Harry Potter”, é mais um exemplo e, neste caso, sua classificação como nerd está mais ligada ao seu intelecto; ela é uma das alunas mais brilhantes da escola Hogwarts, o que gera incômodo e impaciência em alguns colegas e professores, que a chamam de “sabe-tudo”. George McFly (Figura 14), personagem da trilogia “De Volta para o Futuro”, é o pai de Marty McFly, protagonista da saga. Na história, George é visto até pelo filho como um perdedor e sofre *bullying*, até na idade adulta, pelo vilão, Biff. Suas roupas são extremamente formais, seu penteado lembra o visual “oleoso” visto anteriormente nos *greasy grinds*, os óculos estão inclusos em sua aparência e sua fragilidade é tanto física como emocional: ele não consegue se impor para conseguir o que deseja.



Figura 12 – Mia Thermopolis



Figura 13 – Hermione Granger



Figura 14 – George McFly

Fontes das imagens:

Figura 12: <http://www.imdb.com/media/rm273400832/tt0805669>;

Figura 13: <http://www.imdb.com/media/rm593467648/ch0000986>;

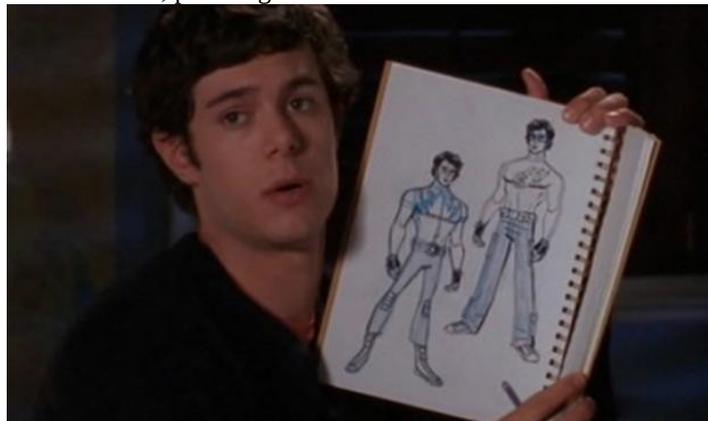
Figura 14: http://backtothefuture.wikia.com/wiki/George_McFly (acesso em 21/04/15).

Lacombe (2012) nos mostra que os meios de comunicação de massa se apropriam de campos sociais pouco explorados culturalmente e os tornam matéria-prima de seus produtos midiáticos. Ou seja, os assuntos abordados pela TV e cinema, por exemplo, em algum momento começam a ser enfadonhos para o público, que demanda novidades. Assim, a indústria cultural busca e se apropria de novos setores sociais para a construção de personagens e histórias diferentes para atender as necessidades do público.

Com a ascensão dos nerds no cenário econômico, sua representação nas produções culturais também mudou e o estereótipo passou a ser quebrado. Um exemplo é o

personagem Seth Cohen (Figura 15), da série The O.C., de 2003. Apesar de ser um programa exibido em um grande canal americano e com uma trama centrada em um casal e seus dilemas amorosos, Seth conseguiu se destacar na série e popularizar o estilo geek, com seu senso de humor afiado e suas referências a vários elementos da cultura pop. Sua amizade com Ryan, o protagonista, era improvável, pois um era nerd e o outro era atleta, mas mostrava que pessoas com estes rótulos podiam ser ótimos amigos.

Figura 15 – Seth Cohen, personagem da série The O.C.



Fonte da imagem: <http://www.denofgeek.com/tv/the-oc/31910/what-the-ocs-seth-cohen-did-for-geekdom> (Acesso em 21/04/15)

Atualmente, no universo cinematográfico criado pela produtora Marvel, o personagem Tony Stark (Figura 16), o herói Homem de Ferro, apresenta intelecto avançado, voltado para a tecnologia, que trouxe sucesso profissional e financeiro ao cientista. Entretanto, sua personalidade é excêntrica e “descolada”: tem uma boa aparência, vive cercado de belas mulheres, é assediado por jornalistas e consegue se relacionar rapidamente com as pessoas. Ele representa, assim, o “sonho” daquele que se imagina como sendo o estereótipo do nerd: ser reconhecido por suas capacidades intelectuais, ter habilidades de relacionamentos sociais e amorosos e ser admirado pela sociedade.

Figura 16 – Tony Stark (Homem de Ferro)



Fonte: [http://ironman.wikia.com/wiki/Tony_Stark_\(film\)](http://ironman.wikia.com/wiki/Tony_Stark_(film)) (Acesso em 23/05/16).

No cenário brasileiro, os nerds também estão presentes. Lacombe (2012) faz um estudo a respeito do personagem Fernando, interpretado pelo ator Johnny Massaro na novela “Malhação” em 2008. Na trama, o personagem é um típico nerd, em sua aparência e comportamento. Fernandinho (como também é conhecido) sofre constantes ataques de seus colegas, que se referem a ele por apelidos pejorativos e o excluem de várias atividades em grupo. Nem todos os personagens têm a mesma opinião sobre ele, como os protagonistas da série e seu interesse romântico, Domingas, outra personagem alvo de críticas pela maioria dos alunos do colégio Múltipla Escolha devido ao seu excesso de peso e ao seu perfil nerd.

Fernando até tenta mudar e deixar de lado as características nerds, mas reconhece que são elas que o fazem ser quem ele é e decide abraçar suas diferenças. O romance com Domingas é abalado com a chegada de uma personagem que se encaixa no perfil socialmente “aceito”, mas, no final de sua participação da novela, Fernandinho volta a ficar com Domingas, fato que Lacombe (2012, p. 10) conclui como a tentativa da novela de “retratar que impopular termina com impopular, ou seja, Fernando não tem chances com outras meninas mais ‘cobiçadas’ e termina com a outra nerd”.

O nerd não é retratado só em produtos culturais de entretenimento, mas também em matérias de jornais e de portais na internet. Em 2014, o mesmo ator que interpretou Fernando aparece como protagonista da novela Meu Pedacinho de Chão, exibida no horário das 18h pela Rede Globo. O visual do ator está bastante diferente de sua caracterização na novela “Malhação” e vira destaque de diversas reportagens da mídia. Em matéria publicada no site R7, com o título de “De patinho feio a cisne! Ex-nerd, Johnny Massaro vira galã em novela”, várias fotos do ator são publicadas comparando seu novo visual com o do

personagem Fernando (Figura 17). Frases como “Veja na galeria a transformação do ator, que antes só fazia papéis de nerds e que agora ‘virou o cara’”, “Os papéis de Johnny sempre o fizeram como um nerd” e “Dá para acreditar que é mesmo o ator?” são algumas das que compõem o texto da matéria.

Vemos, assim, que o conceito de nerd também é inserido no contexto brasileiro com características semelhantes ao dos nerds americanos, assim como carrega a negatividade presente no estereótipo original. Isso nos confirma o que vimos previamente a respeito da mundialização do conceito do nerd, que se replica em diferentes lugares através da internacionalização da cultura americana.

Figura 17 – O ator Johnny Massaro em 2014 (à esquerda) e no começo da carreira (à direita).



Fonte da imagem: <http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/fotos/de-patinho-feio-a-cisne-ex-nerd-johnny-massaro-vira-gala-em-novela-10052014#!/foto/18> (Acesso em 21/04/15).

2.7 Considerações sobre o capítulo

Nosso objetivo com este trabalho não é estabelecer o que é certo ou errado em relação ao grupo, apenas mostrar os diferentes pontos de vista sobre seus membros. Com a análise realizada sobre os nerds, podemos compreender melhor os fatores históricos que levaram à criação (ou revelação) do grupo, o nascimento e consolidação de seu estereótipo e seu momento atual. Assim, podemos chegar a uma conclusão de que a percepção que a sociedade tem a respeito dos nerds é volátil: às vezes positiva, às vezes não. Tudo depende do contexto onde se está inserido e do objetivo que se tem em mente ao colocar os geeks como ponto de discussão.

A figura do nerd é representada em diferentes produtos culturais midiáticos, refletindo, em sua maioria, o padrão que observamos ao longo do capítulo: pessoas com roupas diferentes, cabelos estranhos, óculos, gostos peculiares, comportamento tímido, fragilidade física e intelecto acentuado. Com o tempo e as mudanças na sociedade, esta aparência está se transformando na mídia, que atualmente retrata personagens nerds mais populares e bem-sucedidos. A partir de alguns exemplos dos quadrinhos e do cinema, vimos estas modificações na representação do grupo e, no capítulo seguinte, veremos mais alguns do universo das séries.

Percebemos, ainda, que há uma proximidade entre a cultura e a comunicação. A representação de determinados grupos na mídia mostra como a cultura serve de matéria-prima para o mercado comunicacional. O caminho oposto também acontece: produtos culturais, como filmes, programas de TV e livros, servem cada vez mais como base de identificação de pessoas, que se atraem devido a seus gostos em comum, formando nichos e subculturas. E esta dinâmica é tão fluida que é transmitida por novos produtos, como é o caso da série *The Big Bang Theory*, tema de estudo deste trabalho, que terá sua trama e personagens analisados no próximo capítulo, após nos dedicarmos a compreender melhor a relação entre cultura midiática e comunicação no próximo capítulo.

3 SÉRIES, THE BIG BANG THEORY E SEUS PERSONAGENS

A comunicação pode ser vista como um campo vasto, cuja definição foi elaborada a partir de diferentes pontos de vista, em áreas diversas. O mesmo poderia ser dito da cultura, conceito possivelmente ainda mais amplo e polissêmico, que tantos já procuraram, muitas vezes em vão, conceituar em um cânone. Não nos cabe aqui tentar chegar a uma conclusão sobre esses conceitos, uma vez que sua pluralidade tornaria esta missão ainda mais difícil, mas tentar refletir sobre e compreender as possíveis interseções entre os dois.

A relação entre estes dois campos é tratada por Caune (2014) como algo indissociável, no qual uma distinção seria capaz apenas de reduzir os conceitos a noções imprecisas e instáveis. Na visão do autor, cultura e comunicação andam de mãos dadas:

Na verdade, cultura e comunicação formam um estranho casal. Uma não caminha sem a outra. Os fenômenos não estão nem encaixados, um contendo o outro – a cultura apresentando-se como um conteúdo veiculado pela comunicação –, nem situados em planos paralelos, em correspondência analógica. Não cabe a figura da dualidade, da complementaridade, da oposição ou diferença; trata-se de uma relação de inclusão recíproca que faz que um fenômeno de cultura funcione também como processo de comunicação; ou que um modo de comunicação seja igualmente uma manifestação da cultura. (CAUNE, 2014, p. 8)

As expressões culturais e os fenômenos comunicacionais se misturam, transformando e convergindo a cultura e a comunicação em uma só conexão. Se acrescentarmos a esta perspectiva a de Thompson (2001), na qual comunicação é ação, inserida no contexto da vida social e parte integrante desta, percebemos o dinamismo das áreas, que vivem em contante mudança, acelerado especialmente nas últimas décadas com o desenvolvimento e consolidação dos meios de comunicação de massa e das novas tecnologias de comunicação.

A industrialização da comunicação, orientada para a construção de sentido coletiva no espaço público e cuja mediação influenciava disputas de poder entre instituições e indivíduos (CAUNE, 2014; THOMPSON, 2001), associada à industrialização da cultura, trazida por Adorno e Horkheimer (1985) como a apropriação dos objetos culturais pelo capitalismo, que os transforma em objetos para serem consumidos em massa, deu uma nova dimensão à interseção entre os dois campos que aqui observamos.

A mercantilização da cultura trouxe mudanças e rupturas no conceito de cultura em si, dividindo-a, por exemplo, entre cultura erudita e cultura popular e, ao mesmo tempo, hibridizando-as (NUSSBAUMER, 2000). Vemos, então, a tentativa de manutenção do *status*

quo das obras consideradas eruditas, como uma estratégia para que continuem peças vitais no jogo de poder simbólico entre as classes, como nos aponta Bourdieu (1983), em concomitância à transformação destas obras em produtos vistos pelo mercado como um instrumento para atingir o “grande público” em sua alta demanda por cultura, aumentando a reprodutibilidade das obras eruditas e transformando-as em populares. Com a globalização e a hibridização de culturas (HALL, 2002), observamos também a transformação da cultura popular em erudita, com o aumento da complexidade narrativa e intertextualidade dos produtos culturais atuais (JOHNSON, 2005). Segundo este autor, o fato de precisarmos de mais capital cognitivo para compreender a quantidade de referências que os produtos fazem a si mesmos em tramas cada vez mais elaboradas nos mostra que a atual cultura popular implica um alto nível de capital social e financeiro para consumi-la, potencialmente transformando-a em uma possível cultura de elite. Tudo isso tomando os meios de comunicação de massa como principais veículos de consumo desses produtos.

Estas modificações dos produtos culturais centralizaram-nos como objetos de estudo nas análises de diversos autores, da área da comunicação e de outras adjacentes, como a sociologia. Estes estudos consideraram os produtos tanto do ponto de vista da produção quanto da recepção, considerando que uma não existe sem a outra (HALL, 2003; JOST, 2007). Sem audiência não há sentido na produção do conteúdo midiático cultural, uma vez que ela é, ao mesmo tempo, receptora e emissora da mensagem; por ser o público-alvo dos meios de comunicação de massa, os produtos culturais transmitidos neles são baseados nos desejos e anseios da audiência, pois quanto maior ela for, maior o interesse dos anunciantes em inserir seus produtos nos intervalos comerciais das transmissões e, conseqüentemente, maior será o seu retorno de vendas.

Os Estudos Culturais podem ser destacados como um movimento que buscou, com mais ênfase, compreender essa junção entre produção e recepção dos produtos culturais através dos meios de comunicação. Sua criação, com o surgimento do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), na Universidade de Birmingham (Grã-Bretanha), tinha como objetivos a investigação da cultura em seu contexto histórico e social (SCHULMAN, 2004), com o uso de abordagens que focam na interpretação e na construção de sentido dos receptores. Nestes estudos, há um direcionamento voltado para a flexibilidade na análise, a partir da utilização de diversas metodologias nas pesquisas relacionadas a comunicação, desde análise de textos a trabalhos de campo etnográficos.

As novas possibilidades de análises proporcionadas pelos Estudos Culturais deram espaço para que os estudos de recepção fossem ampliados e melhor trabalhados, de acordo com Schulman (2004), deixando de lado a perspectiva behaviorista de abordagens anteriores (como a Teoria Hipodérmica, na qual o receptor é passivo às mensagens que recebe da mídia, em uma abordagem de estímulo-resposta) e trazendo à tona um receptor socialmente ativo, inserido em um processo constante de produção de sentido (THOMPSON, 2001). Assim, não podemos reduzir a recepção ao ato de adquirir um produto; recepção requer atenção ao que se está consumindo, momento no qual a formação e as condições sociais e históricas do indivíduo influenciam na compreensão da mensagem. Ou seja, analisar a recepção significa analisar não só o contexto de produção, mas também a interpretação do receptor acerca da comunicação que recebe; aqui, o contexto histórico-social-temporal afeta o entendimento da mensagem, assim como a percepção que o indivíduo tem dele mesmo e dos outros, fazendo com que o mesmo produto cultural, distribuído através do mesmo meio de comunicação, seja interpretado de maneiras diferentes por grupos diferentes (THOMPSON, 2001).

A televisão ganhou relativo destaque nesses estudos, em boa parte devido ao seu conteúdo diversificado e às grandes audiências que acumula. No Brasil e na América Latina, a telenovela e seus enredos ganham destaque por sua relação com os receptores. Sua transmissão regula os horários da vida diária, organizando-os de forma a encaixar as novelas e outros programas televisivos em nosso cotidiano (TONDATO; ABRÃO; MACEDO, 2013). A produção das telenovelas é pautada por intensas pesquisas de mercado que buscam antecipar tendências de comportamento do consumidor para construir histórias que correspondam ao que a audiência quer assistir. Assim, os temas das produções são retirados do público e voltam para ele, gerando impacto. De acordo com os autores acima, esse movimento acaba “inserindo na discussão da sociedade questões polêmicas, que gradativamente contribuem para mudanças na sociedade como um todo” (TONDATO; ABRÃO; MACEDO, 2013, p. 184).

As telenovelas também são responsáveis pela legitimação de identidades, ao mesmo tempo em que as transformam em objetos de consumo e ofertam ao público, que as adotam. Os autores acima também corroboram com a visão de que as mensagens veiculadas nestes produtos são polissêmicas e que seus sentidos variam de acordo com a leitura de cada indivíduo.

No âmbito da América Latina, Morley (1996) aponta sobre o caráter coletivo do consumo de televisão, e não individual, e reforça a necessidade de estudar sua recepção

contextualizando o indivíduo em suas atividades domésticas e em suas redes sociais e culturais. A prática de assistir à TV deve ser investigada em seu território natural, observando o receptor onde ele normalmente costuma assistir os programas de sua preferência. Martín-Barbero e Muñoz (1992) discorrem sobre o fascínio que a TV exerce em todas as classes sociais e sua capacidade de unir as pessoas através da criação de identidades que disfarçam a realidade, apaziguando ou apagando os conflitos que temos no dia a dia. Para os autores, a necessidade de repetição proposta pela TV levou à uniformização de gêneros e formatos que facilitassem a produção em série e, ao mesmo tempo, pudessem ser uma maneira estratégica de se comunicar com o telespectador, que se torna capaz de reconhecer e se identificar mais rápido com programas específicos.

Nos cenários americano e francês, principalmente, outro produto cultural tem se tornado foco de vários estudos que envolvem a televisão: as séries televisivas. Nos tópicos a seguir, vamos dedicar nossos olhares a suas classificações, sua relação com o público e, em seguida, vamos entender um pouco mais sobre as *situation comedies*, ou sitcoms, gênero no qual se encaixa nosso objeto de estudo central neste trabalho. Em seguida, abordaremos a série objeto desta pesquisa, *The Big Bang Theory*, e saberemos mais sobre o processo de criação de personagens.

3.1 Séries Televisivas

As séries são conceituadas por Machado (2014) como programas baseados na serialidade, ou seja, cuja apresentação se dá de forma descontínua e fragmentada na televisão. Também podem ser chamadas de narrativas seriadas ou, ainda, seriados. Seu enredo é dividido em capítulos ou episódios, que podem ser exibidos de forma diária, semanal ou mensal; estes episódios são subdivididos em blocos, separados por *breaks* comerciais e que podem conter uma recapitulação dos acontecimentos anteriores no começo e/ou um *cliffhanger* (ganho de tensão) no final para estimular o interesse do telespectador até o próximo bloco ou capítulo.

Muitos são os motivos de a TV ter escolhido a série como um dos principais modelos de narrativa para preencher os horários da programação das emissoras. São mais baratas de produzir (especialmente as que não são veiculadas diariamente), conseguem atingir um grande público e, com a fidelização deste, são capazes de atrair mais anunciantes (ESQUENAZI, 2010; JOST, 2007). Além disso, as séries possuem uma grande conexão com

o público, em diversos aspectos que veremos a seguir, e este público, que é consumidor, é capaz de influenciar a produção dos enredos, em um esquema de demanda e mercado.

Um dos principais apelos das séries em relação ao público é a sua capacidade de corresponder à necessidade de criação de temporalidade dos indivíduos. Como visto anteriormente por Morley (1996) e Martín-Barbero e Muñoz (1992), e confirmado por Tondato, Abrão e Macedo (2013), a televisão institui e fragmenta o tempo do cotidiano das pessoas, que adaptam suas práticas de forma a encaixar o ato de assistir aos programas em seu dia a dia. Machado (2014), Esquenazi (2010) e Jost (2007) corroboram com esta visão, trazendo as séries como um produto cultural que são feitas para satisfazer nossa demanda por regularidade e repetição de estruturas que nos são familiares. Além disso, as séries possuem valor cultural e o seu sucesso de público está associado à sua capacidade de gerar ganho simbólico para quem as assiste (JOST, 2012). Não devemos esquecer, entretanto, que esta é uma via de mão dupla: o público também provoca mudanças na programação e faz com que esta se adapte à sua demanda. As pesquisas de mercado realizadas pelas grandes emissoras buscam as preferências do público para deixar os programas mais adequados aos seus gostos (TONDATO; ABRÃO; MACEDO, 2013; THOMPSON, 2001).

Sua ampla aceitação pelos telespectadores, no entanto, vai além desses fatores. As narrativas seriadas conseguem se conectar ao público e estabelecer relações que vão além da simples leitura do texto televisivo. Assistir a séries se tornou um ritual familiar, inserido em nosso dia a dia assim como outros costumes familiares (ESQUENAZI, 2010). Nas tramas, vemos atores e enredos que são representações da família, algo que nos torna mais próximos das séries e causa identificação, seja com um personagem ou com vários. O estudo de Ien Ang sobre os telespectadores de Dallas, por exemplo, nos dá uma profundidade sobre esta relação entre personagens e indivíduos, criada a partir das características e comportamentos expostos na trama e refletidos ou apropriados pelo público que assiste à série (ESQUENAZI, 2010).

A apropriação do universo ficcional, na realidade, constitui um importante aspecto do consumo de seriados. A partir do que vimos nas histórias, interpretamos estes atos de acordo com nosso repertório de vida e os levamos para nossas atitudes da vida real, inserindo-os em nossos estilos de vida. Assim, as séries se transformam em espelhos do nosso modo de viver, em uma constante apropriação e reapropriação de tendências e comportamentos exibidos na tela e vividos na “vida real”.

O consumo das séries conecta o indivíduo não apenas ao seu núcleo familiar, através de sua inserção nos rituais da família, mas também o liga a outros grupos de pessoas

que assistem ao mesmo programa. Esquenazi (2010) usa o conceito de Stanley Fish de comunidade de interpretação, na qual os telespectadores precisam de um mesmo conjunto de estratégias de interpretação para consumir, decodificar e ressignificar os textos televisivos. Dessa forma, podemos observar o caráter coletivo de assistir a uma série, que leva à formação de grupos que se interligam não só por consumir o mesmo programa, mas, como vimos há pouco, por partilhar os mesmos estilos de vida adquiridos através dele.

Os vínculos afetivos criados entre séries e público acontece também pela capacidade dos programas de gerar familiaridade, misturando a história pessoal do telespectador com a história da série, e criando conexões através dos personagens ou heróis (JOST, 2012). As narrativas seriadas oferecem ainda novos conhecimentos para quem as assiste, gerando aprendizagem e intensificando este vínculo. A humanização dos personagens e heróis, que deixam de ser perfeitos e apresentam falhas, representando seres humanos realistas e menos divinos, e que, ao mesmo tempo, conseguem vitórias, proporcionam um sentimento de compensação simbólica e de revanche do indivíduo em relação às instituições que o regulam no dia a dia. A relação afetiva com a série, então, se dá através da interligação de vários fatores que nos levam a constatar de maneira ainda mais forte a importância de estudá-las cada vez mais, e de vê-las como “sintomas de nossas aspirações e por aquilo que elas dizem sobre nós” (JOST, 2012, p. 70). É importante salientar que o autor faz estas observações a partir de um ponto de vista da produção das séries, não da recepção, o que nos dá espaço para questionar sua pertinência perante a perspectiva do público. Ou seja, surge o questionamento sobre a validação destes conceitos na realidade do público da série: será que eles realmente se sentem desta forma em relação a seus programas favoritos? Esperamos, no capítulo seguinte, desvendar esta dúvida.

As séries podem ser classificadas de maneiras diferentes, dependendo do autor que as segmenta. Essa categorização tem como função, principalmente, tornar conhecido o desconhecido (JOST, 2007), dando aos produtores fórmulas já estabelecidas para nortear a produção e, ao público, uma promessa de regularidade, não só nos encontros, mas na narrativa. Ao saber que a série é de comédia, por exemplo, o público já sabe o que esperar dela e tem uma possibilidade de se fidelizar a ela mais rapidamente, uma vez que irá assisti-la ou não baseado no seu gosto por aquele tipo de série.

Machado (2014) classifica as séries a partir dos tipos de serialização da narrativa e as divide em três segmentos: capítulos, episódios seriados e episódios unitários. No primeiro tipo, temos uma narrativa seriada que se constrói linearmente ao longo dos episódios, com

uma trama inicial que é desenvolvida nos capítulos e que só atinge seu objetivo no final; cada capítulo é uma continuação do anterior, como nas telenovelas. As narrativas com episódios seriados possuem capítulos com começo, meio e fim definidos, nos quais não há um objetivo maior definido e os personagens e situações se repetem; não é necessário assistir o anterior para consumir o capítulo atual, todos podem ser vistos em qualquer ordem. A maioria das séries segue este modelo, misturando-o com o anterior: temos uma trama maior que está sendo contada através de capítulos menores ao longo de uma temporada ou mais. Por fim, temos as narrativas com episódios unitários, no qual cada capítulo é uma história em si, com personagens e situações diferentes do anterior. Esse caso é mais raro de acontecer; um exemplo é a série brasileira *Comédia da vida privada* (1995-1997), onde havia um tema em comum aos episódios (a vida doméstica), mas cada capítulo continha uma história independente da anterior.

Já Esquenazi (2010) classifica as séries em função da gestão narrativa da construção da temporalidade, ou seja, da forma como cumprem a promessa de sua regularidade em relação ao público. Assim, temos as séries do tipo evolutivas e as séries imóveis. As primeiras consideram que o tempo cronológico passado entre os episódios se aplica na narrativa; os personagens envelhecem, a história se evolui e “a série acompanha o movimento do tempo que ritma a vida humana, fazendo dele um dado narrativo” (ESQUENAZI, 2010, p. 93). As séries imóveis, por outro lado, consideram que cada encontro com o público é uma reiteração da sua estrutura, e, portanto, o tempo não faz parte da narrativa; em cada episódio, o público retorna para o mesmo ambiente, com personagens que não mudam e tramas que se repetem.

Este é o caso das sitcoms, ou comédias de situação, objeto central deste trabalho, que se encaixam nesta definição de Esquenazi (2010). A repetição deste tipo de narrativas tem o seu valor para o público: temos prazer na repetição e encontramos nela um refúgio, algo que sempre podemos esperar diante de um mundo onde tudo é imprevisível (ESQUENAZI, 2010; MACHADO, 2014; JOST, 2012). Além disso, ao sabermos o que esperar da série, compensamos a nossa falta de conhecimento sobre o que nos aguarda em nossa própria história. A primeira sitcom foi criada em solo americano: *I Love Lucy* (1951-1957). A narrativa retratava a vida familiar de um casal e seus desdobramentos, que, por sua vez, refletia a vida da família americana daquele período. O sucesso da série ajudou a consolidar o formato como uma opção rentável de produção televisiva para as emissoras e como um dos favoritos da TV americana para o público.

A imobilidade da sitcom não está necessariamente no congelamento do tempo no qual a trama se passa, mas na repetição das piadas (ou *gags*) apresentadas ao público. Por pertencer ao mundo da comédia, a sitcom “baseia-se na repetição de *gags* ou estilo de *gags* que propõem aos públicos uma forma de cumplicidade de segundo grau, que torna secundárias as questões narrativas” (ESQUENAZI, 2010, p. 100). Desta forma, sua imobilidade se constrói através da anulação da seriedade da narrativa através destes rituais cômicos. Por isso, a leitura destes textos televisivos é fácil e agradável, além da grande vantagem de não ser preciso ver os episódios anteriores para compreender qualquer capítulo da série.

Há, principalmente, três princípios básicos na construção dos processos cômicos da sitcom: a tipificação dos personagens, a definição de ritmos internos, e a repetição de gestos e mímicas (ESQUENAZI, 2010). No primeiro, reduzimos o personagem a algumas características básicas que podem defini-lo, sem conferir muita profundidade. Na definição de ritmos internos, estabelecemos algumas situações que se tornam emblemáticas para a série e sempre voltam a acontecer, semelhante aos refrões das músicas. Na repetição de gestos e mímicas, consolidamos a cumplicidade entre público e série com a criação de facetas utilizadas pelos personagens e repetidas em diversas situações.

Assim como nos quadrinhos e no cinema, a TV e suas séries apresentam vários personagens nerds. Um dos mais conhecidos é o Sr. Spock, da série “Jornada das Estrelas”; o programa é, inclusive, um dos mais ligados ao mundo nerd. Spock é originário do planeta Vulcano, cujos habitantes são reconhecidos por seu comportamento baseado na lógica e inteligência. Outras séries do tipo evolutivas apresentam personagens com características nerds, como a jornalista Rory Gilmore, em “Gilmore Girls”, que é reconhecida por sua inteligência, amor aos livros e dedicação aos estudos. Tyrion Lannister, da série “Game of Thrones”, é outro exemplo; o anão é um leitor assíduo e é considerado pelos outros integrantes da série como alguém cuja inteligência está acima da média. Nenhum deles, entretanto, apresenta uma aparência tipicamente nerd. Podemos pensar, talvez, que as séries do tipo evolutivas, por trabalharem com menos estereótipos, deixam de lado essa representação visual mais padronizada do nerd.



Figura 18 – Sr. Spock



Figura 19 – Rory Gilmore



Figura 20 – Tyrion Lannister

Fonte das imagens:

Figura 18: http://www.startrek.com/database_article/spock;

Figura 19: <https://www.buzzfeed.com/krystieyandoli/all-339-books-referenced-in-gilmore-girls>;

Figura 20: <http://www.hbo.com/game-of-thrones/cast-and-crew/tyrion-lannister> (Acesso em 23/05/16)

Os nerds também estão presentes em séries de outros gêneros, como animações. Em “Scooby-Doo”, Velma (Figura 21) tem a aparência padrão que vimos anteriormente, além do comportamento lógico e intelecto superior. Lisa Simpson (Figura 22) e Milhouse Van Houten (Figura 23), na série “Os Simpsons”, apresentam, cada, características relacionadas aos nerds: Lisa é inteligente e estudiosa, dedicada aos livros; Milhouse tem o visual composto por postura estranha e óculos grossos, além de ter um comportamento mais antissocial.



Figura 21 – Velma



Figura 22 – Lisa Simpson



Figura 23 – Milhouse

Fonte das imagens:

Figura 21: https://en.wikipedia.org/wiki/Velma_Dinkley;

Figura 22: https://pt.wikipedia.org/wiki/Lisa_Simpson;

Figura 23: http://simpsons.wikia.com/wiki/File:Milhouse_Van_Houten.png (Acesso em 23/05/16)

No mundo das sitcoms, os exemplos também são frequentes. Um dos personagens mais conhecidos como nerd é Ross Geller, de “Friends”. Ross transformou seu passatempo de estudar dinossauros quando era criança em profissão, tornando-se paleontólogo. Diverte-se com quebra-cabeças, tem pós-doutorado, é fã de “Star Wars”, gosta de falar corretamente e

corrige os outros quando erram. Outro personagem semelhante é Ted Mosby, da série “How I Met Your Mother”; ele se parece com Ross em diversos aspectos, trocando-se apenas a profissão e a titulação (Ted é arquiteto e não possui pós-graduação). Temos também a personagem Betty, da série “Ugly Betty”. Ao contrário dos outros dois, Betty não possui um intelecto tão acentuado ou um visual neutro; ela é emotiva e sua aparência lembra bastante o estereótipo que já conhecemos. Maurice Moss, personagem que é um técnico de informática na série “The IT Crowd”, é o estereótipo do nerd personificado: ele não tem habilidade para falar com mulheres, entende tudo literalmente, domina os aspectos da sua profissão, é capaz de decorar números longos e informações difíceis, tem asma e não tem muitos amigos. Seu visual mais estereotipado possível, com uma diferença: é uma das poucas vezes em que o nerd é representado por um ator negro. Parece-nos, então, que as sitcoms são mais propícias a representações dos estereótipos dos nerds, especialmente devido à pouca evolução de sua narrativa, que reduz a profundidade dos personagens e os torna imóveis.



Figura 24 – Ross Geller

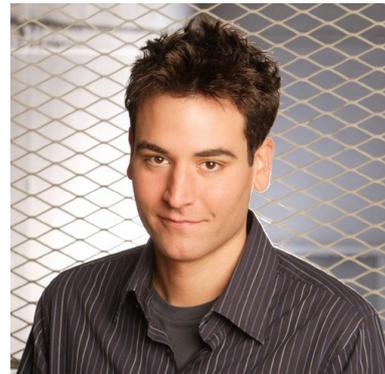


Figura 25 – Ted Mosby



Figura 26 – Betty



Figura 27 – Moss

Fonte das imagens:

Figura 24: <https://www.buzzfeed.com/alexkasprak/heres-why-ross-gellar-probably-isnt-actually-a-paleontologis>;

Figura 25: http://hero.wikia.com/wiki/Ted_Mosby;

Figura 26: <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/5817028/Dentists-attack-Ugly-Bettys-braces.html>;

Figura 27: <http://theitcrowd.wikia.com/> (Acesso em 23/05/16)

A partir desta perspectiva sobre nerds nas séries televisivas, vamos conhecer um pouco mais sobre *The Big Bang Theory* para, em seguida, conhecermos mais sobre o processo de criação de personagens e analisar as personalidades, características e históricos dos personagens da série.

3.2 The Big Bang Theory

O seriado *The Big Bang Theory* (doravante TBBT) teve seu primeiro episódio no ar em 22 de dezembro de 2007, pela emissora CBS. Produzido por Chuck Lorre e Bill Prady, a série é exibida no Brasil pela Warner Channel e pelo SBT. Neste último, com o título de *Big Bang: a teoria*, a série começou a ser exibida em 20 de agosto de 2011 e vai ao ar atualmente aos sábados, às 2h15 (SBT, 2016). Na Warner, a temporada atual é exibida às segundas, às 20h, mas reprises das temporadas anteriores podem ser assistidas todos os dias da semana, pela manhã, e em alguns dias à tarde (WARNER CHANNEL, 2016). Além disso, também é possível assisti-la através de downloads dos episódios em sites de compartilhamento de arquivos. Atualmente, a série está na nona temporada nos Estados Unidos e já ganhou importantes prêmios da indústria televisiva americana, como o Emmy Awards (2010 e 2011) e o Golden Globe Awards (2011).

Esta é a definição oficial da série fornecida pela emissora CBS:

Leonard e Sheldon são físicos brilhantes – gênios no laboratório, mas socialmente desafiados em qualquer lugar. Surge a bonita, vizinha com esperteza adquirida na rua, Penny, que tenta ensinar-lhes uma coisa ou duas sobre a vida. [...] Em seu tempo livre, Leonard e Sheldon desfrutam de jogos de role-playing de fantasia com seu sempre crescente universo de amigos, incluindo colegas cientistas Koothrappali, Wolowitz e a mulher microbiologista adorável de Wolowitz, Bernadette. (CBS, 2016)⁹

A história de TBBT se passa na cidade de Pasadena, na Califórnia, e começa quando os protagonistas, os físicos Sheldon Cooper e Leonard Hofstadter (interpretados, respectivamente, pelos atores Jim Parsons e Johnny Galecki), conhecem a aspirante a atriz Penny, que se muda para o apartamento vizinho ao deles. Os dois trabalham na universidade Caltech e Penny é garçonete na lanchonete Cheesecake Factory. A personagem se insere no

⁹ Texto original: Leonard and Sheldon are brilliant physicists – geniuses in the laboratory, but socially challenged everywhere else. Enter beautiful, street-smart neighbor, Penny, who aims to teach them a thing or two about life. [...] In their free time, Leonard and Sheldon enjoy fantasy role-playing games with their ever-expanding universe of friends, including fellow scientists Koothrappali, Wolowitz and Wolowitz's adorable microbiologist wife, Bernadette.

cotidiano e círculo de amizade dos dois físicos, composto, principalmente, pelo astrofísico Rajesh Koothrapali (interpretado pelo ator Kunal Nayyar) e pelo engenheiro Howard Wolowitz (interpretado pelo ator Simon Helberg).

Flores, Rocha Filho e Samuel (2014) apontam que o sucesso da série se dá pela representação do cotidiano de maneira descontraída, mostrando a união dos personagens apesar de suas diferenças e divergências.

Em conjunto, os personagens compõem um quadro em miniatura dos principais aspectos da vida contemporânea, o que justifica o sucesso da série: o trabalho, as relações frágeis, as ilusões, a sexualidade, a infância estendida, as neuroses, as fobias, a alta tecnologia e o profundo autodesconhecimento. Cada um dos apaixonados pela série se vê projetado nas atitudes dos personagens, aqui e ali, e esse é o segredo de sucesso de qualquer sitcom. (FLORES; ROCHA FILHO; SAMUEL, 2014, p. 64-65).

Os personagens estão quase sempre juntos, compartilhando suas horas de lazer e fortalecendo sua amizade. Seu tempo livre divide-se em idas ao cinema, assistir filmes e séries em casa, jogos de videogame, de RPG, de cartas ou de tabuleiro, visitas à loja de quadrinhos e idas a convenções sobre cultura nerd em geral. Essas interações expõem suas personalidades, com suas fraquezas e ansiedades, tornando os personagens mais interessantes e mostrando que seu comportamento é semelhante ao de várias pessoas que assistem à série, pois o que “se constata, em conversas com adolescentes fãs do programa é que, na verdade, se identificam com os personagens, já que vivem ansiedades e dúvidas parecidas com as deles” (FLORES; ROCHA FILHO; SAMUEL, 2014, p. 61). Como iremos demonstrar no próximo capítulo, esta identificação é verdadeira, não só com personagens de TBBT, mas também de outras séries.

É possível perceber, ao longo dos episódios, que os personagens têm em comum uma história baseada fortemente no que vimos no capítulo anterior sobre os nerds: foram alvo de práticas de bullying e de rejeição, que os deixaram profundamente marcados e presos ao passado, ao mesmo tempo em que suas profissões o projetam para o futuro e são sua fonte adulta de autoestima (HIME, 2014). Todos os personagens apresentam problemas maternos, como veremos adiante, que também são responsáveis pelo seu comportamento como adultos. Este traço comum aos personagens pode indicar uma tendência destes de permanecer na adolescência, prendendo-os em uma eterna juventude (HIME, 2014).

Ao longo das nove temporadas, novos personagens foram apresentados e ficaram permanentemente na série, como o dono da loja de quadrinhos, Stuart Bloom (ator Kevin

Sussman), a microbiologista Bernadette Rostenkowski (atriz Melissa Rauch), esposa de Howard, e a neurocientista Amy Farrah Fowler (atriz Mayim Bialik), namorada de Sheldon. Essas inserções deram um novo rumo à história, que deixou de ser centrada na vida dos cinco personagens iniciais e passou a observar as relações deles com seus respectivos pares. Podemos observar, então, uma perda relativa do caráter mais nerd do início da série e um aumento das questões de relacionamento entre os personagens.

Os episódios têm duração média de 20 minutos, sem contar os intervalos comerciais. São estruturados de acordo com a narrativa de episódios seriados de Machado (2014) ou de séries imóveis, segundo Esquenazi (2010), porém misturados com a narrativa em forma de capítulos e com as séries evolutivas. Ou seja, os acontecimentos da trama obedecem ao avanço do tempo e há um amadurecimento dos personagens, ainda que isso só seja percebido pelos telespectadores que acompanham a série com regularidade. Para os telespectadores de ocasião, a recepção dos episódios não é prejudicada, uma vez que cada capítulo possui uma estrutura própria, principal, e os acontecimentos que perpetuam as temporadas são, geralmente, apresentados em segundo plano.

Assim, a série é assistida por um vasto público¹⁰ e ganhou uma legião plural de fãs, que se identificam ou não com os personagens e riem deles ou com eles. No próximo tópico, saberemos os conceitos por trás da criação de personagens e, em seguida, mergulharemos no universo de Sheldon, Leonard, Howard, Raj e Penny, os protagonistas de TBBT, para entender mais sobre suas personalidades, motivações, história e pontos de conexão e identificação entre eles e o público.

3.3 A Importância dos Personagens

A criação de personagens é uma das tarefas mais difíceis dos escritores, pois consiste em dar vida a figuras, na maioria das vezes, fictícias, que surgiram da imaginação. Os personagens são a alma, o principal elemento dos roteiros audiovisuais (FIELD, 2001; SEGER, 2006; RODRIGUES, 2014; DAVIS, 2001), e a missão de transportá-lo da mente ao papel, e do papel às telas, deve ser realizada com conhecimento não só de roteirismo, mas, principalmente, de pessoas e do comportamento humano.

¹⁰ A oitava temporada da série teve uma audiência média de 19 milhões de pessoas nos Estados Unidos (Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Big_Bang_Theory#U.S._standard_ratings. Acesso em 23/05/2016). No Brasil, não temos acesso à audiência média para esta pesquisa.

São os personagens que nos envolvem e que nos motivam a acompanhar o filme, novela ou série até o final, com suas atitudes, comportamentos, visões de mundo e ilusões. Seus paradoxos e as lacunas que existem entre o que acham que são e o que vemos na tela são o que desperta o interesse da audiência, fazendo com que ela se torne ativa e faça parte da trama (DAVIS, 2001). Estas figuras são as responsáveis por entrelaçar os outros elementos da obra, como fotografia e diálogos, para gerar reflexões sobre a vida, seja de forma dramática ou bem-humorada, e para fazer com que nos identifiquemos com o que vemos nas cenas.

Tamanha importância necessita de métodos e de prática na atividade de escrita para tornar o personagem forte e crível, de maneira que os espectadores acreditem em sua existência, independente de a trama se passar na era medieval, no presente ou no futuro distante, em uma galáxia perdida, ou de o personagem ser um humano ou um animal antropomórfico. Para esta tarefa, cada autor e roteirista usa nomenclaturas diferentes e componentes diversos para a mesma finalidade.

Neste tópico, vamos dedicar nossa atenção a conhecer os personagens principais da série *The Big Bang Theory* (Sheldon, Leonard, Howard, Rajesh e Penny) e compreender o universo de cada um deles, desde o início da série até o final da oitava temporada. O motivo da escolha deste período está relacionado ao momento de produção deste trabalho, no qual a série se encontra incompleta, na nona temporada. Para não discutirmos fatos, atitudes e comportamentos dos personagens sem que o arco da temporada esteja completo, demos preferência ao estudo das temporadas já finalizadas. Para realizarmos esta análise, vamos, primeiramente, explicar as técnicas e metodologias de criação de personagens para, em seguida, aplicarmos em nosso estudo da série.

3.4 Criação de personagens

O desenvolvimento de um personagem é um “processo contínuo e recorrente” (SEGER, 2006, p. 35), no qual o escritor se baseia, muitas vezes, em experiências de sua própria vida. A inspiração para uma nova história – ou para seus componentes – pode surgir através de um conhecido, de um amigo de infância, de um novo grupo que está ganhando popularidade ou de um ilustre desconhecido, fora do círculo pessoal ou social do roteirista. Seja qual for o ponto de partida da ideia inicial, um dos primeiros passos é a pesquisa.

Seger (2006) sustenta que a pesquisa é o que confere maior profundidade ao personagem, é a base fundamental que dará consistência e dimensão a ele. Existem dois tipos

de pesquisa: a geral, que consiste em observação de dados já existentes, algo que os roteiristas já conheçam e que possa servir como início do processo criativo; e a específica, na qual o escritor obtém dados secundários, úteis para acrescentar detalhes que vão além de sua experiência.

Com a pesquisa realizada, é possível que alguns dados do personagem já estejam estabelecidos, como o gênero, idade e aparência física (RODRIGUES, 2014), dando início à caracterização do personagem, etapa mais importante de seu desenvolvimento, de acordo com Davis (2001). Apesar de, para alguns autores, o gênero não ser o elemento de principal importância do personagem, é importante observar que o fato de incluirmos um homem ou mulher no roteiro implica diversas expectativas geradas a partir desta escolha. Existem, claro, personagens que fogem às expectativas e agem de maneira diferente ao esperado de seu sexo, tornando a figura mais rica e quebrando estereótipos.

A idade também é um fator primordial na construção do personagem, pois revela diversas nuances a seu respeito. Suas relações são afetadas com o passar dos anos, ou seja, é de se esperar que, com o avanço da idade, os relacionamentos amorosos e de amizade tendam a ir por um certo caminho (crianças são amigas de crianças, adolescentes não querem a aproximação dos pais, casais gostam de sair com outros casais e assim por diante). O fato de o personagem não seguir o que se espera dele também pode nos dizer muito sobre ele, como uma mulher madura que tem preferência por homens mais jovens (DAVIS, 2001).

A aparência física é um dos elementos mais reveladores do personagem (SEGER, 2006; RODRIGUES, 2014) e a primeira impressão do personagem deve ser forte, causada por algo bastante nítido, que os torne facilmente reconhecíveis. A descrição física do personagem é uma forma de atrair o público, seja devido à beleza ou à estranheza do que vemos. A aparência é algo poderoso por sugerir outras características do personagem, que o espectador vai imaginando e acrescentando a partir do seu primeiro contato com a figura (SEGER, 2006). Um homem maduro com roupas de adolescente ou uma criança com roupas adultas nos dizem muito só pela escolha de seu vestuário. Na aparência, também incluímos traços físicos, expressões e trejeitos, detalhes que servem para reforçarmos a imagem do personagem em nossa mente e para continuarmos preenchendo as lacunas entre o que vemos na tela e o que está escondido por detrás desses pormenores. Estes detalhes têm origem nas falhas, defeitos e fraquezas das pessoas, elementos que nos tornam mais humanos e, conseqüentemente, os personagens também são mais humanizados. É importante lembrar ainda que, em produções audiovisuais, a imagem e o som ganham destaque em relação a produções textuais ou sonoras,

daí o peso da caracterização do personagem. Por causa disso, a presença da dublagem em determinadas obras pode fazer uma diferença tamanha em relação ao produto final recebido, pois a interpretação do ator é substituída pela de outro, fazendo com que a nova voz e a imagem não tenham o mesmo impacto da combinação original.

No entanto, este é apenas o início da construção dos personagens. O passado das pessoas é responsável por muitas de suas características do presente e, portanto, é essencial entendermos a história do personagem para que seu momento atual seja coerente, forte e verossímil. Nem tudo que os roteiristas criam para o pano de fundo dos personagens é descrito em suas falas de maneira direta, mas está inserido em suas atitudes, em sua maneira de ver a vida e em seu comportamento.

Seger (2006) categoriza este momento de criação em *front story* e *backstory*. A primeira é a história na qual o personagem se encontra; a segunda é o passado que influenciou o personagem, fazendo-o ser ou agir de determinada maneira. A *backstory* é composta das influências indiretas, que integram a biografia do personagem, mas não vem à tona, e as influências diretas, que afetam diretamente a trama e devem ser do conhecimento do público. O comportamento do personagem é, muitas vezes, explicado pela *backstory*, que nos fornece a informação do passado para entendermos o presente. Sua revelação acontece aos poucos e, especialmente nas histórias para TV, funciona como fonte principal e como fator de desenvolvimento dos personagens, ou seja, é a *backstory* que deixa a trama mais dinâmica por sempre trazer algo novo do personagem à trama, algo essencial em séries e novelas mais longas. Quanto melhor for construída a *backstory*, mais complexo é o personagem.

Field (2001) classifica os componentes da vida do personagem principal em duas categorias: interior e exterior. A vida interior é a formação do personagem, tudo que acontece em sua vida até a história começar; é a sua biografia, o seu passado. A vida exterior é a revelação do personagem, tudo que acontece quando o roteiro começa. Para Davis (2001), a divisão é feita entre três elementos: a natureza do personagem, como ele é quando nasce, sua genética, o ambiente onde cresceu, ou seja, tudo aquilo que herdou; a educação, momento no qual vemos no que o personagem se torna depois de seus aprendizados e experiências; e como o personagem é agora, a categoria mais importante e a mais visível para a audiência.

Os personagens também são frutos do meio onde vivem, logo, seu contexto cultural (etnia, classe social, religião, nível de instrução), o período histórico no qual estão inseridos e o local onde moram são importantes para compormos o cenário de maneira mais completa (SEGER, 2006). Além desses traços, um em particular é considerado de extrema

relevância para a construção do personagem: sua profissão (SEGER, 2006; RODRIGUES, 2014; FIELD, 2001; DAVIS, 2001). Nossa ocupação é um dos principais elementos em nossas definições, tanto que, ao perguntarem sobre nós, é provável que comecemos a resposta com a nossa profissão (DAVIS, 2001).

Trabalhos diferentes implicam diversos ritmos de vida, habilidades, atitudes, valores e objetivos (SEGER, 2006). Através de seu emprego, podemos entender mais sobre as motivações do personagem e seu contexto torna-se mais real. Sua profissão reflete sua personalidade e sua profissão no mundo, e pode, inclusive, ter um significado simbólico. Além disso, é interessante notar a relação do personagem com sua profissão (se estão felizes, tristes, amargurados) e perceber a diferença entre o que ele faz e o que deveria fazer (DAVIS, 2001). Empregos não usuais também podem deixar o personagem mais único, mais reconhecível, por dar a ele características que não são facilmente encontradas em outras figuras.

Outros fatores internos compõem a individualidade do personagem, e os autores as classificam de maneiras diferentes. Seger (2006) trabalha os conceitos de valores (expressão das crenças), atitudes (que comunicam as opiniões, pontos de vista e posições de que as assume) e as emoções (dimensão mais humana) para dar profundidade ao personagem. A autora também conceitua a essência do personagem, que define quem ele é, com suas características, qualidades e paradoxos, e que expõe seu contraste em relação a outros personagens. São os contrastes que geram os conflitos, responsáveis por dar mais dinâmica à história e por mostrar as influências de um personagem sobre o outro.

Para Field (2001), a criação de personagens reais, tridimensionais, é baseada em três componentes: o profissional, que discutimos acima; o pessoal, que aborda os relacionamentos amorosos e sociais; e o privado, que nos mostra o que o personagem faz quando está sozinho. O autor define o personagem em seis conceitos: ponto de vista (maneira de olhar o mundo), atitude (maneira de agir ou sentir), personalidade (manifestada visualmente), comportamento (é ação, e o personagem é o que ele faz), relevação (descoberta de novos aspectos) e identificação (conexão das pessoas com o personagem). Todos estes aspectos dão profundidade e complexidade ao personagem, dando a ele motivações e necessidades, deixando-o mais forte e real.

Davis (2001) utiliza uma categorização mais completa para falar do personagem como ele é hoje. Os conceitos trabalhados são: idade e ocupação, já trabalhados anteriormente, amigos e inimigos (com quem o personagem se relaciona nos diz muito sobre

ele), aparência, visão de mundo (maneira de ver a vida), crenças (princípios e opiniões), maneira de ser, senso de humor (como o personagem se diverte e como ele percebe o humor) e nível de tensão. Além desses, três merecem mais atenção. O primeiro é o uso que o personagem faz da linguagem, capaz de expressar sua maneira de pensar, classe social, atitude e status. O personagem pode utilizar linguagens diferentes de acordo com o ambiente onde se situa. Tiques verbais, expressões muito utilizadas ou vícios de linguagem, são elementos que nos revelam muito da personalidade do indivíduo.

O segundo são os passatempos do personagem, seus hobbies e paixões. O que ele faz em seu tempo livre pode revelar aspectos de seu interior que não são expressos por nenhum outro elemento da caracterização. A paixão de alguém por algo não está ligada a sua habilidade nesta atividade, ou seja, ser apaixonado por música não significa que é preciso saber tocar algum instrumento. Um hobby diferente ou pouco comum, como um tipo específico de coleção ou gostar de trens, indica traços que abrem lacunas para o público participar da história e preencher as informações com sua imaginação. Essas lacunas são o último conceito, as ilusões, imagens do que o personagem pensa que é e o que ele verdadeiramente é. Esta diferença nos mostra os motivos e desejos escondidos por trás dos pequenos e grandes gestos e palavras, o que torna o roteiro mais interessante e abre espaço para a audiência participar, como comentado anteriormente.

O trabalho de criação de personagem criado de maneira superficial é passível de resultar em clichês e estereótipos, algo que é mal percebido pelo público, ainda mais em séries de TV, que geralmente são exibidas por alguns anos. Personagens podem ser multidimensionais (redondos, complexos) ou unidimensionais (planos, não desenvolvidos, estereotipados) (RODRIGUES, 2014), e os dois tipos podem coexistir em uma mesma história. Para Seger (2006), é preciso entender a diferença entre consistência e limitação no desenvolvimento do personagem. Ser consistente faz parte da essência do personagem, e ela gera expectativas sobre como ele vai se comportar ou agir. A consistência pode apresentar paradoxos, que não a negam, mas a reforçam, dando mais conflito e humanidade ao personagem. A limitação se resume a trabalhar poucas características, apenas uma ou duas, deixando a personagem sem profundidade e com poucos conflitos (conflito é dinâmica, logo, sem ele, temos personagens estáticos).

Para a autora, “o estereótipo pode ser definido como uma forma constante de retratar determinado grupo ou categoria de pessoas por meio de um conjunto geral de características comuns, limitadas e preconcebidas. Em geral, o estereótipo é negativo”

(SEGER, 2006, p. 211). Geralmente, o foco desta caracterização superficial são pessoas que diferem do comum, que não se encaixam no padrão da sociedade. Assim, elas acabam sendo retratadas de maneira preconceituosa, unilateral e tendenciosa. Os estereótipos variam de acordo com o grupo e são uma tentativa de simplificar o complexo, algo que não compreendemos facilmente. Por isso, sua utilização é vista como uma maneira de criar personagens fracos e que não causarão identificação com o público.

Seger (2006) também fala que os grupos e minorias alvos da estereotipação passam por redefinições à medida que vão se fazendo conhecidos e ganhando espaço na sociedade. A autora apresenta alguns conceitos para identificarmos não-estereótipos em uma história: a multidimensionalidade do personagem, sua inserção em vários contextos sociais e pessoais, seu reflexo sobre a diversidade na sociedade (mostrando diferentes culturas, etnias, classes sociais etc), sua condução da história (ou seja, sua não-passividade na trama) e sua apresentação de novos conceitos e paradigmas na trama, na qual sua história e cultura são responsáveis pela mudança nas ações e atitudes do personagem, ou seja, ele age de acordo com o seu passado, e não contra ele. Este movimento é um dos principais aliados na construção de personagens sem estereótipos, ricos em detalhes e com estrutura multidimensional, dando mais originalidade à história.

Mesmo com as diferentes nomenclaturas, é possível perceber os pontos comuns entre as metodologias e técnicas utilizadas pelos autores, como o comportamento do personagem, suas atitudes, crenças, pontos de vista e valores. Com elas em mente, vejamos a seguir um detalhamento das personalidades dos personagens principais da série *The Big Bang Theory*, analisando-as a partir das categorias de *backstory* (passado) e *front story* (presente), definidas por Seger (2006). Esta escolha foi feita para identificarmos mais facilmente a biografia do personagem e os elementos que compõem o seu presente.

3.5 Sheldon Cooper

3.5.1 Backstory

Sheldon Lee Cooper, interpretado pelo ator Jim Parsons, nasceu na cidade de Galveston, no estado do Texas, nos Estados Unidos, na década de 80. Desde pequeno demonstrava inteligência acima da média e comportamento excêntrico, o que causava

estranhamento na família. Com um QI de 187 pontos (o normal é considerado entre 90 e 109 pontos), entrou na faculdade muito jovem (com apenas 11 anos) e conseguiu seu primeiro pós-doutorado aos 13 anos e meio, na área de física teórica. Ganhou vários prêmios ao longo de sua vida acadêmica e é um profissional bem-sucedido, mas o que sua vida acadêmica possui de grandiosa, sua vida pessoal tem de pobre: seu modo de ser e agir repele as pessoas, que não o compreendem e não sabem como lidar com ele. O próprio Sheldon, por não entendê-las, também as rejeita.

Afeto e contato físico são duas coisas que Sheldon teme, pois não consegue raciocinar sobre como os sentimentos funcionam (acha que são sempre exagerados) e a ideia de tocar fisicamente em outra pessoa causa pavor e ansiedade no personagem. Assim, sua infância é descrita como um momento doloroso, pois se via cercado pelo amor da mãe, que não deixava ele fazer experimentos estranhos e perigosos, e sofria bullying dos colegas na escola, que não o entendiam e não faziam amizade.

Penny: O Shelly já surtou assim antes?

Sra. Cooper: O tempo todo. Eu lembro de um verão, quando ele tinha 13 anos, que ele construiu um pequeno reator nuclear no galpão e disse a todos que ele ia prover eletricidade grátis para a cidade inteira. Bom, o único problema é que ele não tinha, como vocês chamam, materiais físséis. De toda forma, quando ele foi na internet pra conseguir algum, um homem do governo apareceu e sentou com ele, um cavalheiro, e disse que era contra a lei ter urânio num galpão.

Penny: O que aconteceu?

Sra. Cooper: Bom, o pobre garoto teve um ataque, se trancou no quarto e construiu um raio da morte sônico. (TBBT, 2007, ep. 04)

Podemos perceber no personagem traços que nos remetem à Síndrome de Asperger, observada no primeiro capítulo. A psicóloga Mariana Leboeiro nos confirma a hipótese:

Mesmo que de maneira exagerada e, na maioria das vezes, em tons jocosos, Sheldon apresenta características semelhantes às do indivíduos com diagnóstico da Síndrome de Asperger (SA). Esse mesmo diagnóstico poderia ser dado ao personagem Doutor Spock da série “Jornada nas Estrelas”, de quem Sheldon é fã. (LEBOEIRO, 2014, p. 97)

Este quadro já nos indica alguns elementos a respeito do personagem, como a dificuldade nas relações sociais, levando Sheldon a uma espécie de isolamento (construído, em maior parte, por ele mesmo, já que os amigos o incluem em suas atividades, apesar da interferência de Sheldon nelas). Um dos sintomas da SA é a dificuldade em entender

protocolos sociais, como mentir por conveniência para evitar o constrangimento, algo que Sheldon não entende e o leva a cometer diversas gafes sociais na série (LEBOREIRO, 2014). Sua infância é lembrada com detalhes devido à sua memória eidética (fotográfica, que nada esquece), e percebemos a confusão na cabeça do jovem Sheldon, tentando entender como as práticas sociais funcionam, ao mesmo tempo que não é interessado nelas.

Sua mãe, a sra. Mary Cooper, é cristã fervorosa, aspecto de extremo contraste com o do filho – de um lado, o criacionismo, de outro, evolucionismo. Esta diferença entre os dois é um ponto de muito humor na série. Apesar da vocação científica de Sheldon, as raízes da criação religiosa de sua mãe em sua vida aparecem em diversos momentos no programa, como no episódio *The Wheaton Recurrence* (3ª temporada, episódio 19), no qual Sheldon, ao conseguir realizar uma manobra difícil no boliche, grita “Obrigado, Jesus!”. Ao ver a reação dos colegas, ele explica: “Como minha mãe costumava dizer”. Vemos nesta cena os conceitos de crenças trabalhados anteriormente; mesmo que o personagem não siga a religião da mãe, esta fez parte de seu passado e teve influência em suas ações. Apesar das diferenças, a sra. Cooper é muito afetiva e amorosa com os filhos, beirando o superprotecionismo. Quando visita Sheldon na Califórnia, oferece o mesmo carinho aos amigos do filho.

Seu pai faleceu, não sabemos ao certo quando, mas sua relação com a família era complicada. Era alcoólatra, o que lhe rendia um comportamento bastante grosseiro, e não demonstrava carinho com os filhos. O casamento era conturbado, com brigas constantes, muitas presenciadas por Sheldon, que tiveram impacto em seu comportamento. Seu falecimento deixou a família sem uma figura paterna para se referirem, colocando todo o peso da criação dos filhos na sra. Cooper, o que deixa o complexo de mãe controladora ainda maior. Souza (2014) esclarece este comportamento da mãe de Sheldon referindo-se a ele como uma projeção criada pela sra. Cooper da imagem do filho, da qual não consegue se desprender. Esta imagem faz com que o filho se sinta preso a ela e força-o a encenar e agir do jeito que a mãe espera, o que resulta no controle do que sentem e do que fazem. É o que nos mostra o episódio *The Electric Can Opener Fluctuation* (3ª temporada, episódio 01), no qual a sra. Cooper, ao oferecer o jantar para o filho, força-o a rezar antes da rejeição; mesmo sem ter religião e a contragosto, Sheldon obedece à mãe.

Sheldon possui dois irmãos, um do qual nada sabemos, e uma irmã gêmea, Missy, que aparece no episódio *The Porkchop Indeterminacy* (1ª temporada, episódio 15). Mesmo com esta conexão, os dois possuem personalidades bem distintas. Missy é desenvolta socialmente e rapidamente faz amizades; é comunicativa e afetuosa com o irmão, mesmo que

este não retribua. Quando crianças, no entanto, ela costumava ser mandona e marcava seu território em casa, praticando bullying com Sheldon, tanto verbalmente quando fisicamente. As características do Texas, estado conhecido por ser socialmente tradicional, com caubóis e vida na fazenda, são bem fortes em Missy, desde o seu sotaque até as gírias e expressões que utiliza para se comunicar.

A aparência de Sheldon nos mostra juventude, mas suas expressões são sérias e intensas. Uma prova de sua maneira de enxergar o mundo é que o físico não sabe sorrir para ser agradável. Seu cabelo está sempre curto (há, inclusive, uma rotina para o corte de cabelo do personagem), demonstrando rigorosidade na aparência. Sheldon é o personagem mais alto da série, característica que, aliada à sua magreza, nos leva à ligação entre estes dois traços e a comicidade, assim como a dupla oposta baixo-gordo. Seu vestuário é composto sempre pela combinação de calça e uma sobreposição de camisetas, uma de manga longa e outra de manga mais curta. Esta última, quase, sempre, é estampada por alguma imagem de super-heróis, como vemos na figura 28.

Figura 28 – Sheldon Cooper, com sua camiseta do super-herói Lanterna Verde.



Fonte da imagem: <https://ladygeekgirl.files.wordpress.com/2013/08/sheldoncooper1.jpg>

Após conseguir seu emprego na Caltech, Instituto de Tecnologia da Califórnia, Sheldon se mudou para Pasadena, cidade onde se localiza o instituto. Ao procurar companheiros para dividir o apartamento, depois de várias tentativas com pessoas que não conseguiram conviver com seu jeito de ser, conhece Leonard Hofstadter, físico que também

começou a trabalhar na mesma universidade. A relação entre os dois será discutida a seguir, depois de analisarmos mais profundamente as características mais subjetivas de Sheldon.

3.5.2 *Front Story*

Com esta breve descrição da backstory do personagem, podemos entender um pouco mais sobre como ele age no presente. Ao longo da série, vemos que, mesmo com algumas semelhanças, o físico é bem diferente de seus colegas e amigos, com particularidades que o fazem se destacar. Uma das principais é sua dificuldade em perceber as sutilezas das expressões verbais, corporais e faciais das pessoas: ironias e sarcasmos são compreendidos em seu sentido literal, o que causa ainda mais confusão no personagem. Esta característica gera momentos de muito humor quando Sheldon tenta fazer piadas e ser irônico, pois, por não compreender como estas manifestações ocorrem, ele mesmo não sabe reproduzi-las e sempre encerra o momento com o jargão “Bazinga!”, deixando a situação ainda mais cômica.

O personagem psicologicamente mais interessante e caricatural de todos é o físico-teórico Sheldon, que usa argumentos lógicos para justificar seu mundo, completamente regulado por normas que ele mesmo considera obviamente justas. Incapaz de ser empático, beirando à psicose, Sheldon tem dificuldade para compreender sentimentos alheios, ironias e piadas. Vive uma realidade quase individual, um mundo só dele. (FLORES; FILHO; SAMUEL, 2014, p. 60)

Este comportamento já indica outro traço marcante de sua personalidade: a falta de empatia com as outras pessoas. Além de sarcasmos, Sheldon não sabe identificar as reações e os sentimentos das pessoas, e muitas vezes fala o que não deve por não saber considerar como os outros se sentem. Após identificar emoções como tristeza em seus colegas (geralmente através das dicas dadas por outros personagens), ele aciona seu protocolo de ações sociais com procedimentos específicos para reparar aquele sofrimento, como oferecer uma bebida quente e dar um tapinha nas costas da pessoa. Ele faz isso não por compreender o momento no qual a pessoa se encontra, mas por achar que aquelas ações são o que se faz quando alguém está triste. Ele não oferece consolo ou palavras de afeto, dá apenas o que ensinaram que era o correto a fazer.

Leonard: O que é isso?

Sheldon: Chá. Quando as pessoas estão chateadas, a convenção cultural é a de trazer pra elas bebidas quentes. Pronto, pronto. Você quer conversar sobre isso?

Leonard: Não.

Sheldon: Ótimo. Pronto, pronto era tudo o que eu tinha.
 Leonard: Boa noite, Sheldon.
 Sheldon: Boa noite, Leonard. (TBBT, 2007, ep. 06)

O mesmo acontece no episódio The Peanut Reaction (1ª temporada, episódio 16), no qual Penny, sua vizinha, descobre que é o aniversário de Leonard e decide organizar uma festa surpresa para ele. Ao ver que Sheldon não comprou um presente para o amigo, ela briga com ele e obtém a seguinte resposta:

Penny: Sheldon, eu não vi o seu presente.
 Sheldon: É porque eu não trouxe um.
 Penny: Por que não?
 Howard: Não pergunte.
 Sheldon: Toda a instituição de dar presentes não faz sentido.
 Howard: Tarde demais.
 Sheldon: Digamos que eu saia e gaste cinquenta dólares com você, é uma atividade trabalhosa, porque eu tenho que imaginar o que você precisa, enquanto você sabe do que precisa. Agora eu posso simplificar as coisas, simplesmente dar para você os cinquenta dólares diretamente e você poderia me dar cinquenta dólares no meu aniversário, e assim por diante, até um de nós morrer e deixar o outro mais velho e cinquenta dólares mais rico. E eu pergunto a você, vale a pena? (TBBT, 2008, ep. 16)

Sua paixão pelo trabalho que realiza e pela rotina indica seu apego pela ordem, disciplina e método. Seus hábitos, atividades, refeições e momentos de lazer são marcados com dia e hora para começar; alguns deles, inclusive, podem ser considerados como indícios de um transtorno obsessivo-compulsivo, como o fato de precisar bater à porta três vezes ao chamar alguém, não conseguir não finalizar um raciocínio, não deixar outras pessoas sentarem no seu lugar do sofá, sempre comer as mesmas refeições nos dias específicos da semana e assim por diante. Hime (2014) aprofunda este comportamento do personagem e nos mostra que, quando a rotina de Sheldon não se concretiza, o físico “entra num estado de desconforto, com tiques faciais, como se algo mágico e horrível fosse ocorrer por não concluir seus rituais, que aliviam sua ansiedade – medo de perder o controle, encontrar o imprevisível, que a vida sempre nos traz” (HIME, 2014, p. 116). Sua necessidade de controle nos indica uma tentativa de defesa em relação às reviravoltas da vida, que, para ele, começaram desde pequeno.

A infância de Sheldon é marcada por acontecimentos traumáticos, como as brigas entre sua mãe e seu pai. Estes fatos fizeram com que Sheldon tivesse medo de coisas inesperadas e de traição, já que muitas vezes sua mãe e irmã tinham atitudes de repressão para os seus atos. A sra. Cooper, por exemplo, nunca soube lidar com a genialidade do filho e suas

peculiaridades, ao ponto de mandar testar sua sanidade em laboratório. O comportamento um pouco anormal de Sheldon pode ser explicado pelo que Seger (2006) chama de ultrapassar a linha da normalidade: este feito deixa a trama e o personagem mais interessantes. Ao ver o resultado positivo da estabilidade mental do filho, ainda ficou em dúvida se deveria ter feito o teste em outro lugar. Esses eventos em sua vida foram de fundamental importância para o desenvolvimento de sua personalidade.

Seu comportamento quando via seu pai e sua mãe brigando quando criança se repete quando Sheldon vê Penny e Leonard discutindo. Automaticamente, Sheldon demonstra infantilidade e demanda atenção, mostrando sua fragilidade em relação à memória dos pais (FORTIM, 2014). Esta, e outras cenas, refletem o que Seger (2006, p. 79) propõe de que “o adulto, por mais amadurecido que seja, ainda traz dentro de si a criança do passado”. Estas vivências também tem como consequência sua frieza e necessidade de ordem, já mencionada anteriormente, como uma forma de tentar lidar com aspectos traumáticos (HIME, 2014).

A incapacidade de processar sentimentos, sua consequente repressão, e a falta de uma base familiar mais sólida e que lhe provesse apoio estão presentes em diversos momentos da série, como no episódio *The Santa Simulation* (6ª temporada, episódio 11). O grupo de amigos decide se reunir para uma partida de RPG com tema especial de Natal, rejeitado por Sheldon desde o começo; mesmo achando que “o Natal é um monte de baboseiras criadas pela indústria de enfeites”, ele participa do jogo e, perante cada obstáculo narrado por Leonard, mostra conhecer várias histórias e canções natalinas. O objetivo do jogo é resgatar o Papai Noel, que estava aprisionado em uma masmorra. Ao acharem-no, o personagem de Sheldon no jogo lança um feitiço paralisante nos outros jogadores e revela o verdadeiro motivo pelo qual não gosta do Natal.

Sheldon: Você não pode falar, está paralisado. Eu fico bem em frente ao grande e gordo rosto do Papai Noel e digo “Ora, ora, ora, velho alegre São Nick, nos encontramos novamente. Sim, eu acredito que a última vez que conversamos foi no Baybrook Mall, em Galveston, Texas, quando eu tinha cinco anos de idade, não é mesmo?”

Leonard: Uh, tudo bem.

Sheldon: Minha mãe me arrastou até lá e me sentou no seu colo, e você me perguntou o que eu queria para o Natal. E eu disse a você, meu “Pop-Pop”, porque esse foi o ano em que meu avô morreu. Eu sentia falta dele e eu o queria de volta.

Leonard: Isso é estranho, certo?

Sheldon: Pop-Pop foi o único em minha família que me encorajou a prosseguir na ciência. Mas você não o trouxe de volta, não é? Não, em vez disso, eu tenho Lincoln Logs¹¹. Bem, você pode construir um monte de coisas legais com Lincoln Logs, mas

¹¹ Lincoln Logs são brinquedos com vários blocos de montar, com os quais a criança pode fazer casas, fortes e construções em geral.

Pop-Pop não é um deles. E agora você está aqui me pedindo alguma coisa, para te salvar. Bem, desculpe, Sr. Kringle, mas hoje não é seu dia. Eu estou te deixando aqui a apodrecer, e espero que os ogros se banqueteiem com seus ossos. Eu pego a chave-mestra e a lanço no abismo, e, ao sair, eu dou no Papai Noel um chute em barriga! (TBBT, 2013, ep. 16)

Este episódio nos mostra a incapacidade de Sheldon para lidar com o luto pelo avô, de quem sente saudades, o que o levou a procurar razões lógicas e argumentativas para explicar seu desgosto pelo Natal. Processar experiências emocionais não são apenas difíceis para ele, são praticamente impossíveis (GUIMARÃES, 2014). Uma das possíveis razões para a repressão e negação de seus sentimentos são o medo e a rejeição alheios, o que o levou a se considerar incompreendido e superior aos outros, achando, inclusive, que nasceu em um tempo errado, no qual a humanidade ainda não está preparado para um gênio como ele.

Ao resgatarmos o que apontamos anteriormente sobre as características de construção do personagem e como pequenas ações e comportamento dele nos indicam algo sobre sua personalidade, vemos em Sheldon dois fatos interessantes a serem notados. O primeiro é o fato de não possuir carteira de motorista, que, segundo Hime (2014, p. 118), “nos indica, simbolicamente, ao não guiar um ‘automóvel’, a própria dificuldade de conduzir sua própria vida. Mas adapta-se, de um modo apagar com a própria saúde, a algumas normas do coletivo”. Outro detalhe é quando Penny, ao convidá-lo para praticar corrida com ela, elogia seus joelhos e ouve como resposta que são herança de sua mãe, que é religiosa, que simbolicamente nos remete à observação de que “além de poder flexibilizar os movimentos, o joelho permite ajoelhar, condição de submissão e humildade, talvez o que Sheldon precise adquirir” (HIME, 2014, p. 119).

A respeito de seus personagens em jogos de RPG, é interessante observar a dedicação e comprometimento de Sheldon. Fortim (2014) nos aponta o nível de seriedade da atividade:

Esses jogos são tratados com muita seriedade, onde um ataque ao personagem pode ser sentido como um ataque a si mesmo. Sheldon trai o grupo em um dos episódios em que está jogando World of Warcraft. O grupo se revolta, mas Sheldon justifica-se dizendo que a atitude condiz com a interpretação de ser personagem. (FORTIM, 2014, p. 38)

Para complementar este traço do personagem, Guimarães (2014) nos mostra que, por trás desta dedicação, há a possibilidade (às vezes inconsciente) de Sheldon experimentar sensações e emoções que reprime por lidar com o mundo de maneira racional e lógica.

Através das aventuras vividas nas partidas de RPG, Sheldon projeta fortes cargas energéticas de sentimentos que não experimenta em outras esferas (como o erotismo, ao jogar uma partida com Amy, sua namorada), dando forma a uma “narrativa externa à sua vida real e ao mundo concreto, o que pode se configurar como um cenário potencial a fim de levá-lo a apreender tal dimensão como pertencente a si de modo a facilitar sua integração e atuação em sua própria vida” (GUIMARÃES, 2014, p. 88).

Amy, namorada de Sheldon, é importante no desenvolvimento do personagem do físico. Howard e Raj fizeram um perfil para Sheldon em um site de rede social para encontros amorosos. Amy Farrah Fowler foi o perfil que o site apontou como compatível com o de Sheldon. A relação entre os dois começou como um respeito mútuo pelas capacidades cognitivas um do outro, já que Amy também é pesquisadora e possui um título de pós-doutorado. Apesar do comportamento repulsivo de Sheldon, que não quer tocá-la ou ter qualquer tipo de relacionamento físico com ela, os dois começam a namorar e a relação entre eles cresce bastante, causando várias mudanças em Sheldon. Seger (2006) aponta que os personagens são definidos quando os colocamos em uma nova dinâmica; a maneira como reagem é a melhor forma de conhecê-los. A chegada de Amy tem o poder de transformar Sheldon, mesmo que de maneira lenta, algo que, até então, não parecia ser possível. Com ela, aprendemos que até a inflexibilidade dele pode dar lugar a novos sentimentos e sensações, o que possibilita uma nova e ampla janela de situações narrativas a serem exploradas na série.

Sheldon é um dos personagens mais populares da série, causando identificação no público nerd e empatia no público não-nerd que assiste à série. Sua trama se desenvolveu bastante ao longo das oito temporadas de *The Big Bang Theory*, nos fornecendo um amplo histórico do personagem e permitindo a conexão com ele. No próximo tópico, vamos nos deter no perfil de Leonard, melhor amigo de Sheldon.

3.6 Leonard Hofstadter

3.6.1 Backstory

Leonard Hofstadter¹², interpretado pelo ator Johnny Galecki, nasceu em Nova Jersey e foi criado por uma família desestruturada. Seus pais são pesquisadores acadêmicos de sucesso e sempre estimularam os filhos a seguir na mesma carreira. Sua aptidão acadêmica era tão forte que colocavam o afeto e o amor pelos filhos em segundo plano, valorizando-os apenas por suas competências nos estudos. Seus outros dois irmãos são mais altos (em estatura) e, segundo sua mãe, mais bem-sucedidos que Leonard. Seu visual é bem desleixado, com cabelo sem corte, calças coloridas, tênis e camisetas de super-heróis. Suas expressões, muitas vezes, transparecem confusão e timidez, mas são bem mais amigáveis que as de Sheldon. É o único personagem masculino que usa óculos, como vemos na figura 29. Como veremos mais adiante na pesquisa, os óculos são uma característica muito relacionada à construção da imagem do nerd.

Figura 29 – Leonard Hofstadter



Fonte da imagem: <http://media.canal-plus.com/image/89/7/475897.200.jpg>

A falta de carinho na família acontecia, inclusive, entre os pais, cuja notícia do divórcio aconteceu no episódio *The Maternal Congruence* (3ª temporada, episódio 11). A mãe

¹² O sobrenome de Leonard, a princípio, parece ser uma referência ao escritor Douglas Hofstadter, autor do livro "Gödel, Escher, Bach: um entrelaçamento de gênios brilhantes", uma referência nos estudos de Ciências da Computação e Inteligência Artificial. Entretanto, a inspiração para o personagem vem do físico Robert Hofstadter, ganhador do Prêmio Nobel em Física.

de Leonard, Beverly, conta a separação para o filho de maneira natural e sem emoções, deixando-o confuso e perturbado.

Beverly: Oh, falando de pais, Leonard, isso me lembra, eu estou me divorciando do seu.
 Leonard: O quê?
 Beverly: Sim. Ele estava me traindo.
 Leonard: Não!
 Beverly: Sim, com alguma garçonete do restaurante universitário. Você consegue acreditar? Uma garçonete? Oh, sem ofensa, querida.
 Penny: Não, isso soa como um elogio.
 Leonard: Quando foi que isso aconteceu?
 Beverly: Mmm, bem, vejamos. Sheldon, quando eu deixei o pai de Leonard?
 Sheldon: 22 de setembro.
 Beverly: Ah, sim, certo. O fim de semana depois que o cachorro de Leonard morreu.
 Leonard: Mitzy morreu?
 Sheldon: Ela era velha e cega, Leonard. Que escolha nós tínhamos?
 Leonard: Eu não acredito nisso. Por que eu sou o último a saber?
 Beverly: Desculpe-me, Leonard, eu sou a única que está se divorciando, Mitzy é a única que morreu. Por que você é o único fazendo confusão?
 Leonard: Você está certa. Me-me-me-me-me desculpe, eu que estou fora da linha! (TBBT, 2009, ep. 11)

Este diálogo, inclusive, nos indica a diferença entre o relacionamento da sra. Hofstadter com Sheldon e com Leonard. Sua amizade com Sheldon é pautada pelo respeito e admiração mútuos, que os levou a se aproximarem e se atualizarem das notícias do cotidiano com mais frequência do que Leonard e a mãe fazem. Beverly preenche o arquétipo mitológico da deusa Hera, segundo Souza (2014, p. 127), por ser “preocupada com as posses materiais, a estética, a aparência” e por ter suas atitudes organizadas “por meio do pensamento e auxiliada pelas sensações”; além disso, também “é racional e distante das emoções. Rejeita seus filhos Ares e Hefesto, por não cumprirem suas expectativas idealizadas”.

Segundo Seger (2006), a criança que recebe muitas críticas tende a crescer com uma visão deturpada de si mesma. Ela pode se tornar muito severa em relação a si mesma ou muito envergonhada e sensível devido às críticas, o que é o caso de Leonard. Sua identidade se transforma e passa a ser definida não pelo que ele realmente é, mas pelo que os pais pensam sobre ele. Leonard tem sua confiança sempre muito sensibilizada, seja pelo ego de Sheldon ou pela imagem que construiu de Penny como uma mulher que nunca teria. As fraquezas dos personagens, no entanto, os deixam mais atraentes (RODRIGUES, 2014), como é o caso dos dois amigos físicos, que deixam o público envolvido em suas estranhezas e vulnerabilidades.

Em seu trabalho, Leonard é um físico experimental, e não teórico, como Sheldon. A diferença entre as duas vertentes do trabalho é que o físico teórico trabalha nas teorias e conceitos da área, enquanto o experimental busca formas de comprovar e validar as teorias criadas pelo primeiro. Leonard possui um pós-doutorado, é colega de trabalho de Sheldon na mesma universidade, a Caltech (Instituto de Tecnologia da Califórnia), e divide apartamento com ele. A história de como se conheceram vem à tona quando Penny o questiona sobre porque ele atura o comportamento antissocial de Sheldon: após um experimento malsucedido com combustível para foguetes feito no apartamento, Leonard tenta se livrar dele e espera o elevador do prédio. Sheldon pega o experimento, coloca no elevador e tira Leonard de perto. Além de salvar sua vida, não o denunciou para o síndico, a polícia ou o departamento de segurança nacional. Com esta história, também é conhecido o motivo pelo qual o elevador do apartamento nunca funcionou. Este foi, durante muito tempo, um segredo inconfessável, conceito apresentado por Rodrigues (2014) como um elemento para desenvolver cenas com pressão e revelação. Nessa, vemos o brilhantismo de Sheldon em ação, assim como seu heroísmo, e o pacto silencioso que se forma entre os dois, como uma espécie de dívida de vida.

Dentre os quatro personagens masculinos principais da série, Leonard é o que mais se envolve em relacionamentos amorosos. Desde a primeira temporada, já se envolveu com Leslie Winkle (física), Stephanie Barnett (médica), Priya Koothrappali (advogada, irmã de Rajesh) e Penny (sua vizinha). Também menciona um relacionamento que aconteceu anteriormente ao período da série, com Joyce Kim, espiã norte-coreana que se aproximou dele para conseguir segredos de estado enquanto ele fazia uma pesquisa militar para o governo.

Seu namoro com Penny foi um dos maiores suspenses da série e é cheio de instabilidades. Leonard se interessou por ela desde a primeira vez que a viu, no primeiro episódio da série. Já namoraram uma vez, que não deu certo, na terceira temporada, terminaram e voltaram na quinta temporada. Na oitava temporada, Leonard pediu Penny em casamento e ela aceitou, gerando um novo problema para Leonard: com quem Sheldon vai ficar se ele se mudar? Vamos analisar um pouco mais da relação entre os dois mais à frente, enquanto estudamos mais profundamente o perfil psicológico do personagem de Leonard.

3.6.2 *Front Story*

Leonard é marcado por duas características principais na série: sua insegurança e sua vulnerabilidade. A primeira é pautada fortemente pelo seu relacionamento com os pais. A falta de afeto vindo dos pais é demonstrada em vários momentos na série, como o que o personagem revela que construiu uma máquina de abraços quando era criança.

Leonard: Ei, você quer falar sobre não conseguir o amor de um pai. Você sabe o que eu costumava fazer quando eu era pequeno para ter alguma sensação de contato humano?

Penny: Sim, você agarrava seu pênis e não soltava. Sua mãe me disse.

Leonard: É claro que ela disse. De qualquer forma, isso não é o que eu ia dizer. Quando eu tinha dez anos, eu construí uma máquina de abraços.

Penny: Uma máquina de abraços?

Leonard: Sim. Eu peguei um manequim de uma costureira, forrei com um cobertor elétrico para ficar aquecido e construí dois braços controlados por rádio que iriam me abraçar e dar uns tapinhas nas minhas costas.

Penny: Isso é tão triste.

Leonard: Quer saber a parte mais triste?

Penny: O quê?

Leonard: Meu pai costumava pegá-lo emprestado. (TBBT, 2009, ep. 15)

Festas familiares habituais não faziam parte da vida de Leonard. No episódio *The Peanut Reaction*, ele conta que nunca teve uma festa de aniversário e, quando era pequeno, chegou em casa e viu vários carros estacionados na rua; ao entrar, sentiu o cheiro de seu bolo favorito de chocolate. Revela, então, o motivo da reunião: seu avô tinha morrido. No episódio *The Santa Simulation*, que mencionamos no tópico 3.5.2, em que abordamos as características do personagem Sheldon, vemos que o Natal também é uma época difícil para Leonard: segundo ele, a data em família não envolvia as tradições natalinas americanas:

Leonard: Eu cresci numa casa cheia de loucos acadêmicos. Em vez de deixar leite e biscoitos para o Papai Noel, nós tínhamos que deixar uma pesquisa. E, de manhã, você saberia que ele passou porque o trabalho estaria corrigido.

Sheldon: Não é à toa que você ama o Natal. Isso parece incrível.

Leonard: Não era incrível. Eu tirei C- por quatro anos seguidos. (TBBT, 2012, ep. 11)

Seus traumas foram colocados em cena através da história criada pelo personagem no jogo de RPG. Nela, o Papai Noel foi encontrado preso e ensanguentado, fato que Guimarães (2014) atribui à memória que Leonard tem do Natal e de todos os momentos de fantasias e cuidados não vividos.

Essa experiência parece encontrar correspondência com a tentativa de Leonard de resgatar o Papai Noel, símbolo não só da festa de Natal, mas da vivência pueril, afetuosa e mágica, ou seja, do não vivido por Leonard [...]. O resgate do Papai Noel, portanto, parece sinalizar a tentativa de resgate, no momento atual, de uma vivência não experienciada por Leonard. (GUIMARÃES, 2014, pp. 88-89)

A autora comenta ainda do papel do jogo de RPG para a facilitação do sofrimento de Leonard em relação a suas memórias de infância. Assim como Sheldon, através do jogo, Leonard tem uma oportunidade de viver em um mundo alternativo no qual pode externar seus sonhos e frustrações, com a capacidade de mudar sua dimensão interior e, conseqüentemente, sua dimensão exterior. Ou seja, com as partidas de RPG, Leonard, Sheldon e os outros personagens podem ter suas feridas psicológicas curadas de uma maneira mais suave e quase invisível, ajudando-os a lidar melhor com o mundo real, como vimos no tópico sobre RPG no primeiro capítulo.

A infância difícil fez com que Leonard desenvolvesse uma espécie de complexo de inferioridade, que o faz “calar perante toda sorte de obstáculos a seus intentos” (FLORES; FILHO; SAMUEL, 2014, p. 59) e o faz assumir o arquétipo de cuidador, prestando assistência a todos os personagens, principalmente Sheldon, sem nunca receber cuidados. Também é responsável por Leonard ter uma visão equivocada de si mesmo: apesar de ser bem-sucedido em sua carreira, a recriminação da mãe faz com que se sinta inexperiente, inseguro e impróprio, inclusive em suas relações amorosas. A intolerância à lactose (proteína do leite) do personagem é um reflexo da rejeição materna, que também se expressa em sua ansiedade ao lidar com as mulheres, em impulsos sempre ávidos por agradá-las.

Mesmo assim, Leonard é o membro mais sociável do grupo de amigos e funciona como um aglutinador deles; uma vez questionados sobre por qual razão saem com Sheldon, Howard e Raj dizem que é porque gostam de Leonard, ou seja, aturam o outro para estar próximo do amigo cuja amizade valorizam. Os relacionamentos amorosos são mais frequentes na vida de Leonard, assim como sua vida sexual é mais ativa. É romântico, mas às vezes passa a impressão de carente, pelos motivos descritos anteriormente. Em seu namoro com Penny, por exemplo, é inseguro (especialmente para agradar os amigos dela) e carente de atenção (ao cobrar dela que seja mais romântica como ele). Apesar disso, sua veia acadêmica interfere ocasionalmente em sua relação com ela, como no episódio *The Psychic Vortex* (3ª temporada, episódio 12), no qual ri da namorada por ela ter ido a uma vidente.

Penny: Bem, a última grande coisa que fiz foi esta produção de O Diário de Anne Frank em cima de uma pista de boliche. Mas eu acho que as coisas podem mudar em breve.

Leonard: Ótimo. Por quê?

Penny: Bem, prometa que não vai tirar sarro de mim.

Leonard: Claro, eu nunca iria tirar sarro de você.

Penny: Ok. Bem, eu fui a esta vidente que me disse que, se eu cortar o meu cabelo, eu vou fazer um comercial nacional.

Leonard (rindo): Sério? Você está recebendo aconselhamento de carreira de uma vidente?

Howard: Bom trabalho não tirando sarro dela.

Penny: Ela não é um daquelas falsas, ok? Ela escreveu um livro e tem seu próprio web site.

Leonard: Ah, caramba, por que não disse antes? Eles não deixam qualquer um ter um web site.

Penny: Por que está sendo tão idiota?

Leonard: Você está surpresa? Sua vidente não disse que eu ia ser um idiota? (TBBT, 2010, ep. 12)

Depois de ter voltado o seu relacionamento com Penny, podemos perceber como Leonard está mais maduro e estável, o que ajuda a comprovar que os personagens da série são multidimensionais, de acordo com Rodrigues (2014). Leonard está mais seguro, apesar de ainda demonstrar traços infantis quando está envolvidos com suas discussões sobre quadrinhos, filmes e outros elementos do mundo nerd. É o que acontece quando visitam o Rancho Skywalker, local onde George Lucas (criador da saga Star Wars) trabalha, no episódio The Skywalker Incursion (oitava temporada, episódio 19).

Voz no interfone do Rancho Skywalker: Posso ajudá-lo?

Leonard (nervoso): Um, uh, uh, uh, nós não temos um compromisso, e, e nós não deveríamos estar aqui, mas nós, nós somos, tipo, loucamente fãs. Quero dizer uh, uh, uh, loucos por Star Wars, não loucos do tipo temos uma mochila cheia de fita adesiva, embora nós tenhamos uma mochila que você realmente não quer ver o que tem dentro.

Sheldon: Você está arruinando tudo. Queremos conhecer George Lucas e nos tornarmos seus amigos e brincar com ele. (TBBT, 2015, ep. 19)

Dentre os membros nerds da série, Leonard é o que mais se aproxima do mundo não-nerd, por sua sociabilidade e sensibilidade. No próximo tópico, vamos analisar o personagem Howard, cuja personalidade excêntrica apresenta bastante pontos a serem discutidos.

3.7 Howard Wolowitz

3.7.1 *Backstory*

Howard Joel Wolowitz, interpretado pelo ator Simon Helberg, é um engenheiro espacial, com mestrado obtido no Massachusetts Institute of Technology. Dos quatro cientistas, é o único que não possui doutorado. Ele e sua mãe, a sra. Debbie Wolowitz, foram abandonados pelo pai quando Howard ainda era uma criança. Após o abandono, sua mãe entrou em depressão e engordou bastante. Durante a série, ela não aparece no cenário, apenas sua voz indica que ela está na cena. Seger (2006) fala da relação de confiança entre a criança e os pais; se esta for quebrada, as consequências para o adulto serão severas, ou seja, ele terá dificuldade em confiar nas pessoas.

Sua relação com a mãe é de amor e ódio, dependência e vontade de se ver livre. A mãe de Howard controla tudo no filho: para onde vai, com quem vai, o que come, com quem namora. Ele é o único personagem da série que mora com a mãe, o que já nos dá algumas pistas do seu relacionamento com ela. Os dois conversam por meio de gritos, seja quando estão no mesmo ambiente, seja por telefone. Sua mãe impede o seu amadurecimento, cercando-o de cuidados e tratando-a como uma eterna criança. Ao conhecer Bernadette, com quem se casa, Howard espera dela vários comportamentos como o da mãe, e a esposa acaba por reagir igual a ela e assume, de certa forma, o seu papel.

O judaísmo é a religião de Howard, algo que não parece incomodá-lo; tanto que, em certos momentos, deixa alguns princípios da religião de lado e é flagrado pelos amigos comendo bacon, mentindo sem pudor e escapulindo de algumas tradições judaicas (principalmente quando está longe da mãe). Sua saúde é muito frágil: possui asma, arritmia cardíaca e é extremamente alérgico, a tal ponto de correr perigo de vida em alguns episódios. Estas deficiências, no entanto, são maneiras de caracterizar o personagem, que nos revelam aspectos sobre ele (FIELD, 2001). No caso de Howard, a fragilidade de sua saúde é um reflexo de seu interior e seus traumas de infância.

Figura 30 – Howard Wolowitz



Fonte da imagem: <http://www.yam-mag.com/wp-content/uploads/2012/04/tbbt-howard.jpg>

É o mais extrovertido dos personagens masculinos da série e parece apresentar elevada autoestima, perceptível através de seu vestuário e comportamento sedutor com as mulheres. Sua aparência física nos mostra um homem de baixa estatura, muito magro, com um corte de cabelo infantil. Suas roupas são extravagantes (Figura 30): camisas de cores e estampas chamativas, golas altas (cobrindo o pescoço), calças apertadas e coloridas, e, principalmente, cintos com as fivelas mais variadas e exuberantes possível, refletindo o que o personagem acha de si mesmo.

Sua autovalorização, no entanto, encontra algumas instabilidades no âmbito profissional (por não possuir um doutorado) e em seu relacionamento com Bernadette, acontecimentos que serão mais explorados no tópico a seguir.

3.7.2 Front story

O abandono do pai é um assunto sobre o qual Howard não gosta de falar, devido ao trauma causado. No episódio *The Closet Reconfiguration* (sexta temporada, episódio 19), Sheldon acha uma carta que o pai de Howard enviou ao filho quando este completou 18 anos. Howard nunca tinha lido a carta, mas Sheldon abriu e leu seu conteúdo. Após a confusão, Howard decide queimar a carta, por achar que seu pai não tem direito de dizer nada após o seu abandono. No final do episódio, os amigos preparam uma surpresa para Howard, e todos

contam uma possível (e gentil) história como se fossem o conteúdo da carta, mas apenas uma delas é a verdadeira. Howard agradece os amigos pela ação e se sente melhor em relação ao assunto.

Ainda assim, a partida súbita do pai teve sérias consequências para sua mãe e o relacionamento entre ela e o filho. Após o sumiço do pai, a sra. Wolowitz entrou em depressão; segundo Howard, foi nessa época que ele começou a aprender truques de mágica, para deixá-la mais feliz. Ao mesmo tempo, sua mãe começou a aumentar o controle em relação ao filho, possivelmente para evitar que fosse embora como o pai. E, assim, os dois desenvolveram um relacionamento de dependência e conflito, no qual Howard quer ser adulto e tomar suas próprias decisões, mas, simultaneamente, quer ser mimado e cuidado pela mãe (MORENO, 2014).

A interferência de sua mãe em sua vida é tamanha que nem de forma física ela precisa: apenas a voz já é o bastante para compreendermos o complexo materno do personagem, como nos afirma Moreno (2014, p. 73): “Howard não vê a mãe, mas a sente, ela se faz presente através das atitudes, da fala”, perpetuando o comportamento do personagem de agir como uma eterna criança. Um exemplo acontece no episódio *The Jerusalem Duality* (primeira temporada, episódio 12), quando Howard discute com a mãe pelo telefone por causa de um lanche.

Howard (gritando ao telefone): É um saco de papel marrom pequeno, mãe, estou olhando pra ele agora. (Pausa) Por que eu iria inventar isso, não tem nenhum Ding-Dong nele. (Pausa) Como dois Ding-Dongs amanhã vão me ajudar hoje?
 Sheldon (entra na sala): Então, isso é a engenharia.
 Howard (com voz baixa ao telefone): Falo com você depois. (TBBT, 2008, primeira temporada)

Este fenômeno é descrito por Moreno (2014) como superproteção, no qual os pais não respeitam a individualidade dos filhos, controlando suas necessidades, retendo sua autonomia e interferindo no desenvolvimento de sua identidade e de sua independência. O filho, então, não aprende a respeitar o outro nem a si mesmo, por não ser respeitado pelos pais. Logo, há um aprisionamento do filho dentro de um círculo familiar desestruturado e disfuncional.

Ao começar seu relacionamento com Bernadette, vemos que Howard desenvolve seu complexo maternal com a esposa, transferindo para ela expectativas sobre o que sua mãe fazia pra ele, como levá-lo ao dentista, lavar sua roupa suja e cozinhar para ele. Embora

Bernadette rejeite o papel, ela, na verdade, o executa, se transformando em uma cópia mais jovem da sra. Wolowitz, se comunicando com Howard através de gritos e mantendo o esposo no casulo que sua mãe o deixava (FLORES; FILHO; SAMUEL, 2014).

Seu complexo materno também influencia sua amizade com Rajesh, com o qual vive uma espécie de relação homoafetiva. Os dois se comportam como um casal de namorados, apesar de saírem juntos em busca de namoradas. Há uma dependência entre os dois, e a mãe de Leonard, uma neurocientista e psiquiatra, chegou a apresentar um diagnóstico sobre a relação dos amigos:

Leonard: Howard vive com a mãe e Raj não pode falar com as mulheres, a menos que ele esteja bêbado. Vá.

Beverly: Isso é fascinante. Mutismo seletivo é bastante raro. Por outro lado, um homem judeu adulto vivendo com sua mãe é tão comum que chega a ser um clichê sociológico.

Howard: É apenas temporário, eu pago o aluguel.

Leonard: Ele mora no mesmo quarto onde o seu berço ficava.

Beverly: Você sabe, tanto mutismo seletivo e a incapacidade de se separar da mãe podem ser resultado de um medo patológico de mulheres. Ele pode explicar por que vocês dois criaram um casamento homossexual falso para satisfazer a sua necessidade de intimidade.

Howard: O quê? (Raj sussurra em seu ouvido) Isso é basicamente o que eu disse.

Leonard: Você trouxe o seu marido para trabalhar, você sabe as regras. (TBBT, 2009, ep. 15)

Antes de conhecer Bernadette, Howard era um galanteador incorrigível. Seu vestuário e cantadas eram bregas e ultrapassados, mas seu conceito de si mesmo era alto. Apesar de seus esforços de conquistas quase nunca terem resultado positivo, Howard não se abalava com a rejeição e sempre partia em busca de novas garotas. Chegou a se envolver com prostitutas e uma, inclusive, foi paga por Leonard e Raj após Leslie Winkle ter terminado seu relacionamento com Howard. Nesse momento, ele ficou bastante abalado, assim como no episódio *The Killer Robot Instability* (segunda temporada, episódio 12), no qual Penny o rejeita ao chamá-lo de nojento e diz que nenhuma mulher vai querer ficar com ele, que vai morrer velho e sozinho. Ele se tranca em casa e Penny vai pedir desculpas, mas Howard entende errado a situação e tenta beijá-la, levando um soco no rosto. Neste caso, vemos o conceito de ilusões de Davis (2001) ser trabalhado na cena: constatamos claramente a diferença entre o que o personagem acha de si mesmo e o que os outros pensam dele.

Este comportamento é resultado do aspecto de juventude eterna, que vimos no primeiro capítulo. Ele está presente em Howard na “forma de se vestir, alguns olhares marotos, mas sem graça, a tentativa de seduzir garotas para conseguir o que quer, as cantadas

inadequadas com as garotas” (MORENO, 2014, p. 71). A autora também menciona a fixação do personagem por cintos e fivelas, que representam a simbologia de dar unidade ao todo e ligar o indivíduo através do ato de prender; ao mesmo tempo que dá força e poder, leva à submissão e à restrição da liberdade.

Como aspecto positivo, Howard é bastante criativo, seja no trabalho, seja no relacionamento com a esposa. Na profissão, o personagem lida com engenharia especial, pensando e projetando objetos para facilitar a vida no espaço. Howard, inclusive, participa de uma missão na Estação Espacial Internacional, onde passa três meses convivendo com astronautas russos que fazem bullying com ele. Já com a esposa é bastante romântico, preparando surpresas e deixando-a emocionada em diversos momentos, como quando preparou uma serenata para Bernadette quando esta ficou de quarentena após ser exposta a vírus extremamente contagiosos no episódio *The Romance Resonance* (sétima temporada, episódio 06).

Durante a exibição da oitava temporada, a atriz Carol Ann Susie, que dava voz à sra. Wolowitz, faleceu, e os produtores decidiram retirar a personagem da série. No episódio *The Comic Book Store Regeneration* (oitava temporada, episódio 15), Howard recebe uma ligação de sua tia Gladys, que mora na Flórida e estava recebendo a visita de sua mãe. A tia o informa que sua mãe adormeceu e nunca mais acordou. Howard recebe o apoio de todos os amigos, inclusive Sheldon, que o ajudam a passar pelo momento difícil. No episódio *The Fornication Implementation*, da oitava temporada, há o aparecimento do personagem Josh, meio-irmão de Howard. Ele o rejeita no começo, mas depois começam a se entender. Talvez a relação entre os dois seja aprofundada na próxima temporada.

Howard é um personagem que amadureceu bastante ao longo da série, fato que podemos perceber desde o seu comportamento até a mudança em seu vestuário, que deixou de lado as roupas chamativas e trocou-as por roupas mais convencionais. Um personagem que, ao contrário, pouco mudou foi seu melhor amigo, Rajesh. Veremos mais sobre ele no tópico a seguir.

3.8 Rajesh Koothrappali

3.8.1 Backstory

O personagem Rajesh Ramayan Koothrappali é um astrofísico, interpretado pelo ator Kunal Nayyar. Raj, como é chamado pelos amigos, é indiano e saiu de seu país para ser pesquisador na Caltech, mesma universidade onde Sheldon, Leonard e Howard trabalham. Sua principal peculiaridade é o mutismo seletivo, por meio do qual não consegue falar com mulheres – a não ser que esteja bêbado. Frequentemente reclama da Índia, principalmente por ser muito quente, cheia de pessoas, por não poder comer carne bovina lá e por ser onde os pais moram.

Os pais de Raj exercem muito controle sobre ele, mesmo que à distância. Em vários episódios, os dois aparecem conversando com o filho através do computador. Insistem para que Raj leve uma vida seguindo as regras do hinduísmo, missão na qual falham repetidamente, mesmo sem saber. Tentam por diversas vezes, obter casamentos arranjados para Raj, que vai a contragosto aos encontros e pratica autossabotagem em relação às possíveis pretendentes.

Apesar de querer fugir de sua cultura nativa, Raj a utiliza como método de sedução (quando consegue falar com mulheres) e a faz surgir à tona em alguns episódios, especialmente os em que sua irmã Priya aparece. Pratica com ela o mesmo tipo de controle que os pais tentam aplicar nele, sendo infantil e machista, mas Priya o ignora e vive sua vida como bem entende. É uma advogada bem-sucedida, independente e namorou Leonard em segredo durante alguns episódios. Quando o relacionamento foi descoberto, Raj fica furioso com a “traição” do amigo, que havia prometido nunca se envolver com ela. Ao ver a dificuldade do namoro dos dois (Priya não quer assumir o namoro para os pais e, devido ao trabalho, tem que voltar para a Índia), Raj vai ficando mais ameno com a situação.

Seu visual é composto por muitas camadas de roupas bastante estampadas e possui um corte de cabelo infantilizado. Suas expressões são suaves e cômicas, principalmente quando o personagem tenta ser sedutor. Sua aparência está de acordo com a dos outros três personagens, reforçando um pouco do padrão de vestimenta do grupo: casual e desleixado.

Figura 31 – Rajesh Kootrappali



Fonte da imagem: http://www.ctv.ca/getattachment/a9c4b24f-4288-4938-aabd-a8514d6106cb/TheBigBangTheory/Bios_BigBangTheory/Bio_Kunal.aspx/635127684370700000

Howard é seu melhor amigo e a relação entre os dois é carregada de homoafetividade. Há uma certa dependência entre os dois, principalmente de Raj, que cobra atenção e presença de Howard. Os dois possuem bastante sincronia e cumplicidade, chegando a parecer um casal mesmo quando saem em busca de mulheres em bares. A sexualidade de Raj também é dúbia ao analisarmos os gostos e passatempos do indiano, que incluem decoração, planejamento de festas, cuidados estéticos com o corpo e com seu cachorro, atividades estereotipicamente classificadas como femininas.

Vamos estudar um pouco mais sobre a personalidade do personagem no tópico abaixo, ao revelarmos as nuances de seu comportamento.

3.8.2 Front Story

Raj é o único personagem da série com nacionalidade estrangeira: suas raízes indianas estão presentes desde seu sotaque até suas falas, que muitas vezes são carregadas pela tradição da família e da religião indiana. Seu visto nos Estados Unidos é temporário e vinculado à universidade, fato que quase o levou à extradição por ter chegado ao final da sua pesquisa no episódio *The Pirate Solution* (terceira temporada, episódio 04). Para permanecer no país, Raj vai auxiliar Sheldon em sua pesquisa, o que leva ambos a altos níveis de estresse.

Os pais de Raj são muito ricos (seu pai é um ginecologista em Nova Délhi), sempre sustentaram o filho e o cobrem de mimos, mesmo ele já estando na vida adulta, o que o torna irresponsável – essa postura foi o que colocou sua pesquisa em perigo e o levou a trabalhar com Sheldon na passagem descrita acima. Para exercer seu controle sobre Raj, ameaçam cortar seus luxos e o dinheiro que enviam se não fizer o que mandam, mas são constantemente enganados pela chantagem emocional que o filho faz. Hime (2014) nos aponta que o comportamento dos pais é mais uma falsa tentativa de controlar o indiano do que uma prática amorosa, que os leva a uma sensação ilusória de poder sobre ele, uma vez que não sabem nada sobre ele, seus gostos e anseios.

Sua entrada em território americano significou um momento de liberdade condicional para Raj do controle dos pais. Apesar de não conviver com os dois, eles estão presentes em seu cotidiano através de videochamadas, nas quais querem saber da vida do filho e tentam marcar casamentos arranjados para ele, como no episódio *The Grasshopper Experiment* (primeira temporada, episódio 08). Nele, seus pais comunicam que Raj deverá se encontrar com Lalita Gupta, uma pretendente cujos pais aprovam o casamento com o personagem. Ao saber disso, o indiano fica furioso e diz que não vai ao encontro, mas surpreende-se ao chegar lá e encontrar uma bela mulher. Procura, então, ganhar o interesse dela, mas Sheldon, inconscientemente, rouba a atenção dela para si ao contar a história de uma princesa indiana com a qual ela se parece.

É também nesse episódio que descobrimos uma brecha para o mutismo seletivo de Raj: ao ingerir bebidas alcoólicas, ele consegue vencer sua fobia de falar com mulheres. Penny precisa treinar sua habilidade em fazer drinks, então chama os rapazes para seu apartamento. Com seus primeiros goles, Raj começa a conversar com ela. Ao perceber a façanha, ele utiliza a mesma tática em vários outros episódios, mas, com a redução da inibição, muitas vezes ultrapassa a linha do que é permitido socialmente. Em outros momentos, como no episódio *The Porkchop Indeterminacy* (primeira temporada, episódio 15), Raj tenta métodos alternativos para vencer o mutismo, como drogas em fase experimental.

As mulheres por quem se atrai possuem um padrão semelhante: são extremamente bonitas e atraentes, e, segundo a personagem Bernadette, estão fora de seu alcance. Esse é um vestígio da imaturidade de Raj, também um reflexo da repreensão dos pais, que, por limitarem tanto o filho e não permitirem que ele se conhecesse, fizeram com que criasse imagens idealizadas de relacionamentos e mulheres. Ao ver seus amigos começando a namorar, Raj

fica bastante solitário e cobra a presença dos amigos em seu dia a dia, principalmente Howard. Para compensar a solidão, ele compra uma cadela, chamada Cinnamon, de quem cuida com muitos mimos e luxos – da mesma forma que os pais o criaram.

Esta atitude nos indica também a tendência do indiano de querer se manter em um ambiente seguro, sem conflitos ou aventuras (GUIMARÃES, 2014). Os roteiros da série, inclusive, nos apresentam isso de forma sutil nos episódios onde há partidas de RPG; neles, seu herói morre mais cedo e não vive sua jornada. Isso talvez seja uma pista de que ele ainda não está pronto para as grandes aventuras de sua vida. Assim, Raj se torna um típico personagem de sitcom, que não apresenta muita evolução desde seu início da série, “uma vez que continua com a mesma dificuldade relacional, assim como não estabelece relacionamentos marcados pela potencialidade de levá-lo a lutar com suas dificuldades, enfrentá-las, elaborá-las, trabalhá-las ou transformá-las” (GUIMARÃES, 2014, p. 92).

Em uma tentativa de mudar esse cenário, Raj conhece Lucy no episódio *The Tangible Affection Proof* (sexta temporada, episódio 16). Ela se aproxima timidamente dele após seu discurso sobre os nerds não definirem seu valor apenas por estarem, ou não, em um relacionamento. Após elogiar o que ele fala, Raj a convida para um café e deixa os companheiros sozinhos na loja de quadrinhos. Com algumas dificuldades, eles começam um namoro atípico, no qual se encontram pessoalmente e conversam através de mensagens de texto no celular. Ela confessa pra ele que tem muitos problemas sociais e, na primeira vez que falou com ele, estava se forçando a se comunicar com outras pessoas. Ele, no entanto, insistiu muito para que Lucy interagisse com seus amigos e sua persistência levou ao término do namoro. Com o final da relação, Raj ficou “curado” de seu mutismo seletivo, e agora consegue se comunicar com mulheres sem precisar beber álcool.

Na oitava temporada, os pais do personagem comunicam a ele que estão se divorciando após 40 anos de casamento. A falta de diálogo entre o casal foi acumulando situações mal resolvidas até chegar ao fim da relação. Sua mãe também estava se relacionando com outro homem. Apesar de ficar abalado com a notícia, Raj mantém o mesmo tipo de comportamento com os pais, mimado e infantilizado, usando elogios para conseguir o que quer dos dois.

O futuro do personagem pode trazer um aprofundamento maior de seu perfil psicológico e background, para explorarmos ainda mais suas relações e traumas, com o objetivo de entendermos melhor quem ele realmente é ou quem deseja ser. O fim de seu relacionamento com Lucy abriu novas portas para Raj e o aproximou das personagens

femininas da trama, que o ajudaram a superar o abandono da ex-namorada. Falaremos mais sobre elas nos tópicos a seguir.

3.9 Penny

3.9.1 Backstory

Penny, interpretada pela atriz Kaley Cuoco, é a personagem feminina de maior destaque na série. É uma garota vinda do interior do estado de Nebraska, que chegou à cidade grande com o sonho de se tornar atriz; enquanto isso não acontece, ganha seu dinheiro trabalhando como garçonete na lanchonete The Cheesecake Factory. Penny é loira, bonita, usa roupas provocativas e tem uma fala suave, traços que a colocam em contraste direto com seus vizinhos.

A personagem não tem nenhum tipo de familiaridade com o mundo nerd em que seus vizinhos estão inseridos. Ela, na verdade, encarna, em muitos episódios, o papel da “loira burra”¹³, com sua falta de adequação ao universo no qual os outros personagens estão inseridos. Apesar da diferença cultural e intelectual entre ela, Leonard e Sheldon, os três acabam se tornando amigos (ela e Leonard começam um namoro, que se tornou um noivado), e, aos poucos, Penny vai se habituando aos rituais dos amigos nerds, assim como, lentamente, passa a consumir os mesmos produtos culturais que eles.

¹³ O estereótipo da “loira burra”, ou fútil, pode ser encontrado em diversas séries televisivas. Nos EUA, a série “How I Met Your Mother” mostra o personagem Barney em várias situações com mulheres com estas características. Na série britânica The IT Crowd, Moss é paquerado por uma personagem semelhante.

Figura 32 – Penny



Fonte da imagem:

<http://vignette2.wikia.nocookie.net/bigbangtheory/images/3/31/Penny.jpg/revision/latest?cb=20100911101236>

Não se sabe muito sobre sua família, apenas alguns detalhes são revelados ao longo da série. A respeito de sua mãe, não há quase nenhuma informação, nem mesmo seu nome, apenas um comentário de Sheldon no episódio *The Pulled Groin Extrapolation* (quinta temporada, episódio 03), no qual, ao ver Penny comer o último bolinho tailandês em vez de ter deixado pra ele, sugere que a mãe da personagem é gorda. Há menções a uma irmã, da qual nada sabemos, e a um irmão, envolvido com produção de drogas.

Seu pai se chama Wyatt e aparece no episódio *The Boyfriend Complexity* (quarta temporada, episódio 09). Em outros momentos da série, Penny revela a frustração do pai com o seu nascimento, pois este desejava um filho homem. Durante sua infância, para agradar ao pai, tentou praticar esportes, mas não gostava muito de se sujar. Ao chegar à adolescência, após comprar seu primeiro sutiã, seu pai parou de brincar de arremessar bolas para ela e não usava mais o apelido *Slugger* (arremessadora, em tradução livre) para se referir a ela.

Antes de namorar Leonard, Penny tinha se envolvido com um homem machista e aproveitador, que a fez pagar pelo conserto do seu carro e nunca pagou de volta. Seus namorados anteriores seguiam o mesmo perfil, intelectualmente limitados, atraentes e que não a valorizavam muito. Leonard se sentiu atraído por Penny desde a primeira vez que a viu, e, sabendo disso, a personagem se aproveitou disso algumas vezes, como no episódio *The Big*

Bran Hypothesis (primeira temporada, episódio 02), no qual pede para os vizinhos levarem uma encomenda grande e pesada por vários lances de escada até o seu apartamento.

Sua vida antes de chegar à Califórnia é marcada por atitudes irresponsáveis e relapsas. Penny nunca cursou faculdade, mal chegou a terminar o colegial, período no qual estava mais preocupada em namorar e se divertir do que com estudos. Ela começou a ingerir bebidas alcoólicas desde sua adolescência, hábito que permanece forte na personagem. Penny chega a revelar a Bernadette no episódio *The Flaming Spittoon Acquisition* (quinta temporada, episódio 10) que sua mãe fumou maconha enquanto estava grávida dela, o que nos indica uma base familiar desestruturada.

Apesar de não possuir conhecimentos acadêmicos ou sobre a cultura nerd, Penny tem bastante conhecimento sobre a cultura popular, e costuma falar de esportes ou citar artistas, programas e novelas dos quais seus vizinhos nunca ouviram falar, mostrando a inadequação destes a este mundo (FORTIM, 2014). Também acredita em horóscopos, astrologias e videntes, crenças constantemente desprezadas por Leonard. É bastante vaidosa e feminina, adora gastar seu salário com roupas e sapatos, mesmo que isso a deixe endividada. Para entendermos um pouco mais sobre a personagem, vejamos o tópico a seguir onde descreveremos mais sobre seu comportamento e personalidade.

3.9.2 Front Story

Além de funcionar como elemento de contraste na trama da série, Penny exerce um papel fundamental: ela representa o espectador comum, a pessoa à frente de cada tela de TV, que também não está tão familiarizado com a cultura nerd e vai se inserindo nela aos poucos. Um fato que a torna ainda mais comum é que nunca nos foi revelado o seu sobrenome, ao contrário de todos os outros personagens. Ela também representa os jocks, grupo que, como vimos no tópico 2.6, é composto pelos antagonistas naturais dos nerds: pessoas atletas, bonitas e socialmente aceitas, que praticam bullying contra seus opostos.

Podemos perceber isso no episódio *The Speckerman Recurrence* (quinta temporada, episódio 11), no qual Penny revela as “brincadeiras” que ela e os amigos faziam com alguns colegas do colégio e menciona que, certa vez, amarraram e vendaram uma colega que tirou boas notas, abandonando-a em um milharal. Amy e Bernadette a acusam de maldade, mas ela diz que não havia maldade nisso e que, para ela, era só uma brincadeira engraçada.

Penny: Acho que a minha escola era um lugar agradável. Nós não tínhamos *bullies*.
 Amy: Vamos lá, ninguém nunca deu apelidos maldosos para alguém, implicou com eles ou colocou chiclete nos seus dedos de modo que a enfermeira da escola teve que usar manteiga de amendoim para tirá-lo?
 Penny: Não, nós não éramos realmente assim. Quero dizer, olhe, nós fazíamos brincadeiras uns com os outros, mas nunca foi maldoso. Tipo essa garota, Kathy Geiger, que tirou notas muito boas, por isso, nós a vendamos, amarramos e deixamos ela passar a noite em um milharal.
 Bernadette: Oh, meu Deus, isso é terrível.
 Penny: Não, era engraçado. Todos riram.
 Amy: Será que Kathy Geiger riu?
 Penny: Uh, provavelmente. É difícil de dizer. Ela meio que estava com uma espiga de milho em sua boca. (TBBT, 2011, ep. 11)

Penny também atua como uma interlocutora da cultura “não-nerd” para os personagens da série (FORTIM, 2014), principalmente para Sheldon. É através dela que o físico toma conhecimento de várias convenções sociais sobre atitudes que as pessoas esperam das outras, especialmente no que se refere a relacionamentos. Sheldon não costuma entender porque Amy está chateada ou não consegue compreender suas expectativas, e Penny geralmente é quem esclarece a situação para ele.

Penny se encaixa no grupo de personagens classificados por Seger (2006) como extrovertidos, que possuem seu foco no mundo exterior, movem a ação da história e se dão bem com as pessoas. Seus opostos são os personagens nerds, classificados como introvertidos, cujo foco está na realidade interior e preferem a solidão. A autora indica que os personagens introvertidos são, geralmente, os que ficam passivos à ação, mas há exceções, como no caso da série aqui analisada, cujos dois dos protagonistas, Sheldon e Leonard, são introvertidos.

Sua profissão como garçoneiro nos indica que a personagem está sempre a serviço dos outros, de acordo com Souza (2014). Ainda assim, Penny é destemida, não leva desaforo para casa, é autônoma e independente, mesmo que isso algumas vezes saia pela culatra. O seu sonho de se tornar uma atriz famosa é um exemplo disso: apesar de sua determinação, Penny não esperava que seus planos seriam tão difíceis de se concretizarem. Segundo ela, o trabalho na Cheesecake Factory seria apenas por seis meses, tempo suficiente para que conseguisse alcançar o estrelato.

Longe da família e dos amigos, a garçoneiro, pelo menos no começo da série, se encontra muito sozinha; além da distância, está mais próxima de pessoas que não compartilham de seus hábitos e repertórios culturais, deixando-a ainda mais solitária (FLORES; FILHO; SAMUEL, 2014). Apesar do isolamento, Penny vai, aos poucos, se envolvendo e se familiarizando com a cultura nerd, assim como os espectadores que também não são contextualizados com o universo de referências culturais da série.

Assim é a postura de Penny que, mesmo desconhecendo muitas particularidades dessa cultura, a aceita e compreende a importância que tem para os rapazes. Ela não entende bem as diferenças entre Star Trek e Star Wars, mas sabe que nunca deve confundi-las para evitar a ira dos rapazes. Assim, vai ficando familiarizada e passa a apreciar algumas coisas. (FORTIM, 2014, p. 41)

Seu histórico familiar nos revela um complexo paterno que se expande para diversos aspectos de sua vida, inclusive em sua profissão e seus relacionamentos. A mãe de Leonard, no episódio *The Maternal Capacitance*, já citado anteriormente, ao saber que Penny é uma atriz, diz à personagem que a maioria das pessoas que se dedicam às artes se valorizam apenas com a valorização dos outros, um comportamento decorrente de quem apresenta necessidades emocionais de uma infância reprimida. Outra comprovação deste complexo é que Penny se relaciona apenas com homens que seu pai não aprova, com exceção de Leonard (SOUZA, 2014).

Seu primeiro namoro com Leonard teve uma vida curta: as incompatibilidades entre os dois levaram a relação ao fim. Ela não se sentia inteligente o bastante para ele, e ele não se sentia bom o bastante para ela. Seger (2006) nos mostra que os relacionamentos dão dinamismo à história, além de criarem novas personalidades. Ou seja, dois indivíduos diferentes formam uma nova identidade quando são um casal. O conflito entre os dois deve ser equilibrado com a atração, algo difícil em uma série de TV, pois se a atração for maior do que o conflito, o casal perde a graça; se o conflito for maior que a atração, o casal gera antipatia no público. Talvez por isso o casal da série tenha terminado uma vez, depois tiveram algumas recaídas, voltaram e agora permanecem juntos. Provavelmente, o futuro da série deve revelar algumas surpresas para reinserir o conflito na trama e trazer de volta o dinamismo do casal.

No episódio *The Boyfriend Complexity*, Penny revela a Leonard que ele foi o único namorado que seu pai já aprovou. Quando ela contou ao pai que eles terminaram, Wyatt ficou chateado e insistia para que a filha reatasse o relacionamento. Para agradá-lo, Penny finge que voltou a namorar Leonard, mas o pai descobre a farsa. No entanto, ele gostou tanto do físico que chega a pedi-lo para não desistir de Penny, e tenta fazer uma manobra de psicologia reversa para que a filha volte a se interessar pelo personagem: simula uma discussão com ele, dizendo-o para ficar afastado de Penny. Seja através desta ação ou não, a garçonete reata o namoro com ele algumas temporadas depois.

Depois de seu primeiro término com Leonard, a personagem volta a ter encontros com o mesmo tipo de homens com quem costumava se relacionar. Rapidamente percebe que

não é mais a mesma e que não vai mais conseguir namorar com eles, pois passa a achá-los burros. A relação com o físico transforma os dois e os amadurece, mesmo que em ritmos diferentes.

Anos após chegar em Pasadena, Penny ainda não tinha conseguido realizar o sonho de ser atriz, e sua decepção em relação a isso faz com que, lentamente, ela abandone a ideia e tome outros rumos. Primeiro, ela decide sair do emprego de garçoneiro e se dedicar apenas à carreira de atriz. A tentativa falha e ela começa a ficar endividada. Para resolver o problema, no episódio *The Locomotion Interruption* (oitava temporada, episódio 01), ela aceita a indicação de Bernadette e faz uma entrevista de emprego em uma empresa farmacêutica para ser representante de vendas de medicamentos. Com o novo emprego e o novo salário, desafios diferentes se apresentam a Penny, como o noivado com Leonard e o fato de que ela ganha um salário maior do que o dele. Mais sobre isso será, provavelmente, desenvolvido nas próximas temporadas da série.

3.10 Considerações sobre o capítulo

Criar um personagem é uma atividade que requer técnica e sensibilidade. A tarefa de dar vida a alguém da ficção precisa de uma base de verossimilhança com a realidade, para conectar o público com a história. Bons personagens são repletos de características e nuances que os tornam mais humanos, como valores, atitudes, crenças, senso de humor, profissão, cultura, emoções e paradoxos, detalhes que os tornam mais ricos e complexos, assim como as pessoas são na vida real.

Os personagens da série televisiva *The Big Bang Theory* apresentam uma caracterização extensa, com *backstories* consistentes e detalhadas, que nos fornecem amplas informações para compreendermos suas ações ao longo das temporadas. A infância de cada um deles, a trajetória profissional, a influência familiar e a dinâmica com os amigos contribuem para a formação de personagens multidimensionais, cheios de detalhes que deixam a história interessante e fazem com que o público, seja ele composto de nerds ou não, queiram acompanhar o desenvolvimento de Sheldon, Leonard, Howard, Raj, Penny, Amy e Bernadette.

Ser nerd faz parte da caracterização dos personagens, mas não os define por completo; eles não são apenas nerds. São pessoas com conflitos e dramas, que passam por problemas pessoais, têm complicações no trabalho, sofrem preconceito e bullying, mas que,

no final, encontram conforto e companheirismo ao lado dos amigos. Ainda assim, é possível levantar alguns questionamentos: como será a relação do público com os personagens? Será que se identificam com algum deles, de alguma forma? Para os espectadores que não são nerds, a cultura na qual os personagens estão inseridos tem algum tipo de influência sobre seus hábitos de consumo relativos a produtos midiáticos? Ou seja, assistir a uma série sobre nerds faz com que eles queiram consumir produtos nerds? Os nerds assistem ao programa? Se sim, se sentem representados ou estereotipados? Como o público brasileiro, ou uma parcela dele, se sente assistindo ao programa? Existem reflexos desta cultura americana em nosso país e, mais especificamente, em nossa região?

Procuramos esclarecer estas dúvidas no próximo capítulo, no qual trataremos nossa pesquisa, cujo objetivo é averiguar a percepção do público na recepção da série *The Big Bang Theory*. Através dela, poderemos entender a relação dos espectadores brasileiros, em uma amostra aleatória, com a série e com o fato de se considerarem nerds ou serem vistos como tais.

4 A VOZ DO OBJETO: NERDS, SÉRIES E PÚBLICO

O estudo sobre as características principais do nerd nos permitiu entender melhor sua cultura, suas motivações, seu histórico e seus objetos principais de consumo. Com nossa investigação sobre os estudos culturais, narrativas seriadas e criação de personagens, pudemos compreender como os nerds se manifestam na série *The Big Bang Theory* através de uma análise aprofundada nas personalidades dos cinco principais personagens. Nosso objetivo era, em primeiro lugar, tentar ver as relações da vida real com a ficção e as apropriações que este produto cultural televisivo fez (e ainda faz) de grupos e culturas da contemporaneidade, com suas semelhanças e disparidades.

Neste novo momento de nossa pesquisa, vamos investigar um pouco mais sobre como o público consome séries e sua relação com elas, especialmente com TBBT, e também seu conhecimento e sua relação com o mundo nerd. O objetivo aqui é procurar entender quais produtos culturais as pessoas consomem mais, suas séries favoritas, se assistem TBBT ou não (e quais os motivos) e se consideram nerds ou são consideradas pelos outros. Se o consumo das séries são as apropriações e o uso que fazemos de seu conteúdo, esta segunda parte da pesquisa nos permitirá uma visão mais aprofundada deste processo de recepção, ainda que limitada pela metodologia escolhida, que delimitaremos a seguir.

4.1 Metodologia

A metodologia escolhida para esta fase do trabalho foi a junção de pesquisa quantitativa e qualitativa através de um só questionário, que se encontra completo nos apêndices deste trabalho. Entendemos que estes dois tipos de pesquisa não são excludentes, mas sim o oposto; utilizar uma abordagem quantitativa aliada à qualitativa pode nos fornecer dados que, ao mesmo tempo, procuram validar algo e oferecer uma visão além da estatística sobre o que eles nos dizem (SERAPIONI, 2000).

O método quantitativo oferece possibilidades de analisar o grau de ocorrência de determinada variável, usando, para isto, uma amostra que deverá refletir a população que desejamos alcançar (SAMARA; BARROS, 2007). Entretanto, este tipo de metodologia pode ser muito reducionista, transformando os indivíduos analisados em apenas números, desconsiderando suas opiniões, comentários, crenças e valores acerca daquilo que estudamos. É um método bastante criticado por Thompson (2001), Morley (1996) e Martín-Barbero e

Muñoz (1992), por excluírem dos resultados todas as subjetividades expostas pelos sujeitos, que contribuiriam para termos um olhar mais aprofundado do tema em questão.

O método qualitativo nos permite compreender as relações em maior profundidade (SAMARA; BARROS, 2007), observando relações que não seriam permitidas se apenas o método quantitativo fosse utilizado. Assim, temos a oportunidade de descobrir um pouco mais da visão das pessoas que se disponibilizaram a responder estas perguntas. Por isso, optamos por incluir no questionário perguntas abertas, não obrigatórias, deixando o respondente à vontade para preenchê-las ou não. Esta escolha se deu baseada no tamanho do questionário e suas perguntas obrigatórias; deixar as perguntas subjetivas como obrigatórias também aumentaria o tempo de resposta e poderia levar a preenchimentos aleatórios e vazios, inseridos pelo respondente apenas para finalizar sua missão de responder ao questionário.

O questionário elaborado foi do tipo estruturado, com “uma sequência lógica de perguntas que não podem ser modificadas nem conter inserções do entrevistador” (SAMARA; BARROS, 2007, p. 120). No total, havia 51 questões distribuídas entre 7 seções; dentre essas, 3 eram variáveis (só eram respondidas se o indivíduo marcasse determinadas alternativas) e 10 não eram obrigatórias (justamente as subjetivas comentadas anteriormente). As seções eram: perfil demográfico, perfil sociocultural, séries favoritas, consumo da série favorita, The Big Bang Theory, consumo de TBBT e final. As 3 seções e perguntas variáveis eram apresentadas para quem marcou que não assistia a séries, não assiste a TBBT ou não assiste mais a TBBT. As seções demográficas, sociocultural e final eram obrigatórias e foram respondidas por todos os participantes. As outras tiveram quantidade de respostas variáveis. Como apontado, o questionário completo encontra-se nos apêndices.

O questionário foi aplicado através da ferramenta online Google Forms, por sua praticidade em apresentar as perguntas e tabular os dados. Ao gerar um link por onde a pesquisa pode ser enviada a diversos destinatários de maneira rápida, foi possível uma maior amplitude da amostra, apesar de vermos que a maioria dos respondentes era local, como indicaremos a seguir. Este link foi divulgado, primeiramente, através do site de rede social Facebook, mas não é possível rastrear por quais outros meios ele pode ter sido difundido. Ou seja, num primeiro momento, era necessário cogitar que o indivíduo participasse desta plataforma para responder a pesquisa, mas, com a possibilidade de distribuição do link, é possível que haja respondentes que não tenham acesso ao Facebook, apesar de assumirmos que ele deveria ter algum tipo de acesso à internet para poder participar da pesquisa.

O questionário ficou no ar a partir do dia 11/04/2016 e foi encerrado no dia 24/04/2016, assim que a meta de 600 questionários foi atingida. A amostra selecionada foi do tipo não probabilística por conveniência, ou seja, foi escolhida “de acordo com a conveniência do pesquisador. São as pessoas que estão ao alcance do pesquisador e dispostas a responder um questionário” (SAMARA; BARROS, 2007, p. 161). Aqui também se encaixa o conceito de amostragem aleatória de Becker (2007), que julga que, apesar de este tipo de amostra nos ajudar a tentar generalizar a ocorrência de um fenômeno, é importante ter em mente que ela tem seus problemas. Afinal, uma amostra, mesmo que tente representar o todo, pode não conseguir reproduzi-lo em miniatura. Além disso, também é preciso selecionar bem os casos que serão apresentados, pois eles devem ser representativos para evitar qualquer tipo de tendenciosidade. Por isso, inclusive, já que o raio de aplicação do questionário poderia ser reduzido, foi escolhido manter a identidade do respondente anônima, para que não interferisse no momento de análise dos dados. Definimos o número de 600 respostas como suficiente devido a considerarmos uma quantidade representativa, ainda que reduzida, e os dados subjetivos que foram coletados nos apresentam um amplo campo para nos aprofundarmos em relação às considerações dos respondentes acerca do tema.

Becker (2007) também nos diz que a amostra, apesar de reduzida, é necessária, pois seria impossível tentar coletar os dados de todos; nos afogariamos em seu volume e jamais sairíamos da fase de coleta. A ciência social, segundo o autor, é uma atividade prática e que deve acabar em algum momento. Portanto, precisamos utilizar alguns atalhos para chegar a esta conclusão, mesmo que signifique que teremos alguns desvios em relação ao modo como a pesquisa deveria ter sido feita.

De toda forma, nossa intenção com esta pesquisa não é buscar a generalização, até por entendermos que, em um mundo globalizado, hibridizado e dinâmico, este conceito se torna ainda mais difícil de atingir diante de seu caráter efêmero. Nosso objetivo aqui é tentar captar uma fração do cenário atual, como o ato de observar uma parte de uma fotografia, para procurar novos olhares acerca de uma situação. Assim, procuramos questionar, como Becker (2007) aponta, aquilo que “todo mundo sabe”, para desconstruir as afirmações sobre práticas e hábitos normalmente difundidos pela sociedade, em vez de simplesmente aceitar passivamente as informações que chegam até nós.

Buscamos, então, deixar o objeto falar por si só e nos mostrar suas percepções acerca do mundo nerd, do consumo de séries e da identificação ou não com os fatores que apontamos anteriormente.

4.2 Apresentação e Análise dos dados Quantitativos

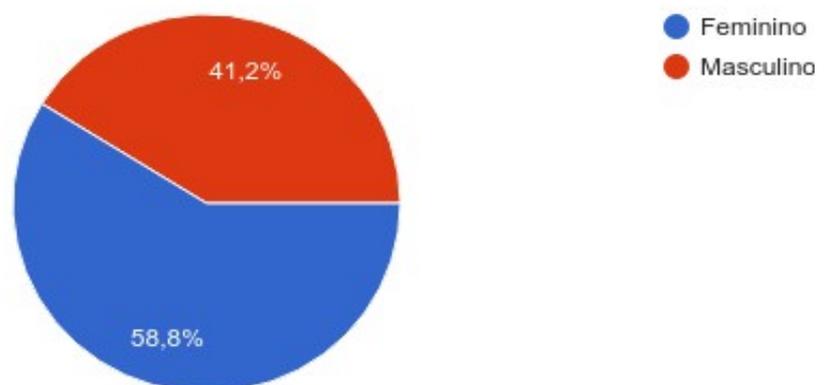
Nesta seção, faremos uma apresentação dos dados quantitativos obtidos na coleta realizada. Dividiremos os dados em subtópicos relativos a cada seção da pesquisa e faremos a análise dos dados à medida que formos apresentando-os.

4.2.1 Perfil Demográfico

Na primeira seção, desejamos traçar o perfil demográfico dos respondentes através de seis perguntas: sexo, idade, renda, onde mora, com quem mora e escolaridade. Em relação ao sexo, tivemos um resultado de 353 pessoas do sexo feminino, representando 58,8% do total, e 247 pessoas do sexo masculino, representando 41,2%. A pouca diferença entre os gêneros nos indica uma boa distribuição da amostra, que nos permitirá identificar possíveis fatores que sejam mais pertinentes a homens ou mulheres.

Gráfico 1: Sexo dos respondentes

Sexo (600 respostas)



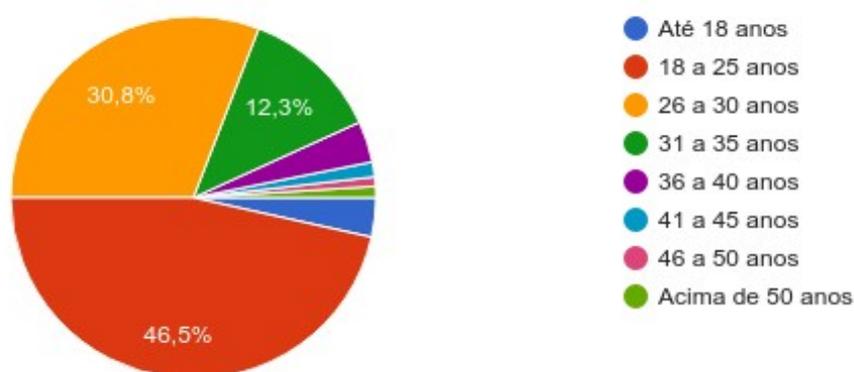
Fonte: Tabulado pela autora

Em relação à idade, tivemos a maior parte dos respondentes entre as idades de 18 e 25 anos, totalizando 46,5% do total, correspondendo a 279 pessoas. A grande representatividade desta faixa etária pode ser devido ao ambiente no qual a pesquisa foi divulgada: a afinidade dos jovens com a internet é algo comumente abordado. Este fato poderá nos direcionar a revelações sobre a conexão dos nerds com a idade. Em ordem

decrecente, temos: 30,8% de pessoas entre 26 e 30 anos (185 no total); 12,3% de pessoas entre 31 e 35 anos (74 no total); 3,7% de pessoas entre 36 e 40 anos (22 no total); 3,5% de pessoas até 18 anos (21 no total); 1,3% de pessoas entre 41 e 45 anos (8 no total); 1% de pessoas acima de 50 anos (6 no total); e 0,8% de pessoas entre 46 e 50 anos (5 no total).

Gráfico 2: Idade dos respondentes

Idade (600 respostas)

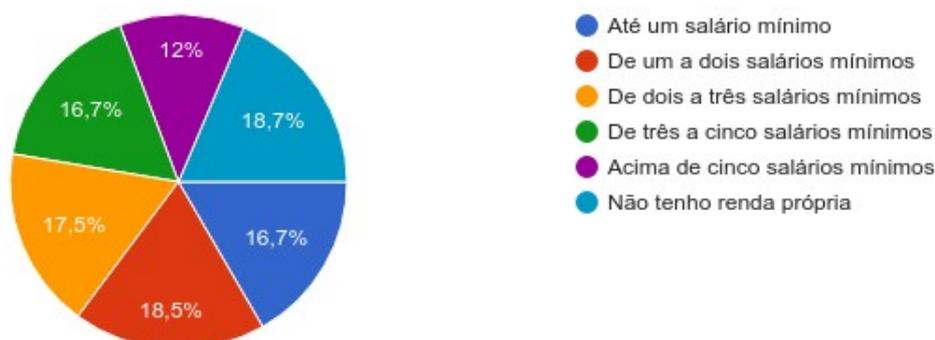


Fonte: Tabulado pela autora

Os dados relativos à renda dos respondentes ficaram bem distribuídos, com porcentagens próximas. No entanto, a maior parte das pessoas respondeu que não possui renda própria (18,7%, 112 pessoas). Levando em consideração a idade da maioria das pessoas e, mais adiante, o seu grau de escolaridade e com quem moram, percebemos uma coerência nesse dado, pois percebemos que boa parte dos participantes da pesquisa tem até 25 anos, moram com os pais e são estudantes universitários. Assim, nosso público ficou dividido nas porcentagens a seguir.

Gráfico 3: Renda dos respondentes

Qual é a sua renda? (600 respostas)

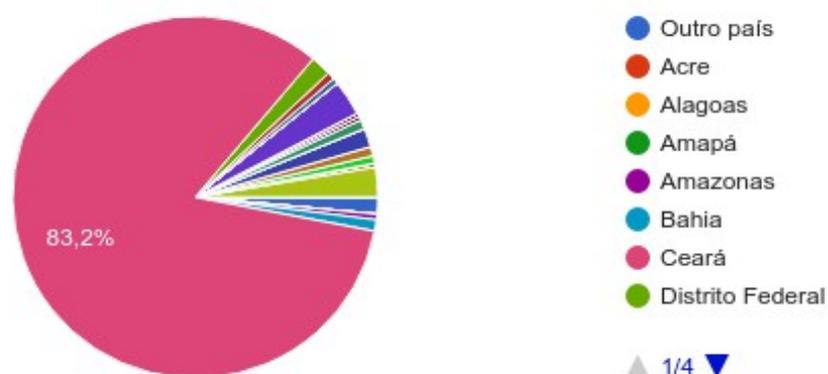


Fonte: Tabulado pela autora

A distribuição geográfica dos respondentes ficou concentrada principalmente no Ceará, devido ao local de elaboração e primeira divulgação da pesquisa, correspondendo a 499 pessoas. Em seguida, temos: 3,2% de pessoas de Minas Gerais; 2,7% de São Paulo; 1,8% do Distrito Federal; 1,7% do Rio de Janeiro; 9% de outros países; 1% da Bahia; 5% de Pernambuco; 5% do Rio Grande do Norte; 4% do Espírito Santo; 4% do Rio Grande do Sul; 3% do Amazonas; 3% de Goiás; 2% da Paraíba; 2% do Paraná; 2% de Santa Catarina. Não tivemos respostas dos demais estados.

Gráfico 4: Local onde os respondentes moram

Onde você mora? (600 respostas)

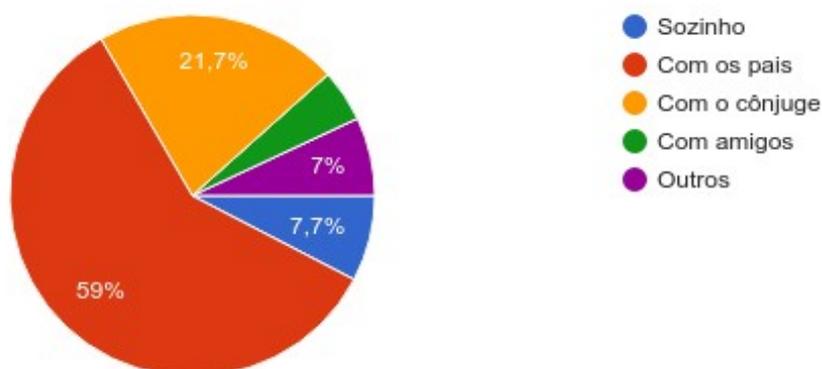


Fonte: Tabulado pela autora

Na pergunta Com quem você mora, a maior parte dos participantes respondeu com os pais, com o cônjuge ou sozinho. Apenas 4,7% responderam que moram com amigos, totalizando 28 pessoas; das pessoas que marcaram a opção Outros, recebemos respostas como avós, primos, tios, namorado ou noivo e filhos.

Gráfico 5: Com quem os respondentes moram

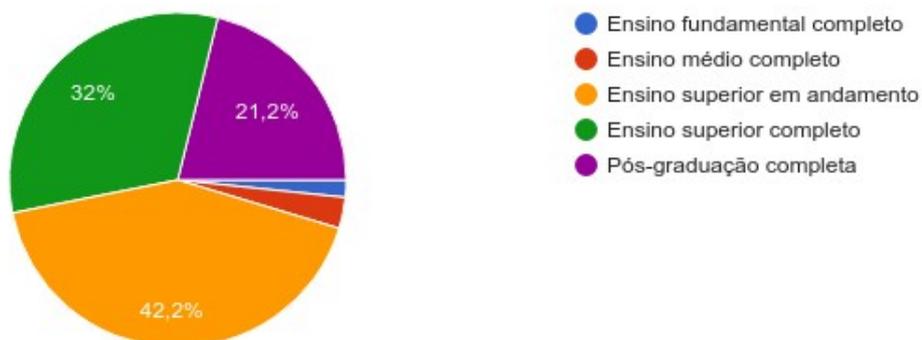
Com quem você mora? (600 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

Em relação à escolaridade, podemos observar a maior presença de estudantes universitários (42,2%), pessoas graduadas (32%) e pessoas com pós-graduação completa (21,2%). Pessoas com o ensino fundamental completo representam 1,7% da amostra (10 pessoas), e pessoas com ensino médio completo representam 3% do total (18 pessoas). Ou seja, a maior parte de nossa amostra possui um alto nível de escolaridade, dado que será útil para cruzarmos com as informações sobre o consumo dos produtos culturais, ação que retomaremos adiante.

Gráfico 6: Escolaridade dos respondentes
Qual é a sua escolaridade? (600 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

4.2.2 Perfil Sociocultural

Nesta seção, tivemos como objetivo iniciar os nossos conhecimentos acerca do consumo cultural dos respondentes através de 3 questões: quais produtos culturais você costuma consumir, quanto gasta por mês com estes produtos; e se costuma assistir a séries de TV. Nossa intenção ao adicionar itens como quadrinhos, figuras de ação, videogames e jogos de tabuleiro foi tentar traçar se os hábitos das pessoas, antes de se classificarem como nerds ou não, já abordam produtos que são normalmente associados a eles.

No gráfico a seguir, podemos observar que mais de 92% dos respondentes assinalou que consome filmes e séries, e 78,3% responderam que costumam consumir livros. Estes dados nos revelam um alto grau cultural dos respondentes. Percebemos também que o consumo de videogames, quadrinhos, jogos de tabuleiro e figuras de ação é bem menor comparado aos três citados anteriormente, revelando um possível consumo de nicho desses produtos. Das pessoas que marcaram o item Outros, algumas das respostas foram: animes¹⁴, mangás¹⁵, podcast¹⁶, vídeos no Youtube, teatro, festas, música, cardgames, novela, reality shows, revistas e site. A presença de respostas como animes, novela e reality shows nos indica

¹⁴ Animes são desenhos animados de origem japonesa. Possuem elementos visuais e narrativos bem característicos.

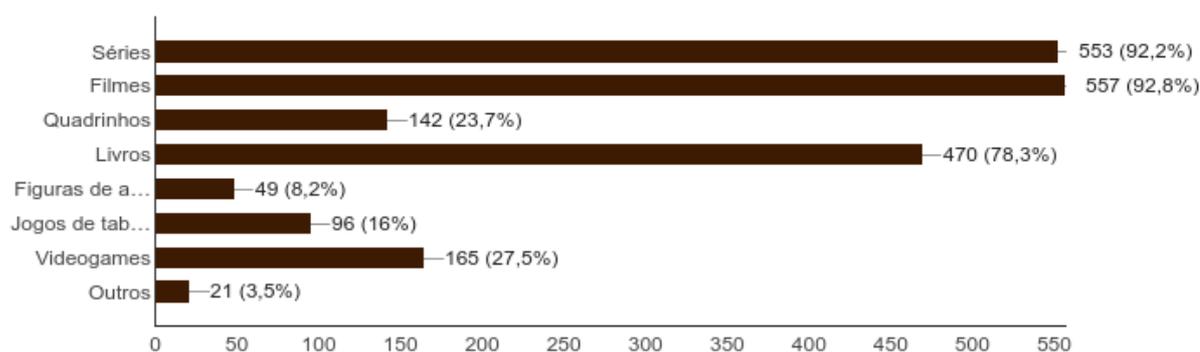
¹⁵ Mangás são histórias em quadrinho com estilo japonês. Assim como os animes, possuem características bem definidas e diferentes dos quadrinhos chamados ocidentais.

¹⁶ Arquivo de áudio em forma de programa disponibilizado através da internet.

a percepção do público de que o gênero influencia na classificação do programa como série ou não, pois estes produtos também são narrativas seriadas, de acordo com os conceitos que vimos no capítulo anterior, e poderiam, portanto, ser classificados como séries.

Gráfico 7: Itens culturais consumidos pelos respondentes

Quais dos itens abaixo você costuma consumir? (600 respostas)

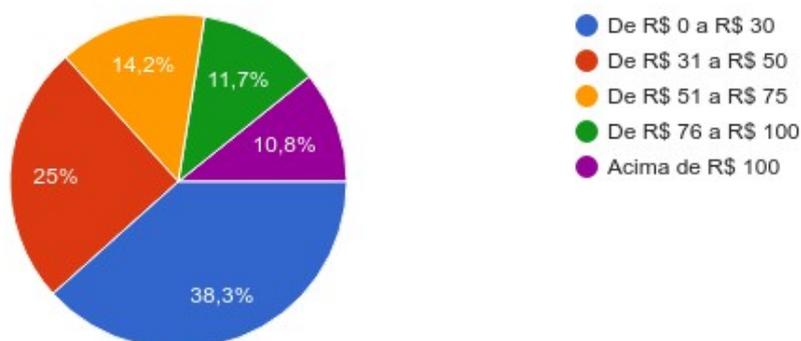


Fonte: Tabulado pela autora

Na pergunta sobre quanto o respondente gasta por mês com os produtos culturais que consome, vimos que a maioria afirmou gastar de 0 a 30 reais mensalmente. Quando comparamos esta quantia com o gráfico dos produtos mais consumidos, podemos levantar a hipótese de que os filmes e séries podem ser consumidos online, via download ou streamings como os sites Netflix e Youtube, e o respondente talvez não tenha contabilizado o gasto com internet ou com assinaturas para fazer o cálculo mensal. Além disso, 11,7% das pessoas assinalaram gastar de 76 a 100 reais por mês com estes produtos, e 10,8% gastam mais de 100 reais por mês.

Gráfico 8: Quanto os respondentes costumam gastar por mês com os itens culturais

Quanto você costuma gastar por mês com estes produtos? (600 respostas)

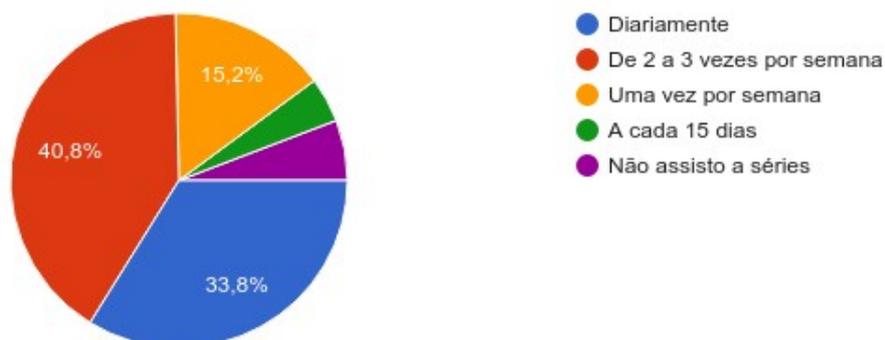


Fonte: Tabulado pela autora

Em seguida, perguntamos com qual frequência o respondente acostuma assistir a séries. A maioria afirmou que assiste diariamente ou de 2 a 3 vezes por semana, indicando não só que boa parte da amostra tem o hábito de assistir a estes produtos, dado que já havíamos constatado, mas que os assistem com alta frequência. Apenas 4,3% disseram que assistem a cada 15 dias e 5,8% responderam que não assistem. É importante observar que, das 47 pessoas que marcaram que não consumiam séries na primeira pergunta desta seção, apenas 35 responderam aqui que não assistem as séries; ou seja, 12 pessoas que não marcaram que consumiam séries nesta pergunta assinalaram que assistem a séries em alguma frequência. Esta discrepância pode ser devido à interpretação do respondente em relação à palavra “consumo” na pergunta sobre os itens consumidos (é possível que, para estes respondentes, “consumir” seja diferente de “assistir”), ou à possibilidade de a pessoa ter repensado a respeito da conexão semântica entre as duas perguntas e, ainda assim, não tenha corrigido a resposta, ou ainda pode ter sido apenas uma questão de desatenção.

Gráfico 9: Frequência com que os respondentes assistem a séries

Com qual frequência você assiste a séries? (600 respostas)



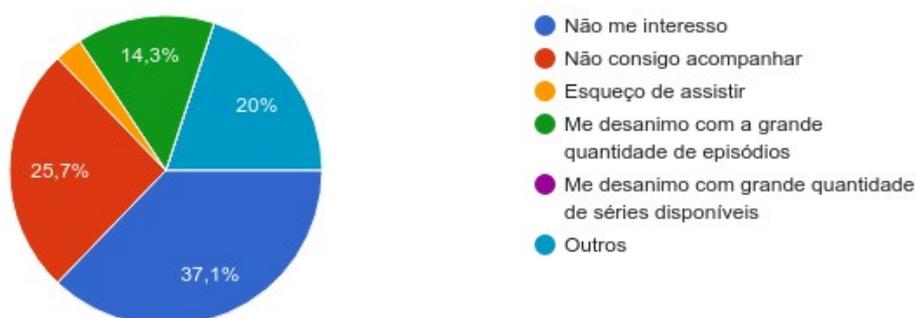
Fonte: Tabulado pela autora

4.2.3 Pessoas que não assistem a séries

As 35 pessoas que responderam que não assistem a séries foram encaminhadas para uma seção específica, na qual responderam o motivo de não consumi-las e, em seguida, foram direcionadas para a seção final. Apenas uma pessoa marcou que esquece de assistir e, dentre 7 as pessoas que assinalaram o item “Outros”, as respostas foram “falta de tempo”, “preferência em dedicar o tempo livre a outras atividades” e “falta de acesso ao Netflix”.

Gráfico 10: Motivos de não assistir a séries

Por que você não assiste a séries? (35 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

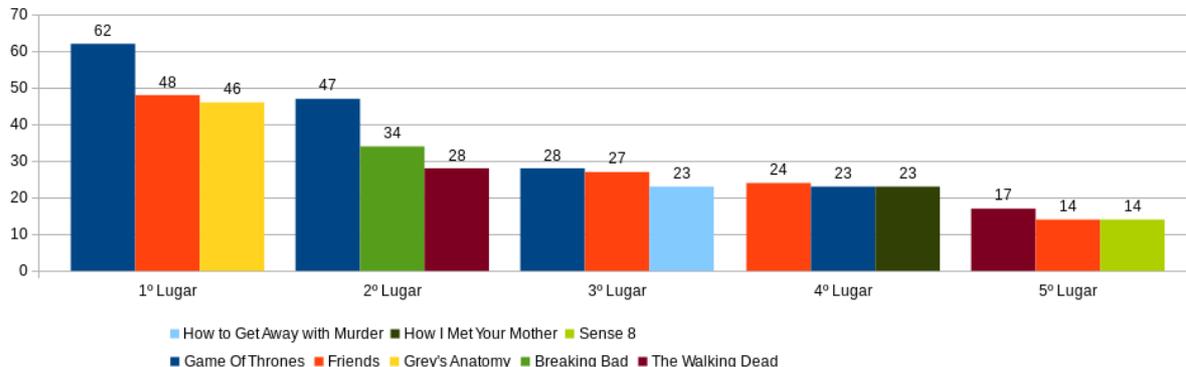
As 35 pessoas que não assistem a séries dividem-se da seguinte forma em relação ao sexo: 15 são mulheres e 20 são homens. Já em relação à idade, temos a divisão a seguir: 1 tem até 18 anos; 13 têm de 18 a 25 anos; 9 têm de 26 a 30 anos; 3 têm de 31 a 35 anos; 5 têm de 36 a 40 anos; 3 têm de 41 a 45 anos e 1 tem mais de 50 anos. Ao observarmos a renda das pessoas que não assistem a séries, vemos que 10 pessoas têm renda de acima de 10 salários; 4 recebem de 3 a 5 salários; 6 recebem de 2 a 3 salários; 8 recebem de 1 a 2 salários; 2 recebem até 1 salário e 5 não tem renda própria. Desses dados, surpreende-nos a quantidade de pessoas entre 18 e 30 anos que não assistem a séries, revelando que o consumo desses produtos não está necessariamente ligado a um público mais jovem, e também a alta renda da maior parte dessas pessoas, indicando que o poder aquisitivo pode não influenciar no ato de consumir séries televisivas.

Entre os produtos culturais que este grupo costuma consumir, vemos que 23 pessoas assistem a filmes (65,7%), 20 leem livros (57,1%), 9 jogam videogames (25,7%), 4 leem quadrinhos (11,4%), 3 jogam jogos de tabuleiro (8,6%), e uma consome figuras de ação (2,8%). Dos que marcaram “outros”, apontaram que consomem animes, mangás, internet, música, bonecas, e duas pessoas colocaram “nenhum” como resposta. Como podemos perceber, o nível de consumo cultural destas pessoas é mais baixo que o da média, indicando que sua falta de interesse em séries reflete-se um pouco no consumo dos outros produtos que dispomos no questionário. Obviamente, não queremos dizer com isso que estas pessoas são incultas, apenas que compreendemos que seus interesses podem se manifestar em produtos diversos que não foram apresentados nesta pesquisa.

4.2.4 Séries Favoritas

Nesta seção, pedimos aos respondentes para enumerar, de 1 a 5 e em ordem de preferência, suas séries favoritas. Podiam ser séries em exibição, já encerradas ou canceladas. Apenas os três primeiros espaços eram obrigatórios, ou seja, a pessoa tinha que colocar suas três séries favoritas, e a quarta e quinta eram opcionais. No total, foram citadas 332 séries diferentes nas 5 posições. Abaixo, o gráfico nos mostra as 3 séries mais citadas em cada uma das preferências dos respondentes. Isso não é indicativo, entretanto, que elas não tenham sido citadas com menor intensidade em cada uma das posições.

Gráfico 11: Séries favoritas dos respondentes



Fonte: Tabulado pela autora

Das séries mais citadas, apenas 3 estão encerradas: Friends (encerrada em 2004), Breaking Bad (2013) e How I Met Your Mother (2014). Isso nos indica um alto índice de possível afetividade com estas séries, que permanecem na preferência do público da amostra mesmo depois de terem acabado. Friends, é importante ressaltar, foi citada 4 vezes no ranking acima, mostrando sua ligação com o público 12 anos após seu último episódio ter ido ao ar.

As séries Friends e How I Met Your Mother se encaixam no gênero sitcom que avaliamos no capítulo anterior. As outras séries do ranking são de fantasia (Game of Thrones), ficção científica (Sense 8) e drama (as restantes); este último gênero também está presente, em diferentes intensidades, em cada uma das séries do gráfico, comprovando o que vimos no segundo capítulo sobre a mistura de gêneros em cada programa.

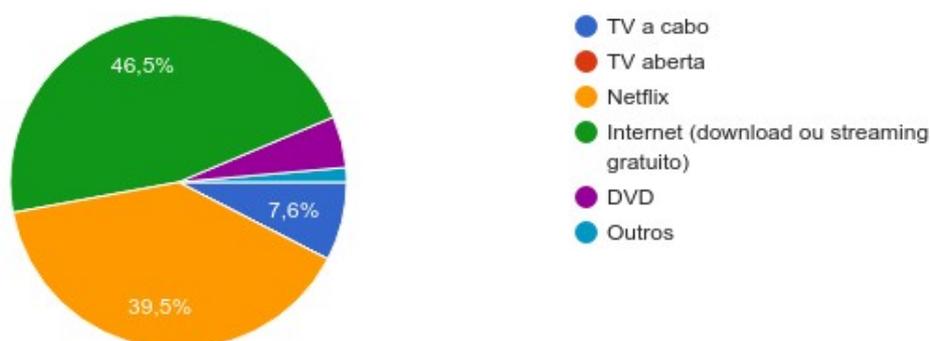
A série Game of Thrones apresentou grande destaque nas citações dessa questão. Das que estão presentes no gráfico acima, é a única que é adaptada de uma série de livros (The Walking Dead é adaptada de quadrinhos). O questionário foi aplicado antes da estreia da sexta temporada (que ocorreu no dia 29/05/2016), em um período no qual nenhum episódio estava sendo exibido; é possível que a expectativa e o aumento de notícias sobre a estreia tenham influenciado na indicação do público da amostra. Ainda assim, da mesma forma que Friends, Game of Thrones entrou no ranking 4 vezes, ocupando o 1º lugar em 3 posições, então precisamos reconhecer que esta série possui um forte vínculo com os respondentes desta pesquisa que a assistem.

4.2.5 Hábitos de consumo em relação à série favorita

Procuramos investigar aqui os hábitos dos respondentes ao consumir as séries que apontaram como 1º lugar em suas preferências. A primeira pergunta foi relativa ao meio pelo qual a pessoa assiste à série. O respondente foi instruído, caso não assistisse mais à sua série favorita, que considerasse o meio pelo qual costumava assisti-la. Ainda assim, alguns respondentes marcaram o item “Outros” e assinalaram que assistiam através de aluguel em locadora, Blu-Ray, Facebook ou disseram que assistem por mais de uma mídia durante o mesmo período (apesar de terem sido instruídos a marcar apenas a mídia por onde mais assistem à série, indicando uma possível falta de atenção à leitura da pesquisa).

Gráfico 12: Por onde os respondentes assistem a sua série favorita

Por onde você assiste a esta série? (565 respostas)



Fonte: tabulado pela autora

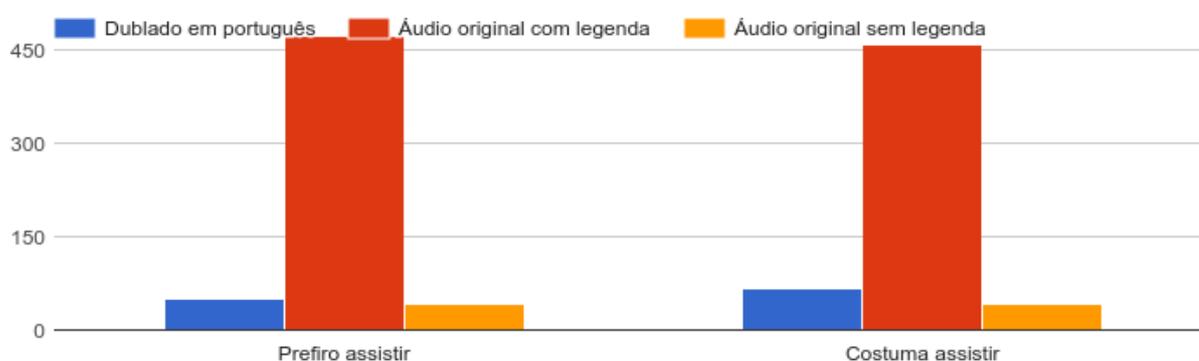
É interessante notar a quantidade de pessoas que assinalou assistir através da internet ou da Netflix. Isso nos faz refletir sobre a questão da temporalidade que a TV costumava impor aos telespectadores, como vimos no capítulo anterior, que programavam sua rotina para adequá-la aos horários dos programas que desejava assistir. Hoje, com a possibilidade de assistirmos as séries em qualquer horário, e com acesso via internet a séries que podem não ser exibidas no Brasil pela TV aberta ou a cabo, percebemos uma quebra deste conceito de temporalidade, apesar de compreendermos que, ainda assim, programamos nossa rotina para inserir as séries nela em algum momento do dia ou da semana.

Investigamos também a predileção das pessoas em relação ao idioma que preferem e que costumam consumir a série. Entendemos que preferência não indica disponibilidade, logo, é possível que a pessoa prefira assistir em uma língua, mas, devido ao

meio pelo qual assiste a série, uma outra é disponibilizada. Nossa intenção com esta pergunta foi não só de verificar o idioma favorito, mas ver a relação entre ele e o áudio original das séries. Percebemos que a dublagem é um mecanismo que pode alterar a recepção do telespectador, já que é uma atuação do dublador em cima da imagem e áudio originais, portanto inserimos esta pergunta no questionário.

Gráfico 13: Como preferem/costumam assistir a sua série favorita?

Como você prefere/costuma assistir a esta série?



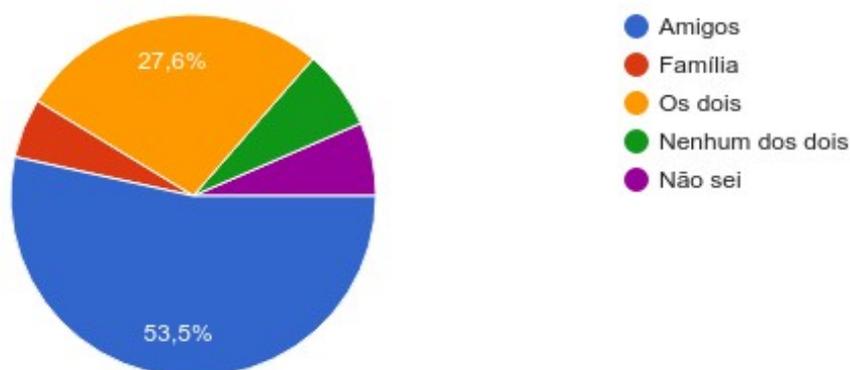
Fonte: Tabulado pela autora

A maioria das séries citadas como favorita na seção anterior é de origem internacional, tendo o inglês como língua padrão dos episódios. Ainda assim, 9% das pessoas responderam que preferem assistir dublado em português, apesar de o índice das pessoas que costumam assistir aos episódios dublados ser maior (11,9%). Isso nos leva a crer que esta diferença pode ser resultante das modificações atuais dos canais de TV a cabo, que passaram a apresentar mais programas dublados nos últimos anos. O percentual das pessoas que preferem assistir aos episódios com o áudio original e sem legenda permaneceu quase o mesmo em relação ao das pessoas que costumam assistir com o áudio original e sem legendas: de 7,6% para 7,3%, respectivamente.

Em seguida, perguntamos se os amigos ou família das pessoas assistem à sua série favorita. Nossa intenção foi investigar se o hábito de assistir a séries é algo coletivo ou não. A maioria dos entrevistados revelou que os amigos assistem, ou que a família e os amigos assistem. 5,3% das pessoas disseram que apenas a família assiste (mas não os amigos), 7,1% afirmou que nenhum dos dois grupos assiste e 6,5% disseram que não sabem se algum dos grupos consome a sua série favorita.

Gráfico 14: Amigos ou família assistem à série favorita do respondente

Seus amigos e/ou família assistem esta série? (565 respostas)

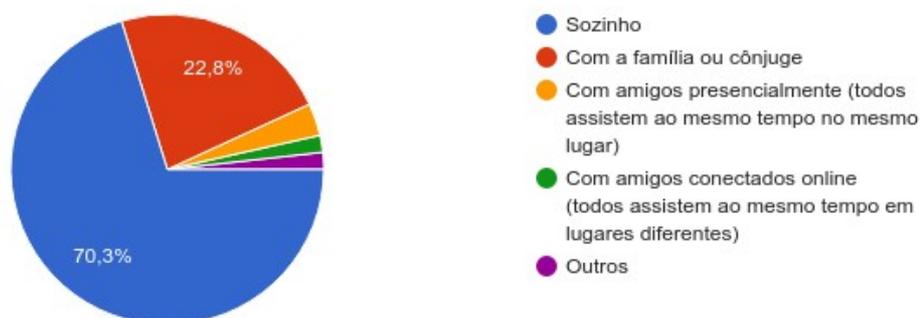


Fonte: Tabulado pela autora

Logo depois, indagamos sobre com quem as pessoas assistem à série, com o objetivo de averiguar um pouco mais sobre o contexto social da pessoa no momento de recepção dos episódios. Neste caso, a maioria assiste à série sozinho, indicando a mudança do hábito social de consumir televisão que era visto antigamente, com a família reunida para assistir junta ao programa. Com a possibilidade de consumir o conteúdo que quiser, na hora que quiser, é compreensível que esse resultado tenha se destacado dos outros. Entretanto, ainda podemos perceber que quase 30% das pessoas costuma ter a experiência de assistir sua série favorita com outra pessoa, seja familiar ou cônjuge, o que nos mostra que a ação coletiva de recepção de programas de TV ainda é presente.

Gráfico 15: Com quem os respondentes assistem a séries

Com quem você geralmente assiste a esta série? (565 respostas)

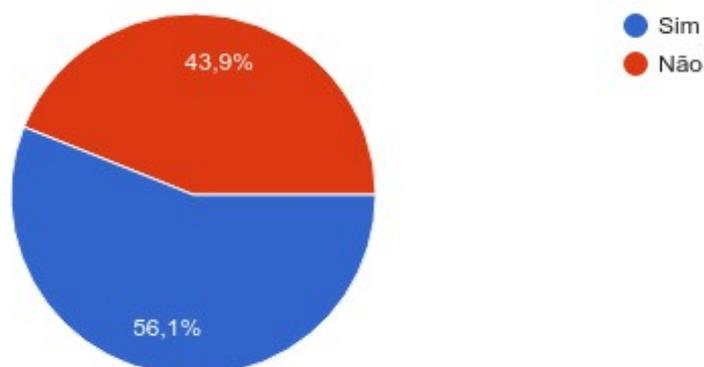


Fonte: Tabulado pela autora

Ao perguntarmos se os respondentes costumavam assistir mais de uma vez aos episódios, a maioria respondeu que sim, mas os números foram próximos. Com a possibilidade de assistir aos programas pela internet, as pessoas ficam menos sujeitas às reprises dos canais de TV a cabo, portanto, é coerente que não haja um índice mais alto de pessoas que assistem mais de uma vez aos episódios.

Gráfico 16: Respondentes têm o costume de reassistir aos episódios

Você costuma assistir aos episódios mais de uma vez? (565 respostas)

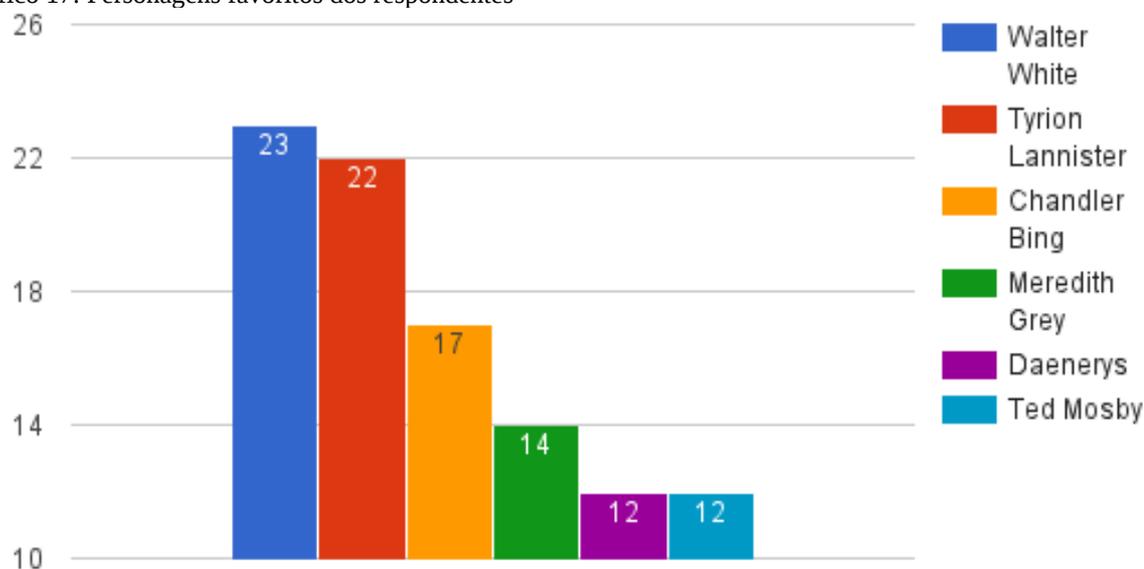


Fonte: Tabulado pela autora

Em seguida, perguntamos quais os personagens mais e menos favoritos das pessoas nas séries que apontaram em 1º lugar. No gráfico abaixo, podemos observar os 5

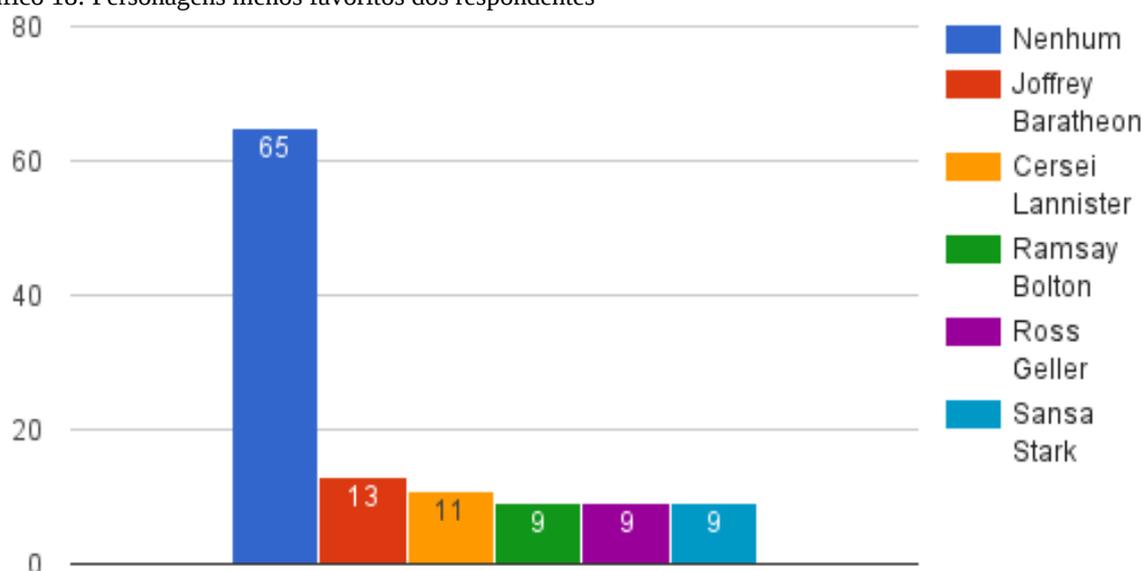
nomes mais citados como favoritos e, no gráfico em seguida, os 5 mais apontados como menos favoritos.

Gráfico 17: Personagens favoritos dos respondentes



Fonte: Tabulado pela autora

Gráfico 18: Personagens menos favoritos dos respondentes



Fonte: Tabulado pela autora

Nos cinco favoritos, temos o personagem Tyrion Lannister (Game of Thrones) com 22 citações; Walter White (Breaking Bad) com 20 citações, Chandler Bing (Friends) com

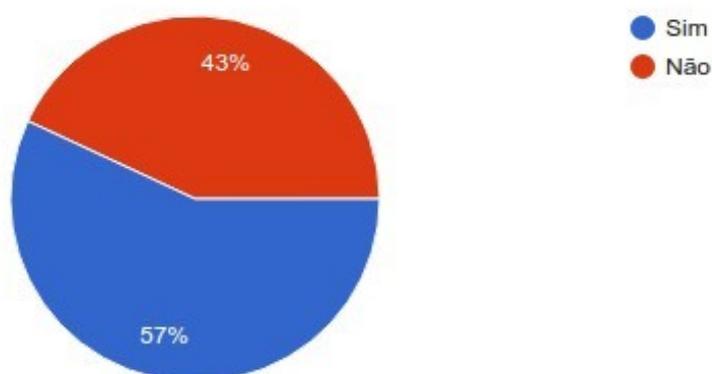
18 citações; Meredith Grey (Grey's Anatomy) com 14 citações; e Ted Mosby (How I Met Your Mother) com 12 indicações. Como veremos a seguir, todos eles foram citados como nerds pelos respondentes, o que nos mostra um alto índice de aprovação de personagens com estas características, já que eles são preferidos e nerds.

Nos menos favoritos, temos o personagem Joffrey Baratheon (Game of Thrones) com 13 citações; Cersei Lannister (Game of Thrones) com 10 citações; Sansa Stark (Game of Thrones) com 9 citações; Ross Geller (Friends) com 9 citações. Observamos, no entanto, que a maior parte das citações desta pergunta foi “Nenhum”, com 60 respostas, ou seja, os respondentes não têm um personagem que desgostem na série. Joffrey e Cersei são vilões na história, Sansa tem o perfil de donzela inocente e Ross é visto pelos respondentes, nas perguntas a seguir, como nerd. Podemos pensar, então, que, apesar de nerd, seu personagem não é tão cativante quanto os apresentados acima.

A próxima pergunta é relativa à identificação que o respondente sente ou não com algum personagem da série. A maioria respondeu que sim, mas os números foram bem próximos. No tópico a seguir, analisaremos as respostas enviadas pelas pessoas sobre porque elas se identificam com determinados personagens.

Gráfico 19: Identificação com algum personagem da série favorita

Você se identifica com algum personagem na série? (565 respostas)



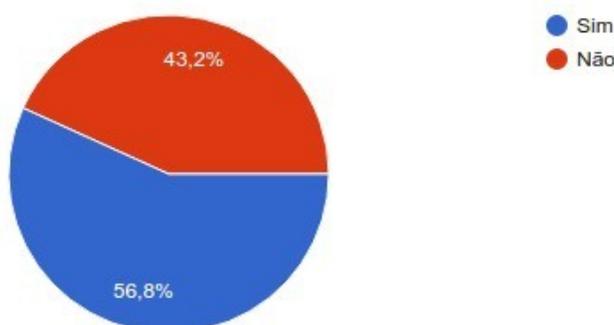
Fonte: Tabulado pela autora

Na pergunta seguinte, indagamos sobre a presença de personagens nerds na trama. 56,8% das pessoas responderam que sim, há personagens com características semelhantes às que vimos no primeiro capítulo deste trabalho.

Em seguida, pedimos para que elas indicassem quem era este personagem, caso tivessem marcado sim, mas não solicitamos justificativas. Os personagens mais citados foram: Ross Geller (Friends), com 39 votos; Walter White (Breaking Bad), com 16 votos; Samwell Tarly (Game of Thrones), com 15 votos; Ted Mosby (14 votos) e Tyrion Lannister (Game of Thrones), com 8 votos. Em números menores, Meredith Grey e Chandler Bing também foram citados, como afirmamos anteriormente.

Gráfico 20: Presença de personagens nerds na série favorita

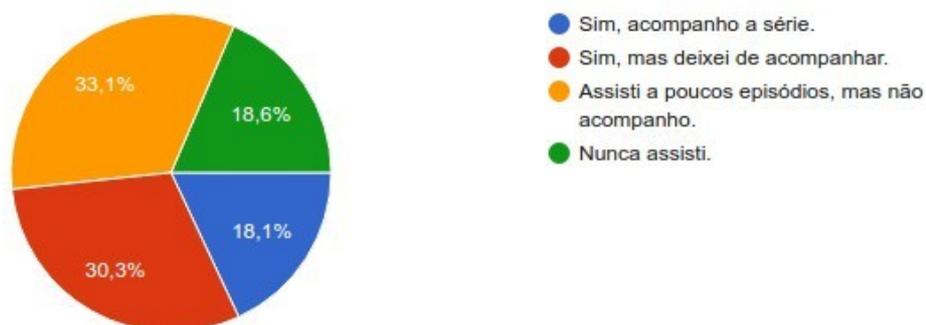
Você diria que algum personagem desta série pode ser considerado nerd?
(565 respostas)



Fonte: Taulado pela autora

No final desta seção, perguntamos às pessoas se elas assistem à série The Big Bang Theory. A maior parte dos respondentes declarou ser um telespectador esporádico, que assiste a poucos episódios, mas não acompanha. A menor porcentagem é a de pessoas que assistem e ainda acompanham a série, ou seja, não deixaram de acompanhar ao longo das nove temporadas de TBBT. Ainda assim, o índice de pessoas que abandonaram a série foi alto, e os fatores que causaram esta desistência serão descobertos mais adiante.

Gráfico 21: Consumo da série TBBT pelos respondentes

Você assiste ou já assistiu à série The Big Bang Theory? (565 respostas)

Fonte: Tabulado pela autora

As pessoas que responderam as opções “Assisti a poucos episódios, mas não acompanho” ou “Nunca assisti” foram direcionadas para uma pergunta específica, em vez de seguirem normalmente nos questionários. Depois de responder, foram encaminhadas para a seção final do questionário. Elas assinalaram, então, o motivo pelo qual não assistem ou acompanham a TBBT. A maioria respondeu que simplesmente não se interessa pelo tema, e a menor porcentagem de pessoas respondeu que não gosta de sitcoms. De acordo com o que vimos nas respostas sobre as séries favoritas, as sitcoms, apesar de serem séries fáceis de assistir e acompanhar, não entraram muito nas séries citadas, nos levando a crer que programas do tipo imóveis tendem a cair menos no gosto do público do que os do tipo evolutivo, segundo a classificação que vimos no capítulo dois.

Gráfico 22: Motivos de não assistir ou acompanhar a série TBBT

Por que você não assiste ou acompanha a série The Big Bang Theory?

(292 respostas)



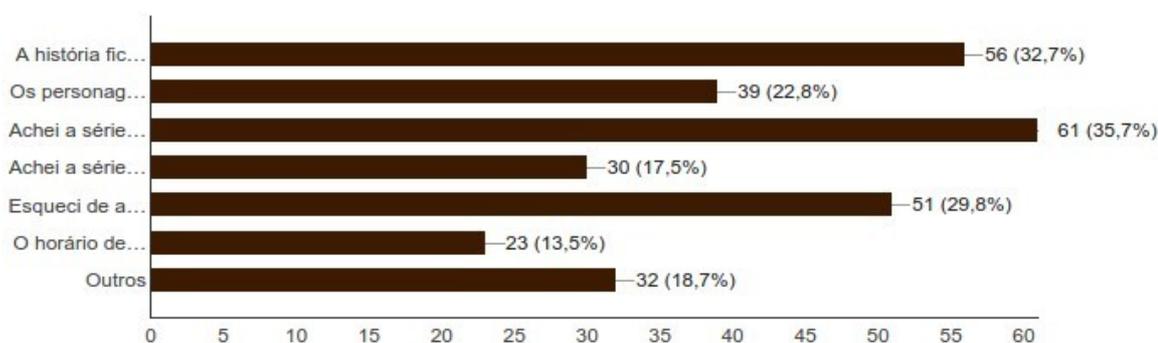
Fonte: Tabulado pela autora

Dentre as pessoas que marcaram a opção “Outros”, muitas falaram sobre as piadas serem forçadas, machistas ou estereotipadas. Também comentaram sobre a repetitividade e previsibilidade do enredo, assim como sua falta de serialidade, que atrapalha o consumo da série. Além da falta de tempo, outras pessoas alegaram que não gostam do humor americano ou dos personagens da série, não assistem porque não tem no site Netflix, não entendem as piadas, ou ainda que ninguém as convenceu de assistir. Esse último caso nos indica sobre o poder de influência de um grupo ou indivíduo sobre outro, determinando quais produtos devem ser consumidos ou não através da opinião externa.

Quem respondeu ao item “Sim, mas deixei de acompanhar” na pergunta sobre o hábito de assistir ou não à TBBT foi levado a uma outra seção, para apontar os motivos de sua desistência da série. Em seguida, a pessoa foi direcionada à seção sobre detalhes do seu consumo de TBBT. Na pergunta “Por que você deixou de acompanhar The Big Bang Theory?”, o respondente podia marcar mais de uma opção, pois entendemos que o ato de não assistir mais a uma série pode compreender mais de um fator. Assim, a maioria dos respondentes informou que não vê mais a série por achar que “ela ficou repetitiva” (35,7%), seguida por acharem que “a história ficou sem graça” (32,7%) e outros simplesmente esqueceram de acompanhar (29,8%), mostrando também o baixo vínculo afetivo que estas pessoas têm com a série.

Gráfico 23: Motivos de não acompanhar mais a série TBBT

Por que você deixou de acompanhar The Big Bang Theory? (171 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

Dentre as pessoas que marcaram a opção “Outros”, podemos destacar algumas respostas mais recorrentes, como a falta de tempo ou a preguiça de assistir, a ridicularização da cultura nerd, as piadas machistas e sem graça, o cancelamento do acesso à TV a cabo, ao fato de a série não estar presente na Netflix (o que facilitaria o acompanhamento) e a existência de séries melhores para assistir, na opinião dos respondentes. Percebemos, então, as semelhanças entre as respostas das pessoas que nunca assistiram ou nunca tiveram interesse de acompanhar a série com as das pessoas que começaram e desistiram, principalmente no que diz respeito à qualidade das piadas e do roteiro e à presença de séries mais interessantes, que têm a preferência dos respondentes na hora de preencher seu tempo livre.

A seguir, vamos conferir os resultados das perguntas quantitativas sobre a série TBBT, respondidas pelas pessoas que responderam que acompanham a série e pelas pessoas que começaram a vê-la, mas não acompanham mais.

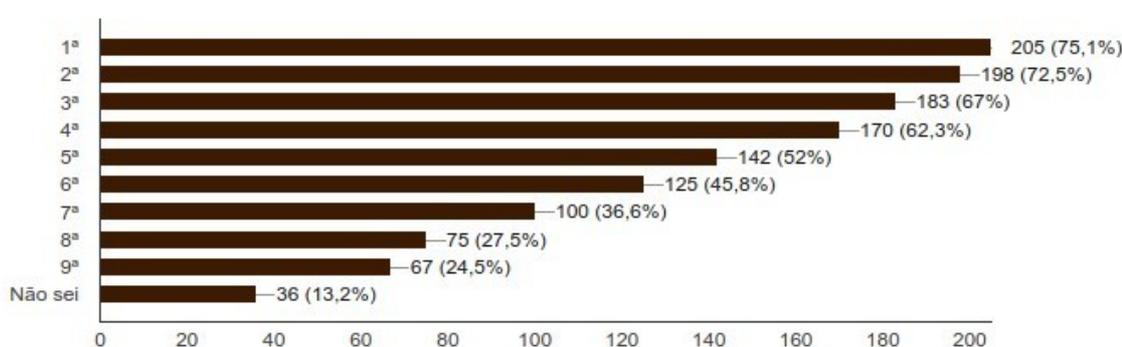
4.2.6 Preferências em relação à série The Big Bang Theory

Iniciamos esta seção perguntando quais temporadas os respondentes assistiram da série. O resultado foi decrescente, indicando a presença de pessoas que foram deixando gradativamente de assistir ao programa. Tivemos ainda pessoas que marcaram a opção “Não sei”, indicando uma possível desatenção ao consumir a série, que pode ser por diversos fatores. Quem acompanha pela TV a cabo, por exemplo, não tem uma clareza a respeito do

número da temporada atual ou dos episódios que passam nas reprises, pois a Warner Channel não dá muitos detalhes a respeito disso; é possível, no máximo, ver qual a temporada e o número do episódio através do guia da TV a cabo, mas isso deve partir da iniciativa do receptor em fazer esta ação para constatar esta informação, que, convenhamos, não fará muita diferença ao assistir ao episódio.

Gráfico 24: Quantas temporadas da série TBBT os respondentes assistiram

Quais temporadas você assistiu de TBBT? (273 respostas)



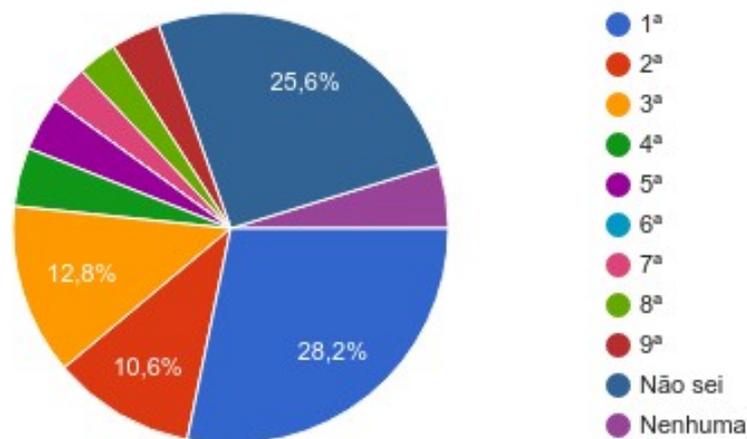
Fonte: Tabulado pela autora

Na sequência, perguntamos quais foram as temporadas favoritas dos respondentes. A maioria das pessoas assinalou que a primeira temporada foi sua favorita (28,2%), seguida pela opção “Não sei” (25,6%). A sexta temporada não foi citada por ninguém e a opção “Nenhuma” obteve 4,8% dos votos. Podemos ver aqui ainda um pouco do reflexo do que vimos na pergunta anterior, sobre uma possível desatenção da percepção das temporadas que pode interferir na escolha de uma favorita, levando à opção “Não sei”. Percebemos também que, com o avanço da série e a mudança do foco narrativo da relação entre os personagens masculinos para sua relação com outros personagens femininos, a preferência das pessoas ficou nas primeiras temporadas, com a narrativa original, mostrando uma possível preferência dos respondentes por um enredo mais “nerd” para um voltado mais para relacionamentos.

Gráfico 25: Temporada favorita de TBBT para os respondentes

Das temporadas às quais você assistiu, qual foi a sua favorita?

(273 respostas)

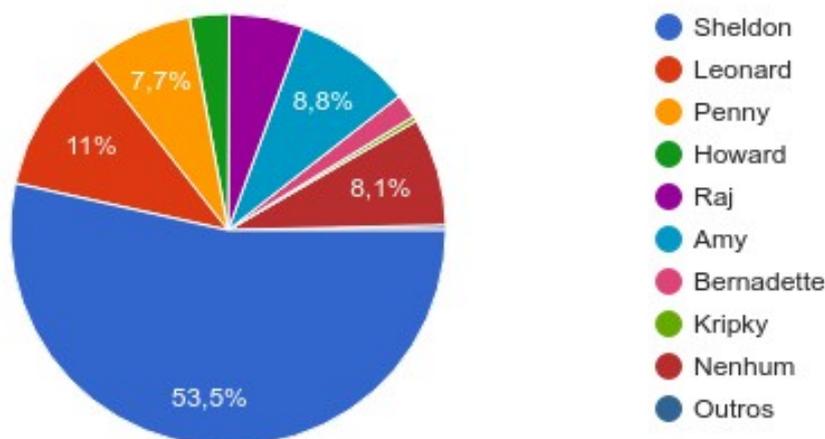


Fonte: Tabulado pela autora

A pergunta seguinte foi relativa ao personagem preferido dos respondentes na série. A maioria assinalou o físico Sheldon Cooper, escolha que se torna ainda mais interessante quando cruzamos os dados com as respostas de quem não assiste, não acompanha ou não assiste mais à série: algumas destas pessoas responderam que não gostam do personagem, considerando-o machista e arrogante. Em seguida, o personagem mais votado pelas pessoas foi o físico Leonard, acompanhado pela neurocientista Amy, mais popular entre os respondentes do que uma das protagonistas, Penny. Apenas uma pessoa marcou a opção “Outros” e disse que seu personagem favorito é a Dra. Beverly Hofstadter, mãe de Leonard, uma personagem que aparece com pouca frequência na série.

Gráfico 26: Personagem favorito dos respondentes em TBBT

Qual é o seu personagem favorito em TBBT? (273 respostas)



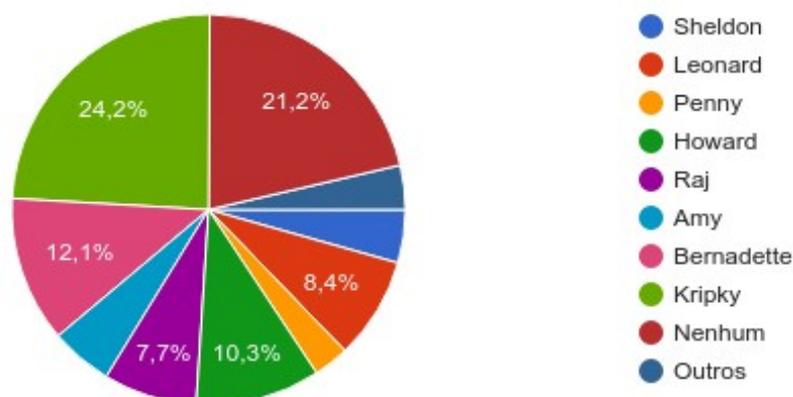
Fonte: Tabulado pela autora

Já nos personagens menos favoritos, as respostas foram mais diversas. A maioria elegeu Kripsy¹⁷, o “vilão” da série, como o personagem menos favorito (24,2%), o que nos parece natural, uma vez que os vilões costumam ter baixa popularidade, seguido pela opção “Nenhum” (21,2%). A personagem Bernadette e seu marido Howard ficaram em terceiro e quarto lugar, respectivamente. Entre as pessoas que marcaram a opção “Outros”, o personagem mais citado foi Stuart, o dono da loja de quadrinhos que apresenta um possível quadro de depressão, além de ser o “rejeitado” da turma, Prya (irmã de Raj) e Emily (namorada de Raj a partir da sétima temporada).

¹⁷ Barry Kripsy é interpretado pelo ator John Ross Bowie em TBBT. Kripsy é o vilão da série por ser o personagem que pratica *bullying* com os quatro protagonistas. O interessante é que ele também é um físico e se enquadra na categoria de nerds, sendo, assim, um contraponto que nos mostra que nem todos os nerds são vítimas.

Gráfico 27: Personagem menos favorito dos respondentes em TBBT

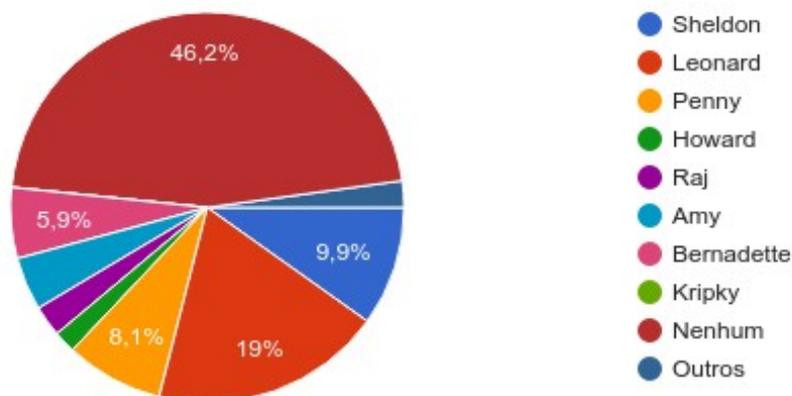
Qual é o seu personagem menos favorito em TBBT? (273 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

Indagamos nossos respondentes na sequência a respeito de sua identificação com algum personagem da série. A maioria afirmou não se identificar com nenhum, em um índice de 46,2% dos 273 respondentes; um número bastante elevado, ainda mais se considerarmos que um dos motivos pelos quais assistimos a uma série é o fato de nos conectarmos com a história ou com algum personagem, como vimos no segundo capítulo. Constatamos, então, que a série não criou esse vínculo de maneira tão profunda com seus telespectadores. Em seguida, o mais citado foi Leonard, com 19% dos votos; este personagem, como vimos, representa um meio termo entre o extremo estereótipo do nerd, como Sheldon, e a pessoa “comum”, como Penny, de tal forma que, em muitas ocasiões, Leonard é a ponte de conexão entre estes dois personagens. Ou seja, ele é nerd, mas inofensivo, socialmente aceito. Dos respondentes que marcaram a opção “Outros”, foram citados os personagens Wil Wheaton (interpretado pelo ator de mesmo nome, cuja presença é esporádica e tem características de vilão ou antagonista em relação ao personagem Sheldon) e a Dra. Beverly Hofstadter.

Gráfico 28: Identificação do respondente com os personagens de TBBT

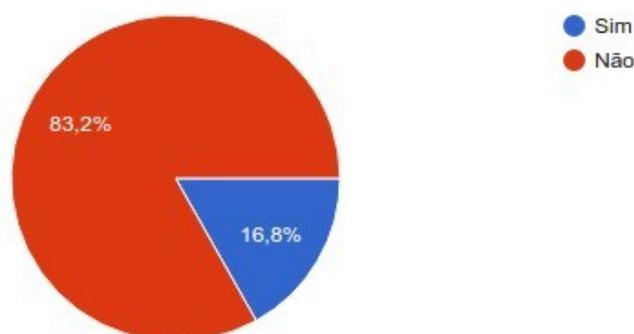
Você se identifica com algum personagem em TBBT? (273 respostas)

Fonte: Tabulado pela autora

Perguntamos, em seguida, se os respondentes se imaginavam como um novo personagem na série. A intenção aqui foi saber se eles achavam que seu cotidiano ou sua personalidade poderiam se inserir dentro da trama do seriado. Ao partirmos do pressuposto de que nerds são, hoje, mais populares e sua cultura está mais naturalizada, difundida e aceita pela sociedade, como vimos no primeiro capítulo, decidimos obter dos respondentes suas percepções a respeito desta ligação. A maioria, no entanto, marcou que não se via como um novo personagem na série, mostrando possivelmente que a ideia de se projetar de um show com esta temática não é cabível.

Gráfico 29: Você se imagina como um novo personagem em TBBT

Você se imagina como um novo personagem em TBBT? (273 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

Para finalizar a seção, perguntamos se os respondentes achavam que os quatro personagens principais eram nerds e, em seguida, se os nerds da vida real eram como os da série. Na primeira pergunta, a maioria (93%) respondeu que sim, os personagens são nerds, mas, na segunda pergunta, os números mudam e nos mostram que os respondentes, apesar de acharem que os quatro personagens se encaixam no grupo, afirmam que os nerds da vida real não são como os da série.

Percebemos, então, uma discrepância entre o que os respondentes consideram como nerd e o que é apresentado na série. Mesmo que o programa se mostre para o público com um enredo e personagens que mostram muitas situações que podem ser relacionadas com o que estudamos sobre os nerds no capítulo no qual traçamos sua história, o público não os vê dessa maneira. Há um ruído na mensagem, tanto em sua produção quanto em sua recepção, o que nos indica que, se havia demanda suficiente para produzir um seriado com essa temática, os nerds não estão sendo bem interpretados pelos produtores, que, por sua vez, produzem um conteúdo que não reflete a realidade do grupo, segundo nossa amostra composta por brasileiros. Ou seja, o fato de consumirmos um programa estrangeiro não significa que eles foram pensados para nós. Em consequência, o público, que se considera mais conhecedor sobre os nerds, informa em sua decodificação do conteúdo que há um erro de produção, já que ela não reflete os dados que ele conhece.

Gráfico 30: Você acha que os quatro personagens principais são nerds?

Você acha que os quatro personagens principais (Sheldon, Leonard, Raj e Howard) são nerds?

(273 respostas)

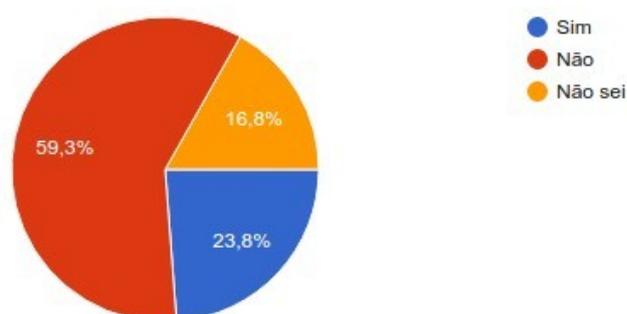


Fonte: Tabulado pela autora

Gráfico 31: Você acha que os nerds da vida real são como os personagens da série?

Você acha que os nerds da "vida real" são como os personagens principais da série?

(273 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

Das 254 pessoas que afirmaram que os personagens são nerds, apenas 24,8% disseram que os nerds da vida real são como os da série. 16,5% afirmaram que não sabiam se os da vida real eram como os da série e 58,7% disseram que os nerds da vida real não são como os da série. Entre as 12 pessoas que julgaram não saber se os personagens principais são nerds, 33,3% disseram também não saber se os nerds reais são como os personagens, mas

66,7% afirmaram que os reais não são como os personagens. Em relação às 7 pessoas que disseram que os personagens não são nerds, 71,4% disseram que os da vida real também não são assim, mas 28,6% afirmaram que, embora os personagens da série não sejam nerds, os da vida real são como eles, nos fazendo questionar sobre o que essas pessoas acham que seja o real conceito de nerd.

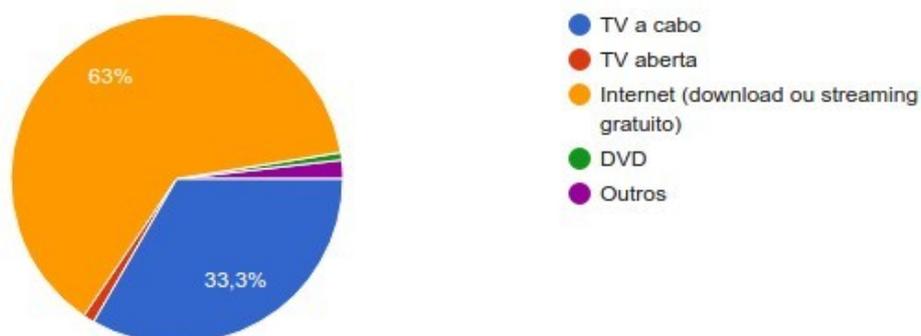
Mais adiante, vamos analisar as respostas subjetivas relativas a esta seção. A seguir, avaliaremos as respostas referentes aos hábitos de consumo em relação a série em questão.

4.2.7 Hábitos de consumo em relação à série *The Big Bang Theory*

Nesta seção, repetimos as perguntas da seção sobre hábitos de consumo da série favorita, para investigarmos as semelhanças ou diferenças entre o modo de consumo que os respondentes fazem das duas. Começamos perguntando por qual meio os respondentes mais assistem à série. A maioria respondeu que assiste pela internet, através de download ou streaming gratuito. Em segundo lugar, tivemos as pessoas que assistem pela TV a cabo, seguida pela opção “Outros”, TV aberta e DVD. As pessoas que marcaram “Outros” indicaram Netflix, pegam com os amigos ou apenas repetiram alguma das opções indicadas. Apenas reforçando que a série não está disponível na Netflix Brasil, apenas na Netflix UK, então não sabemos se a pessoa tem acesso ao site de fora ou se confundiu a série ou o canal.

Gráfico 32: Meio pelo qual os respondentes assistem a TBBT

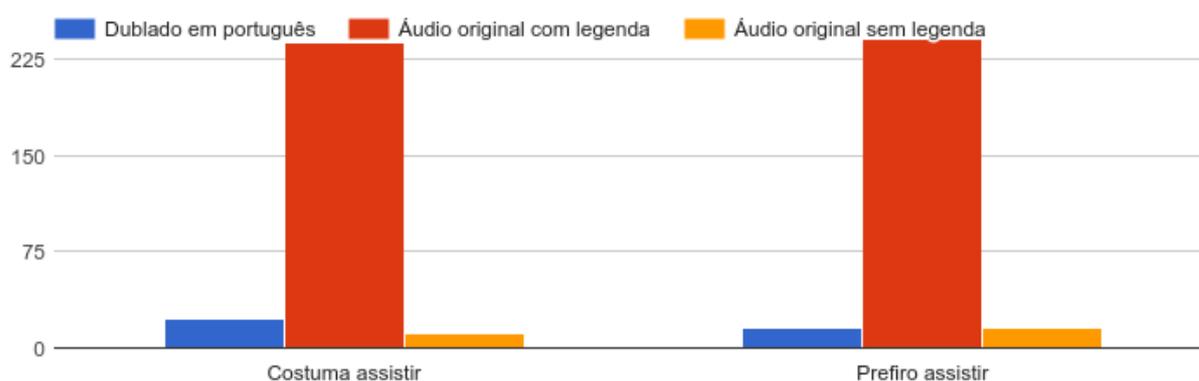
Por onde você assiste a TBBT? (273 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

Em seguida, perguntamos o idioma de preferência dos respondentes ao assistir TBBT. Percebemos que, apesar de apenas 6,9% das pessoas preferir assistir dublado, 8,4% costumam assistir dublado, indicando que, apesar de a preferência da maioria seja de assistir legendado, algumas pessoas não têm acesso a esta possibilidade.

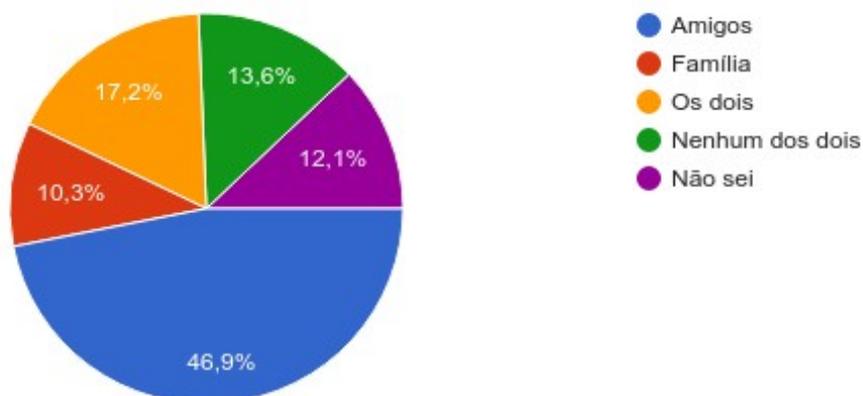
Gráfico 33: Como os respondentes assistem a The Big Bang Theory
Como você costuma/prefere assistir a TBBT?



Fonte: Tabulado pela autora

A pergunta sobre a recepção da série pelos amigos e/ou família se deu pelo mesmo motivo da anterior: identificar se os respondentes fazem partes de comunidades de interpretação, como vimos no capítulo sobre séries, ou não. A maioria das pessoas afirmou que os amigos, a família ou os dois grupos consomem a série. Entretanto, mais de 25% das pessoas indicaram que esses grupos não assistem ou que não sabem, indicando que, apesar de fazerem partes de comunidades de interpretação maiores, com todas as pessoas que assistem à série, não fazem parte de uma comunidade menor e mais próxima.

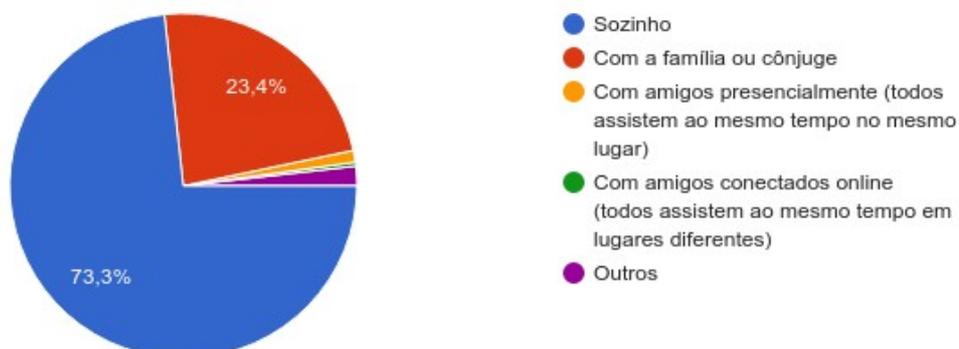
Gráfico 34: Amigos e/ou família assistem a TBBT

Seus amigos e/ou família assistem a TBBT? (273 respostas)

Fonte: Tabulado pela autora

Quando perguntamos a respeito do consumo coletivo no momento de assistir aos episódios da série, a maioria dos respondentes afirmou assistir sozinho. Apenas 1,1% responderam que assistem com amigos presencialmente, 0,4% respondeu que assiste com amigos conectados e 1,8% marcaram a opção “Outros”, respondendo que não assistem mais.

Gráfico 35: Com quem os respondentes geralmente assistem a TBBT

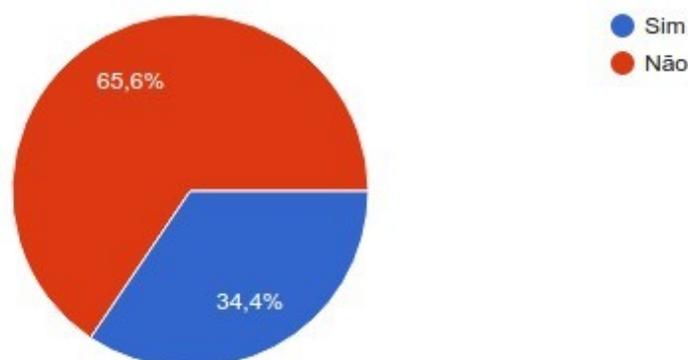
Com quem você geralmente assiste a TBBT? (273 respostas)

Fonte: Tabulado pela autora

Ao perguntarmos sobre assistir aos episódios mais de uma vez, 65,6% das pessoas afirmou que não costumam assistir novamente. Um dado bem diferente de quando perguntamos se os respondentes costumavam assistir aos episódios de sua série favorita mais de uma vez; nesta ocasião, a maior parte da amostra respondeu que sim, repetia os episódios. No caso de TBBT, podemos associar esta mudança com a repetitividade da série apontada pelas pessoas, mudança da narrativa (de nerd para relacionamento), qualidade das piadas, baixo envolvimento afetivo ou, ainda, ao fato de que a maioria das pessoas que assistem à série afirmou que o faz através de download na internet, o que talvez os tornem menos propensas a assistir aos episódios mais de uma vez. Ao ligarmos a TV, a programação já está no ar e nos oferece episódios que podem ser reprisados; ao ligarmos o computador, escolhemos o conteúdo que vamos assistir, levando a uma possível preferência dos novos episódios em vez dos antigos.

Gráfico 36: Você costuma assistir aos episódios mais de uma vez

Você costuma assistir os episódios mais de uma vez? (273 respostas)

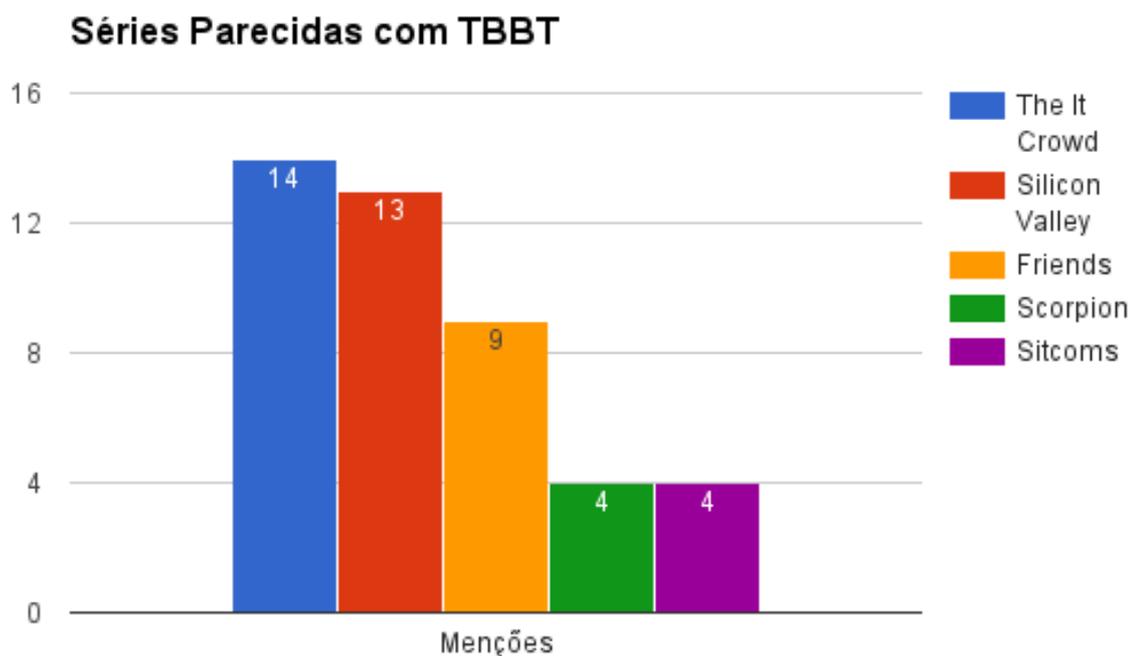


Fonte: Tabulado pela autora

Em seguida, perguntamos aos respondentes se, em sua opinião, há alguma série semelhante à TBBT. 75,8% das pessoas assinalaram que não há nenhuma série parecida, mas 24,2% disseram que sim. Dentre estas, pedimos em seguida para identificar qual era esta série. Das 66 pessoas que responderam “sim”, 62 identificaram qual seria esta série

semelhante. As mais citadas foram The IT Crowd¹⁸, com 14 votos; Silicon Valley¹⁹, com 13 votos; Friends, com 9 votos. Quatro pessoas responderam que qualquer sitcom se encaixa como série parecida com TBBT.

Gráfico 37: Séries mencionadas como parecidas com TBBT



Fonte: Tabulado pela autora

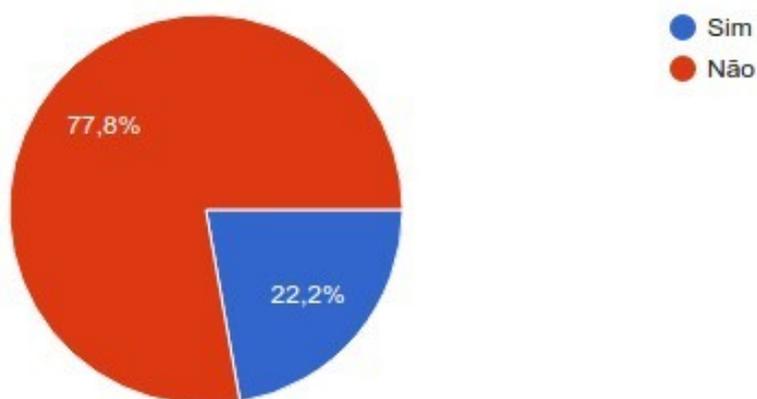
Dentre essas 66 pessoas que afirmaram que há uma série parecida com TBBT, 46 pessoas disseram que assistem a esta série parecida; 19 pessoas responderam que não assistem e apenas uma pessoa não respondeu, já que a pergunta não era obrigatória. Importante que ressaltar que, mesmo com o caráter não obrigatório da pergunta, 149 pessoas que marcaram que não havia série semelhante também marcaram que não a assistem; e duas que marcaram que não existe uma série semelhante assinalaram que a assistem, indicando, mais uma vez, uma falta de atenção de parte dos respondentes.

¹⁸ The IT Crowd é uma sitcom britânica que retrata o cotidiano e desafios de uma equipe de TI (tecnologia de informação) de uma grande corporação em Londres. Teve quatro temporadas e era exibida pela emissora Channel 4.

¹⁹ Silicon Valley é uma série de comédia americana que conta a história de seis personagens que procuram obter fama e construir uma carreira no Vale do Silício. O Vale é uma área na Califórnia onde se concentram várias empresas de tecnologia, desde grandes, como Apple, Facebook e Google, até startups menores.

Gráfico 38: Você assiste a esta série semelhante

Você assiste a esta série semelhante? (216 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

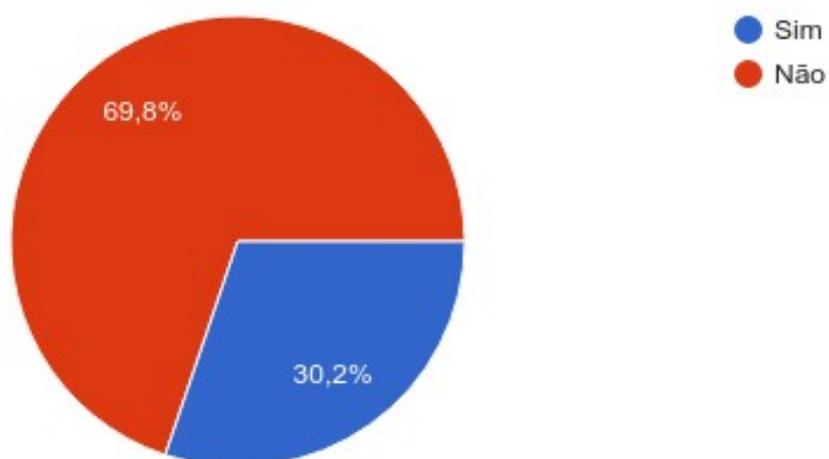
4.2.8 Seção Final

Nesta seção, fizemos apenas duas perguntas para os respondentes, pedindo para que as justificassem caso desejassem. Todas as 600 pessoas da amostra responderam esta seção. Perguntamos se as pessoas se consideravam nerds e se elas achavam que os outros as consideravam nerds. Nosso objetivo, aqui, era entender a relação entre como as pessoas se veem e como é sua percepção acerca do que os outros falam, procurando encontrar semelhanças e divergências.

Na primeira pergunta, 69,8% das pessoas disseram que não se consideram nerds, correspondendo a um total de 419 pessoas. 30,2% disseram que se consideram nerds, totalizando 181 pessoas. Na segunda, os números apresentam diferenças: 54,5% disseram que não são considerados nerds pelos outros, totalizando 327 pessoas, e 45,5% disseram que os outros os consideram nerds, correspondendo a um total de 273 pessoas.

Gráfico 39: Os respondentes se consideram nerds?

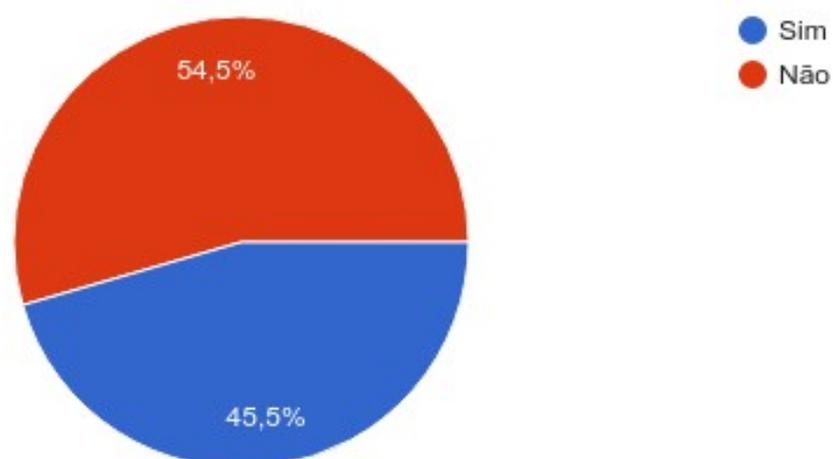
Você se considera nerd? (600 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

Gráfico 40: Os outros consideram o respondente nerd?

Você é considerado nerd pelos outros? (600 respostas)



Fonte: Tabulado pela autora

Entre as 419 pessoas que não se consideram nerds, 28,9% (121) acham que os outros as consideram nerds. Neste grupo, vemos a seguinte divisão: 63,9% mulheres, 36,1% homens; idades principais entre 18 a 25 anos (48,7%) e entre 26 a 30 anos (28,9%). Em relação aos hábitos culturais dentro este grupo, temos as seguintes conclusões: 95,2% consomem filmes; 90,7% consomem séries; 75,9% consomem livros; 20% consomem videogames; 16,3% consomem quadrinhos; 12,2% consomem jogos de tabuleiro; e 3,8% consomem figuras de ação.

Constatamos, então, que o índice cultural das pessoas que não se julgam nerds é bem elevado, incluindo até produtos que são bem característicos deste público, como videogames, quadrinhos, jogos de tabuleiro e figuras de ação. Além disso, vemos que as idades da maior parte deste grupo indica que, mesmo sendo jovens, não há uma conexão direta entre nerds e idade. A partir das respostas subjetivas coletadas e apresentadas no próximo tópico, poderemos ter uma visão um pouco mais aprofundada a respeito dos motivos pelos quais as pessoas consomem esses produtos “nerds”, mas não se consideram como tais.

Das 181 pessoas que se autoproclamaram nerds, apenas 16% (29) acham que os outros não os identificam como nerds. No tópico a seguir, iremos ver porque elas acham que a percepção das pessoas é diferente em relação ao que elas pensam de si mesmas. Este grupo se divide em: 47% mulheres e 53% homens; idades principais entre 18 a 25 anos (41,4%) e 26 a 30 anos (35,4%). Entretanto, neste grupo vemos uma porcentagem maior de pessoas entre 31 e 35 anos, com 15,5% do total, em comparação ao grupo anterior, que possui 11% do total de pessoas, o que nos ajuda a reforçar, mais uma vez, que não há uma conexão direta entre idade e os nerds.

Já em relação aos hábitos culturais das pessoas que se dizem nerds, vemos que: 96,7% consomem séries; 94,5% consomem filmes; 84% consomem livros; 44,8% consomem videogames; 41,4% consomem quadrinhos; 26% consomem jogos de tabuleiro; e 18,2% consomem figuras de ação. Com exceção do consumo de filmes, que é igual nos dois grupos, todos os outros índices de consumo deste grupo são maiores que o do grupo anterior, nos indicando um grau ainda mais alto de consumo de produtos culturais. Os consumidores de videogames, quadrinhos, jogos de tabuleiro e figuras de ação são mais que o dobro do que o grupo anterior, ao compararmos as respectivas porcentagens. Assim, podemos comprovar a conexão direta entre os nerds e o elevado consumo destes produtos.

No tópico a seguir, vamos dedicar nossa atenção aos comentários que nossos respondentes forneceram nas perguntas abertas do questionário, o que irá nos permitir uma

visão mais aprofundada sobre alguns fatores subjetivos a respeito de seus hábitos de consumo e percepções sobre séries, The Big Bang Theory e nerds.

4.3 Apresentação e análise dos dados qualitativos

As seções de perfil demográfico e perfil sociocultural não possuíam dados qualitativos, portanto não serão abordados neste tópico. A seção de série favoritas, apesar de qualitativa, já foi abordada no tópico anterior. Assim, começaremos a apresentação e análise dos dados qualitativos a partir da seção de hábitos de consumo em relação à série favorita. Todas as respostas citadas por inteiro estão escritas da forma como foram enviadas pelos respondentes.

4.3.1 Hábitos de consumo em relação à série favoritas

Nesta seção, perguntamos se os respondentes se identificavam com algum personagem de sua série favorita, e, em seguida, pedimos para que identificasse qual era o personagem e porque se identificava com ele. Das 322 pessoas que marcaram que se identificavam com o personagem, 209 responderam qual era, mas não necessariamente disseram porque se identificavam com ele.

Optamos por mostrar, aqui e nos próximos subtópicos, algumas respostas que se repetiram mais entre os comentários ou citações que se destacaram diante do que foi respondido. As pessoas que afirmaram se identificar com algum personagem disseram que isso se dá, principalmente, pela semelhança em alguns aspectos de vida. Muitos citaram que se identificam com o personagem devido à sua força, determinação, independência, coragem e inteligência; outros, pela timidez, fragilidade e inocência do personagem. Foram citadas com frequência a identificação por causa de estilos de vida, profissão, dramas de vida, sexualidade e gostos pessoais.

Dexter. Por muito tempo sentia que existia uma diferença entre a pessoa que eu era e a que eu demonstrava ser para minha família, pois minha mãe era muito preconceituosa e eu temia lhe dizer que era gay. (RESPONDENTE 194, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Também foram citados que os defeitos dos personagens são algo que fazem a conexão entre estes e as pessoas. Comportamentos como manias, insegurança, controle

das pessoas, decepções de vida, frieza, perfeccionismo, falta de compreensão do mundo, dentre outros, foram citados pelos respondentes. Isso nos confirma o que vimos no capítulo anterior sobre criação de personagens e estratégias que fazem com que nos relacionemos a eles.

Michael Scott - Ele é um bom sujeito, no fundo quer o bem das pessoas ao seu redor. Mas diante de um mundo complexo, cada vez mais diversificado e dinâmico em relação à valores, acaba sofrendo gafes, agindo de forma equivocada ou sendo idiota. Acho que cada um de nós se sente um pouco assim em dias atuais, seja por um motivo ou por outro. Acho que no fim das contas, o sentimento humano fala mais alto. (RESPONDENTE 332, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Importante notar também que alguns respondentes reconhecem que sua personagem favorita não é a melhor da série, mas é aquela que cria esta conexão.

Minha personagem preferida é a que eu mais gosto justamente por ser a personagem por quem sinto mais empatia (Lady Mary). Não é a melhor personagem, pois esta seria Lady Sybil, que não possui nenhum defeito e é, literalmente, o que todas as pessoas deveriam ser: gentil, inteligente, solidária, afetuosa e ainda é bonita. Lady Mary, por outro lado, é uma personagem que, assim como todas as pessoas na vida real, possui inúmeros defeitos. Entretanto, mesmo cometendo erros e assumindo posturas um tanto egoístas, é evidente que ela possui um bom coração e se importa com os demais. (RESPONDENTE 386, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Ainda nesta seção, perguntamos se os respondentes acreditavam que existia algum personagem nerd em sua série favorita. Apesar de termos pedido apenas para que os identificassem, algumas pessoas justificaram sua resposta. Estas pessoas citaram como explicação de suas escolhas o fato de os personagens serem inteligentes, trabalharem com ciência, pelos gostos culturais (como Star Wars), ou ainda porque eles se identificam como tal. Algumas pessoas, inclusive, separam o estereótipo de nerd da definição que elas têm de nerd.

Flash, Cisco, Arrow, Felicity e Curtis. Esses são o mais próximo do estereótipo de nerd de hoje em dia. No sentido que eu considero nerd, tem Fitz e Simmons de MAoS; Barry em Flash; Walter Bishop e Astrid em Fringe; Monroe em Grimm. (RESPONDENTE 460, HOMEM, 36 A 40 ANOS)

Pela definição de nerd: Se dedica muito a algo que gosta. Mas também pelo "cliche", que são bem inteligentes. (RESPONDENTE 585, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Começamos a ver, então, que há um discernimento do público em relação ao que sabem a partir de suas experiências e o que veem nos produtos culturais que consomem. Nos próximos subtópicos, poderemos ter uma visão mais aprofundada a respeito desta dualidade.

4.3.2 Preferências em relação à série *The Big Bang Theory*

Nesta seção, fizemos duas perguntas abertas para os respondentes. Na primeira, pedimos para justificar a resposta da pergunta “Você acha que os personagens principais (Sheldon, Leonard, Howard e Raj) são nerds?”, e, na segunda, solicitamos uma justificativa para a pergunta “Você acha que os nerds da ‘vida real’ são como os personagens principais da série?”.

Vimos anteriormente que 93% das pessoas disseram que achavam que os personagens citados eram nerds, 4,4% afirmaram que não sabiam e 2,6% disseram que não. Em suas justificativas, as pessoas que assinalaram “Não” citaram que os personagens são apenas estereótipos, caricaturas do que seriam os nerds da vida real. Uma resposta merece destaque:

Eles são inteligentes e capacitados porque estudaram para isso. Assim como qualquer um que estudar bastante e se capacitar. (RESPONDENTE 511, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Podemos interpretar, a partir desta justificativa, que a respondente não considera nerd aquele que estuda bastante ou se capacita, porque qualquer um poderia fazer isso. Nerd, para ela, parece ser alguém que nasce com essas características, e não alguém que as adquire.

Das pessoas que responderam “Não sei”, as justificativas foram mais dispersas. Uma pessoa respondeu que “O termo é muito abrangente” (RESPONDENTE 363, HOMEM, 26 A 30 ANOS), indicando a polissemia sobre a palavra nerd, e outra pessoa associou o nerd à riqueza, indicando que ser nerd implica ser rico, o que nos remete ao sucesso financeiro recentemente associado aos nerds, e visto no segundo capítulo, graças a ícones como Bill Gates e Steve Jobs.

Eles até que podem ser nerds, mas se eles são essa Coca-cola toda (pelo menos o Sheldon) porque ele não é rico e tem que dividir apartamento com gente que ele menospreza (na verdade, ele menospreza todo mundo)? (RESPONDENTE 573, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Na série, não há uma explicação direta sobre porque Sheldon não mora sozinho, mas podemos deduzir a razão a partir de uma série de comportamentos do personagem. Sheldon é extremamente dependente das outras pessoas; ele não sabe dirigir, então precisa de Leonard ou de seus outros amigos para levá-lo a todos os lugares, desde ao trabalho até ao médico ou à loja de quadrinhos. Quando fica doente, Sheldon precisa de pessoas que cuidem dele, tanto para administrar remédios como para confortá-lo com canções de ninar. Sem falar que o comportamento antissocial do personagem não interfere em sua necessidade de ter amigos, mesmo que Sheldon não tenha consciência disso. Assim, vemos que o fato de o personagem ter dinheiro (ou não) não indica que ele, necessariamente, iria morar sozinho, pois sua personalidade não tornaria isso possível. É interessante, no entanto, notar esta associação do respondente, que nos remete ao que vimos no capítulo sobre nerds sobre seu destaque profissional que os levaram ao sucesso financeiro. Obviamente, não podemos generalizar esta situação para todos os nerds, mas com esta resposta vemos que esta é uma associação possível para o público.

Dentre as pessoas que responderam “Sim” sobre os personagens serem nerds, a maioria justificou com citações à profissão dos personagens, ao fato de sempre procurarem mais conhecimento sobre os assuntos que gostam, aos produtos culturais e tecnológicos que consomem, ao comportamento antissocial deles, ao modo como se vestem e ao fato de se referirem a eles próprios como nerds. Muitas pessoas também comentaram sobre os personagens serem estereotipados, inclusive diante de sua definição pessoal sobre o que é ser nerd e/ou ser geek.

Eles são nerds por: 1) eles próprios se identificam como tal. 2) os produtos culturais consumidos pelos personagens são característicos de membros da Cultura nerd. 3) eles partilham dos estereótipos associados a cultura nerd . (RESPONDENTE 45, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Eles entendem tudo do mundo geek e nerd. Claro que, não necessariamente um nerd é um geek, mas acho que ser geek ajuda a aflorar o lado nerd. Eles são físicos, engenheiros espaciais, eles com certeza sabem de muita coisa que não é todo mundo que sabe. (RESPONDENTE 168, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Ser nerd é ir a fundo em determinado assunto. Não necessariamente cultura pop. Ser nerd é ir além, conhecer tudo sobre determinado tema. Os 4 se encaixam nesse modelo. (RESPONDENTE 390, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Porque cabem na minha definição de nerd que é ser um apaixonado honesto consigo mesmo e para o mundo sobre o que você é e o que você gosta, sem relação com desempenho acadêmico, embora as características citadas corriqueiramente façam com que este desempenho seja bom. (RESPONDENTE 355, HOMEM, 36 A 40 ANOS)

Cada um é uma espécie de esteriótipo nerd montado para que as pessoas riam DOS nerds e não COM os nerds. TBBT no final das contas é como Two and a Half Men, uma série feita para se rir de esteriótipos e não se sentir mal pois acha que está rindo com o personagem. Mas não tinha como ser diferente já que ambas as séries são do Chuck Lorre. (RESPONDENTE 232, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Ao perguntarmos se os nerds da vida real são como os da série, apenas duas pessoas que responderam “Não” à primeira pergunta afirmaram que sim, os da vida real são como eles. Dessas duas, apenas uma justificou:

Cada vez mais influenciados pelos personagens ditos "nerds" da série, na vida real surgem e se reafirma estereótipos de gênero, comportamentos machistas e cruéis, racismo gratuito disfarçados de piadas, slutshaming²⁰ e uma infantilização de si mesmo como mecanismo de defesa/ou tentativa de fazer graça. Pense numa série contraproducente! (RESPONDENTE 564, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Neste comentário, percebemos não só o senso crítico da respondente em relação à série, como sua compreensão da apropriação do conteúdo e comportamentos expostos na série pelas pessoas que a assistem, nos remetendo ao que vimos no capítulo anterior sobre o fluxo de apropriação que a indústria cultural faz dos fenômenos da sociedade e que as pessoas fazem do que veem nos produtos culturais que consomem.

Dentre as pessoas que responderam que não sabiam se os personagens eram nerds, nenhuma respondeu que os da vida real são como os da série; 4 responderam que não sabiam e as demais responderam que não. Uma delas afirmou que “Na série eles retratam um esteriótipo dos anos 80 e mais exagerado” (RESPONDENTE 81, MULHER, 18 A 25 ANOS), nos levando a refletir sobre a evolução cronológica da imagem do nerd na mídia, e outra disse que “Acho que, na vida real, se eles fossem tão nerds assim, não precisariam dividir apartamento, ou morar com a mãe etc.” (RESPONDENTE 573, HOMEM, 26 A 30 ANOS), remetendo, novamente, à associação entre nerds e sucesso financeiro, levando à independência do indivíduo.

Das pessoas que responderam que os personagens da série eram nerds, a maioria afirmou que os da vida real não são como eles, principalmente porque, na série, Sheldon, Leonard, Howard e Raj são estereotipados, exagerados, generalizados e caricaturados ao extremo, com o objetivo de deixar a série mais cômica. Muitos também falam que os nerds reais não apresentam tantos problemas sociais e se dividem em diferentes tipos, não

²⁰ Slut-shaming é um tipo de *bullying* praticado contra mulheres que apresentam um comportamento sexual diferente do considerado “padrão” pela sociedade. Elas são atacadas por vestirem roupas mais curtas ou provocativas, por terem alta rotatividade de parceiros sexuais ou até mesmo por fazerem sexo antes do casamento ou por usarem métodos contraceptivos.

necessariamente ligados à ciência ou aos estudos, e ainda questionam sobre a diversidade de fatores políticos e sociais nos quais os nerds reais estão inseridos.

Eles são estereotipados na série. Acho que os nerds da vida real tendem a ser mais sociáveis com outras tribos, apesar de terem muito espaço para consumir produtos das culturas de nicho. (RESPONDENTE 171, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Há uma variação gigante dos fatores colocados na série. Ser nerd nem sempre tem conexão com ser inteligente, por exemplo. Não acho possível minimizar tanto. (RESPONDENTE 73, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Os "nerds" reais tem mais vida social, formam grupos baseados em interesses comuns e se relacionam bem. Não tem essa ideia de "perdedores" ou isolados. (RESPONDENTE 145, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Depende. Como disse anteriormente, sempre há os estereótipos. Mas quem sejam e não se enquadre. Eu por exemplo, não tenho problemas de comunicação, não sofria bullying, consigo me enquadrar bem na sociedade, mas curto tudo que um nerd curte. Como disse, depende do que você gosta é de como e seu estilo de vida. (RESPONDENTE 349, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Os personagens da série interagem pouco com grupos social e culturalmente diferentes de si, eles parecem não ter qualquer vínculo com questões sociais ou políticas em andamento no lugar em que moram. Eles também não têm problema para administrar seus tempos ou para consumir os bens que consomem. As dificuldades por que passam são apenas as de caráter subjetivo, como a inabilidade social ou problemas em relacionamentos amorosos. (RESPONDENTE 370, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Outros, ainda, apontam diferenças entre os nerds americanos e os nerds brasileiros, separando-os por sua realidade e por gostos culturais diferentes.

A série precisa se ancorar em estereótipos, que pelo menos para a realidade brasileira não se aplicam com tanta precisão. Não necessariamente são especialistas em engenharia e dominam cálculos. Muitos são de humanas e fazem miçangas²¹. (RESPONDENTE 286, MASCULINO, 31 A 35 ANOS)

Depende do lugar onde a pessoa vive. No Brasil, nerd é a pessoa que estuda muito sobre tudo, é uma pessoa mais séria, que pode ou não estar mais ligada à novas tecnologias e que acaba por se tornar um pouco antissocial. Nos EUA esse tipo de pessoa se caracteriza mais como um geek do que com o nerd que lá existe. (RESPONDENTE 75, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Há, ainda, aqueles que discordam sobre alguns fatores a respeito dos nerds, mesmo tendo concordado a respeito de os personagens da série não serem como os da vida real, refletindo, mais uma vez, as diferentes concepções que as pessoas têm sobre o que é um nerd.

²¹ A citação refere-se à página de cunho humorístico do site de rede social Facebook, chamada "Ajudar o povo de humanas a fazer miçanga". Nela, os autores fazem piadas com os alunos e profissionais dos cursos de humanas (eles próprios fazem parte destes cursos), referindo-se às atividades profissionais da área como criação de bijuterias, popularmente conhecidas por usarem miçangas em sua composição.

Existem nerds mais "descolados". (RESPONDENTE 102, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Não creio que são tão descolados ou engraçados (RESPONDENTE 312, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

os nerds da vida real são mais descolados, mais sociáveis e menos inteligentes hahahahahaha (RESPONDENTE 361, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Entre as pessoas que afirmaram não saber se os da vida real são como os da série analisada, alguns responderam que, por não conviverem ou conhecerem nerds, não sabem estabelecer essa conexão entre a realidade e a ficção. Outros disseram, também, que *The Big Bang Theory* apresenta personagens estereotipados, apesar de reconhecerem que há uma ligação com a realidade, ou seja, os nerds da vida real ocorrem em menor intensidade que os da série.

Acho que de uma maneira geral muitas das características presentes nos quatro estão presente, seja de maior ou menor intensidade, nos nerds do mundo real. Mas outras podem variar de acordo com a cultura de cada país e até mesmo das condições econômicas de cada classe. (RESPONDENTE 397, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

É difícil rotular a vida real em um estereótipo. Os personagens são caricaturais, exagerados. Já os "nerds da vida real" podem até apresentar características semelhantes, mas não necessariamente todas de uma vez, ou não necessariamente na mesma intensidade que os personagens. (RESPONDENTE 421, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

Outros fizeram menção a alguns elementos visuais utilizados na construção do estereótipo do nerd, como analisamos anteriormente.

Ser nerd não significa usar óculos quebrado preso com uma fita crepe e ser introvertido. Existem nerds descolados, nerds populares, nerds introvertidos, nerds jovens, nerds idosos. Não dá pra colocar em uma caixa. (RESPONDENTE 390, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Não vejo a maioria tão caricata, mas alguns elementos são similares, como os óculos, a forma de se vestirem, etc. (RESPONDENTE 313, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Um respondente, ainda, mencionou a apropriação que os telespectadores fazem da série, nos indicando, mais uma vez, a consciência de algumas pessoas a respeito do fluxo de interpretação e apropriação que as pessoas fazem sobre o que consomem nos produtos culturais.

Talvez se pareçam, mas acredito que a série contribuiu para que muitos se considerassem nerds e assumissem os mesmos comportamentos dos personagens. (RESPONDENTE 62, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Dentre as pessoas que responderam que os nerds da vida real são como os da série, também vemos que reconhecem esta apropriação, no sentido inverso ao visto acima; ou seja, admitem que a série e seus personagens se apropriam de suas manifestações da vida real.

A arte imita a vida e a vida imita a arte. (RESPONDENTE 114, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

A série é baseada na cultura nerd e baseada nos costumes delas. (RESPONDENTE 350, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Acredito que para ser realizada uma serie que aborda como tema principal o cotidiano de quatro nerds, é preciso uma pesquisa aprofundada, para conseguirem retratar com o máximo de realidade possível. (RESPONDENTE 466, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Outros também afirmam que os personagens da série são como os nerds reais devido à sua proximidade (conhecimento ou convivência) com pessoas que consideram nerd, seja no dia a dia ou em eventos do nicho; algumas dizem que os personagens são menos parecidos, mas outras citam que os da vida real são iguais.

Nem todos, pois as pessoas variam em suas características e interesses, mas é possível encontrar nerds da "vida real" que se encaixem em características com os personagens da série, provável motivo de sucesso da série. (RESPONDENTE 169, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

Tenho alguns amigos que acabam falando numa "certa língua" que eu não entendo, talvez eles não se vistam tanto como os personagens da série se vestem, mas com certeza eles fazem questão de mostrar do que gostam, tipo o Sheldon com as blusas de super heróis. (RESPONDENTE 168, MULHER, 18 A 25 ANOS)

É só observar e/ou conviver com o pessoal que vai às Comic Con (dentre outros eventos nerds) que existem. (RESPONDENTE 153, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Outros ainda comentam sobre a semelhança entre estilo de vida dos personagens e os produtos que consomem com os dos nerds da vida real. Interessante notar, também, a noção de um dos respondentes a respeito de considerar “ser nerd” como uma espécie de estado não permanente, ou seja, como algo que você pode ser hoje e, no futuro, não ser mais: “Sei que sim porque já fui uma!” (RESPONDENTE 100, MULHER, 31 A 35 ANOS).

Vemos, então, que a visão dos respondentes sobre os personagens serem nerds ou não é algo discutível, cheio de nuances e contradições, o que nos diz muito a respeito do que significa ser nerd hoje em dia, se é que podemos chegar a uma conclusão sobre esse questionamento. No subtópico a seguir, nossa reflexão é ainda mais aprofundada, pois avaliaremos a percepção dos respondentes sobre eles próprios serem nerd ou não, e a percepção que os outros têm sobre eles serem nerds.

4.3.3 Seção final

Nesta seção, buscamos identificar se os respondentes se consideram nerds, baseados em suas próprias visões sobre o grupo, e se elas acham que os outros as consideram nerds, além de identificarmos as justificativas de suas respostas. Todas as 600 pessoas que responderam ao questionário foram levadas a esta seção, independente das respostas que forneceram nas seções anteriores. Entretanto, as perguntas subjetivas aqui não eram obrigatórias, deixando as pessoas livres para responderem ou não. Assim, obtivemos um total de 201 respostas subjetivas para a pergunta “Você se considera nerd?” e 202 para a pergunta “Você é considerado nerd pelos outros?”.

Para a apresentação dos resultados, vamos dividi-los em duas categorias, e cada uma será dividida em duas subcategorias, segmentação feita apenas com o objetivo de tornar a leitura mais organizada. São elas: Pessoas que não se consideram nerds, subdividida em Pessoas que não são consideradas pelos outros e Pessoas que são consideradas pelos outros; Pessoas que se consideram nerds, subdividida em Pessoas que não são consideradas pelos outros e Pessoas são consideradas pelos outros. Vamos apresentar nossas considerações a respeito da totalidade das respostas, apontando as características que foram mais mencionadas e citações que se destacaram diante das outras.

4.3.3.1 Pessoas que não se consideram nerds

Dentre as pessoas que responderam à pesquisa dizendo que não são nerds, é possível observar um certo padrão nas respostas, que se repetem em diferentes intensidades. A maioria dos respondentes afirma, por exemplo, que para ser nerd é preciso ser muito estudioso ou inteligente, algo que não se consideram ou, ainda, não se consideram o suficiente para assumir a nomenclatura de nerd.

As pessoas acham que ser nerd é gostar de star wars. Nerd é gostar de estudar e eu não gosto. (RESPONDENTE 33, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Sou inteligente e tiro excelentes notas na faculdade. Mas não sou nerd. (RESPONDENTE 74, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Estudos muito mas não faço só isso da vida. (RESPONDENTE 273, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Não me considero nerd, pois o senso comum diz que é nerd aquele com poucos amigos, que passa a maior parte o dia estudando. As pessoas dizem que aparento muito ser nerd pois sou magrinho e uso óculos grandes, porém quando me conhecem se surpreendem e sempre falam: Nossa! Jamais imaginei que você fosse assim! Você

não aparenta ser... Falam coisas do tipo, mas isso para mim não é problema, acho muito legal quebrar paradigmas e rótulos. (RESPONDENTE 276, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Nerd, é apenas un arquétipo que não é bem definido. Uma pessoa que estuda muito pode ser considera nerd, como uma pessoa desinteressada que joga muito videogame também. Assim, é um termo muito relativo. (RESPONDENTE 314, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Sou MT estudiosa, mas não me considero nerd pois na minha opiniao o nerd só estuda, não sabe fazer outra coisa da vida. (RESPONDENTE 372, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Gosto de aprofundar em novos e velhos conhecimentos mas concílio bem a vida social com a busca por novas areas de aptidão. E por isso penso, que o nerd utiliza a maior parte do tempo estudando e não acho que seja meu caso. (RESPONDENTE 435, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Bem, eu não nego minha inteligência nem o meu empenho. Porém, eu não me dedico inteiramente ao estudo e projetos científico, creio que me dedico na medida certa a ponta de sobrar tempo para sair, beber, encontrar amigos etc. (RESPONDENTE 453, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Percebemos um possível cuidado dos respondentes ao assumir que são estudiosos ou inteligentes, talvez até um pouco de autoelogio, mas deixando claro que existe um limite entre o que são e os nerds. Isso nos indica que ainda há um estigma negativo visível em relação ao termo, especialmente quando juntamos outras respostas de pessoas que falam que já foram nerds, mas hoje não são mais, indicando uma característica temporal a respeito do termo, tornando-o algo não permanente.

Já fui mais estidiosa e mais desajustada socialmente. (RESPONDENTE 100, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Na época da escola até tinha algumas características, como ser muito apegado aos estudos, mas hoje não acho que tenha muitas características frequentemente associadas a nerds. (RESPONDENTE 182, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Não consigo estabelecer um parâmetro para dizer que uma pessoa é nerd. Fui, em grande parte da minha vida, especialmente na infância, uma pessoa estudiosa e focada nos estudos, que talvez fizesse com que as pessoas me achassem nerd em algum momento, hoje não mais. Continuo responsável e comprometida, mas os estudos não são meu único foco. (RESPONDENTE 426, MULHER, 36 A 40 ANOS)

Alguns respondentes indicaram que há uma diferença entre ser nerd e ser geek, mesmo que não se enquadrem em nenhum dos dois ou apenas no último. Apesar de a maioria dos respondentes não identificar qual é a diferença entre os dois termos, é interessante perceber que há esta separação, ou aproximação, entre os dois.

Gosto de diversas coisas do "universo nerd/geek", mas não me rotulo como um por completo. (RESPONDENTE 333, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Me considero uma pessoa 100% nem aí. Do universo nerd, me interesso apenas pelas novidades geek's. De resto, em nada me identifico. Inclusive, eu deveria estar estudando para a minha prova e estou aqui. Estudar em excesso também não é meu forte, rs. (RESPONDENTE 379, MULHER, 18 A 25 ANOS).

Ser nerd não é ver seriados, filmes, ler livros e jogar videogame. A tribo "nerd" se justifica para além disso. Já a tribo "geek" me parece ser o estereótipo que melhor atribui esses quesitos de se alimentar e também alimentar, retroativamente, a cultura pop emergente dos livros, seriados, filmes e videogame. O estereótipo de "nerd" está mais para alguém que é extremamente inteligente, vive estudando a fundo a sua área de afinidade, faz experimentos ou pesquisas e entende de engenharia informática. (RESPONDENTE 417, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

As pessoas também se classificaram como não sendo nerds devido ao seu comportamento e estilo de vida, diferentes daqueles que julgam como associados ao grupo, como isolamento, falta de habilidades sociais e aparência. Em relação ao último quesito, importante ressaltar a menção ao uso de óculos como característica para ser ou não ser um nerd, aspecto surpreendente nesta pesquisa. Mais sobre isso será comentado nos próximos subtópicos.

Não manjo das tecnologias, não sei programar, não leio quadrinhos, nunca fui lá muito estudiosa, não uso óculos... (RESPONDENTE 297, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Apesar de consumir mídias parecidas, acredito que o estilo de vida é bem diferente. (RESPONDENTE 410, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Sou uma pessoa não muito apegada a quadrinhos, games, filmes... Eu só gosto e pronto. Não vivo essas narrativas. (RESPONDENTE 424, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Priorizo outras coisas como sair com amigos, namorar, praticar atividades físicas. (RESPONDENTE 426, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Acredito não ter o mesmo esteriótipo, já que não tenho tendencias depreciativas, e me considero socializável. (RESPONDENTE 466, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Porque nerd é um estereótipo de pessoas não-sociáveis, que só sabem jogar video game, que não saem de casa com frequência. (RESPONDENTE 550, MULHER, 18 A 25 ANOS)

A maioria dos nerds que eu conheço são aqueles caras que cresceram mas não cresceram e só falam de heróis marvel, ninguém merece. (RESPONDENTE 553, MULHER, 18 A 25 ANOS)

No entanto, além da inteligência e afinidade com estudos, a maior parte das respostas se concentra em torno dos hábitos culturais e tecnológicos, busca por conhecimento e estereótipo. Ou seja, as pessoas deste grupo não se classificam como nerds porque não gostam dos mesmos produtos culturais (ou gostam com menor intensidade), não se dedicam tanto em buscar mais conhecimentos sobre determinados assuntos ou simplesmente não se encaixam no que dizem ser o estereótipo do nerd.

Acredito que ser nerd está ligado a dois aspectos, o intelectual e o cultural. Em relação ao lado intelectual, estou longe de ser nerd. Sobre os produtos geralmente vinculados à cultura nerd, como séries, videogames e quadrinhos, até gosto de alguns, mas de forma mais descompromissada. Não acho que faço parte do grupo. (RESPONDENTE 01, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Eu me interessos pelos assuntos, mas não domino tão bem a ponto de ser considerada. (RESPONDENTE 26, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Tenho dúvidas se a identidade nerd é ligada ao que se entende dela, que é o estereótipo, ou ao que eu acho que seja, que representa indivíduos que buscam conhecimentos. (RESPONDENTE 94, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Não me considero, não tenho conhecimento enorme em uma coisa específica. (RESPONDENTE 168, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Bom, acho que possuo alguns atributos desse estereótipo: muito estudiosa na minha área, fã doente de filmes de terror, colecionadora de figuras de ação destes filmes, antisocial, over conectada com internet e tecnologias, linguagem de programação, etc. Mas não me considero como nerd porque isso não faz sentido real. (RESPONDENTE 272, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Penso que um "nerd" tende a focar seus gostos e interesses em conteúdos específicos e mais pontuais, como a ficção-científica, os quadrinhos, os games, as narrativas medievais, etc. Há uma dedicação que se concentra em determinados produtos culturais. Embora eu tenha interesse por esse tipo de material, este faz parte, de modo bem balanceado, de interesses mais amplos dentro das artes, da literatura, do cinema, da música... Tampouco me vejo envolvido com uma "identidade nerd", no sentido de ter esta ou aquela camiseta de um filme ou um personagem, ou de passar horas e horas conversando apenas sobre tais assuntos e seu amplo universo, como alguns de meus amigos têm disposição para fazer. (RESPONDENTE 285, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

Não me considero nerd porque tenho amigos que são bem mais aficionados por cultura nerd do que eu. Já li quadrinhos, deixo de sair pra ficar em casa estudando, vivo de assistir filmes e séries, gosto muito de ficção científica e super heróis, mas não sou nenhuma especialista. Não jogo videogames ou vou a fundo quando se trata de conhecer esses produtos culturais. Acho que sou nerd pra algumas coisas, outras não. Não sei. Dá pra ser 73% nerd? (RESPONDENTE 386, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Nos termos do estereótipo de hoje não. Gosto de me aprofundar no universo da ficção de várias mídias, consumo séries, filmes, HQ's e livros, mas não sou tão desesperado por miscelâneas caríssimas ou de edição limitada. É certo que há um desejo de comprar algo físico para se lembrar daquelas histórias mais queridas, mas não sou capaz de dar R\$3.000,00 por uma estatueta importada ou gastar R\$35,00 num action-figure sem vergonha de menos de 30cm. Também mantenho meu senso crítico quanto a certos lançamentos, não é porque sou fã que tenho que aceitar produtos de qualidade ruim. Como fã gosto das coisas boas daquela franquia e quem sempre ver tais personagens em materiais interessantes e bem produzidos. (RESPONDENTE 460, HOMEM, 36 A 40 ANOS)

Vemos, a partir das respostas acima e de outras, que o limite entre ser e não ser nerd é bem frágil, muitas vezes desconhecido até para os próprios respondentes. Isso se torna ainda mais claro quando avaliamos as justificativas sobre eles serem considerados, ou não, nerds pelas outras pessoas, como veremos nos subtópicos a seguir.

4.3.3.1.1 Pessoas que não se consideram nerds e não são consideradas pelos outros

Muitas das pessoas que não são nerds nem por sua percepção nem pela dos outros atribuem esta visão aos fatos que descreveram nas respostas anteriores: não se encaixam no estereótipo, não gostam o suficiente dos assuntos nerds e, principalmente, afirmam que nunca foram chamadas de nerds. Esse é um dado interessante, que nos aponta que, para os respondentes, a percepção que os outros têm deles só é concretizada quando verbalizada.

As pessoas nunca comentaram. (RESPONDENTE 12, MULHER, 18 A 25 ANOS)
 Nunca me falaram a respeito. (RESPONDENTE 102, MULHER, 26 A 30 ANOS)
 Ninguém nunca me chamou assim. (RESPONDENTE 106, MULHER, 26 A 30 ANOS)
 Nunca ouvi ninguém afirmando. (RESPONDENTE 216, HOMEM, 41 A 45 ANOS)
 Ninguém nunca comentou a respeito. (RESPONDENTE 218, HOMEM, 41 A 45 ANOS)

Vemos aqui também a presença do fator temporal no quesito ser nerd, apontando mais uma vez a ideia de que nerd é um status que se adquire (ou é imposto pelos outros), mas passível de ser abandonado. Percebemos, ainda, a ideia de normalidade associada a não ser nerd, indicado que sê-lo não é algo considerado natural por alguns respondentes.

Já fui considerada nerd na infância apenas pelos bons resultados nos estudos, mas hoje não mais. (RESPONDENTE 01, MULHER, 18 A 25 ANOS)
 Já fui considerado nerd pelos outros, mas hoje não mais. Da mesma forma que a resposta anterior. (RESPONDENTE 182, HOMEM, 18 A 25 ANOS)
 Não sei, já fui considerada, hoje não sou mais. Depende muito da ideia que se tem de nerd e de como as pessoas ao seu entorno são ou não nerds e se tornam parâmetros, ou pelo menos acho que é assim... (RESPONDENTE 238, MULHER, 18 A 25 ANOS)
 Me acham normal. (RESPONDENTE 338, MULHER, 26 A 30 ANOS)
 Já fui. Hoje em dia não escuto mais esse tipo de comentário. (RESPONDENTE 424, HOMEM, 18 A 25 ANOS)
 Sou uma pessoa normal, nunca fui taxada como nerd (RESPONDENTE 534, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Alguns respondentes afirmam que não são considerados nerds por não terem a aparência semelhante (vemos novamente menções aos óculos) e por, em um comparativo com seus amigos e outras pessoas, não parecem nerds porque os outros são muito mais.

Não uso óculos haha (RESPONDENTE 20, MULHER, 18 A 25 ANOS)
 Talvez por andar com muitos nerds, eu sou a que pareço menos nerd. (RESPONDENTE 66, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Não tenho como ser considerada nerd porque não sou. Não aparento ser e não tenho conhecimento no universo pra ser nerd. (RESPONDENTE 162, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Tenho amigos nerds, que gostam de games, leem quadrinhos, gostam de animes, RPG, etc, e não compartilhamos isso. (RESPONDENTE 183, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Por viver cercado de nerds e ser bem claro que não acompanho o que eles gostam, tenho certeza que não sou considerado um nerd por estas pessoas. Já para outras pessoas talvez eu seja considerado um nerd pelo fato de eu não ser muito sociável. (RESPONDENTE 353, HOMEM, 41 A 45 ANOS)

Para complementar a visão que temos acerca das pessoas que não se consideram nerds, vamos avaliar no próximo subtópico os motivos pelos quais elas acham que os outros as consideram como nerds.

4.3.3.1.2 Pessoas que não se consideram nerds e são consideradas pelos outros

Apesar de, para estas pessoas que não se classificam como nerds, o fato de elas se dedicarem pouco ou gostarem de maneira moderada de assuntos mencionados por elas como nerds (histórias em quadrinhos, ficção científica, tecnologia etc) ou de não se considerarem tão inteligentes/estudiosas, este pouco já parece ser o suficiente para que elas sejam vistas pelas outras pessoas como nerds.

Algumas pessoas me consideram nerd só por eu gostar de ler livros como o Guia do Mochileiro das Galáxias ou As Crônicas de Gelo e Fogo. (RESPONDENTE 183, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Porque sempre tirei notas altas, porque sei sobre vários assuntos, porque normalmente leio mais de 30 livros por ano. (RESPONDENTE 237, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Dizem que sou inteligente, que não tenho vida social e que gosto em demasia de séries e filmes de heróis. (RESPONDENTE 293, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

Porque consigo me destacar mais em algumas atividades, mas isso não diz muito sobre mim. Posso considerar apenas que muitas pessoas não fazem o mínimo de esforço para realizar as atividades a que se propõe. (RESPONDENTE 306, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Fora do meu círculo de amigos, há quem me considere nerd. Até dentro do meu próprio círculo, algumas amigas também concordam que eu me enquadre nessa definição. (RESPONDENTE 386, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Algumas pessoa me chamam de nerd porque sei coisas que elas não sabem. (RESPONDENTE 422, HOMEM, ATÉ 18 ANOS)

Alguns me chamam de nerd por causa do meu interesse pelo universo de quadrinhos, por eu ter mestrado em matemática... (RESPONDENTE 434, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Devido a minha faculdade (Sistemas e mídias digitais), ao curso técnico que fiz (informática) e porque sempre tive boas notas. Também frequento eventos de cultura pop (como o SANA) e faço cosplay. (RESPONDENTE 445, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Geralmente sei explicar ou dizer quando aconteceu alguma coisa relacionada a algum personagem. Sem falar que acho divertido tentar deduzir a razão ou a consequência de algumas situações dentro das histórias. E é bem normal encontrar temas de filme, séries e animação entre as músicas das minhas playlists. (RESPONDENTE 460, HOMEM, 36 A 40 ANOS)

Pessoas com nível de escolaridade abaixo do meu e que não consideram tanto o estudo como eu, me julgam dessa forma. Mas as pessoas da minha convivência, da mesma idade e que se preocupam com os estudos, não consideram isso algo de mais. (RESPONDENTE 563, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Vemos, aqui, não só a diferença de intensidade entre os costumes de que é ou não é nerd, mas também, novamente, um certo grau de autoelogio em algumas respostas, nas quais os respondentes se mostram, em determinado nível, superiores às outras pessoas devido à sua inteligência ou dedicação ao ato de adquirir conhecimento, mas, ainda assim, não se acham nerds.

A aparência, neste subgrupo, é algo que influencia bastante a percepção dos outros em relação a acharem que os respondentes são nerds ou não. A presença dos óculos no visual destas pessoas, como vimos anteriormente de maneira breve, parece ser um dos fatores determinantes para categorizá-las como nerds.

As pessoas dizem que eu pareço, por usar óculos. (RESPONDENTE 18, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

É mais um "talvez" do que um "sim". No Brasil a pessoa não pode usar um óculos que já é chamada de nerd. E eu uso. (RESPONDENTE 75, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Às vezes me chamam de nerd só porque uso óculos (!!!!!!!!!!!) (RESPONDENTE 159, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Eu uso óculos e posso passar horas falando de assuntos que me interessam, o que me enquadra talvez no estereótipo nerd. (RESPONDENTE 192, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

Para muitas pessoas só o fato de estudar muito e usar óculos, já é considerado nerd. Muitos dos meus amigos já me chamaram assim. (RESPONDENTE 466, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Entre as características físicas que vimos inicialmente a respeito dos nerds, os óculos são os mais citados nas respostas do questionário. Consideramos, então, que os outros aspectos da aparência dos nerds, como roupas estranhas e cabelos com cortes esquisitos, não são tão relacionados aos nerds pelos respondentes quanto os óculos. Um possível motivo para esse destaque é que, apenas através deste objeto, consegue-se transmitir uma imagem de intelectualidade; ou seja, só pelo uso dos óculos, uma pessoa é capaz de transferir diversas qualidades dos nerds aos não nerds. Estas características também são visíveis no grupo das pessoas que se consideram nerds, que analisaremos no subtópico a seguir.

4.3.3.2 Pessoas que se consideram nerds

Uma das principais diferenças que observamos ao levarmos nossos olhares para a análise das pessoas que se dizem nerds é que, com elas, o fato de se empolgar, dedicar ou procurar mais detalhes sobre o que gostam é uma das coisas que as definem como tal. Quando comparamos com as respostas do subtópico anterior, vemos que os “não nerds” tinham sua razão em relação a diferenciar-se a partir do grau de entusiasmo e afeição por conhecimento sobre o que gostam.

Porque me interessa e consumo bastante produtos do universo nerd, costumo discutir sobre com os amigos e acompanhar notícias envolvendo esse universo. (RESPONDENTE 04, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Acredito que essa definição está diretamente ligada ao interesse investigativo pelos temas, enxergando sempre uma imagem interessante sobre os mais diversos assuntos. Consumir esse tipo de conteúdo faz parte desse universo, mas não necessariamente determina quem são ou quem não são esses nerds. (RESPONDENTE 57, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Me aprofundo no conhecimento a respeito da cultura pop e universo científico de forma desnecessário, pelo prazer do conhecimento. (RESPONDENTE 111, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

Acompanho todo tipo de cultura pop, nerd e geek. Frequento eventos com essas temáticas e consumo produtos derivados dos mesmos. Em gêneros de super-heróis, por exemplo, sempre compro ingressos para a pré-estréia. (RESPONDENTE 131, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Pois sou muito adepto as temáticas Nerds e gosto de acumular conhecimentos diversos (sou formado em Eng. Mecânica e isso não me impede de querer aprender muito mais sobre biologia, evolução, filosofia, etc.. mesmo que seja por conta própria). (RESPONDENTE 202, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Me considero nerd pelo fato de ao gostar de um assunto vou longe procurando tudo sobre ele. Geralmente as referências nerds são interessantes para mim. (RESPONDENTE 289, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Na minha cabeça são vários tipos de nerd, por áreas, a pessoa que estuda muito sobre uma determinada área é nerd naquilo. me considero nerd nas séries. Assisto várias, gosto, me divirto e crio meu universo em torno daquilo e acaba tornando tema principal em algumas práticas de socialização. acho difícil conversar com alguém que não assiste nenhuma série. =X (RESPONDENTE 442, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Nas respostas deste grupo, vemos também que o caráter estudioso do nerd, apontado pelo grupo dos “não nerds” fica em segundo lugar nas justificativas sobre ser nerd. Em primeiro, aparece o consumo dos produtos culturais relativos a esse mundo, ou seja, as pessoas se classificam como nerds mais por consumir quadrinhos, filmes, séries etc, do que por ser inteligente ou estudioso. Importante ressaltar também o comportamento não só de consumo de produtos intangíveis (séries e filmes, por exemplo), mas o hábito de colecionar

produtos materiais referentes às obras preferidas. Neste grupo, a palavra “consumo” também foi usada em maior quantidade do que no grupo dos “não nerds”.

Coleciono itens e informações sobre alguns tópicos de de cultura pop e jogos. (RESPONDENTE 17, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

Meu quarto é um conjunto de nerdice... (RESPONDENTE 61, HOMEM, 36 A 40 ANOS)

Gosto de acompanhar cinema, quadrinhos, séries e - principalmente - conhecer seus detalhes, conversar, discutir, especular sobre e consumir produtos relacionados a estas produções. (RESPONDENTE 291, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Estudo cultura nerd há algum tempo, consumo filmes e séries com certa frequência, conheço personagens estranhos, acompanho HQs, me interesso por revistas de curiosidades e carrego um cordão das Relíquias da Morte no peito. Isso é ser nerd? (risos) (RESPONDENTE 416, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Muitos respondentes se classificaram como nerds porque afirmam se encaixar no estereótipo do grupo, ou ainda porque se apropriam de gestos e comportamentos de personagens de produtos do gênero. Interessante notar que essa tendência também é oposta à mostrada no grupo dos “não nerds”, cujos respondentes muitas vezes fizeram questão de dizer que não entravam no padrão. Isso nos indica, possivelmente, que para o grupo dos nerds, se encaixar no estereótipo do que é propagado como nerd é um índice para se considerar como tal, mais do que sentir que pertencem a ele, independente deste padrão; ou seja, seus gostos culturais e estilo de vida só são nerds quando se enquadram nessa classificação exterior.

Me encaixo no que as pessoas consideram como nerd. (RESPONDENTE 39, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Faz sentido para mim, dentro do contexto social, me classificar desta maneira. (RESPONDENTE 114, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Tenho gostos que se encaixam na definição de nerd. (RESPONDENTE 127, MULHER, 36 A 40 ANOS)

Gostos específicos por questões técnicas, agrego às minhas atitudes algumas posturas e gestos de personagens considerados nerds. Mas acho que existe uma diferença entre nerd e geek. Geek é mais ligado aos conhecimentos técnicos, enquanto nerd está no mundo dos ingênuos. (RESPONDENTE 346, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

Neste grupo, também percebemos um índice alto de autoelogios, leves ou não, sejam eles pelos gostos diferenciados ou pelo comportamento de consumir cada vez mais produtos ou informações. Nerd, para eles, é ser, de certa forma, acima da média, acima dos padrões, alguém diferente ou especial. Posição relativamente contrária ao grupo dos “não nerds”, que apesar de também fazer autoelogios, faziam-nos com o cuidado de se excluir do grupo, como se não pertencer a ele os tornassem melhores.

Gosto bastante de estudar, me faz muito bem. Sou muito curioso, consumidor de muita coisa ligada a cultura e tudo o mais. (RESPONDENTE 126, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Pesquisei muito sobre a cultura nórdica, e participo de grupos de recriações de batalhas e lutas medievais. (RESPONDENTE 231, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Gosto dessas coisas que ninguém gosta. (RESPONDENTE 305, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Gosto de seriados de ficção científica, jogos de tabuleiro modernos, gosto ter um embasamento científico quando participo de discussões, vivo corrigindo os outros, questionando e tentando entender/explicar por que coisas acontecem e, ao meu ver, tenho dificuldade de me relacionar com outras pessoas. (RESPONDENTE 309, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Usando palavras atribuídas a Simon Pegg: geek/nerd é ser honesto sobre o que você gosta e não ter medo de demonstrar esta afeição. Significa nunca ter que se policiar sobre o que te satisfaz. É basicamente uma permissão para se expressar meio que nem criança ao invés de se comportar como um suposto adulto. Ser um geek é extremamente libertador.” (RESPONDENTE 355, HOMEM, 36 A 40 ANOS)

Curto ciência, ficção científica, gadgets e tecnologia, e também me interesso por quadrinhos, super-heróis, super-vilões, zumbis, essas coisas. Não sou nerd hardcore, mas me considero nerd. Gosto de saber sobre tudo que é diferente do "normal da população", e gosto também de falar a respeito. (RESPONDENTE 425, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Outros fatores diferenciadores deste grupo é em relação ao comportamento e aparência, se opondo aos indivíduos “não nerds” em seu dito estilo de vida, hábitos cotidianos e características físicas. Percebemos, então, a aproximação das pessoas que se afirmaram como nerds do perfil que traçamos anteriormente no segundo capítulo.

Gosto de Internet, cultura pop, prefiro uma boa série a ir ao shopping, tenho poucos amigos. Já assisti todos os episódios de Star Wars, várias vezes, O poderoso chefão, vários vezes. (RESPONDENTE 230, HOMEM, 36 A 40 ANOS)

Como disse, apesar de não ser a típica nerd, gosto de tudo no mundo nerd: filmes, quadrinhos, ficar em casa, estudos de todo tipo. Apesar também não ser exatamente como as pessoas veem um nerd. (RESPONDENTE 349, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Eu gosto de ficção científica e fantasia, sempre me senti excluída no colégio por não ser o padrão de beleza e comportamento e me isolava junto a meus livros e hobbies. (RESPONDENTE 481, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Sou uma pessoa solitária que se interessa por muito questões intelectuais e gasto a maior parte do meu tempo com isso. (RESPONDENTE 529, MULHER, 26 A 30 ANOS)

Por ser caseira, interessada por estudar, ter um estilo de vida mais tranquilo. (RESPONDENTE 542, MULHER, 18 A 25 ANOS)

No geral, vemos que os dois grupos, de nerds e de “não nerds”, se distanciam um do outro pelos motivos que apresentam, apesar de vermos, também, as semelhanças entre os dois. Afinal, o grupo dos “não nerds” apresenta indivíduos com gostos e hábitos de consumo bem semelhantes aos dos nerds, separados apenas por uma questão de intensidade. No próximo subtópico, vamos conhecer um pouco mais sobre as pessoas que se consideram nerds, mas acham que os outros não as veem assim.

4.3.3.2.1 Pessoas que se consideram nerds e não são consideradas pelos outros

O número de pessoas deste grupo foi relativamente menor do que os outros, como vimos na seção quantitativa, e nem todos forneceram justificativa sobre esta afirmação, assim como nos outros grupos. Entretanto, algumas das respostas enviadas nos ajudam a compreender melhor as percepções e sentimentos das pessoas que se classificam como nerds, mas acham que os outros não o fazem.

Um dos fatores mais observados é a aparência. Os respondentes falam que, por não terem características físicas que remetam ao que conhecemos popularmente como nerds, as pessoas também não os classificam como tais. Seus gostos culturais ou hábitos sociais, neste caso, não interferem tanto na visão que os outros têm sobre eles.

Minha aparência não condiz com o estereótipo que ainda existe no imaginário, como uso de óculos e timidez. (RESPONDENTE 145, MULHER, 31 A 35 ANOS)
 As pessoas só consideram nerds quem se interessa pela cultura geek ou se veste como um geek. (RESPONDENTE 231, HOMEM, 18 A 25 ANOS)
 Apesar de consumir muita cultura nerd tenho um gosto diversificado e por isso as pessoas não me conhecem só por isso. Além disso, acredito que as pessoas assimilam ser nerd com o visual/estilo também. (RESPONDENTE 398, HOMEM, 18 A 25 ANOS)
 Não aparento. (RESPONDENTE 429, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Para outros, no entanto, é o fato de que possuem hábitos sociais diferentes que faz com que as pessoas não os classifiquem como nerds. Também vemos que alguns respondentes se encaixam neste subgrupo por afirmarem que não se expõem como nerds, por causa do seu gênero, ou ainda por estar no meio de iguais. Estas afirmações despertam reflexões a respeito de questões não estão tão presentes nas características que costumamos associar popularmente ao nerd, colocando em questionamento, de certa forma, a construção da imagem que fazemos sobre ele.

As vezes não desmostro que gosto de filmes, serie e quadrinhos. (RESPONDENTE 50, HOMEM, 31 A 35 ANOS)
 Talvez por ter uma vida social muito ativa, as pessoas não relacionem a nerdice a minha pessoa. (RESPONDENTE 188, HOMEM, 26 A 30 ANOS)
 Não me exponho nas redes sociais. (RESPONDENTE 263, HOMEM, 18 A 25 ANOS)
 Sou menina, não uso roupas nerds, não falo só dessas coisas, mas fico bastante tempo lendo sobre o assunto. (RESPONDENTE 322, MULHER, 26 A 30 ANOS)
 Como no ambiente no qual estou inserido (universidade) muitas pessoas apresentam esse mesmo perfil, não nos consideramos nerds. É uma conversa, uma troca entre pensamentos similares. (RESPONDENTE 373, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

O fator temporal, no sentido de ter sido chamado de nerd e não já ser mais ou de ter sido chamado de nerd na infância ou adolescência, não é tão presente neste grupo. Isso nos indica que essa questão talvez não seja tão relevante para eles quanto as outras citadas. Este fator, no entanto, é mencionado no subtópico a seguir, de pessoas que se consideram nerds e também são consideradas pelos outros.

4.3.3.2.2 Pessoas que se consideram nerds e são consideradas pelos outros

A maioria das pessoas que pertencem a este grupo afirmam que são consideradas nerds pelos mesmos motivos que consideram a si mesmas: gostos culturais (e quantidade de conhecimento sobre eles) e inteligência/estudos, principalmente, e a intensidade com que essas variáveis se mostram para o mundo. Mais uma vez, muitos fazem estas citações em um tom de certo autoelogio, nos indicando, novamente, um possível caráter de exclusividade por terem estas características e por pertencerem a esse grupo.

Meus amigos e família sempre comentam sobre a minha "inteligência" e "esperteza".
(RESPONDENTE 41, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

As pessoas me veem como alguém inteligente e que curte coisas diferentes.
(RESPONDENTE 65, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Sempre procuro comentar, conversar com pessoas próximas sobre assuntos nerds e geeks, tenho um bom domínio sobre o assunto e quanto querem tirar dúvida sobre, já se direcionam a mim. (RESPONDENTE 131, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Pq eu tenho uns papos q ninguém entende. (RESPONDENTE 190, HOMEM, 26 A 30 ANOS)

Para pessoas que não conhecem nada da cultura nerd, ou até mesmo de filmes e atores e etc, acha que qualquer pessoa que gosta e conhece são nerds (muitas vezes de forma pejorativa), mas isso vem diminuindo bastante ultimamente.
(RESPONDENTE 232, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

As pessoas costumam me considerar nerd em duas situações: a. em conversas com amigos que curtem as mesmas coisas, assuntos e tals; ou b. em conversas em que as pessoas não conhecem bem ou não entendem tal filme, por exemplo, ou então, quando eu faço algum comentário com uma informação que ninguém sabia e não entendem porque eu sei. (RESPONDENTE 425, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Pela paixão pela qual converso sobre os temas considerados "nerd".
(RESPONDENTE 579, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

A aparência, assim como vimos anteriormente, é um fator que os respondentes afirmam que ajuda a serem classificados como nerds pelos outros, reforçando a importância do caráter visual na percepção sobre o grupo.

Acho que sou considerado pelo visual, não que eu queria "parecer nerd", mas olhando para mim geralmente é o que acham. (RESPONDENTE 289, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Apesar da popularização do "estilo nerd" para muitos outros grupos, características como as roupas, os grupos frequentados e os assuntos de interesse formam na cabeça das pessoas uma ideia mais ou menos padrão do que seria uma figura nerd. (RESPONDENTE 291, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Uso óculos, tenho um padrão de vestimentas muitas vezes mal julgado, gosto muito de assistir séries e filmes e costumo dar respostas lógicas, em conversas. (RESPONDENTE 370, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Por usar óculos. (RESPONDENTE 464, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Sei lá, as pessoas acham justamente pelas coisas que eu gosto, como quadrinhos, cultura japonesa, figuras, livros, séries, desenhos. Ainda dizem que tenho cara de intelectual. (RESPONDENTE 548, MULHER, 26 A 30 ANOS)

O comportamento é outra vertente que devemos analisar neste subtópico, afinal, ele também foi citado pelos respondentes como o fator que os fazem ser vistos pelos outros como nerds. Aqui, eles dizem ser classificados assim por possuírem os hábitos que normalmente associamos aos nerds. Vemos ainda a presença do fator temporal, pouco citado no subtópico anterior, mas que tem um pouco mais de presença neste; ou seja, as pessoas já eram consideradas nerds na infância ou adolescência e esta classificação permanece em sua idade atual, colocando a questão de “ser nerd” como algo possivelmente permanente, ao contrário do que vimos anteriormente no subtópico de pessoas que não se consideram nerds nem são vistas como tal pelos outros.

Desde os tempos do colégio. (RESPONDENTE 275, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Os que me conhecem superficialmente me julgam Pelas roupas, gostos, livros, filmes, comportamento "infantil" (no sentido jocoso comumente aplicado) etc. Quem me conhece de verdade sabe que não tenho medo de demonstrar e perseguir minhas paixões, não fico satisfeito com convenções e costumo desafiar o "status quo". Quero aprender mais, melhor e sempre. (RESPONDENTE 355, HOMEM, 36 A 40 ANOS)

As pessoas não entendem muito bem a razão de eu preferir ficar em casa vendo Netflix com o namorado a sair para uma balada. (RESPONDENTE 394, MULHER, 18 A 25 ANOS)

Pelos mesmos motivos da resposta anterior, além de ter sempre tirado as melhores notas na escola, não gostar de exercícios físicos, ser comportado, mas com traços de rebeldia. (RESPONDENTE 416, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Sempre fui chamado de nerd, e inteligente por isso (acho q é um bônus). (RESPONDENTE 576, HOMEM, 18 A 25 ANOS)

Uma semelhança entre todos os subtópicos avaliados é a questão de se encaixar em rótulos, estereótipos ou padrões, seja se posicionando a favor ou contra. Aqui neste subgrupo, vemos pessoas que não concordam com seu enquadramento e os questionam.

Já fui chamado de nerd tanto como ofensa quanto como elogio. (RESPONDENTE 02, HOMEM, 31 A 35 ANOS)

As pessoas sentem necessidade de rotular as pessoas pelos temas que julgam ser de interesse dos outros. (RESPONDENTE 282, HOMEM, 36 A 40 ANOS)

Pelos menos motivos da resposta anterior. E talvez pela necessidade das pessoas de estarem sempre catalogando e rotulando os outros numa busca sem sentido de simplificar sua visão (ou a forma de como percebemos) sobre o outro. É engraçado mas eu poderia até citar uma personagem que exemplifica muito bem isso: a Regina de Once Upon a Time, que é bem mais que sua alcunha de Rainha Má, mas que por causa desse esteriótipo ela ainda sofre para mudar a opinião dos outros a respeito dela. (RESPONDENTE 430, MULHER, 31 A 35 ANOS)

Estas últimas respostas nos fazem refletir sobre se estas pessoas não gostam de se encaixar em rótulos de maneira alguma ou não gostam de serem classificadas no estereótipo nerd, particularmente. Este pensamento nos leva a crer que a carga negativa do termo ainda se encontra presente nos dias atuais, apesar de algumas pessoas não reconhecerem mais o lado pejorativo de ser nerd hoje em dia e de toda a mudança que vimos no segundo capítulo a respeito dos valores simbólicos do nerd.

4.4 Considerações sobre o capítulo

Com a grande quantidade de dados que recolhemos para esta pesquisa, a tarefa de selecionar parte deles para compor nossa apresentação e análise torna-se especialmente desafiadora. Ainda assim, as respostas que recebemos serviram como base para ampliarmos nosso conhecimento sobre o que as pessoas sentem em relação aos produtos culturais que consomem, especialmente as séries, e ao que ser nerd, ou ser visto como um, significa na atualidade.

A conexão das pessoas com as séries e seus personagens pode ser observada por seus depoimentos a respeito deles, indicando que a identificação e o afeto desenvolvido pelos personagens se dá através das semelhanças de personalidade, dramas de vida, pontos de vista, dentre vários fatores. Outros elementos, como o fato de as pessoas assistirem mais de uma vez aos seus episódios e de assistirem às séries, em boa parte, através da internet, nos remetem à constatação de que estes produtos culturais estão induzindo mudanças acerca de seu consumo, colocando em questionamento conceitos como temporalidade e distribuição, e tornando-se ainda mais próximos do público.

Vimos, também, que a quantidade de pessoas que assistem às mesmas séries, mesmo que afirmem que assistam sozinhas (seus amigos ou família não assistem), as colocam em grupos que se relacionam, ainda que indiretamente, devido a seus gostos culturais, formando grandes comunidades de interpretação. Isso reforça, como vimos anteriormente, que

a quebra de barreiras proporcionada pelas novas possibilidades de distribuição dos produtos culturais favorece o crescimento de grupos que não são mais restritos ao mesmo espaço geográfico.

O conceito que temos a respeito do termo “nerd” foi à prova com vários dados que coletamos nesta pesquisa. Apesar de termos uma figura estereotipada construída e divulgada amplamente no imaginário popular, pudemos perceber que ela não é necessariamente a que algumas pessoas têm hoje em dia. A série *The Big Bang Theory*, mesmo tendo sido concebida como uma narrativa seriada sobre nerds, foi várias vezes questionada e julgada pelos respondentes acerca do que é proposto pela história e pelos personagens sobre ser nerd. Isso nos indica um ruído existente entre a produção e o consumo, desde a apropriação que os produtores fazem do grupo dos nerds e sua transformação em produto, até a recepção brasileira da série pelo público.

Reconhecemos que há opiniões diferentes sobre isso, mas justamente o fato de ter esta dicotomia presente nos prova que não podemos naturalizar as imagens midiáticas divulgadas pelos meios de comunicação de massa como sendo reais; temos que problematizá-las e buscar representatividade nestes meios. Com a possibilidade de, hoje, receptores tornarem-se produtores com o auxílio da internet, a quebra de padrões pode ser ampliada e forçar seu caminho adentro das grandes produções.

Por fim, constatamos que ser nerd atualmente, é algo ambíguo e volátil. Ainda assim, gira em torno, principalmente, de produtos culturais cada vez mais voltados para o nicho e comportamentos que se adaptam à nova realidade social proposta pelo cenário tecnológico no qual estamos inseridos. Ser nerd, então, é algo que está em constante vicissitude. É reconhecer que as mudanças existem e, ao mesmo tempo, prender-se às velhas ideologias; é abraçar as novidades enquanto guarda-se na memória as lembranças do passado. Se aprendemos algo com nossa pesquisa, é que ser nerd é mais que uma classificação: é um estado de espírito.

5 CONCLUSÃO

A estigmatização de pessoas como “inadequadas” para o convívio social é uma prática constante, que acontece quer os indivíduos queiram ou não. Muitas vezes, por conviver apenas entre pessoas com as quais já são familiarizadas, o impacto e o desconforto de ser alguém desajustado só é percebido na presença de outros. A opinião deles a respeito dos estigmatizados é, muitas vezes, construída a partir de instrumentos midiáticos, cujas intenções ideológicas contribuem para a consolidação de estereótipos de dominantes e dominados na sociedade.

Os nerds, foco deste trabalho, há muito tempo possuem estigmas sociais que os afastam da normalidade. Sua aparência diferenciada, seus hábitos e comportamentos frios e robóticos, sua compreensão literal das sutilezas do cotidiano e seu consumo intenso de produtos culturais de nicho os levaram à margem da sociedade. Sua existência foi transformada em um estereótipo que atingiu proporções globais com a mundialização da cultura.

Entretanto, esse mesmo alcance que possibilitou a comunicação deste estereótipo para o mundo também foi responsável pela identificação dos nerds como um grupo, com indivíduos conectados através de seus gostos e interesses. Os produtos midiáticos, então, tornaram-se parte da construção da identidade do grupo, tanto pela apropriação da imagem que viam retratada de si, quanto pelos filmes, séries, quadrinhos e jogos que consumiam. Uma vez que somos o que consumimos, e consumo é o que fazemos dos produtos, os nerds têm sua base fundamentada no uso e ressignificações que fazem de obras como Star Wars, Star Trek, O Senhor dos Anéis, Harry Potter, X-Men e tantas outras que compõem sua base cultural.

Respondemos nossa pergunta a respeito da relação das pessoas com suas séries favoritas ao constatarmos que ligação que essas têm com produtos culturais pode ser explicada através do conteúdo destes produtos, que comunicam para o público algo de valor e que gera um sentimento afetivo, que se transforma em uma relação. O estudo de criação de personagens visto neste trabalho mostrou como sua elaboração é feita a partir de pesquisas sobre o comportamento humano, usando pessoas comuns como base para personagens que se comunicam com elas. A possibilidade de se ver retratado na tela da TV, ou de se projetar nas aventuras que passam nos cinemas, levam o indivíduo a estabelecer relações afetivas com o que consomem, transformando aquela personagem distante em alguém conhecido e próximo,

solucionando nossa pergunta sobre em quais aspectos as pessoas se identificam com os personagens.

The Big Bang Theory é uma série que se apresentou para o público trazendo quatro personagens nerds em interação com uma pessoa comum. Impossível não se identificar com algum deles, seja por sua excentricidade ou por sua normalidade, estabelecendo, desta forma, vínculos. Apesar de ser uma série do tipo sitcom, cujo crescimento e profundidade dos personagens são limitadas, viu-se que Sheldon, Leonard, Howard, Raj e Penny, os protagonistas, apresentam evoluções em suas histórias e parecem se desprender da imagem dos estereótipos de nerds e loiras. Além disso, ao mostrar os sentimentos e comportamento desses personagens em seus ambientes sociais, a série os aproxima das pessoas não nerds, mostrando que a diferença entre os dois grupos são menores do que o que se pensava, tanto em caráter psicológico quanto cultural. Ou seja, The Big Bang Theory mostra que nerds são pessoas normais, que se relacionam com as outras da mesma maneira que elas e consomem os mesmos produtos culturais.

A pesquisa realizada para este trabalho comprova esta visão: os que se afirmam nerds e os não nerds consomem os mesmos produtos e também se envolvem com eles. A diferença entre os dois grupos está na intensidade do consumo; os nerds apresentam um consumo cultural bem maior do que as pessoas que não se consideram nerds, comprovando, também, a importância da cultura para a formação do grupo.

Mesmo com a constatação da profundidade dos personagens de The Big Bang Theory e a sua conexão com as pessoas reais, a pesquisa revelou que os respondentes não os consideram como um fiel retrato dos nerds, mas apenas como estereótipos com a função de comicidade e de perpetuar a imagem depreciativa que sempre foi associada ao grupo, reforçando sua condição de estigmatizados e esclarecendo as perguntas que propomos na introdução deste trabalho sobre os hábitos e preferências das pessoas em relação à TBBT e a percepção sobre o status de nerds dos personagens. A hipótese deste trabalho foi, então, refutada neste sentido, uma vez que se esperava que o público tivesse uma outra percepção acerca dos personagens. Entretanto, considerá-los como estereótipos não impede que o público goste deles e desenvolva laços afetivos com os personagens.

Apesar das semelhanças que foram observadas entre os hábitos de consumo entre nerds e não nerds, a percepção que se tem sobre o nerd ainda possui uma carga negativa para quem não se considera como tal. Mesmo com a afirmação de consumir os mesmos produtos, de gostar de estudar ou de ser inteligente, muitos não se classificam como nerds por

acreditarem que não são essas características que os definem, no sentido de terem outros hobbies, vida social ou interesses diversos e não relacionados ao mundo nerd. Ainda assim, dizem ser categorizados como nerds por sua aparência, especialmente o uso de óculos, e justamente porque a associação entre certos produtos e gosto pelos estudos e nerds faz com que os outros os considerem como tais. Esta ligação não é bem-vista por alguns dos respondentes desta pesquisa, que dizem que são chamados de nerd apenas pela necessidade que as pessoas têm de rotular os outros.

Por outro lado, aqueles que se afirmam como nerds parecem ter prazer em sê-lo. Consumir produtos de nicho ou ter destaque nos estudos os fazem sentir-se especiais e diferentes das outras pessoas. Ser nerd, para eles, é algo positivo, que os distingue na sociedade e que os une como grupo. A questão de serem considerados assim pelos outros não parece ter impacto negativo, uma vez que há um certo grau de autoconfiança presente em suas afirmações.

Percebe-se, desta forma, que a fluidez entre a positividade e o negativismo sobre o nerd na atualidade é permanente. A dualidade acerca do grupo foi constatada nos resultados deste trabalho, que apesar de não buscar classificações rígidas a respeito dos nerds, indicou facetas e características surpreendentes sobre eles, resolvendo a última pergunta que fizemos no início do trabalho. A partir do que foi apresentado aqui, novas pesquisas podem explorar caminhos complementares ao percorrido ao longo destas páginas, como questões de gênero e de representação deste grupo em outros produtos culturais.

Com isso, conclui-se que ser nerd, hoje, não é apenas uma estigmatização, é uma opção, uma escolha de procurar novos conhecimentos e experiências através do consumo de informações e produtos repletos de valor simbólico, que servem principalmente para o crescimento pessoal do indivíduo dentro de uma sociedade que ainda o exclui. É, ao mesmo tempo, uma questão individual, de alguém se considerar nerd, e de posicionamento, no qual a pessoa se afirma como tal, mostrando que ser nerd envolve esferas internas e externas ao indivíduo, em uma constante luta em busca de equilíbrio. Ser nerd é expandir os limites e procurar saber sempre mais, como maneira de unir os semelhantes e de tentar fazer a diferença, deixando para trás a opinião de quem não os entende.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BARRAL, Étienne. **Otaku: Os filhos do virtual**. São Paulo: Senac São Paulo, 2000.

BAUDRILLARD, Jean. Função-signo e lógica de classe. In: BAUDRILLARD, Jean. **Para uma Crítica da Economia Política do Signo**. São Paulo: Martins Fontes, 1996. p. 9-49.

BECKER, Howard S.. **Segredos e truques da pesquisa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

BIEGING, Patricia. **Da busca de popularidade às práticas de bullying: crianças e produção de sentidos a partir de artefatos midiáticos**. 2011. 192 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

BORDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (Org.). **Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. p. 82-121. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, v. 29).

CAUNE, Jean. **Cultura e comunicação: Convergências teóricas e lugares de mediação**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

CBS. **The Big Bang Theory**. Disponível em: <http://www.cbs.com/shows/big_bang_theory/>. Acesso em: 09 maio 2016.

DAVIS, Rib. **Escribir guiones: desarrollo de personajes**. Barcelona: Paidós, 2004.

ESQUENAZI, Jean-pierre. **As séries televisivas**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2010.

FERNANDES, Luís Flávio; RIOS, Rosana. **Enciclonérdia: almanaque de cultura nerd**. São Paulo: Panda Books, 2011.

FIELD, Syd. **Manual do Roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FLORES, José Francisco; ROCHA FILHO, João Bernardes da; SAMUEL, Lucius Rafael Sichonany. The Big Bang Theory e os Mitos da Criação: Uma explosão que produz Deus. In: FORTIM, Ivelise (Org.). **The Big Bang Theory e a Psicologia: Não sou Louco! Minha mãe me Testou!**. São Paulo: Homo Ludens, 2014. p. 44-66.

FORTIM, Ivelise. **The Big Bang Theory e a Psicologia: Não sou Louco! Minha mãe me Testou!**. São Paulo: Homo Ludens, 2014.

FORTIM, Ivelise. The Big Bang Theory, o orgulho nerd. In: FORTIM, Ivelise (Org.). **The Big Bang Theory e a Psicologia: Não sou Louco! Minha mãe me Testou!**. São Paulo: Homo Ludens, 2014. p. 29-43.

GALVÃO, Danielle Pini. Os nerds ganham poder e invadem a TV. **Revista Científica Intr@ciência**, Guarujá, n. 1, p.34-41, 2009. Disponível em: <http://www.faculadadedoguaruja.edu.br/revista/downloads/edicao12009/Artigo_3_Profa_Danielle.pdf>. Acesso em: 6 out. 2015.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1988.

GUIMARÃES, Paula. Expressão de Role Playing Games na série The Big Bang Theory sob a luz da teoria junguiana. In: FORTIM, Ivelise (Comp.). **The Big Bang Theory e a Psicologia: Não sou Louco! Minha mãe me Testou!**. São Paulo: Homo Ludens, 2014. p. 75-96.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2002.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidade e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ufmg, 2003.

HIME, Flavia Arantes. A manifestação do arquétipo super-senex nos personagens do seriado the big bang theory. In: FORTIM, Ivelise (Org.). **The Big Bang Theory e a Psicologia: Não sou Louco! Minha mãe me Testou!**. São Paulo: Homo Ludens, 2014. p. 104-110.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: Television fans and participatory culture**. Nova Iorque: Routledge, 2013.

JOHNSON, Steven. **Surpreendente! – a televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. **Do que as séries americanas são sintoma?** Porto Alegre: Sulina, 2012.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia - Estudos Culturais:** identidade política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.

LACOMBE, Ana Carolina Ruas. O mundo é dos nerds: a representação midiática dos jovens deslocados no Brasil. **Revista Anagrama**, São Paulo, ano 5, edição 4, 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/article/view/8064/7493>>. Acesso em 09 set. 2014.

LEBOREIRO, Mariana Ferreira. "Bazinga!" Sheldon Cooper e a Síndrome de Asperger. In: FORTIM, Ivelise (Org.). **The Big Bang Theory e a Psicologia:** Não sou Louco! Minha mãe me Testou!. São Paulo: Homo Ludens, 2014. p. 97-103.

LUIZ, Lucio. Nerds que riem de si mesmos: Representações de um estereótipo através de tiras cômicas na web. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011, Recife. **Anais...** . Recife: Intercom, 2011. p. 1 - 14. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0006-1.pdf>>. Acesso em: 09 maio 2016.

MACHADO, Ana Lúcia Golob. **A construção da identidade pelo uso de formas de tratamento por adolescentes em ambiente escolar.** 2011. 83 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, 2012.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Editora Senac, 2014.

MACIEL, Miriam de Oliveira. **Alunos com altas habilidades/superdotação e o fenômeno bullying.** 2012. 188 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2012.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de Massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia. Introdução. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia (Org.). **Televisión y melodrama:** Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia. Bogotá: Tercer Mundo, 1992. p. 11-17.

MATOS, Patrícia. De vergonha a orgulho: Consumo, capital simbólico e a ressignificação midiática da cultura nerd. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 35., 2012, Fortaleza. **Anais...** . Fortaleza: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1968-1.pdf>>. Acesso em: 6 out. 2015.

MATOS, Patrícia. O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE*, 16., 2011, São Paulo. **Anais...** . São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-1149-1.pdf>>. Acesso em: 6 out. 2015.

MONTEIRO, Louise. Garotas, nerds. *In: FORTIM, Ivelise (Org.). The Big Bang Theory e a Psicologia: Não sou Louco! Minha mãe me Testou!*. São Paulo: Homo Ludens, 2014. p. 148-157.

MORENO, M. Teresa Nappi. Howard e as implicações do complexo materno. *In: FORTIM, Ivelise (Org.). The Big Bang Theory e a Psicologia: Não sou Louco! Minha mãe me Testou!*. São Paulo: Homo Ludens, 2014. p. 67-74.

MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1996.

MOURÃO, Angícia Gomes Pereira et al. Consumo, lazer e sociabilidade: a dinâmica do circuito geek na série The Big Bang Theory. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 35., 2012, Fortaleza. **Anais...** . Fortaleza: Intercom, 2012. p. 1 – 10. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1844-1.pdf>>. Acesso em: 03 out. 2015.

NUGENT, Benjamin. **American Nerd: The Story of My People**. Simon and Schuster, 2009.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. **O mercado da cultura em tempos (pós) modernos**. Santa Maria: Editora Ufsm, 2000.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PEREIRA, Camila. A Redenção dos Nerds. **Revista Veja**, São Paulo, ano 41, n. 9, p.102-105, mar. 2008.

RODRIGUES, Sonia. **Como escrever séries: roteiro a partir dos maiores sucessos da TV**. São Paulo: Aleph, 2014.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing: Conceitos e metodologia.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SBT. **Big Bang: A Teoria.** Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/series/bigbang/>>. Acesso em: 09 maio 2016.

SCHULMAN, Norma. O Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham: uma história intelectual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p. 167-225.

SEGER, Linda. **Como Criar Personagens Inesquecíveis: Cinema - Televisão - Teatro - Propaganda.** São Paulo: Bossa Nova Editora, 2006.

SERAPIONI, Mauro. Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa social em saúde: algumas estratégias para a integração. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p.187-192, jul. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csc/v5n1/7089>>. Acesso em: 10 maio 2016.

SOUZA, Ana Célia Rodrigues de. Um olhar mitológico. In: FORTIM, Ivelise (Org.). **The Big Bang Theory e a Psicologia: Não sou Louco! Minha mãe me Testou!.** São Paulo: Homo Ludens, 2014. p. 111-130.

THE Big Bang Theory. [s.i.]: Chuck Lorre Productions, 2007. Son., color. Série 1.

THE Big Bang Theory. [s.i.]: Chuck Lorre Productions, 2008. Son., color. Série 2.

THE Big Bang Theory. [s.i.]: Chuck Lorre Productions, 2009. Son., color. Série 3.

THE Big Bang Theory. [s.i.]: Chuck Lorre Productions, 2010. Son., color. Série 4.

THE Big Bang Theory. [s.i.]: Chuck Lorre Productions, 2011. Son., color. Série 5.

THE Big Bang Theory. [s.i.]: Chuck Lorre Productions, 2012. Son., color. Série 6.

THE Big Bang Theory. [s.i.]: Chuck Lorre Productions, 2013. Son., color. Série 7.

THE Big Bang Theory. [s.i.]: Chuck Lorre Productions, 2014. Son., color. Série 8.

THOMPSON, John B.. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

THORNTON, Sarah. **Club cultures. Music, media and subcultural capital**. Connecticut: Wesleyan University Press, 1996.

TOCCI, Jason. **The well-dressed geek: Media appropriation and subcultural style**. Massachusetts: MIT, 2007.

TONDATO, Marcia P.; ABRÃO, Maria Amélia P.; MACEDO, Diana Gualberto de. Ficção e realidade televisivas: O caminhar pela cultura e o encontro com a telenovela. In: TONDATO, Marcia Perencin; BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). **A Telenovela nas Relações de Comunicação e Consumo: Diálogos Brasil e Portugal**. Jundiaí: Paco Editorial, 2013. p. 149-204.

WARNER CHANNEL. **The Big Bang Theory**. Disponível em: <<http://www.warnerchannel.com/br/thebigbangtheory>>. Acesso em: 09 maio 2016.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Questionário sobre séries

Ao responder este questionário, você está colaborando para uma pesquisa desenvolvida para o PPGCOM da UFC. Seus dados e respostas serão mantidos em anonimato e serão utilizados apenas para finalidade acadêmica. As perguntas levam, no máximo, 10 minutos para serem respondidas. Ao prosseguir, você está concordando com o proposto acima. Agradecemos o seu tempo para participar da nossa pesquisa.

*Obrigatório

Seção: Perfil demográfico

1. Sexo * (marcar apenas uma opção)

Feminino

Masculino

2. Idade * (marcar apenas uma opção)

Até 18 anos

18 a 25 anos

26 a 30 anos

31 a 35 anos

36 a 40 anos

41 a 45 anos

46 a 50 anos

Acima de 50 anos

3. Qual é a sua renda? * (marcar apenas uma opção)

Salário mínimo atual: R\$ 880

Até um salário mínimo

De um a dois salários mínimos

- De dois a três salários mínimos
- De três a cinco salários mínimos
- Acima de cinco salários mínimos
- Não tenho renda própria

4. Onde você mora? * (marcar apenas uma opção)

- Outro país
- Acre
- Alagoas
- Amapá
- Amazonas
- Bahia
- Ceará
- Distrito Federal
- Espírito Santo
- Goiás
- Maranhão
- Mato Grosso
- Mato Grosso do Sul
- Minas Gerais
- Pará
- Paraíba
- Paraná
- Pernambuco
- Piauí
- Rio de Janeiro
- Rio Grande do Norte
- Rio Grande do Sul
- Rondônia
- Roraima
- Santa Catarina
- São Paulo

- Sergipe
- Tocantins

5. Com quem você mora? * (marcar apenas uma opção)

- Sozinho
- Com os pais
- Com o cônjuge
- Com amigos
- Outro. Qual?

6. Qual é a sua escolaridade? * (marcar apenas uma opção)

- Ensino fundamental completo
- Ensino médio completo
- Ensino superior em andamento
- Ensino superior completo
- Pós-graduação completa

Seção: Perfil sociocultural

Nesta seção, queremos saber mais sobre o que você costuma consumir.

7. Quais dos itens abaixo você costuma consumir? * (Marque todas que se aplicam)

Se você não consumir nenhum, marque a opção Outros e insira “nenhum” no campo de resposta.

- Séries
- Filmes
- Quadrinhos
- Livros
- Figuras de ação
- Jogos de tabuleiro
- Videogames

() Outro. Qual?

8. Quanto você costuma gastar por mês com estes produtos? * (marcar apenas uma opção)

() De R\$ 0 a R\$ 30

() De R\$ 31 a R\$ 50

() De R\$ 51 a R\$ 75

() De R\$ 76 a R\$ 100

() Acima de R\$ 100

9. Com qual frequência você assiste a séries? * (marcar apenas uma opção)

() Diariamente

() De 2 a 3 vezes por semana

() Uma vez por semana

() A cada 15 dias

() Não assisto a séries (caso essa opção seja marcada, enviar o respondente para a pergunta 27).

Seção: Séries favoritas

Cite suas 5 (cinco) séries favoritas, em ordem de preferência.

Pode ser séries em exibição no momento, que já foram concluídas ou que foram canceladas.

10. Série em 1º lugar: *

11. Série em 2º lugar: *

12. Série em 3º lugar: *

13. Série em 4º lugar:

14. Série em 5º lugar:

Para as perguntas abaixo, considere a série que você colocou como 1o lugar.

Se você não assiste atualmente a esta série, considere o período no qual você a assistia.

15. Por onde você assiste a esta série? * (marcar apenas uma opção)

Se você assiste à série por mais de uma mídia, considere por onde você MAIS assiste.

- TV a cabo
- TV aberta
- Netflix
- Internet (download ou streaming gratuito)
- DVD
- Outro. Qual?

16. Como você prefere/costuma assistir a esta série? * (marcar apenas uma opção por linha)

	Dublado em português	Áudio original com legenda	Áudio original sem legenda
Prefiro assistir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costumo assistir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Seus amigos e/ou família assistem esta série? * (marcar apenas uma opção)

- Amigos
- Família
- Os dois
- Nenhum dos dois
- Não sei

18. Com quem você geralmente assiste a esta série? * (marcar apenas uma opção)

- Sozinho
- Com a família ou cônjuge
- Com amigos presencialmente (todos assistem ao mesmo tempo no mesmo lugar)

Com amigos conectados online (todos assistem ao mesmo tempo em lugares diferentes)

Outro. Qual?

19. Você costuma assistir aos episódios mais de uma vez? * (marcar apenas uma opção)

Sim

Não

20. Qual é o seu personagem favorito na série? *

21. Qual é o seu personagem menos favorito na série? *

22. Você se identifica com algum personagem na série? * (marcar apenas uma opção)

Vê em algum personagem alguma característica sua ou acha ele parecido com você?

Sim

Não

23. Se você marcou sim na pergunta anterior, quem é este personagem e por que você se identifica com ele?

24. Você diria que algum personagem desta série pode ser considerado nerd? * (marcar apenas uma opção)

Sim

Não

25. Se você tiver marcado sim, identifique quem é este personagem.

26. Você assiste ou já assistiu à série The Big Bang Theory? * (marcar apenas uma opção)

- () Sim, acompanho a série. (caso essa opção seja marcada, enviar o respondente para a pergunta 30).
- () Sim, mas deixei de acompanhar. (caso essa opção seja marcada, enviar o respondente para a pergunta 29).
- () Assisti a poucos episódios, mas não acompanho. (caso essa opção seja marcada, enviar o respondente para a pergunta 28).
- () Nunca assisti. (caso essa opção seja marcada, enviar o respondente para a pergunta 28).

Seção: Por que você não assiste a séries?

27. Por que você não assiste a séries? * (marcar apenas uma opção)

- () Não me interessa
- () Não consigo acompanhar
- () Esqueço de assistir
- () Me desanimo com a grande quantidade de episódios
- () Me desanimo com grande quantidade de séries disponíveis
- () Outro. Qual?

Encaminhar o respondente para a pergunta 48.

Seção: The Big Bang Theory

28. Por que você não assiste ou acompanha a série The Big Bang Theory? * (marcar apenas uma opção)

- () Não me interessa pelo tema
- () Não gosto de sitcoms
- () Não vou conseguir acompanhar a quantidade de episódios
- () Já assisto muitas séries
- () Outro. Qual?

Encaminhar o respondente para a pergunta 48.

29. Por que você deixou de acompanhar The Big Bang Theory? * (marcar apenas uma opção)

- A história ficou desinteressante
- Os personagens ficaram sem graça
- Achei a série repetitiva
- Achei a série muito estereotipada
- Esqueci de acompanhar
- O horário de exibição não é compatível com a minha rotina
- Outro. Qual?

Encaminhar o respondente para a pergunta 30.

30. Quais temporadas você assistiu de TBBT? * (marque todas que se aplicam)

- 1^a
- 2^a
- 3^a
- 4^a
- 5^a
- 6^a
- 7^a
- 8^a
- 9^a
- Não sei

31. Das temporadas às quais você assistiu, qual foi a sua favorita? * (marcar apenas uma opção)

- 1^a
- 2^a
- 3^a
- 4^a

- 5ª
- 6ª
- 7ª
- 8ª
- 9ª
- Não sei

32. Qual é o seu personagem favorito em TBBT? * (marcar apenas uma opção)

- Sheldon
- Leonard
- Penny
- Howard
- Raj
- Amy
- Bernadette
- Kripky
- Nenhum
- Outro. Qual?

33. Qual é o seu personagem menos favorito em TBBT? * (marcar apenas uma opção)

- Sheldon
- Leonard
- Penny
- Howard
- Raj
- Amy
- Bernadette
- Kripky
- Nenhum
- Outro. Qual?

34. Você se identifica com algum personagem em TBBT? * (marcar apenas uma opção)
Vê em algum personagem alguma característica sua ou acha ele parecido com você?

- Sheldon
- Leonard
- Penny
- Howard
- Raj
- Amy
- Bernadette
- Kripky
- Nenhum
- Outro. Qual?

35. Você se imagina como um novo personagem em TBBT? * (marcar apenas uma opção)

- Sim
- Não

36. Você acha que os quatro personagens principais (Sheldon, Leonard, Raj e Howard) são nerds? * (marcar apenas uma opção)

- Sim
- Não
- Não sei

37. Justifique sua resposta acima.

38. Você acha que os nerds da “vida real” são como os personagens principais da série? * (marcar apenas uma opção)

- Sim
- Não

Não sei

39. Justifique sua resposta acima.

Seção: como você assiste à The Big Bang Theory

40. Por onde você assiste a TBBT? * (marcar apenas uma opção)

TV a cabo

TV aberta

Internet (download ou streaming gratuito)

DVD

Outro. Qual?

41. Como você prefere/costuma assistir a TBBT? * (marcar apenas uma opção por linha)

	Dublado em português	Áudio original com legenda	Áudio original sem legenda
Prefiro assistir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costumo assistir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

42. Seus amigos e/ou família assistem a TBBT? * (marcar apenas uma opção)

Amigos

Família

Os dois

Nenhum dos dois

Não sei

43. Com quem você geralmente assiste a TBBT? * (marcar apenas uma opção)

Sozinho

Com a família ou cônjuge

Com amigos presencialmente (todos assistem ao mesmo tempo no mesmo lugar)

Com amigos conectados online (todos assistem ao mesmo tempo em lugares diferentes)

Outro. Qual?

44. Você costuma assistir aos episódios mais de uma vez? * (marcar apenas uma opção)

Sim

Não

45. Você acha que existe alguma série semelhante à TBBT? * (marcar apenas uma opção)

Sim

Não

46. Se você marcou sim na pergunta acima, qual seria esta série?

47. Você assiste a esta série semelhante? * (marcar apenas uma opção)

Sim

Não

Seção: Final

48. Você se considera nerd? * (marcar apenas uma opção)

Sim

Não

49. Justifique sua escolha acima.

Pergunta não obrigatória, mas agradecemos a resposta.

50. Você é considerado nerd pelos outros? * (marcar apenas uma opção)

Sim

Não

51. Justifique sua escolha acima.

Pergunta não obrigatória, mas agradecemos a resposta.