

Cultura Nerd: Identidade e Forma Cultural¹

Anderson Alves da Rocha²

Priscila Kalinke da Silva³

Universidade Metodista de São Paulo / Universidade do Estado de Minas Gerais

RESUMO

O objetivo deste trabalho é apresentar a cultura nerd como uma forma cultural, origem de identificações, ritos e práticas sociais, construído, entre outras fontes, pelos meios de comunicação de massa e seus produtos, como o cinema e a televisão. Assim, será apresentado a caracterização ampla de nerd seu breve histórico nos meios de comunicação, juntamente com as definições de cultura e forma cultural que entendem o processo cultural como a soma de todos os elementos da prática cotidiana, sem hierarquização de seus conteúdos, onde originam-se elementos comuns e ordinários da vida social.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura. Nerd. Estudos Culturais. Identidade

INTRODUÇÃO

A cultura, entendida como conhecimentos adquiridos, ritos e práticas sociais, não é algo estanque. Ela está sempre em formação e transformação interagindo com elementos novos que a reconfiguram. Sua forma está sempre em tensão e o dinamismo é sua característica mais evidente. Cultura, de maneira mais ampla, na concepção de Kellner, pode ser definida como “uma forma de atividade que implica alto grau de participação, na qual as pessoas criam sociedades e identidades” (KELLNER, 2001 p. 11).

Todo processo de criação, em um sentido cultural, é anteposto por uma apreensão de dados existentes na sociedade, que se reconfiguram para reaparecer sob uma nova forma. Essa ideia tem reflexo nas afirmações de Hobsbawm (1984, p. 14), a saber: “às vezes, as novas tradições podiam ser prontamente enxertadas nas velhas; outras vezes, podiam ser inventadas com empréstimos fornecidos pelos depósitos bem supridos do

¹ Trabalho apresentado na DT 8 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2019

² Jornalista, Metres em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Maringá e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. Professor auxiliar do Departamento de Letras, Línguas, Comunicação e Artes da Uemg unidade Frutal. E-mail: anderson.alves.rocha@uemg.br

³ Doutora em Processos Comunicacionais pela UMESP e professora adjunta do Departamento de Letras, Linguística, Artes e Comunicação do UEMG unidade de Frutal/MG. E-mail: priscila.kalinke@uemg.br

ritual, simbolismo e princípios morais oficiais”. As práticas que se reabastecem num repositório cultural criam o dinamismo transformador da cultura e geram novas formas de identificação.

Esse processo é amplificado pelos meios de comunicação de massa. Kellner (2001, p. 9) afirma que a cultura é composta por todos os dispositivos de disseminação massivos, tal como a televisão, rádio e o cinema (entre outros). A participação dos meios massivos acelera a disseminação de novas formas culturais, estimulando novas identificações e novos rituais.

Entretanto, essa mudança, em grande parte, é atrelada à produção massificada de veículos de comunicação que se relacionam com a indústria do entretenimento; porém, mesmo assim, esses produtos não podem ser vistos como tendo menor importância ou credibilidade, já que seus processos geram grande reflexo nas práticas sociais.

Morin (2011, p. 5), ao questionar a visão da Escola de Frankfurt e da Teoria Crítica sobre a cultura de massa, expõe sua relevância naquele contexto, sobretudo porque rompe com alguns paradigmas conceituais do termo. É preciso perceber que “uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida imaginária; ela alimenta o ser semirreal, semi-imaginário que cada um secreta dentro de si [...]”

A definição de cultura proposta por Greame Turner sintetiza o entendimento proposto sobre o tema:

A cultura, conforme pretendo discutir aqui, é um processo dinâmico que produz os comportamentos, as práticas, as instituições e os significados que constituem nossa existência social. A cultura compreende os processos que dão sentido ao nosso modo de vida. (TURNER, 1997, p. 51)

Deste modo, a partir destes pressupostos de cultura, e de como ela se ressignifica e se dissemina pelos meios de comunicação de massa, o objetivo deste trabalho é apresentar o conceito geral de cultura nerd e a sua fundamentação como uma forma cultural e fonte de identificação. Para tornar mais didático, propõem-se, inicialmente, apresentar a cultura nerd, suas características conceituais e históricas.

O nerd – e seus amplos dispositivos de interação e identificação – é participante desta dinâmica cultural, que não pode ser entendido sem um recorte de tempo específico, já que sua transformação através do tempo e do espaço acontece igualmente a outros

grupos culturais. Assim, esse trabalho pretende, ainda, apresentar uma dimensão global deste conceito e como ele se configura como cultura nerd.

Em 2010 o Dicionário Aurélio⁴ ganhou um novo verbete: nerd. A palavra que não era estranha na língua portuguesa abriu espaço em meios mais formais de definição de vocábulos. Em uma procura em sites de busca na internet, a definição do termo é geralmente semelhante, isto é, define pessoas interessadas em tecnologia, com inteligência acima da média, facilidade para os estudos e interesse em elementos mais fantásticos da cultura pop (heróis, ficção científica e fantasia). Nos Estados Unidos, onde a palavra surgiu, está diretamente ligada ao mesmo significado.

A origem do termo está associada a língua inglesa e é sinônimo de *bore*, *dork*, *dweeb* ou *loser*⁵ (chato, bobo, panaca ou perdedor, trad. nossa). Apesar do termo não ser traduzido para o português, pode significar literalmente “estranho” ou “desajeitado”. No Brasil, a mesma ideia já esteve associada ao acrônimo CDF⁶ há algum tempo.

O primeiro uso documentado da palavra foi no ano de 1950, em um livro do cartunista e escritor americano Dr. Seuss⁷, como nome de um personagem considerado estranho/diferente dentro do contexto da narrativa. Existe outra explicação para a expressão, na qual “seu uso como gíria parece datar de 1951, quando a revista *Newsweek* reportou seu uso popular como sinônimo de pessoa ‘quadrada’ ou desinteressante” (FERNANDES; RIOS, 2011, p. 5). Uma outra versão relaciona seu uso a funcionário de um laboratório: “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.” (SILVA, 2016, p. 20).

Porém, para além da origem do termo, a definição da palavra nerd ganhou novos significados e se transformou com o decorrer do tempo. Entre suas características principais, como o interesse pela ciência e pela tecnologia e o consumo de cultura pop – parecem permanecer. Porém, outras distinções deste grupo como, por exemplo, a

⁴ <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/09/aurelio-ganha-nova-versao-com-verbos-como-tuitar-e-blogar.html>, acessado em 01/12/2016.

⁵ Busca feita no site Google Tradutor: <https://translate.google.com.br/?hl=pt-BR#en/pt/nerd>. Acessado em 08/12/2016

⁶ Crânio ou cabeça-de-ferro

⁷ Theodor Seuss Geisel (1904 – 1991) foi um escritor e cartunista norte-americano, mais conhecido por seu pseudônimo, Dr. Seuss. Lançou mais de 60 livros infantis e ganhou o Oscar de melhor Documentário no ano de 1947.

marginalidade dos consumidores desses produtos, o comportamento antissocial e atrapalhado, parecem estar se modificando.

Na cultura pop é possível perceber essa transformação em produtos que tiveram os nerds e/ou a sua cultura como tema principal. Personagens nerds foram apresentados ao público de televisão nos Estados Unidos pelo programa “Saturday Night Live⁸”. Na década de 1980 o ator Bill Murray⁹ interpretou, em um dos quadros, um jovem desajustado que passava por situações constrangedoras. Em “*The Nerds*”:

dois personagens, chamados Todd DiLaMuca e Lisa Loopner, apareceram em diversas 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 (SILVA, 2016, p. 23).

Os atributos físicos e indumentárias característicos dos personagens reapareceram em um filme de 1984, o *Revenge of the Nerds* (A Vingança dos Nerds), que apresentou o mesmo estereótipo inaugurado por Bill Murray. Na narrativa, os calouros da universidade membros da fraternidade¹⁰ *Lambda Lambda Lambda*¹¹ eram representados com todas as mesmas características físicas e psicológicas e no desenvolvimento da trama eram colocados em conflito com outro grupo de universitários: os esportistas, mais adequados aos padrões de beleza do período, eram os “populares”. “Filmes como *A Vingança dos Nerds* (*The Revenge of the Nerds*, 1984) procuravam enquadrar os nerds no modelo hegemônico de masculinidade da época. Daí o embate constante com figuras como o esportista, o popular ou o valentão” (SANTOS, 2014, p. 27)

A dicotomia a partir desses dois estereótipos formou uma percepção geral sobre o que era ser nerd. No filme, os personagens desajustados se destacavam pela inteligência e apresentavam poucos atributos físicos.

⁸ Série televisiva de grande sucesso nos EUA está no ar desde 1975. O programa gira em torno de uma série de sketches parodiando a cultura e a política americana. Diversos atores de Hollywood foram lançados pelo programa. Entre eles: Dan Aykroyd, Jimmy Fallon, Will Ferrell, Eddie Murphy, Bill Murray e Adam Sandler.

⁹ William James Murray (1950 –) é um ator e comediante americano vencedor do Globo de Ouro de 2004 pelo filme *Lost in Translation*.

¹⁰ Fraternidades de estudantes são comuns em universidades e faculdades nos Estados Unidos. As instituições datam de 1770. A mais antiga registrada é a Chi Phi na Universidade de Princeton. Comumente as associações incluem diversas atividades intelectuais, filantrópicas, esportivas e de entretenimento.

¹¹ A Lambda Lambda Lambda (ΛΛΛ ou Tri-Lambs) foi uma fraternidade fictícia até o ano de 2006, quando foi fundada, inspirada no filme que a deu origem, na University of Connecticut.

Não por acaso, *A vingança dos nerds* é ambientado em uma universidade. Isso porque, nesse momento, a imagem do nerd estava quase que exclusivamente vinculada ao ambiente acadêmico/escolar. Ao longo da década de 1980 e das subsequentes, em quase todos os níveis de ensino, tirar ótimas notas ou ser muito introvertido era, em muitos casos, o bastante para ser visto como um nerd. (YOKOTE, 2014, p. 17)

Como o filme reforçava, esse grupo sempre apareceria com destaque negativo, pouco interessante socialmente, marginalizado pelos colegas e buscando identificação nos pares.

Na sequência, ainda nos anos 80, entre outros filmes, algumas produções procuraram dar destaque à figura do nerd e ao seu embate com os estudantes “populares”, se opondo a eles ou tentando um espaço junto ao grupo.

A trama do filme *Gatinhas e Gatões* (*Sixteen Candles*, 1984) gira em torno justamente dessas tensões. Não por acaso o filme retrata o aniversário de 16 anos da personagem principal (a idade das debutantes na cultura norte-americana), além das constantes tentativas frustradas do grupo de nerds, liderados pelo personagem apelidado de “*The Geek*”, em ter contato com garotas e com o mundo adulto. (SANTOS, 2014, p. 22)

Em *Weird Science* (*Mulher Nota 1000*, 1985), outro filme de sucesso nesse período, “dois garotos sem amigos e nenhum traquejo social, humilhados pelos valentões da escola e ignorados pelas garotas decidem criar sua própria mulher ideal com a ajuda de um programa de computador” (SANTOS, 2014, p. 23).

O tema tecnologia, relacionamentos e deslocamento social se repetia nos filmes da década de 1980. Na película *Can't Buy me Love* (*Namorada de aluguel*, 1987), um nerd tenta ascender ao grupo de destaque na escola alugando a garota mais popular como namorada. Em *Three O'Clock High* (*Te Pego Lá Fora*, 1987), o personagem principal, Jerry Mitchel, tem que enfrentar o *bully* da sua escola que agendou para o fim da aula uma briga.

Entre outros exemplos, os filmes representavam personagens que passavam pelos mesmos problemas, com aparência e gostos semelhantes, repetindo os mesmos rituais que se destacam no sistema de *High School* americano tão popularizado pelo cinema de Hollywood.

O cinema, juntamente com a televisão, serviu com grande força para difundir essa identidade pelo mundo. A figura do nerd não emergiu no cinema ou na tv, mas esses dispositivos ajudaram a propagar amplamente as suas características. Os meios de comunicação de massa têm a força para criar e distribuir esses conteúdos.

A imagem em movimento acompanhada por música e efeitos sonoros, além de uma indústria de entretenimento, pode ser entendido como uma prática social, formadora de identidades. Esses meios constituem uma força capaz de emergir a imaginação em um mundo novo. Segundo Edgar Morin, “abarca o real, o irreal, o presente, o vivido, a recordação e o sonho, a um nível mental comum” (MORIN, 1970, p. 242).

Assim, a figura, o consumo, a personalidade, em resumo, a identidade nerd se desenvolveu e se espalhou pelo mundo, empurrada pela indústria do entretenimento, criando identificações pelo planeta.

Anos depois, no começo deste século, outras figuras apareceram evocando algumas características difundidas pela idiosincrasia desse grupo e ampliando a imagem e tipos que compõem a figura nerd. Como produtos de grande repercussão midiática pode-se destacar duas obras: a série de televisão *The Big Bang Theory* (TBBT) e a franquia de cinema – baseada em obras de história em quadrinhos – Universo Cinematográfico Marvel (UCM).

TBBT é uma *sitcom*¹² americana. Hoje considerada a de maior sucesso e audiência nos Estados Unidos.

Com média de treze milhões de espectadores nos Estados Unidos, sendo também exibida em outros setenta países, incluindo Brasil, Albânia e Venezuela (BEAHM, 2011, p.17). A série é também sucesso de crítica, está confirmada na grade da emissora CBS até a décima temporada e acumula quarenta e cinco prêmios, entre os quais um Globo de Ouro”. (OLIVEIRA, 2016, p. 1)

¹² Abreviatura da expressão inglesa *situation comedy* ("comédia de situação", tradução livre), é usado para designar uma série de televisão com personagens comuns onde existem uma ou mais histórias de humor encenadas em ambientes comuns como família, grupo de amigos, local de trabalho. São comuns e de grande sucesso da grade televisiva dos EUA. Tem duração média de 30 minutos. Exemplos recentes incluem *Friends*, *Two and a Half Man*, *How I Met your Mother* e *Modern Family*.

A série apresenta o dia a dia de quatro cientistas da *Caltech*¹³ (Sheldon Cooper¹⁴ é físico teórico, Leonard Hofstadter¹⁵ é físico experimental, Rajesh Koothrappali¹⁶ é astrofísico e Howard Wolowitz¹⁷ é engenheiro e astronauta que têm uma vida mergulhada em elementos populares da cultura nerd - tecnologia, história em quadrinhos, ficção científica, fantasia -, possuem carreiras de sucesso em seus respectivos campos, mas tentam se encaixar numa vida social ordinária, com problemas de relacionamento, família e atividades sociais e geral.

Os personagens representam uma evolução nos estereótipos, se comparados aos filmes dos anos 1980, sobretudo na indumentária. Mas a maior quebra com as primeiras representações se dá com a fase da vida exposta na tela. Agora não são mais adolescentes na escola ou universidade. Os nerds da série são adultos de sucesso (a menção a grandes feitos na área da física e engenharia de todos eles nos episódios) que, em certa medida, representam o futuro que os personagens de 30 anos atrás buscavam em suas carreiras profissionais.

Outra mudança proposta para a identidade nerd pela série de televisão está ligada aos relacionamentos sociais e amorosos dos membros do grupo. A quinta protagonista do seriado é Penny¹⁸ (única personagem sem um nome, já que Penny costuma representar um diminutivo, e sem sobrenome).

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”, com sua falta de adequação ao universo no qual os outros personagens estão inseridos. (SILVA, 2016, p. 89)

A garota loira gera um contraste com seus interlocutores. Ela não faz parte daquele universo e representa uma massa de espectadores que também não tem relação com o

¹³ Instituto de Tecnologia da Califórnia (*California Institute of Technology*) é uma universidade privada norte-americana, localizada em Pasadena na Califórnia. Comumente citada como uma das melhores universidades na área de tecnologia do mundo. Entre seus alunos, ex-alunos e professores constam 34 ganhadores do Prêmio Nobel. <https://www.caltech.edu/content/caltech-glance>, acessado em 09/12/2016

¹⁴ É vivido pelo ator Jim Parsons (1973 –) que venceu 4 premiações do Emmy e um Globo de Ouro por interpretar o personagem.

¹⁵ Interpretado pelo ator belga-americano Johnny Galecki (1975 –).

¹⁶ O personagem indiano é vivido pelo ator britânico Kunal Nayyar (1985 –).

¹⁷ Simon Helberg (1980 –) é um ator de televisão e comediante do gênero *stand up*.

¹⁸ Interpretada pela atriz Kaley Cuoco (1985 –)

mundo nerd, mas que com o passar do tempo começaram a adotar, mesmo que sem total entendimento do tema, aquele universo. No decorrer da narrativa os personagens de Penny e Leonard e iniciam e terminam diversas vezes um relacionamento amoroso que culmina com o casamento no final de 8ª temporada.

Essa relação representa a mudança de paradigma tão almejado pelos personagens nerds da cultura pop do cinema e da televisão. Penny se interessa pelo nerd, apesar de sua estranheza social. Um cartaz de divulgação do seriado mostra no topo da arte, a frase: “*Smart is the new sexy*”¹⁹ (Inteligência é o novo sexy, trad. nossa). *The Big Bang Theory* dá um novo espaço ao nerd. Eles são estranhos e desajeitados, mas respeitados profissionalmente e interessantes sexualmente. Essa uma nova imagem que busca novas identificações.

Essa diferenciação faz parte do processo de cultura. Ela não é estanque. E os produtos culturais, principalmente dos meios de comunicação massivos, mesmo que por interesses ligados ao capital, exprimem esse dinamismo.

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 constante mudança, acelerado especialmente nas últimas décadas com o desenvolvimento e consolidação dos meios de comunicação de massa e das novas tecnologias de comunicação. (SILVA, 2016, p. 47)

Pensando no caráter dinâmico que a cultura assume, cabe aqui falar da ideia de performatividade de George Yúdice (2004), que

[...] se refere aos processos pelos quais identidades e entidades da realidade social são constituídas pelas repetidas aproximações dos modelos gerais, bem como por aqueles ‘resíduos (exclusões constitutivas) que são insuficientes. [...] à medida que a globalização se aproxima de culturas diferentes para contato mútuo, ela aumenta o questionamento das normas e, com isso, instiga a performatividade (YÚDICE, 2004, p 53).

¹⁹ Pode ser visualizado em: <http://migre.me/vIzbq>, acessado em: 09/12/2016

Outro exemplo desta mudança da identidade nerd que foi impulsionada pela produção industrial do cinema e da televisão está presente no Universo Cinematográfico Marvel.

Em 2008, a empresa iniciou o MCU (Universo Cinematográfico Marvel) com o filme *Homem de Ferro* (Jon Favreau, 2008), a proposta era de que todos os filmes da empresa a partir de então estivessem conectados em um mesmo universo cinematográfico. As histórias eram entrelaçadas, como por exemplo, em um filme do *Homem de Ferro*, sempre tinha referências ao filme *Thor*, obedecendo uma linha do tempo bem definida. Todos os filmes se interligavam de algum modo. Até que houve o estopim, quando foi lançado o filme *Os Vingadores* (Joss Whedon, 2012) onde todas as histórias se ligavam em um único longa, com os super-heróis de todos os outros filmes lançados avulsamente. (GOMES; THEORGA; COSTA, 2016, p. 10)

Além da novidade no que diz respeito às técnicas narrativas do cinema, da mobilização financeira criada pelos filmes, e na disponibilização para um grande público, por meio da principal máquina de produção cultural – o cinema –, de um dos objetos mais representativos do universo nerd, os heróis de histórias em quadrinhos, o MCU apresentou ao mundo um novo perfil de nerd, o personagem Tony Stark.

O herói *Homem de Ferro/Tony Star* é representado por Robert Downey Jr.²⁰ desde seu primeiro filme em 2008. O ator interpretou o personagem em diversas outras películas do Universo Cinematográfico Marvel: *O Incrível Hulk* (2008), *Homem de Ferro 2* (2010), *Os Vingadores* (2012), *Homem de Ferro 3* (2013), *Vingadores: A Era de Ultron* (2015) e *Capitão América: Guerra Civil* (2016).

O personagem carismático trouxe o ator de volta ao estrelato tornando-o a principal referência no MCU. Entretanto, por mais que não seja o foco da narrativa, Tony Stark é um nerd. Seus problemas antissociais, manias e compulsões que tendem ao transtorno obsessivo compulsivo (TOC), o amor pela tecnologia e elementos da cultura pop como rock n' roll, por exemplo, apresentaram no cinema um novo perfil de nerd. O personagem representa a nova versão, nova imagem refletida no cinema e na TV, ou seja, do deslocado socialmente, sobretudo por causa da dedicação, estudo e inteligência, é agora a figura de destaque. “Ele representa, assim, o ‘sonho’ daquele que se imagina como

²⁰ Robert John Downey, Jr. (1965 –) é um ator e músico americano. Venceu o Globo de Ouro de 2010 pelo filme *Sherlock Holmes* e foi indicado ao Oscar de melhor ator em 1992 ao interpretar Charlie Chaplin no drama de Hollywood “Chaplin”

sendo o estereótipo do nerd: ser reconhecido por suas capacidades intelectuais, ter habilidades de relacionamentos sociais e amorosos e ser admirado pela sociedade”. (SILVA, 2016, p. 43).

Esse novo perfil desloca-se da produção midiática transformando a cultura ao seu redor. O novo caráter é aceito, contestado, debatido e algumas vezes rejeitado. Porém, há sempre uma ressignificação de conteúdos pré-existentes forçados por uma nova forma cultural.

Para isso, o cinema é um mecanismo poderoso. Por meio de sua ação, a imagem em movimento reflete a troca mental entre o público e o mundo. Uma assimilação intelectual de conhecimento, informação e consciência.

Tudo, efetivamente, penetra em nós, se conserva se antevê e comunica por meio duma série de imagens impregnadas de imaginário. Este complexo imaginário, que assegura e ao mesmo tempo perturba as participações, produz uma secreção placentária, que nos envolve e nos alimenta. Mesmo em estado de vigília, e mesmo fora do espetáculo, o homem caminha, solitário, envolto por uma nuvem de imagens, pelas suas “fantasias” (MORIN, 1970, p. 247)

O “homem real” não pode ser separado do imaginário. Essa matéria prima fornecida pelo cinema funciona como base para a construção deste homem. O cinema não é soberano na formação de valores individuais, há sempre que se considerar as mediações realizadas pelo sujeito. Não há uma ação de causa e efeito como proposto em outras correntes teóricas, mas é impossível descartar a ação da comunicação de massa sobre a criação das identidades individuais. As imagens refletidas na tela reforça a construção da sua própria realidade no espectador. “É o verdadeiro alicerce de projeções-identificações, a partir do qual o homem, ao mesmo tempo que se mascara, se conhece e se constrói” (p. 250).

Timothy Brennan (1995, p. 122) reforça que o conceito de que a criação e recriação de identidades e identificações depende de “um aparato de ficções culturais nas quais a literatura imaginativa tem um papel decisivo”, tal como foi apresentado até aqui.

A cultura nerd, pode ser entendida como parte de uma cultura de produção massiva, já que “constituí um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e à imaginária, um sistema de projeções e identificações específicas” (MORIN, 2011, p. 6).

Essas ideias encontram respaldo nas discussões de identidade propostas por Stuart Hall. O que o autor define como identidade pós-moderna é representada por essa transformação e esse hibridismo da cultura nerd. “A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2006, p. 13).

Essa formação não pode ser desassociada, neste caso, do consumo. É obvio que a participação desse grupo de identificações tem forte ligação com a indústria do entretenimento. O que, por si só, não o desqualifica, nem como objeto, nem como fenômeno social de ampla repercussão. “A cultura veiculada pela mídia não pode ser rejeitada como instrumento banal da ideologia dominante, mas deve ser interpretada e contextualizada de modos diferentes dentro da matriz dos discursos e das forças sociais concorrentes que a constituem” (KELLNER, 2001, p. 27)

A cultura como recurso explica a criação de estratégias para criar produtos culturais, que constroem, promovem e propagam a identidade cultural, por meio da divulgação de aspectos da culturais dos mais diversos. “Seria realmente cínico qualificar políticas de identidade como uma aberração quando a conveniência da cultura é uma característica óbvia da vida contemporânea” (YÚDICE, 2004, p. 47).

A cultura de produção massiva, ou pop, de onde se alimenta a cultura nerd, deve ser entendido como uma indústria de produção cultural. Nessa perspectiva, podemos entendê-la como uma produtora de “realidades”, distribuindo, por meio da comunicação de massa, um conjunto de bens simbólicos, baseados em recursos culturais, assumindo-se a proposta de Yúdice (2004).

Na visão do autor, a cultura se tornou um recurso, à medida que é utilizada para finalidades diversas, como promoção econômica, política, ou desenvolvimento da cidadania. Para Yúdice, a cultura é utilizada para fortalecer o tecido social. A cultura como recurso é sua utilização para um fim específico. “A maior distribuição de bens simbólicos no comércio mundial (filmes, programas de televisão, música, turismo etc.) deram à esfera cultural um protagonismo maior do que em qualquer outro momento da história da modernidade” (YÚDICE, 2004, p. 26).

Toda a indústria de distribuição de entretenimento e bens culturais – cinema, televisão, quadrinhos, moda, etc. – lançam mão desses recursos como forma de criar e distribuir seus produtos que, por sua vez, são absorvidos e resinificados na audiência,

dando material para a formação das identidades e das identificações. Kellner argumenta que “suas imagens substituem a família, a escola e a igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento” (KELLNER, 2001, p. 27).

É importante ressaltar, porém, que não há aqui um determinismo midiático. A comunicação, como um dos pilares da construção da cultura entra em disputa com a outros pilares, que por sua vez são lidos, avaliados, reavaliados e aceitos ou rejeitados por indivíduos ou grupos. Não há uma relação de causa e efeito, e sim uma construção dinâmica de formas culturais e identificações onde a comunicação tem grande participação, pela abrangência e velocidade. Raymond Williams (1992, p. 13) chamou de “práticas significativas” a relação dos meios de comunicação de massa com a produção cultural, ampliando a ideia da participação mediadora das mídias e abrindo espaço para uma tensão entre os produtos e sua utilização. Para o autor, o que é verdade sobre a cultura é “o fato de jamais ser uma forma em que as pessoas estão vivendo, num certo momento isolado, mas sim uma seleção e organização, de passado e presente, necessariamente provendo seus próprios tipos de continuidade” (WILLIAMS, 1992, p. 182)

Finalmente, esse é o entendimento de prática cultural entendida para propor uma subcultura que cria identificações, prática e ritos, como o caso da cultura nerd. Nessa ideia, é preciso levar em consideração a agilidade e o dinamismo da cultura. Somado ao hibridismo – sua capacidade de somar textos e reaplica-los.

A ‘cultura’ foi redefinida como o processo que constrói o modo de vida de uma sociedade: seus sistemas para produzir significado, sentido ou consciência, especialmente aqueles sistemas e meios de representação que dão às imagens sua significação cultural. O cinema, a televisão e a publicidade tornam-se assim os principais alvos de pesquisa e análise ‘textual’. No âmbito desta pesquisa, a cultura é vista como sendo composta de sistemas de significados interligados. Assim, pode-se começar examinando as tiras de quadrinhos e terminar falando sobre códigos de vestuário nas subculturas urbanas. (TURNER, 1997, p. 48)

Assim, é possível entender que o nerd, seus tipos, ritos, hábitos e consumos criam, com grande participação dos meios de comunicação de massa, uma estrutura de práticas reproduzidas e identificadas que dão a esse grupo a sua unidade. Hall (2003), ao discutir

o processo de comunicação, argumenta que o discurso deve ser posto em prática e produzir efeito. E é esse efeito que foi aqui demonstrado.

REFERÊNCIAS

BRENNAN, Timothy. **The national longing for form**. In: ASCROFT; GRIFFITHS & TIFFIN (Eds). *The post-colonial studies reader*. London: Routledge, 1995

FERNANDES, Luis Flávio; RIOS, Rosana. **Enciclonérdia**. São Paulo: Panda Books, 2011.

GOMES, Carolina de Oliveira; THEORGA, Fernando Didio Silva; COSTA, Rafael Rodrigues da. **A Invasão Das HQ's No Mundo Televisivo e Cinematográfico** – Uma Análise Culturológica e Transmidiática Das Produções De Super-Heróis Da Marvel e DC. *In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo – SP, 2016

GONÇALVES, Maurício R. **Cinema e identidade nacional no Brasil 1898 – 1969**. São Paulo: LCTE Editora, 2011.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

_____. **Da Diáspora: identidade e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UEMG, 2003.

HOBSBAWM, Eric (org). **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro Ed. Paz e Terra, 1997.

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

OLIVEIRA, Érico Fernando de. **Smart is the new sexy: a resignificação do nerd na sitcom The Big Bang Theory**. *In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo – SP, 2016

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**. Vol 1: Neurose. 10 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

_____. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa: Moraes Editores, 1970.

SANTOS, Patrícia Matos dos. **O Nerd Virou Cool: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2014.

SILVA, Soraya Madeira da. **Is nerd the new sexy?** Um estudo sobre a recepção da série televisiva *The Big Bang Theory*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus, 1997.

YOKOTE, Guilherme Kazuo Lopes. **O mundo dos nerds: imagens, consumo e interação**. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora UFMG: 2004.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

NERD CULTURE: IDENTITY AND CULTURAL FORM

Abstract: The objective of this paper is to present the nerd culture as a cultural form, origin of identifications, rites and social practices, built, among other sources, by mass media and its products, such as cinema and television. Thus, the broad characterization of nerd will be presented and its brief history in the media, together with the definitions of culture and cultural form that understand the cultural process as the sum of all the elements of daily practice, without hierarchization of its contents, where they originate common and ordinary elements of social life.

Keywords: Culture. Nerd, Cultural Studies. Identity