

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO  
EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Luis David Falcão Padilha

**A REPRESENTAÇÃO DA CULTURA E IDENTIDADE NERD: UMA  
ANÁLISE PELOS ESTUDOS CULTURAIS NO  
QUADRO MUNDO *GEEK***

Santa Maria, RS  
2017

**Luis David Falcão Padilha**

**A REPRESENTAÇÃO DA CULTURA E IDENTIDADE NERD:  
UMA ANÁLISE PELOS ESTUDOS CULTURAIS NO QUADRO MUNDO *GEEK***

Trabalho de conclusão de graduação apresentada ao Departamento de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Publicidade e Propaganda**.

Orientador: Prof. Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho

Santa Maria, RS  
2017

**Luis David Falcão Padilha**

**A REPRESENTAÇÃO DA CULTURA E IDENTIDADE NERD:  
UMA ANÁLISE PELOS ESTUDOS CULTURAIS DO QUADRO MUNDO *GEEK***

Trabalho de conclusão de graduação apresentada ao Departamento de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Publicidade e Propaganda**.

**Aprovado em 11 de Dezembro de 2017**

---

**Flavi Ferreira Lisboa Filho, Dr. (UFSM)**  
(Presidente/Orientador)

---

**Cassio dos Santos Tomaim, Dr. (UFSM)**

---

**Ada Cristina Machado Silveira, Dra. (UFSM)**

Santa Maria, RS  
2017

## DEDICATÓRIA

*À minha família pelo total apoio ao longo de minha vida, aos meus amigos que viveram aventuras inesquecíveis em nossas partidas de RPG regadas a Pizza e Chimarrão, ao mestre e mentor Tolkien assim como Lovecraft por me agradecerem com suas obras de infinita magnitude e beleza, ao Rock 'n' Roll e todos seus sub-gêneros por ser uma força motriz na labuta da vida, ao Dave Arneson e Gary Gygax por serem os pais do RPG e, finalmente, a todos os Nerds ao redor desta galáxia.*

...

*- No início, Eru, o Único, que no idioma élfico é chamado de Ilúvatar, gerou de seu pensamento os Ainur; e eles criaram uma Música magnífica diante dele. Nessa Música, o Mundo teve início; pois Ilúvatar tornou visível a canção dos Ainur, e eles a contemplaram como uma luz nas trevas. – O Silmarillion*

...

*- A coisa mais misericordiosa do mundo é, segundo penso, a incapacidade da mente humana em correlacionar tudo o que sabe. Vivemos em uma plácida ilha de ignorância em meio a mares negros de infinitude e não fomos feitos para ir longe. – O Chamado de Cthulhu*

## AGRADECIMENTOS

A concretização deste trabalho se deu, em especial, pelo auxílio, compreensão e dedicação de diversas pessoas.

- Ao meu orientador e exemplo, Flavi Ferreira Lisboa Filho, que é uma inspiração e referência de caráter e profissionalismo.

- Aos meus Co-orientadores, Mariana Henriques e Luciomar, pelas excelentes sugestões, correções e pelo carinho. Desejo aos dois o eterno sucesso e fortuna em suas vidas profissionais.

- Aos meus pais, por me proporcionarem um ambiente desprovido de quaisquer restrições, me iluminando com conselhos e suporte.

- Às minhas irmãs, por servirem de exemplo de dedicação, união, profissionalismo e amor.

- Aos meus amigos, por serem uma segunda família e por me proporcionarem conselhos sábios, risadas e muitos anos de alegria.

- Ao Tolkien e Lovecraft, eternos em seus espectros e inspiração diária em minha vida.

- À Universidade Federal de Santa Maria, por me proporcionar ensino magnífico, gratuito e de qualidade.

- E a todas as pessoas que, de uma forma ou de outra, enriquecem minha vida diariamente.

## RESUMO

### **A REPRESENTAÇÃO DA CULTURA E IDENTIDADE NERD: UMA ANÁLISE PELOS ESTUDOS CULTURAIS NO QUADRO MUNDO GEEK**

AUTOR: Luis David Falcão Padilha  
ORIENTADOR: Flavi Ferreira Lisboa Filho

Por muito tempo a cultura e a identidade *Nerd* foram consideradas negativas. Com o passar dos anos, entretanto, essa imagem vem se alterando. Porém ainda são várias as características estereotipadas que são associadas a esse grupo, como possuir poucas habilidades sociais, ser ligado a atividades como jogos de *RPG*, alto intelecto, as representações por apropriação cultural em camisas de super-heróis entre outros elementos. Em base deste contexto, nessa pesquisa questionamos: De que forma é representada a identidade e a cultura *Nerd* no quadro Mundo *Geek* do programa Jornal das Dez do canal de TV a cabo Globo News? Com isso buscaremos compreender também se essa representação contribui para a perpetuação do estereótipo *Nerd*, se há uma atualização na identidade deste grupo ou se há uma resignificação da mesma.

**Palavras-chave:** *Nerd*, Estudos Culturais, Cultura, Identidade, Representação.

## ABSTRACT

### THE NERD'S IDENTITY AND CULTURAL REPRESENTATION: AN ANALYSIS BY THE CULTURAL STUDIES ON MUNDO *GEEK'S* SHOW

AUTHOR: Luis David Falcão Padilha

ADVISOR: Flavi Ferreira Lisboa Filho

In a long time, the *Nerd's* culture and identity were considered negatives. As the years passed by, though, this image has been changing. However, there are many stereotypes still associated to this group, like lacking of social abilities, been related to activities like *RPG* Games, high intellect, the cultural appropriation on super-heroes' shirts and other elements. Based on this context, this research questions: How it's represented the identity and the *Nerd's* culture on Mundo *Geek* Show by Jornal das Dez from Globo News cable TV channel? With it, it's proposed to know, also, if this representation contribute for the perpetuation of the *Nerd's* stereotype, if there is an actualization on this group's identity or if there is a resignification of it.

**Palavras-chave:** *Nerd*, Cultural Studies, Culture, Identity, Representation.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Ilustração da representação do <i>Nerd</i> .....	26
Figura 2 – <i>Comic Con International</i> – 2013.....	27
Figura 3 – Capítulo 1 da 1ª temporada de <i>Stranger Things - The Vanishing of Will Byers</i> .....	30
Figura 4 – Episódio 23 da 6ª temporada do <i>Big Bang Theory</i> – <i>The Love Spell Potential</i> .....	31
Figura 5 – Elenco Original de <i>Big Bang Theory</i> . Da esquerda para a direita: Raj, Sheldon, Penny, Leonard e Howard.....	37
Figura 6 – Camisa do Sheldon do seriado <i>Big Bang Theory</i> em que há uma representação de um dado de <i>RPG</i> de 20 faces.....	37
Figura 7 – Episódio número 1 da primeira temporada do <i>Silicon Valley</i> – <i>Minimum Viable Product</i> .....	38
Figura 8 – Episódio número 1 da primeira temporada do <i>Silicon Valley</i> – <i>Minimum Viable Product</i> – Os Programadores.....	39
Figura 9 – <i>Mouse Razer Deathadder</i> .....	40
Figura 10 – Episódio número 1 da primeira temporada do <i>Silicon Valley</i> – <i>Minimum Viable Product</i> – Exemplo estético de camisa.....	41
Figura 11 – Camisa do Sheldon do seriado <i>Big Bang Theory</i> em que há uma referência ao personagem Flash das histórias em quadrinho e cinema.....	42
Figura 12 – Os personagens da série <i>The IT Crowd</i> . Em ordem da esquerda para a direita: Roy, Moss e Jen.....	43
Figura 13 – Vitrine virtual masculina da loja <i>RedBug</i> .....	46
Figura 14 – O quadro <i>Mundo Geek</i> , episódio sobre as mulheres no universo <i>Gamer</i> .....	49
Figura 15 – O quadro <i>Mundo Geek</i> , episódio <i>Mulheres Gamers</i> , entrevistada Carla Fayad.....	50
Figura 16 – <i>The Long Tomorrow</i> de Dan ‘O Bannon e arte de Moebius.....	50
Figura 17 – Quadro <i>Mundo Geek</i> , episódio sobre <i>RPGs</i> .....	51
Figura 18 – Quadro <i>Mundo Geek</i> , episódio sobre <i>RPGs</i> , Mesa de jogo.....	52
Figura 19 – Ficha do <i>RPG Dungeons &amp; Dragons</i> , Edição 3.5.....	53
Figura 20 – Quadro <i>Mundo Geek</i> , episódio sobre a Criação dos Colecionáveis.....	54
Figura 21 – Quadro <i>Mundo Geek</i> , episódio sobre Miniaturas.....	55



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO:</b> .....	<b>10</b>
<b>2. ESTUDOS CULTURAIS: CULTURA, IDENTIDADE NERD</b> .....	<b>14</b>
2.1.1. A PERSPECTIVA TEÓRICA DOS ESTUDOS CULTURAIS .....	14
2.1.2. O CONCEITO DE CULTURA .....	18
2.1.3 O CONCEITO DE IDENTIDADE .....	20
2.1.4. CULTURA E IDENTIDADE NERD.....	23
<b>3. REPRESENTAÇÕES</b> .....	<b>33</b>
3.1 O CONCEITO DE REPRESENTAÇÃO DE HALL.....	33
3.2 REPRESENTAÇÃO MUDIÁTICA NERD .....	36
<b>4. PERCURSO METODOLÓGICO</b> .....	<b>45</b>
4.1 DESCRIÇÃO DO OBJETO.....	45
4.2 ANÁLISE DA CULTURA: A PERSPECTIVA DE RAYMOND WILLIAMS.....	45
4.3 ANÁLISE CULTURAL MUDIÁTICA: O QUADRO MUNDO GEEK .....	48
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>56</b>
<b>6. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO</b> .....	<b>58</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Três Anéis para os Reis-Elfos sob este céu, Sete para os Senhores-Anões em seus rochosos corredores, Nove para os Homens Mortais fadados ao eterno sono, Um para o Senhor do Escuro em seu escuro trono na Terra de Mordor onde as Sombras se deitam. Um Anel para a todos governar, Um Anel para encontrá-los, Um Anel para a todos trazer e na escuridão aprisioná-los na Terra de Mordor onde as Sombras se deitam. (TOLKIEN, 2000, p. 52).

A poesia, para sempre marcada na mente de milhares de pessoas, que o autor toma por liberdade de começar este trabalho, é uma das mais icônicas obras já escritas em âmbito de romance literário. Quando Tolkien<sup>1</sup> escreveu sua primeira frase em um papel na universidade onde dava aula, que se deu início ao *Hobbit*<sup>2</sup>, toda uma literatura fantástica iria tomar forma nos anos que viriam.

Tais livros, assim como as diversas histórias em quadrinhos, filmes e outras obras culturais sempre fascinaram um grupo específico de jovens. Por muitos anos, tal grupo social sofrera ameaças e humilhações por muitas vezes desumanas por possuírem gostos diferentes das pessoas mais populares de suas escolas, universidades e ambientes de trabalho. Hoje temos uma gama muito rica de exemplos desta identidade. Todas elas giram em torno de conceitos em comum, como o gosto por fantasia representado pelos livros de Tolkien assim como a literatura do universo de Harry Potter<sup>3</sup>, há exemplos, também, a saga dos filmes e livros de *Star Wars*<sup>4</sup>, *Duna*<sup>5</sup>, as literaturas clássicas de horror de Lovecraft<sup>6</sup>, Allan Poe<sup>7</sup>, e demais obras.

---

1 John Ronald Reuel Tolkien (1892 - 1973) foi um veterano de guerra, filologista, professor universitário em Oxford e autor de ascendência Britânica nascido em Bloemfontain na África do Sul, entre suas renomadas obras literárias podem ser citadas O Hobbit, a trilogia de O Senhor dos Anéis, O Silmarillion, Contos Inacabados e Histórias da Terra-Média, assim como diversas traduções de livros da literatura inglesa como, por exemplo, Bewolf.

<sup>2</sup> O livro infanto-juvenil chamado O Hobbit, lançado em 1937, é uma consagrada obra literária publicada por Jonathan Ronald Reuel Tolkien, autor prestigiado da literatura inglesa por criar um universo chamado de Terra-Média o qual se passam diversas aventuras, incluindo um dos capítulos deste mundo em que é desenvolvida a história de Bilbo Baggins, principal personagem da trama em que o título do livro se refere.

<sup>3</sup> Harry Potter é uma saga de sete livros de fantasia publicados por J.K. Rowling que apresenta um universo paralelo em nosso mundo, onde aspirantes a bruxos são convidados para a escola de magia Hogwarts. Seu personagem principal leva o nome do título do livro.

<sup>4</sup> A saga *Star Wars* foi, inicialmente, uma trilogia de filmes de fantasia e ficção criada e dirigida por George Lucas. Hoje já aglomera diversas linhas de produtos, jogos eletrônicos, jogos de tabuleiro, livros e desenhos animados. Atualmente, na saga canônica, somam-se mais de oito filmes, porém há diversas outras obras cinematográficas que falam do mesmo universo.

<sup>5</sup> *Duna* é o primeiro livro dos seis volumes de ficção científica e fantasia espacial lançado no ano 1965 à 1985 por Frank Herbert (1920 - 1986).

<sup>6</sup> Howard Phillips Lovecraft (1890 - 1937) foi um autor de fantasia, ficção científica, horror, suspense e suspense policial nascido em Providence, EUA. Dentre suas obras há O Chamado de Cthulhu, Dagon, A Cor que Caiu do Espaço, A Sombra Sobre Innsmouth, Um Sussurro nas Trevas e A Busca Onírica Por Kadath.

<sup>7</sup> Edgar Allan Poe (1809 - 1849) foi um autor de horror, ficção suspense, suspense policial e literatura gótica nascido em Boston, EUA. Dentre suas obras mais conhecidas há O Corvo, O Gato Preto, e Os Assassinatos da Rua Morgue entre outros.

Nesta introdução foram apresentados apenas alguns produtos que o *Nerd* consome. Porém para sabermos melhor sobre a identidade e a cultura do *Nerd* devemos estudar, também, os *hobbies* deste grupo como o *RPG*<sup>8</sup>, jogos de videogames, os jogos de tabuleiro, coleção de *Action Figures*<sup>9</sup>, entre outros. Mas antes, para podermos conceituar o *Nerd*, é de exímia importância que seja compreendido o que são culturas e o que é identidade para, enfim, passarmos a falar deste grupo social que a cada ano é mais explorado nas grandes telas dos cinemas, nas páginas de livros e nas prateleiras dos *shoppings*.

Justifica-se este trabalho, então, na concepção da compreensão da identidade e cultura como uma gama de interpretações, as quais há, inerente ao ser humano, uma relação de reconhecimento próprio. Analisar uma identidade ou um aspecto cultural é fundamental para compreendermos como a sociedade se apresenta diante dos olhos do mundo. Os costumes e tradições históricos dos povos do Sul da América do Sul são particulares e diferentes em muitos aspectos quando comparados aos Maoris na Nova Zelândia por exemplo. A linha de pesquisa dos Estudos Culturais é um alicerce poderoso quando observado com detalhes neste sentido, pois viabiliza uma análise teoricamente rica e com ferramentas metodológicas capazes de se fazer compreender um grupo social ou uma série de costumes de forma profunda e competente.

O referente trabalho é somado ao esforço e a problematização de um grupo social que está presente ao redor do globo e que tem manifestado de diversas formas. Por muitas vezes, na contemporaneidade, o que antes era *Nerd* virou *POP*. O indivíduo que se adequava a padrões de costumes chamados *Nerd* hoje já é chamado de *Geek*. A popularização dos seriados televisivos, a crescente onda da indústria do videogame, assim como a dos super-heróis nos cinemas, fomenta uma gama gigantesca de produtos dos quais antigamente eram apenas relacionadas aos *Nerds*.

O autor deste trabalho gostaria, nesta justificativa, de comentar sobre seu apreço particular por estes conteúdos, gosto tal que surgiu na infância com videogames, jogos de *RPG*, música e documentários.

---

<sup>8</sup> RPG ou Role *Playing Game*, traduzido livremente como Jogos de Interpretação de Papéis, é um *hobbie* narrativo semi-teatral. Onde os jogadores da mesa interagem com seus respectivos personagens em um universo ficcional conduzido pelo *Mestre* do jogo, derivado do termo inglês *Dungeon Master* que cria e narra a história em conjunto dos jogadores. Atualmente há diversos títulos como a linha *StoryTeller* publicado pela *White Wolf*, O Chamado de Cthulhu publicado originalmente no Brasil pela editora Terra Incógnita, e o mais famoso dos títulos chamado de *Dungeons & Dragons*.

<sup>9</sup> *Action Figure* é um termo designado para brinquedos que se assemelham a bonecos. Este título reside em uma categoria diferente dos brinquedos comuns devido sua alta fidelidade com os personagens representados no cinema, literatura e jogos de videogames. Normalmente são utilizados como peça decorativa, podendo ser avaliados entre 20,00\$ Dólares chegando até mais de 200.000,00\$ Dólares. Um dos *Action Figures* mais caros do mundo reside no personagem G.I. Joe de 1693, com preço estimado em 200.000,00\$ Dólares vendido a um colecionador pelo site de vendas *E-bay*.

A cultura e a identidade *Nerd* se fazem presentes hoje mais do que nunca e o que muitos dizem como 'cultura *pop*', talvez por apaziguar o termo *Nerd* que a muito tempo vinha sendo visto de forma pejorativa, está em vigor em séries, filmes, livros, música, e sua representação é estampada até mesmo em camisetas de lojas especializadas. Ao trabalhar sobre este tema, que flerta com paixão pessoal e interesse científico de compreender como se dá esta identidade e observar a transformação de grupo minoritário a status de glamourização atual, seria necessário apresentar referenciais bibliográficos que possam sustentar estas análises. Os trabalhos que utilizam a identidade ou a cultura do *Nerd* estão em processo de amadurecimento quando comparado a outros objetos de pesquisa.

Há uma significativa ausência de trabalhos que falem sobre este grupo especificamente, trazendo à tona uma força motriz para que esta pesquisa seja apresentada. Ao realizar o estado da arte foram encontrados trabalhos de grande poderio científico, porém, ainda assim, poucos o fazem sob a perspectiva identitária, visando à compreensão do *Nerd* como uma vertente cultural. Portanto é indispensável buscar nas referências os aportes teóricos que estão disponíveis e que fletam com o tema. Há, por exemplo, dissertações como “O mundo dos *Nerds*: imagem, consumo e interação”, e “Entre Games, RPG’s e outras nerdices: Consumo e Sociabilidade no circuito dos *Nerds* em Belém”.

Salienta-se que o consumo é um dos conceitos chave em ambos trabalhos, porém o questionamento sobre a identidade e quem são estes ditos ‘*Nerds*’, utilizando-se dos Estudos Culturais, ainda é um conceito pouco explorado.

A partir de tal estado da arte, pôde-se contemplar outros trabalhos de maior relevância científica transitando entre teses e livros, buscando em Stuart Hall (2016) os conceitos chave para compreender a representação e a cultura como em seu livro, publicado pela Editora PUC ‘Cultura e Representação’. Dentro do conceito de Estudos Culturais, em especial os teóricos Latino-Americanos, buscou-se em Escosteguy importantes questões sobre esta linha de estudos.

Dos super-heróis dos quadrinhos, aos jogos de tabuleiro e *RPG*, esta identidade vem sendo apresentada de diversas formas pelas mídias. Os *Nerds* sempre foram pessoas de gostos particulares, hoje hipervalorizados, por serem figuras por muitas vezes exploradas midiaticamente por seu mercado em abundância, porém, nem sempre foi desta forma. A popularização dos eventos como CCXP, *ComicCon Experience* entre outros, e com a figuração de séries como *The Big Bang Theory*, além da produção de filmes baseados em livros adorados por este grupo social como a saga O Senhor dos Anéis, O Hobbit, assim como Harry Potter, tal grupo ganhou status identitário *Cult*. Hoje é muito valorizado os signos que fomentaram a identidade deste grupo onde, no passado, era comum o sofrimento de abusos psicológicos.

Portanto este estudo visa compreender os fenômenos que permeiam esta identidade à muito ofendida e hoje supervalorizada, seus costumes interpessoais e os gostos convergentes e divergentes desta estrutura social cada vez mais emergente.

Portanto neste trabalho deu-se a escolha do quadro *Mundo Geek*, apresentada durante as segundas-feiras no programa *Jornal das Dez* do canal de TV a cabo Globo News. Este objeto por si só traduz uma gama de referenciais que são de fácil entendimento ao público que obtiver interesse nesta pesquisa sendo observado o modo como é representada a identidade *Nerd* nesta coluna. Para que esta questão seja respondida, a presente pesquisa visa identificar quais são os componentes culturais e identitários que fazem parte da cultura *Nerd*, suas especificidades, e de que modo são abordados midiaticamente o comportamento deste grupo social. Para tal, opta-se por reconhecer os elementos utilizados para representar a cultura *Nerd* neste produto midiático, onde o apresentador Cadu Novaes aborda as diversas temáticas que envolvem esta identidade referenciando a representação, também, nas séries televisivas que utilizam como personagens o grupo identitário *Nerd*.

Dessa forma, para melhor respondermos os questionamentos propostos, a presente pesquisa será dividida em seis capítulos. Será pesquisado a compreensão da perspectiva teórica dos Estudos Culturais e a abordagem do conceito de cultura, assim como o conceito de identidade. A partir disto será fomentado o conceito de cultura e identidade *Nerd*, por fim a análise cultural dentro da metodologia e as considerações finais.

Durante o aporte teórico dos Estudos Culturais, será identificado seus principais autores, suas ideias em relação a esta corrente acadêmica e sua funcionalidade para esta pesquisa. O conceito de cultura está interligado aos estudos culturais, para isto será dado ênfase na questão e na exemplificação deste tópico, afim de sustentar as análises culturais apresentadas neste trabalho. A categoria identidade está intrínseca neste estudo, pois é a partir dos conceitos dos Estudos Culturais que serão fomentadas as bases que apresentam os elementos capazes de categorizar uma manifestação social sob o prisma do que é identidade. No que diz respeito a cultura e identidade *Nerd*, serão utilizados todos os aportes teóricos já apresentados, seguido de suas metodologias e análises para contemplar quem são e de que forma são apresentadas a identidade deste público, respondendo assim, as problematizações e questionamentos apresentados no trabalho pelo viés da representação.

## 2. ESTUDOS CULTURAIS: CULTURA, IDENTIDADE *NERD*

Compreender o campo de estudos culturais é de fundamental importância para este trabalho, já que é um dos pilares que sustentam a discussão em torno do objeto empírico de pesquisa. Ainda, não se pode falar de cultura ou de identidade sem estabelecer alguns conceitos básicos para o entendimento completo deste trabalho.

### 2.1.1 A PERSPECTIVA TEÓRICA DOS ESTUDOS CULTURAIS

Parafraseando Richard Johnson (2006), “O que é, afinal, Estudos Culturais?”. Pode-se gerar debates a partir de uma simples pergunta, porém, como é possível exemplificar termos complexos e vastos em um simples ajustar de contextos?

Primeiramente tem-se que compreender que os Estudos Culturais são um expoente da crítica do antigo marxismo, onde as vertentes históricas e literárias eram as principais vertentes (JOHNSON, 2006). Entende-se que este tema é um conceito complexo pois, segundo Johnson:

Existem versões distintivamente literárias e versões distintivamente sociológicas ou históricas dos Estudos Culturais, exatamente da mesma forma que existem abordagens que se distinguem por sua parcialidade teórica. Isto não teria importância se uma disciplina ou problemática única pudesse apreender os objetos da cultura como um todo, mas este não é minha opinião, o caso. (2006, p.18-19).

Com isto temos que, seguindo esta lógica, compreender que a cultura está presente em diversos aspectos, sejam eles sociais ou históricos. E pode-se ainda afirmar que tais estudos irão dar-nos uma gama de conceitos e ferramentas para podermos abranger olhares diversos para múltiplos conceitos que envolvem o indivíduo em sociedade.

Após esta breve introdução, deve-se ressaltar que, iniciado no final da década de 1950, os alicerces dos estudos culturais se baseiam originariamente na Europa, em especial no Reino Unido, com autores como Richard Hoggart (1918 – 2014) Raymond Williams (1921 – 1988) e Edward Thompson (1924 – 1993), fundadores do *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* - CCCS, na Inglaterra. De acordo com Stuart Hall (2003, p. 133) os três pensadores buscam com que seus leitores atentem para a tese de que, concentradas na palavra cultura, existem questões diretamente propostas pelas grandes mudanças históricas que as modificações na indústria, na democracia e nas classes sociais representam de maneira própria.

Ainda, aos três principais fundadores, se junta Stuart Hall, que substituiu Hoggart na direção do Centro entre 1969 e 1979. De acordo com Storey:

[...] o que os une é uma abordagem que insiste em afirmar que através da análise da cultura de uma sociedade – as formas textuais e as práticas documentadas de uma cultura – é possível reconstituir o comportamento padronizado e as constelações de idéias compartilhadas pelos homens e mulheres que produzem e consomem os textos e as práticas culturais daquela sociedade. É uma perspectiva que enfatiza a “atividade humana”, a produção ativa da cultura, ao invés de seu consumo passivo (*apud* ESCOSTEGUY, 2001, p.32).

Ou seja, buscavam compreender a cultura através dos movimentos sociais da época, sob o ponto de vista teórico, buscando construir um novo campo de estudos de caráter interdisciplinar pois se compreende nestes processos culturais que os fenômenos são interdependentes e não isolados.

Dessa forma, primeiramente, visavam os conceitos relacionados entre cultura, poder e as relações sociais. Com isso buscam abranger toda uma gama de estudos estruturados em torno destes aspectos e que até então não eram trabalhados e valorizados. Dessa forma, de acordo com Hohlfeldt (2000, p. 171) o que os estudos culturais buscavam fazer é vincular os estudos iniciais do centro a três vertentes: as relações sociais e de classe, a cultura e seu envolvimento com o poder, e a cultura enquanto campo não autônomo, mas local de disputas sociais.

Ou seja, os estudos culturais acreditam que a cultura não pode ser explicada e determinada apenas por uma dimensão econômica, já que a sociedade é um todo complexo e que são vários os fatores que a compõe. Dessa forma, os aspectos fundamentais a respeito dos estudos culturais envolvem esta complexa rede de informações que permeiam o indivíduo em seu papel social.

Com isto temos uma gama de razões para compreender onde está inserido este cidadão, em quais redes de sociabilidade ele se insere e qual seu papel como produtor cultural em seu ambiente de vida. Dizemos, então, que os estudos culturais passaram a ressaltar os nexos existentes entre a investigação e as formações sociais, e os locais onde é desenvolvida. Com isto, compreendemos o contexto cultural onde nos encontramos, para Escosteguy:

A questão da relação entre práticas culturais e outras práticas em formações sociais definidas, isto é, a relação do cultural com o econômico, político e as instâncias ideológicas, pode ser considerada enquanto um questionamento-chave na construção da tradição dos estudos culturais (2001, p.67).

Portanto estas ideias que são tomadas pelos estudos culturais, baseados nos seus principais pensadores, trazem a questão da cultura como um processo natural. A proposta de

pensar destes estudos dá luz a objetos, conceitos e comportamentos que antes não eram abordados com estes vieses. Segundo Williams:

Mas também é preciso reconhecer (iii) o substantivo independente e abstrato que descreve as obras e as práticas atividade intelectual e, particularmente, artística. Com frequência, esse parece ser hoje o sentido mais difundido: **cultura** é música, literatura, pintura, escultura, teatro e cinema (2007, p.121).

Este pensamento entra em concomitância com a ideia de que a produção humana, indiferente ao seu espectro delimitador, é uma produção de cultura. Para tal, pode-se observar que, enquanto pensamos que o indivíduo gera cultura em seu ambiente social, e que suas redes sociais determinam o espaço cultural onde ele está inserido, vimos também que a ideia de cultura é apreciada e observada pelos espectros das belas artes. Porém não se deve descartar a ideia de que as diversas manifestações humanas, mesmo não estando envolvidas nos espectros das artes, sejam cultura.

Tendo em vista as relações entre os estudos culturais e a nova roupagem ao conceito de cultura, ressalta-se que este viés abrange um critério mais social e difundido também pelas ideias das artes. É importante salientar que os conceitos utilizados na fomentação dos estudos se aproximam das difundidas pelo pensador alemão Karl Marx<sup>10</sup>, ou seja, há de se observar a cultura pelas as classes populares também, pois estes se contrapunham à uma única dominação cultural. Todavia, os conceitos marxistas utilizados pelos vieses dos estudos culturais não buscavam a ele como uma ferramenta mais ortodoxa, e sim dá-se uma nova roupagem a estes estudos, adaptando-se para fomentar critérios e compreensões mais abrangentes no que se diz respeito aos estudos culturais em si.

Embora buscando parte de sua base teórica no campo marxista, distancia-se significativamente do marxismo ortodoxo ou, pelo menos, daquilo em que seus seguidores o transformara. (HOHLFELDT, 2000, p.170).

Assim sendo, a relação estudos culturais-marxismo desenvolve-se através da crítica cultural em relação ao reducionismo e economicismo marxista. Desse modo, para Escosteguy (1998, p.90) “a perspectiva marxista contribuiu para os Estudos Culturais no sentido de compreender a cultura na sua ‘autonomia relativa’, isto é, ela não é dependente das relações econômicas, mas tem influência e sofre consequência das relações político-econômicas”.

---

<sup>10</sup> Karl Marx (1818 – 1883) foi um sociólogo e crítico social. Sua obra de maior destaque é o *Das Kapital*, O Capital em tradução livre do Alemão.



Portanto ao compreender melhor os estudos culturais, entende-se que estes visavam abordar como se estabelecem as relações entre o indivíduo, a sociedade, as relações econômicas e as político-econômicas. Nesta perspectiva de estudos há a fomentação de pesquisas que fornecem caminhos para compreendermos tais indivíduos e as representações que estes aderem nestes âmbitos, pois todos estes aspectos se fazem presentes no ambiente social do cidadão.

Hall (2003) comenta que há ênfases na razão da terminologia de cultura como dentro do domínio das ideias além de, também, deliberadamente, a antropologia e suas práticas sociais (HALL, 2003, p.136). Então se define que as práticas sociais são influenciadas por um viés que converge do domínio das ideias. Salienta-se, também, que este aspecto se dá sob a perspectiva de que a cultura, fruto das práticas sociais, permeia todo o espectro do trabalho da sociedade, ou do indivíduo diante da socialização. Para Escosteguy:

O que se observa, então, é uma intensificação da pesquisa no registro do lugar cultural dos meios no mundo contemporâneo, ou melhor, em uma realidade social concreta na vida cotidiana de uma determinada comunidade ou grupo social (1999, p.46).

Este pensamento converge para que possamos compreender que o processo em que se baseia os estudos culturais está ligado à sociedade e ao indivíduo como produtor de conteúdo, seja este simbólico ou econômico e, dessa forma, também percebê-lo como um produtor de cultura. Essa ideia vai ao encontro do que afirma Escosteguy (1998, p.88) quando explica que “as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como, suas relações com a sociedade e mudanças sociais, compõem o eixo principal de pesquisa dos estudos culturais”.

Paremos para pensar que a cultura e a identidade, pelo viés dos estudos culturais, são frutos da sociedade e fica claro a nós que tais práticas também tangem diversos aspectos diferentes da natureza humana, ou seja, abrange questões ligadas ao indivíduo e onde este está inserido. É um campo de estudos em que diversas disciplinas se interseccionam em aspectos culturais da sociedade contemporânea. (ESCOSTEGUY, 1998, p.88).

É estabelecido que a interdisciplinaridade está enraizada no desenvolvimento dos estudos culturais. Assim sendo, podemos compreender este viés metodológico como uma ferramenta que sustenta análises de objetos complexos e que permeiam diversos ambientes sociais ou culturais, sem delimitações de ciências ou mecanismos na identificação dos indivíduos.

Com um viés metodológico interdisciplinar, os Estudos Culturais buscam compreender, nas sociedades industriais contemporâneas e em suas inter-relações de

poder, a atuação da cultura nas mais diversas áreas temáticas: gênero, feminismo, identidades nacionais e culturais, políticas de identidade, pós-colonialismo, cultura popular, discurso, textos e textualidades, meios de comunicação de massa, pós-modernidade, multiculturalismo e globalização, entre outros (MORESCO; RIBEIRO, 2015, p. 171).

A interdisciplinaridade, somada a concepção de que cultura e identidade são reflexos das ações em sociedade, trazem a nós uma gama de ferramentas possíveis para que seja efetuada uma análise mais estruturada de diversos grupos identitários diferentes.

Deve-se compreender, então, o que é cultura e identidade ainda que os mesmos se encontrem unidos nas mais diversas interlocuções. Entretanto, para que isto ocorra devemos considerar o que é cultura e identidade separadamente. Podemos afirmar que as inter-relações com outras áreas nos dão aporte para podermos compreender como os Estudos Culturais se firmaram ao longo do tempo devido ao seu vasto legado que nos trazem conceitos sobre tais aspectos.

### 2.1.2 O CONCEITO DE CULTURA

Após fundamentar os aportes teóricos dos trabalhos e pesquisas dos Estudos Culturais e seus devidos expoentes, pode-se compreender os seus diversos conceitos separadamente. Igualmente com o iniciar do capítulo anterior, utilizando-se de Johnson (2006), seria de melhor adequação introduzir o conceito de Cultura sob olhar do já citado Raymond Williams (2007) onde o pesquisador nos apresenta as definições de cultura.

Então, de acordo com Williams (2007, p. 117) “Em todos os primeiros usos, cultura era um substantivo que se referia a um processo: o cuidado *com* algo, basicamente com as colheitas ou com os animais”.

Tal termo, hoje em dia, possui uma variante de significados, portanto ao analisar a Cultura, assim como a Identidade, devemos manter em mente que tais elementos existem em razão de uma sociedade, ou seja, estes dois aspectos estão inteiramente ligados a uma sociedade ou a um grupo social.

Em razão desta reflexão, segundo Vila Nova (2009, p. 52)

É através da socialização que o indivíduo pode desenvolver a sua personalidade e ser admitido na sociedade. A socialização é, portanto, um processo fundamental não apenas para a integração do indivíduo na sua sociedade, mas também para continuidade dos sistemas sociais.

A compreensão de que a sociedade perpassa por questões de socialização é fundamental para podermos apresentar os diferentes tipos existentes de cultura e até mesmo de identidade. A socialização pode ser distinguida em dois tipos básicos, a primária e a secundária. A primária dá ao indivíduo os padrões de comportamento básicos para se viver em sociedade. A socialização secundária refere-se à aprendizagem somada aos padrões de comportamento (VILA NOVA, 2009).

Estabelecemos, em âmbito social, a questão de que a socialização do indivíduo é expressa em seus diferentes padrões de comportamentos básicos e de aprendizagem pessoal. Tais aspectos estão inteiramente ligados a concepção de cultura, visto que toda manifestação humana em sociedade pode ser compreendida como aspecto cultural. Porém, não podemos afastar o termo cultura de outras questões pertinentes que envolvem a sociedade. É sabido que todos os homens possuem cultura, pois, vivendo em sociedade, participam de alguma cultura (VILA NOVA, 2009).

Ao compreender que o homem está ligado diretamente a algum fator ou aspecto cultural, é interessante apresentar a ideia de que existem duas abordagens importantes que distinguem este aspecto. O primeiro é o da cultura não material, que compreende o domínio das ideias. E o segundo é o da cultura material, que é constituída pelas artes e objetos em geral (VILA NOVA, 2009). A cultura material é de fundamental importância para ser desenvolvida neste ponto. A partir dos conceitos já vistos, de que o fruto da criação humana nas artes e as diferentes manifestações dos produtos são cultura, aqui pode-se salientar que os diferentes aspectos que envolvem uma sociedade estão interligados a estas produções. Há de se expor que o escopo deste trabalho, que visa os *Nerds*, possui uma gama de produções materiais que fomentam a cultura na qual este grupo está inserido.

Já no que tange o domínio das ideias, as relações subjetivas são fomentadas de forma menos material, ou seja, são costumes e relações sociais construídas por estes indivíduos de forma que possa ser transposto seu comportamento em razão do comportamento em si.

Entende-se que a identidade e a cultura são ligadas intimamente. Para Cuche (1999, p.179) “A identidade repousa então em um sentimento de ‘fazer parte’ de certa forma inato. A identidade é vista como uma condição imanente do indivíduo, definindo-o de maneira estável e definitiva”.

Compreende-se que a Cultura está interligada na sociedade, desde o cultivo, da criação de animais, da produção artística e nos domínios das diversas manifestações fruto da obra humana. É importante ressaltar que a cultura pode ser analisada sob três aspectos que Williams (2003) apresenta como ‘Ideal’, ‘Documental’ e ‘Social’.

Portanto, primeiramente, na Cultura Ideal diz-se como um estado de processo de perfeição humana sob certos valores absolutos e universais. Tal aspecto é derivado de uma condição de descobrimentos e descrições nas vidas e nas obras humanas em suas próprias universalidades. A categoria Documental é permeada sob a diretriz das experiências humanas e como as mesmas são registradas, as obras intelectuais e imaginativas em suas formas de registros. Por fim o conceito do Social, este sob o olhar da vida ordinária, dos valores e significados, de modos determinados de vida, não apenas na arte e na aprendizagem, mas também nas instituições (WILLIAMS, 2003).

Em suma, entende-se que todos os aspectos culturais explorados neste trabalho e suas diversas definições nos apresentaram com ideias, origens e diversificações de estrutura. Tanto nas três categorias em Williams (2003), na lógica de Vila Nova (2009) e suas materialidades, e em Cuche (1999) que nos apresenta neste trabalho, a intersecção da cultura na identidade, a partir do momento em que aspectos culturais de comportamento nos definem sob o domínio da identidade.

### 2.1.3 O CONCEITO DE IDENTIDADE

No texto de Richard Williams (1958) ‘A Cultura é de Todos’, podemos observar a relação que o autor possuía em seu ambiente cotidiano e o rompimento com os papéis sociais os quais ele se incluía. Neste aspecto, salienta-se um trecho onde o mesmo comenta sobre um ambiente cultural/social que gerou, na percepção dele e de outras pessoas à sua volta, uma base interessante para compreendermos o conceito de identidade. As casas de chá<sup>11</sup>, onde Williams reconhecia um comportamento cultural diferente do qual estava habituado, abriram para ele questionamentos em razão dos conceitos de cultura e de identidades. O rompimento de estruturas culturais, onde indivíduos produzem cultura em algum âmbito, deu-se no momento em que Williams compreende o fator identitário dos frequentadores destes locais. Taxativos no sentido de representarem um aspecto da burguesia britânica a qual o status social era um fator preponderante, porém sem qualquer, ou nenhuma, produção cultural efetiva vinda destes grupos sociais.

---

<sup>11</sup> Casa de Chá, do inglês *Tea House*, é um tipo específico de estabelecimento onde se vendem diversas variações de ervas e infusões para chás. Nestes locais os chás são servidos e acompanhados nas mais variadas formas. Uma das casas de chá mais conceituadas e antigas reside na empresa de nome Twinigs, com sua loja na rua 216 Strand, em Londres. Sua fundação neste local é datada em 1717.

Assim, segundo Williams:

Mas claro que essa coisa não é a cultura, e estão enganados meus colegas que, por que odeiam a casa de chá, transformam a cultura, por causa dela, em um palavrão. Se as pessoas da casa de chá continuam insistindo que cultura consiste em diferenças triviais de comportamento, em sua variedade trivial de modos de falar, não podemos fazer nada para impedi-las, mas podemos ignorá-las. Elas não têm tanta importância assim, para tirar a cultura do lugar a que pertence (1958, p.2-3).

Observa-se que o autor comenta em um momento no termo ‘diferenças triviais de comportamento’, é neste aspecto que se analisa as diferenças culturais, sociais e identitárias de diversos grupos e ambientes.

Podemos afirmar que o indivíduo, quando em sociedade, produz cultura e é ligado a um grupo identitário. Portanto a relação que se têm ao compreender a sociedade como um todo é complexa, pois em um mesmo ambiente urbano ou rural pode-se encontrar diversas pessoas com costumes diferentes. Entende-se que hoje, mais do que nunca, o indivíduo possui uma gama de contatos com coisas de universos diferentes. Nos mercados, centros urbanos, shoppings, e até mesmo em sua residência pode haver conexão com lugares muito diferentes do que aquele que tange nosso círculo social específico. A tecnologia e a modernização da comunicação traz consigo uma grande influência no que diz respeito aos produtos culturais que temos contato.

Então, "o sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não- resolvidas" (HALL, 1992, p.2). Esta reflexão que Hall nos traz é imprescindível para podermos compreender que os Estudos culturais fomentam a ideia onde o indivíduo pode se adaptar ou se apropriar pelo viés identitário em diversas camadas da sociedade. Os aspectos sociais que abrangem seu comportamento, assim como o acesso a produtos e conteúdos de diferentes locais moldam e fragmentam a própria identidade do ser.

Ainda neste aspecto, observa-se que a transformação de um indivíduo em seu ambiente sociológico a fim de compreender-se como alguém inserido em uma cultura é distinta, ainda que semelhante à diversas culturas apresentadas a ele em um mesmo ambiente social. Pois há uma percepção pessoal em razão da cultura e da identidade, onde este passa a ser visto como semelhante ou diferente. Para isto, refletimos novamente em Hall (1992), em que se observa que a sociedade não é um todo unificado, ou seja, não há exatamente uma delimitação ou totalidade. Há a reflexão que, diferente das flores que evoluem a partir de si mesmas, a

sociedade está constantemente sendo descentralizada, deslocada por forças fora de si mesma (HALL, 1992).

Aqui, o pensamento de Cuche (1999) entra em contraponto ao de Hall (1992). Enquanto os pensamentos do primeiro dizem que há uma homogeneidade na questão identitária, e que esta é estável e definitiva, o segundo salienta que é descentralizada e deslocada. Neste sentido, a reflexão a qual este texto discorre vai em razão de Hall (1992), pois a partir deste pensamento podemos compreender que este processo identitário fomentado pela sociedade em razão de sua cultura é algo único ao passo que é coletivo tangendo a ambiguidade. Ou seja, tal paradoxo se cria em vista que o indivíduo se apropria daquilo que mais fomenta suas experiências empíricas, em relação ao seu passado e em comunhão com suas reflexões sobre si.

[...] Freud é que a imagem do eu como inteiro e unificado é algo que a criança aprende apenas gradualmente, parcialmente, e com grande dificuldade. Ela não se desenvolve naturalmente a partir do interior do núcleo do ser da criança, mas é formada em relação com os outros; especialmente nas complexas negociações psíquicas inconscientes, na primeira infância, entre a criança e as poderosas fantasias que ela tem de suas figuras paternas e maternas (HALL, 1992, p.9).

Este intuito da reflexão em razão do desenvolvimento da criança até sua maturidade se faz necessário para vermos que o indivíduo é fruto de seu ambiente. Na sua reflexão em Freud<sup>12</sup> diz-se que o processo de amadurecimento até a compreensão de seus aspectos sutis identitários se dá, certamente, em base de uma filosofia que abrange aquilo que é referido a situações de vivência do indivíduo até seu reconhecimento como cidadão, trabalhador, etc. O papel exercido por este, em sociedade, em razão do fruto de seu trabalho, é tão paradoxal quanto o conceito de compreensão de quem somos em base de nossos gostos.

A construção de nossas identidades são processos ao mesmo tempo cultural, social e material. Cultural, pois, os indivíduos definem-se em termos de categorias às quais compartilham, onde o significado está culturalmente definido. É, também, material pois os seres humanos projetam a si mesmos simbolicamente, suas qualidades em objetos materiais. Observa-se que também é social, visto que a identidade implica uma referência aos outros (LARRAIN, 2003).

Para tal, assim como os exemplos citados em razão do seu papel na economia e de seu ambiente sociológico, o processo identitário dá-se, também, sobre os nossos gostos e prazeres.

---

<sup>12</sup> Sigmund Freud (1856 - 1939) foi um médico neurologista e criador da psicanálise. É considerado uma das maiores e mais importantes personas da área da saúde, desenvolvendo técnicas e métodos que transformaram a medicina moderna em prol da psicologia e psicanálise.

Busca-se a compreensão do Ser em si, ou seja, do 'quem sou' e de 'quem represento', mesmo que o indivíduo não faça tal reflexão para consigo mesmo. Larrain (2003) apresenta ainda três categorias para compreendermos a identidade. São elas as categorias coletivas, categorias de posse e 'os outros'.

O coletivo busca a ideia de que toda definição identitária requer uma referência de categorias coletivas gerais. Nas ideias de posse entende-se como materialismo, ou seja, as projeções do indivíduo referente a seus objetos materiais, projeções do 'eu nas minhas culturas materializadas'. O terceiro aspecto, no idioma original em espanhol "*los otros*", define-se por um espelhamento do indivíduo enquanto presente na sociedade. Ou seja, as diferenças e semelhanças perante ele em seu aspecto básico social. O sujeito internaliza suas atitudes e expectativas mediante o comportamento dos demais que estão inseridos em seu âmbito de vida (LARRAIN, 2003)

Esta argumentativa é um bom caminho para compreendermos que a nossa identidade é moldada em base de experiências, e que o mesmo pode ser influenciado por várias situações, assim como o acesso a uma gama maior de produtos ou conteúdos culturais. Para Hall (1992, p.10) "A formação do eu no "olhar" do Outro, inicia a relação da criança com os sistemas simbólicos fora dela mesma e é, assim, o momento da sua entrada nos vários sistemas de representação simbólica". Aqui constamos a representação simbólica como alicerce às argumentativas apresentadas acima. Está intrínseco na natureza humana a questão da identidade, o questionamento de quem somos e o que fazemos e o porquê de nossos comportamentos. Com isto, esta formação da qual Hall (1992) explicita nos traz à tona a reflexão complementada pelo próprio autor que se fomenta na questão de que a identidade de um indivíduo em sociedade é fruto de seu amadurecimento em seu ambiente sociológico, complexo, multidisciplinar, descentralizado e ainda assim, dotado de elementos simbólicos e mercadológicos que dão a ele ferramentas para encontrar a si próprio neste mesmo ambiente social, e é neste sentido que a perspectiva da cultura e da identidade do grupo social *Nerd* será observada no capítulo seguinte, compreendendo os elementos culturais e identitários que fomentam este grupo social e o destaca diante dos demais.

#### **2.1.4 CULTURA E IDENTIDADE NERD**

Os estudos culturais compreendem o conceito de cultura e identidade, a partir disso pode-se utilizar este aporte teórico para analisar o grupo social *Nerd*. E o que seria, então, um *Nerd*? Deve-se partir do princípio de que vivemos em uma sociedade tecnologicamente disposta

a fornecer conteúdos em diversos meios midiáticos. Seja pela televisão, pelas rádios ou pela internet, as informações nos chegam por meio de programas ou canais que, cada vez mais, nos entretém a partir de nossas particularidades.

Ao passo que posso ter acesso à canais do *Youtube*<sup>13</sup>, há o acesso por meios *On Demand*<sup>14</sup> de *PodCasts*<sup>15</sup>, documentários, filmes e séries televisivas em serviços como a *Netflix*<sup>16</sup>. Estes serviços dizem respeito a uma gama da população mundial que atingem níveis muito elevados de diversidades. Ao mesmo tempo em que um assinante possui acesso às séries na Irlanda, aqui no Brasil também há esta possibilidade e com sistemas de legendas apropriados para cada linguagem como o Português Brasileiro e o Inglês padrão.

Não é de agora que as novas tecnologias fornecem conteúdo cultural, temos o exemplo dos sistemas de Videogames interativos com a Internet, ou até mesmo a divulgação de conteúdos por meio de fóruns na internet<sup>17</sup>.

Juntamente com a revolução tecnológica, a transformação do capitalismo e a derrocada do estatismo, vivenciamos no último quarto do século o avanço de expressões poderosas de identidade coletiva que desafiam a globalização e o cosmopolitismo em função da singularidade cultural e do controle das pessoas sobre suas próprias vidas e ambientes. (CASTELLS, 1999, p.18).

Há de se notar que esta relação de singularidade cultural e das revoluções tecnológicas que Castells (1999) apresenta compreendem aspectos sociais que são, hoje mais do que nunca, fenômenos de grupos diversos de pessoas que se apropriam de tais tecnologias. A partir disso se estabelecem indivíduos que portam costumes baseados nas singularidades de seus gostos pessoais onde os produtos ou serviços amplamente divulgados pelas tecnologias *on demand* lhes conectam indiretamente.

---

<sup>13</sup> O site da Internet *Youtube* é uma plataforma de distribuição de vídeos criado em 2005. Hoje o site conta com milhares de canais com diversos conteúdos. O canal com maior número de inscritos no ano de 2017 é o do *Youtuber* PewDiePie que possui mais de 57 milhões de inscritos.

<sup>14</sup> Serviços *On Demand* é caracterizado pela escolha direta do espectador/consumidor, podendo ser contratual a médio e longo prazo ou por serviço único.

<sup>15</sup> *PodCasts* são um meio de divulgação de conteúdo, seja para entretenimento ou educação, que é semelhante a programas radiofônicos onde a periodicidade é variada de acordo com cada produtor. Um dos *Podcasts* mais premiados do Brasil é o *NerdCast*, apresentado pelo grupo *JovemNerd*, liderado pelos apresentadores Alexandre Ottoni (*JovemNerd*) e Deive Pazos (*Azaghâl*).

<sup>16</sup> A *Netflix* é um serviço de streaming de filmes e séries que está presente em mais de 190 países. Com o início datado de 1997, a empresa começou como uma distribuidora de DVDs via correios que passou a fornecer produtos originais em formato seriado. Em 2016 a *Netflix* possuía mais de 75 milhões de assinantes, hoje atinge a marca dos 100 milhões. Senso do site *Statista.com*.

<sup>17</sup> Os fóruns disponíveis na internet são meios de trocas de informação com outros usuários do mesmo serviço ou produto. Amplamente utilizado pela comunidade de jogos de videogame ou de computadores, os fóruns são meios licenciados ou não licenciados de debates, trocas de experiências e de confraternização.



Esta ideia desencadeia em uma reflexão peculiar. Se podemos compartilhar de mesmos gostos, ainda que separados por limitações geográficas ou linguísticas, como que se estabelece o laço de uma identidade de um grupo que não é dividido por estes dois aspectos e sim por diversas características comportamentais? É neste questionamento que reside o conceito de *Nerd*. Diferentemente do Gaúcho<sup>18</sup>, de um *Hooligan*<sup>19</sup> e de até mesmo um *Grunge*<sup>20</sup>, os *Nerds* estão espalhados pelo mundo. Esta identidade é fomentada por inúmeras referências, diversos produtos midiáticos e possuem comportamentos singulares que não estão interligados necessariamente com um movimento cultural e social derivado da história de seus países ou estados.

Obviamente todo comportamento coletivo tem de ter início em algum lugar, seja na transformação das demandas básicas de subsistência como a que acometeu nossos antepassados a abandonarem a vida nômade, ou seja em uma nova forma de acesso a um tipo de tecnologia que transfiguraria o comportamento coletivo, como o advento das prensas móveis que acarretaria na popularização dos livros. A transformação que se estabelece ao difundir uma nova tecnologia é sempre uma incógnita, e a cultura e a identidade *Nerd* é compreendida a partir do momento em que certos tipos de produtos culturais são amplamente difundidos em momentos chave com a qual a tecnologia uniu cultura com laser.

Para compreendermos a Cultura e a Identidade *Nerd* devemos primeiro saber quem são eles. Compreendemos que há três versões que são recorrentes para o surgimento deste termo. A primeira é configurada no uso do registro escrito no livro infantil *If I Ran The Zoo* do Dr. Seuss lançado em 1950.

---

<sup>18</sup> O Gaúcho é uma identidade cultural que pode ser derivada de sua geografia. A população nascida no sul da América do Sul, como no estado do Rio Grande do Sul, e pessoas fronteiriças com o Brasil nas regiões do Uruguai e Argentina.

<sup>19</sup> Os *Hooligans* são integrantes de torcidas organizadas de times de futebol do Reino Unido. O nome tornou-se amplo pelo comportamento de diversos torcedores, comumente utilizando-se da violência e do fanatismo pelos seus clubes.

<sup>20</sup> O movimento *Grunge*, ou estética *Grunge*, é um acontecimento cultural surgido em Seattle, nos Estados Unidos, que fomentou uma geração de adolescentes e universitários moldando a história da música e da cultura popular dos anos de 1990.

Figura 1 – Ilustração da representação do *Nerd*



*And then, just to show them,  
I'll sail to Ka-Troo,  
And bring back an it-kutch,  
A preep, and a proo,  
A nerkle, a nerd,  
And a Seersucker too!*

Fonte: (SEUSS, 1950, p. 47).

Na figura número 1, o escritor e cartunista Dr. Seuss traz ao público a sua ideia de *Nerd*. Uma figura que, por seus elementos visuais, é estranha, peculiar e imaginária. Há também outros nomes que são utilizados pelo autor neste trecho como o '*Preep*'. Em tradução livre, pode-se compreender 'E então, apenas para mostrar a eles, irei velejar para *Ka-Troo*, e trazer de volta um *it-kutch*, um *preep.*, e um *proo*, um *nerkle*, um *nerd*, e uma Anarruga também!'<sup>21</sup>

A segunda versão do *Nerd* é difundida em âmbito universitário entre as décadas de 1960 e 1970 pelos institutos *MIT* e o *Rensselaer Polytechnic Institute* onde os estudantes destas escolas de ensino superior apelidavam aos seus colegas de aula que preferiam não participar das festas de confraternização para estudar. O termo utilizado era a palavra '*Drunk*' que significa bêbado, porém escrita ao contrário. A derivação da palavra se dá '*Knurd*', cuja a pronúncia é semelhante ao termo *Nerd* (YOKOTE, 2014).

Por fim, temos a definição segundo Galvão (2009, p.34) "Outros defendem que o termo foi usado pela primeira vez no laboratório de tecnologia *Northern Electric*, Canadá, onde um grupo de jovens cientistas varava noites na Divisão de Pesquisa e Desenvolvimento (*Research and Development* – cuja sigla é *NERD*)".

Entende-se, então, que o termo tem origem em diversos locais diferentes. Porém há elementos que emergem nestes aspectos até hoje quando se chama alguém de *Nerd*. É comum vermos que o ambiente social o qual este sujeito está inserido é permeado pela introspecção, como no caso das universidades nos anos 1960 e 1970, onde os estudantes chamados de '*Knurd*'

<sup>21</sup> Neste poema, o Dr. Seuss utiliza-se de diversos termos que são gírias na língua inglesa, um indivíduo que é apelidado de *Preep* é alguém pervertido e esquisito ao mesmo tempo, unificando as duas palavras '*pervert*', pervertido, e a palavra '*creep*', esquisito/asqueroso por exemplo.

não confraternizavam para ficarem estudando e como na Divisão de Pesquisa da *Northern Electric* canadense.

Fomenta-se, também, que o *Nerd* tem propensão aos estudos e ao conhecimento seja ele acadêmico ou não. Para tal, há elementos que convergem mais frequentes que outros. A cultura que se estabeleceu como sendo *Nerd* é derivada de inúmeros meios, e o conceito explicado anteriormente sobre as ideias que surgem nestas três origens do termo assemelham-se a estudiosos e a alguém cuja a ideia é frequentemente alinhada com uma figura esquisita.

É comum encontrar neste grupo social a inclinação por produtos midiáticos com temas de ficção científica, fantasia, história e super-heróis. Estes elementos de ficção são explorados de forma muito presentes no cinema, literatura, nas séries televisivas e em suas infindas variedades de produtos. As feiras de exposições de jogos, sejam eles eletrônicos ou não, são palcos amplos de elementos culturais e identitários. Desde as camisas dos frequentadores até mesmo na personificação de personagens de jogos de videogame, os *Nerds* se apresentam, confraternizam e consomem inúmeros produtos.

Figura 2 – *Comic Con International* – 2013



Fonte: <https://www.comic-con.org/toucan/comic-con-2014-coverage-starts-now> Acesso em: 17/10/2017.

Em San Diego, na Califórnia, acontece anualmente a convenção *Comic Con International*, durante o período do evento é possível encontrar estandes de empresas que estão ligadas ao universo *Nerd*. Em seus salões, há uma gama de pessoas que se fantasiam com seus personagens favoritos dos cinemas, filmes e séries. Estes entusiastas são conhecidos pelo termo

“*Cosplayer*”. No entanto, o público destas convenções não se limita apenas a indivíduos que impersonificam em suas vestes um movimento identitário como os *cosplayers* fazem. Porém a unificação destes indivíduos em comunhão com os demais exemplifica a ideia de que estes fenômenos ocorrem em razão de um ambiente cultural e social específico.

“*Dressing up is a regular activity in most societies. Cosplaying, however, is a fannish subculture and has its own limits and possibilities. It always takes place in a specific social context, usually in discrete spaces such as fan conventions or get-togethers*” (LAMERICHS, 2011). Esta definição nos apresenta um conceito de que há um tipo de *Nerd* específico, aquele que se veste como seus personagens favoritos, e que este comportamento cultural se faz mais presente em tais eventos, onde o contexto permite que isto seja feito e apreciado pelos demais participantes das feiras. Ainda mantendo a ideia de que nem todos os *Nerds* são *Cosplayers*, todos os *Cosplayers* são *Nerds*. Isto se dá em razão de que seu ambiente social, sua vocação para criar ou comprar um figurino que represente um personagem está sempre ligado ao perfil cultural e identitário do *Nerd*.

Então podemos citar dois exemplos de comportamentos diferentes, aqueles semelhantes ao do *MIT/ Rensselaer Polytechnic Institute e Northern Electric*, ou seja, estudiosos, desenvolvedores e antissociais, e os *Cosplayers*, que não necessariamente trabalham ou fazem faculdade, porém consomem produtos midiáticos e se vestem como personagens da ficção. O elemento que é interligado entre estes dois contextos é o de que há uma propensão para ambos gostarem dos mesmos produtos midiáticos e culturais, como os livros, séries, filmes e de super-heróis, além de compartilharem seus gostos por jogos de videogame, *RPG* e, ainda, participarem de eventos como a *Comic Con International* onde estes produtos são amplamente vendidos e apresentados.

Não há uma regra em específico que determine a diferenciação do que é *cosplay* para o que é fantasia. Desta mesma forma introduz-se aqui a ideia de que não há uma diferenciação formal do que é *Geek* e o que é *Nerd*. Ambos os dois termos são convergentes em diversos pontos o que faz com que tal diferenciação seja subjetiva. Entende-se por *Geek* alguém que gosta do que é considerado hoje como ‘cultura *pop*’. Porém, tão vago quanto a terminologia *Geek*, a ideia de ‘cultura *pop*’ é, por si só, um anagrama para desambiguação do inglês ‘*Pop*’, que, significa ‘*Popular*’, da mesma grafia do português.

E o que difere o ‘*Pop*’ do ‘*Nerd*’ especificamente é, ainda, uma ideia vaga. A *Comic Con* em San Diego, no ano de 2013, juntou mais de cento e vinte mil pessoas em seus quatro

dias de evento, segundo dados da própria *San Diego Comic Con*<sup>22</sup>. A saga *Star Wars*, muito difundida e amplamente adorada pela comunidade *Nerd* arrecadou, ao total no seu último filme da linha oficial da cronologia da série, duzentos e quarenta e cinco milhões de dólares<sup>23</sup> segundo o site *IMDB*. A trilogia dos filmes baseadas na obra literária de J.R.R. Tolkien, *O Senhor dos Anéis*, está entre os maiores vencedores da premiação do *Oscar*<sup>24</sup>. Há, também, toda uma gama de jogos de videogames, e obras cinematográficas baseadas nas histórias em quadrinhos que movimentam milhões de dólares com suas franquias da *DC*<sup>25</sup> e *Marvel*<sup>26</sup>. Outra linha de produtos culturais que são populares, que envolvem os temas de fantasia, ficção e aventura está presente nas séries televisivas como *Stranger Things* e *Game of Thrones*, sendo esta segunda baseada na obra literária de R.R. Martin, *As Crônicas de Gelo e Fogo*<sup>27</sup>.

Para compreendermos um exemplo, a série *Stranger Things* que é uma obra original da *Netflix*, apresenta em seu primeiro episódio um grupo de meninos jogando uma partida de *Dungeons & Dragons*<sup>28</sup>. Cada um dos personagens tem características diferentes, e em nenhum momento ao longo da primeira temporada da série eles são representados como, por exemplo, *Cosplayers*. Há, entretanto, diversas passagens do seriado em que eles se relacionam com um professor que ensina a eles conteúdos extraclasse, mas apenas pelo o intuito do conhecimento, da vontade dos personagens de aprendizagem e por serem curiosos. Salienta-se que em certos episódios, eles sofrem *bullying*, que é uma prática comum de ser vista em produções audiovisuais quando se fazem referência a identidade *Nerd*.

---

<sup>22</sup> <http://nerdist.com/wp-content/uploads/2014/07/SDCC-Graph.jpg>

<sup>23</sup> [http://www.imdb.com/title/tt2488496/business?ref\\_=tt\\_dt\\_bus](http://www.imdb.com/title/tt2488496/business?ref_=tt_dt_bus)

<sup>24</sup> Premiação *Oscar* ou *Academy Awards*, é uma premiação anual entregue pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas. A trilogia de filmes, dirigida por Peter Jackson, do *Senhor dos Anéis* arrecadou um total de 17 dos 30 *Oscars* em que fora nomeada.

<sup>25</sup> *DC Comics* é uma empresa de histórias em quadrinhos fundada em 1943. Atualmente ela está presente em diversos meios como na produção de jogos licenciados, filmes, séries televisivas e *Action Figures*.

<sup>26</sup> *Marvel Comics*, assim como a *DC*, é uma empresa de histórias em quadrinhos, fundada em 1939 originalmente como *Timely Comics*. Atualmente ela se faz presente na produção de séries, filmes, e jogos, além do licenciamento de *Action Figures*.

<sup>27</sup> George R.R. Martin (1948) é um escritor de ficção científica, fantasia e terror, nascido em Bayonne, Estados Unidos.

<sup>28</sup> O jogo de *RPG Dungeons & Dragons* é um sistema de *RPG* criado em 1974 por Gary Gygax (1938 - 2008) e Dave Arneson (1947 - 2009)

Figura 3 – Capítulo 1 da 1ª temporada de *Stranger Things - The Vanishing of Will Byers*



Fonte: Catálogo Oficial da Netflix. Acesso em: 18/10/2017.

O sucesso da série, que foi renovada para a segunda temporada, e em especial pela representação dos personagens nos traz uma reflexão. Seria *Stranger Things* algo *Pop*? Esta indagação ganha uma nova perspectiva a partir do momento em que comparamos esta mesma ideia de popular com a série *Game of Thrones*, que vem angariando fãs e quebrando recordes de audiência ao redor do mundo. O que ambas as séries têm em comum é sua variedade de fãs ao redor do globo, os temas por eles abordados em razão da cultura muito consumida pelos *Nerds*, neste caso a fantasia medieval e, no caso da série da Netflix a ficção científica e o horror.

O *RPG* jogado pelos personagens de *Stranger Things* possui elementos muito característicos presentes no cenário criado por Martin em *Game of Thrones*. No jogo há Dragões, representação de reinos e castelos além de que a temática da fantasia medieval é o pano de fundo para uma aventura de *Dungeons & Dragons* além de outros elementos. Considerando esta ideia o *Geek*, a cultura, a identidade dos *Nerds* e a cultura *Pop* são, em si, a mesma coisa. Ambas as séries são populares, e os elementos visuais apresentados nelas fazem parte de uma coletânea de referências e *EasterEggs*<sup>29</sup> que os *Nerds* possuem interesse.

Compreendemos que esta identidade possui diversas representações, porém há de se observar que, mesmo em séries que falam abertamente deste grupo social, abranger sua amplitude é um trabalho difícil pois as representações buscam um apanhado identitário para unificar um conceito ou uma ideia de um grupo social.

---

<sup>29</sup> *EasterEgg* é um recurso utilizado em filmes, séries, radio-novelas, *podcasts* e demais produtos que adicionam elementos em subjetivos com brincadeiras, referências ou informações sobre algum assunto envolvendo a trama ou na simples ambientação onde a trama se encontra. O termo é derivado do inglês que significa Ovos de Páscoa.

Outro seriado televisivo que representa a identidade e a cultura *Nerd* é o *Big Bang Theory*. Criado em 2007 pelo Chuck Lorre e Bill Prady, este produto cultural busca elementos que se relacionam com a *Comic Con*, por exemplo, em muitos sentidos. Desde a abordagem dos jogos de *RPG*, até mesmo episódios onde há um concurso de fantasia, a representação do *Nerd* é evidente nas roupas dos personagens, na forma com a qual eles dialogam entre si e, também, no interesse deles pelos temas já citados como a fantasia, jogos de tabuleiro, videogames e demais.

Figura 4 – Episódio 23 da 6ª temporada do *Big Bang Theory* – *The Love Spell Potential*



Fonte: <http://atlantablackstar.com/2013/05/09/the-big-bang-theory-season-6-episode-episode-23-the-love-spell-potential/> Acesso em: 19/10/2017

Sabe-se que a ideia de representação é algo amplo, podendo ou não elencar elementos verdadeiros. Não se pode pensar, falar ou desenhar algo verdadeiro, mas sim apenas elencar ideias e sentidos (HALL, 2016). A ideia de representação só é verdadeira quando possuo em minha bagagem cultural os códigos de um conceito. Portanto, “É claro, podemos usar a palavra *rosa* para *fazer referência* à planta real e verdadeira crescendo no jardim, como dissemos antes. Mas isso funciona porque eu conheço o código que liga o conceito a uma palavra ou imagem particular” (HALL, 2016, p.47).

Esta reflexão em Hall dá o ponto de partida para se observar uma questão relevante neste estudo. ‘Os *Nerds* só são *Nerds*’ porque temos em nossa bagagem cultural a ideia da cultura e da identidade deste grupo social. Sendo assim, a discussão sobre *Geek*, *Nerd*, *Pop*, *Cultura Nerd*

e demais termos são, por fim, os mesmos conceitos, a diferença entre um termo e outro é puramente dado pelo interpretante a medida em que ele obtém, em seu conhecimento, os conceitos que fomentam estas identidades e, assim sendo, se torna condicionado a entender as diversas representações deste grupo por meio dos produtos e serviços culturais apresentados a ele.



### 3 REPRESENTAÇÕES

A representação é fundamental para compreendermos como são apresentados os *Nerds* em séries, filmes, jogos, e demais produtos. Representar significa utilizar a linguagem de forma compreensível, e expressar algo sobre o mundo para outras pessoas (HALL, 2016). Nos âmbitos da identidade, já explorados neste texto, que está intimamente ligado ao comportamento cultural de uma parte da sociedade, a qual foram explanadas nos capítulos anteriores, é questionável em como se estabelece uma relação de ‘real’ e ‘não-real’ no pressuposto de uma representação precisa de uma identidade. Assim temos, segundo Herzlich:

O objeto da representação parece, para os que dela partilham, pura e simples percepção: tal é seu caráter original. O pesquisador, quanto a ele, deve tentar articular em sua análise o fato de que a representação não constitui um simples reflexo do real, mas sua construção, que ultrapassa cada um individualmente e chega ao indivíduo, em parte, de fora dele. (2005, p.63)

Para tal, as identidades representadas nos diversos canais midiáticos e nos diversos produtos culturais tem de serem observadas com a perspectiva de que pode haver uma questão de reflexo do que é uma ideia, ou um conceito. Portanto, exemplificar que uma identidade é, ou não é bem representada parte do princípio de que o indivíduo, por si só, absorve a mensagem com cunhos pessoais. Porém não se pode deixar de se levar em consideração que as estruturas de representação devam sim tentar se aproximar da ideia do real. “Neste sentido, entende-se que representar envolve o uso da linguagem, de signos e imagens que significam ou representam objetos” (HALL, 2016, p.31).

No âmbito das representações midiáticas, por exemplo, a linguagem audiovisual deve se estabelecer em razão de uma gama de ricos elementos simbólicos apresentados ao expectador de forma visual ou pelo meio da linguagem.

No plano psíquico, a representação do sujeito moderno produz a identidade individualizada, ou seja, a subjetividade representada como individual e separada do social, que leva as pessoas a se representarem como constituídas por uma subjetividade única, imutável, indivisível, e marcada por um rol de características definidoras. (SOUZA, 2004, p.2)

Quando se apresenta em contraponto a individualização do ser social em razão de sua representação identitária entramos em outro parâmetro. Já vimos que, para Cuche (1999), a identidade é definitiva e estável, e que em Hall (1992) é fragmentada. Enquanto o presente trabalho discorreu de suas características culturais e identitárias fragmentadas e mutáveis em

razão da sociedade, no âmbito da representação encontramos novamente o paradoxo exemplificado no início do trabalho. A partir desta explicação, devemos compreender que os produtos midiáticos que representam identidades sintetizam um universo complexo de comportamentos e de consumo.

Salienta-se que uma identidade, como a dos *Nerds*, não necessariamente está ligada à o que tudo nela é objetificado. Não é todo *Nerd* que possui comportamento de *Cosplayer*, ainda que seja consenso de que os *Cosplayers*, devido ao seus gostos e hábitos de consumo, são *Nerds*. Indivíduos com círculo social que envolve jogar videogames, jogos de tabuleiro e *RPG* podem, essencialmente, se sentirem não representados por algum personagem apenas pelo fato de que, no produto cultural, o personagem da série se comporta em algum contexto o qual o espectador não compartilha.

Deve-se entender, também, que o fato de um indivíduo ou identidade ser representado em alguma obra estará sempre sujeito a ideias e a conceitos que são gerais e que, em certos momentos, estes aspectos podem não compreender especificamente um comportamento do indivíduo que ele visa representar. Temos, por exemplo, os próprios personagens da série *Big Bang Theory*, em que se utilizam de linguajar científico exacerbadamente, com pouquíssima interação social que não aqueles personagens que fazem parte do “pivô central” das histórias. Causando a impressão de pouca presença nas atividades sociais da cidade como casas noturnas. Para compreendermos melhor os conceitos de representação utilizaremos Stuart Hall, em especial sua obra *Cultura e Representação* de 2016.

### 3.1 O CONCEITO DE REPRESENTAÇÃO DE HALL

Assim temos a ideia de que representação é uma linguagem, e que esta linguagem visa apresentar certos aspectos que permeiam uma identidade. Tal identidade é recheada de elementos que significam e caracterizam um grupo identitário pelas formas com as quais a cultura destes indivíduos está relacionada. Entendemos em Hall (2016) “que a representação diz respeito à produção de sentido pela linguagem”. (p.32). Ou seja, os elementos presentes neste aspecto deve identificar algo, retratá-lo por meio da descrição. A partir disso, a identificação e o retrato deve dar sentido às coisas por meio da linguagem.

Podemos pensar na linguagem em base de seus diversos elementos textuais onde estes não somente precisam ser baseados na escrita, mas também nos elementos audio e visuais, onde há o desenvolvimento de diversos signos afim de apresentar um objeto ou sujeito. É aqui que a representação se estabelece, ela é a produção do significado de conceitos que nossa mente

possui por meio da linguagem. É o elo entre conceito e linguagem que permite a nós nos referirmos ao mundo ‘real’ dos objetos, sujeitos ou acontecimentos, ou ao mundo imaginário de acontecimentos fictícios, objetos e sujeitos igualmente fictícios. (HALL, 2016).

Ao passo que temos as representações de elementos sociais, que são mais complexos em prol de sua cultura complexa, entende-se que o ser humano, ainda assim, tem a capacidade de elaborar conceitos sobre coisas que nunca tivemos contato.

Aqui, rotulamos isso como um “*Sistema de Representação*”. A razão é simples: ele consiste não em conceitos individuais, mas em diferentes maneiras de organizar, agrupar e classificá-los, bem como em formas de estabelecer relações complexas entre eles. Por exemplo, nós usamos os princípios da similaridade e da diferença para estabelecer relações entre conceitos ou para distingui-los uns dos outros. (HALL, 2016, p. 35).

Esta exemplificação que temos adere, ainda, a outro conceito. Temos, por exemplo, que pássaros voam, assim como os aviões. Ao passo de que estas características deles são semelhantes, ambos são coisas completamente diferentes. Aqui entendemos o conceito com o qual este texto irá se basear ao longo de toda a questão que está em torno das representações. Objetos podem ter coisas em comum com outros tipos diferentes de objetos, como uma xícara e um copo. Ambos eles tem o conceito de manter líquido dentro deles para uso posterior. Animais irracionais e seres humanos também possuem elementos em comum, ainda que mantendo diferenças não apenas estéticas, mas também no próprio conceito de cada termo. Ao representar uma identidade, entende-se que é necessário uma gama de signos que possam ser traduzidos como pertencentes a um conceito.

Um futebolista possui diversos aspectos que o diferem de um ginasta. Um pescador possui características muito específicas que o diferenciam de um fazendeiro, por exemplo. Porém, ao mantermos estes conceitos em mente, nos vem a ideia de o que cada um deles possui de elementos simbólicos que são traduzidos para nós como futebolista, ginasta, fazendeiro, etc. E é neste aspecto que a representação toma corpo. Pois o ato de representar não é o de exemplificar.

Portanto, entende-se que o desenvolvimento de tal ideia se dá em dois aspectos.

O primeiro nos permite dar sentido ao mundo por meio da construção de um conjunto de correspondências, ou de uma cadeia de equivalências, entre as coisas – pessoas, objetos, acontecimentos, ideias abstratas etc. – e o nosso sistema de conceitos, os nossos mapas conceituais. O segundo depende da construção de um conjunto de correspondências entre esse nosso mapa conceitual e um conjunto de signos, dispostos ou organizados em diversas linguagens, que indicam ou representam aqueles conceitos. A relação entre “coisas”, conceitos e signos se situa, assim, no cerne da

produção do sentido na linguagem, fazendo do processo que liga esses três elementos o que chamamos de “representação” (HALL, 2016, p.38).

Ao ter em mente os conceitos de uma identidade ou de uma cultura, há a permissão de que possamos reconhecê-las em seus âmbitos representativos. Assim sendo, quando nos é apresentado uma ideia sobre *Nerds*, lembramos das diversas relações que há entre os aspectos textuais na construção de tal identidade, utilizando-se dos signos, e de nossos sistemas de conceitos em base de um mapa conceitual. Ou seja, entendemos como que é representada tal identidade por meio de tudo o que nós possuímos como bagagem cultural vivenciada e seus diversos elementos simbólicos que permeiam tal identidade.

### 3.2 REPRESENTAÇÃO MUDIÁTICA *NERD*

Atualmente há diversas séries televisivas que representam midiaticamente o *Nerd*, porém há de se salientar que as representações, como visto anteriormente, não são necessariamente uma identificação, mas sim um conglomerado de elementos simbólicos que estão relacionadas a tal identidade.

Na televisão, jornais e internet, por exemplo, vemos os *Nerds* como eles eram caracterizados em seu estigma presente no *MIT* e no *Northern Electric* canadense. O seriado que possui como seu cerne principal esta identidade é o *Big Bang Theory* e ele fomenta em suas questões textuais este aspecto. Os personagens principais são estudiosos, professores universitários com titulação acadêmica que varia entre PhD e Mestrado. Todas as áreas que são relacionadas a estas titulações dos personagens são derivadas do campo das exatas, abrangendo Física Experimental com o personagem Leonard Hofstadter, Físico Teórico com o personagem Sheldon Cooper, Mestre em Engenharia com o personagem Howard Wolowitz, e Raj Koothrappali com sua titulação de PhD em Astro Física.

Além disso, temos também, a ideia de que os personagens possuem péssimos trejeitos em se relacionar com indivíduos que não são parte do grupo social dos *Nerds*. Temos como único exemplo de não *Nerd* a Penny que está no elenco original da série desde o início. Ela é a vizinha de Sheldon e Leonard, uma pessoa comum que possui uma representação estigmatizada de alguém com inteligência abaixo das dos demais personagens principais.

Figura 5 – Elenco Original de *Big Bang Theory*. Da esquerda para a direita: Raj, Sheldon, Penny, Leonard e Howard



Fonte: <http://oxfordstudent.com/wp-content/uploads/2014/11/Big-Bang-Theory.jpg> Acesso em: 28/10/2017

É interessante salientar que os personagens desta série utilizam comumente roupas com signos que fazem referência a cultura e a identidade *Nerd*, ou seja, há elementos simbólicos visuais presentes nas camisas que possuem, por exemplo, personagens de histórias em quadrinho, referências a filmes de ficção científica, horror e fantasia como o personagem Flash, um dado de *RPG* de 20 faces, etc...

Figura 6 – Camisa do Sheldon do seriado *Big Bang Theory* em que há uma representação de um dado de *RPG* de 20 faces.



Fonte: <https://cdn2.wornon.tv/tiles/sheldons-shirts-red-d20-dice.jpg> Acesso em 28/10/2017

Não somente neste seriado há a representação dos *Nerds*. Há, também, o programa *Silicon Valley* que fala sobre a vida de Richard Hendricks, um engenheiro que trabalha no vale do silício nos Estados Unidos em busca do sucesso de sua companhia chamada *Pied Piper*. Nesta série, a representação dos *Nerds* que ela exhibe é diferente em diversos aspectos em relação ao *Big Bang Theory*. Aqui temos a ideia de um grupo social de programadores, semelhante à ideia de *Nerd* do MIT e da *Northen Electric* canadense. Logo no primeiro capítulo há um show de um cantor muito famoso chamado *Kid Rock*<sup>30</sup> em que, ao final da canção, o músico suscita a plateia com gritos enérgicos, ao passo em que as pessoas presentes na festa, sendo majoritariamente *Nerds*, agem de forma muito inusitada e introspectiva, criando uma atmosfera de comédia fomentando a ideia de que *Nerds* não possuem trejeitos sociais festivos.

Figura 7 – Episódio número 1 da primeira temporada do *Silicon Valley* – *Minimum Viable Product*



Fonte: Catálogo oficial do canal televisivo HBO.

Neste exemplo citado acima da série do canal HBO, como visto na figura número 7, vemos que o show de *Rock*<sup>31</sup> do músico possui pouco apelo da audiência, na própria imagem vemos grupos isolados interagindo entre si, fomentando o comportamento de que os *Nerds* são intimistas e possuem seus próprios grupos isolando-se de uma interatividade social coletiva.

<sup>30</sup> Robert James Ritchie, conhecido como Kid Rock, é um músico norte americano famoso por diversos álbuns, sendo um dos seus mais conhecidos o *Devil Without a Cause* lançado em 1998.

<sup>31</sup> *Rock 'n' Roll*, ou *Rock*, é um termo vulgar utilizado para representar um estilo musical que pode possuir diversas variantes, ou subgêneros, tais como o Rock Progressivo, Rock Psicodélico, *Hard Rock*, *Heavy Metal*, *Soft Rock* entre outros.

Importante salientar que esta série apresenta elementos visuais que não estão em destaque por si só, mas fazem parte do cenário com o qual os personagens estão inseridos e que, a partir disso, fomentam os elementos culturais que permeiam a identidade *Nerd*. Entende-se que esta estratégia comunicacional está inserida em contexto dos elementos sógnicos descritos em Hall (2016) que fazem parte de um mapa conceitual de uma cultura, aqui estudada pela perspectiva *Nerd*, e que nos exemplifica de forma representativa como estes personagens constroem seus ambientes sociais.

Figura 8 – Episódio número 1 da primeira temporada do *Silicon Valley – Minimum Viable Product* – Os Programadores



Fonte: Catálogo Oficial do canal televisivo HBO

Na figura número 8 podemos ver um exemplo do local de trabalho dos personagens principais da série. Os elementos textuais visíveis tais como computadores e *Notebooks*, além dos pôsteres na parede ao fundo exemplificam uma característica muito comum na representação dos *Nerds*, ou seja, referência de filmes, literatura e videogames. O próprio *mouse* dos personagens são *mouses gamers*<sup>32</sup> da marca *Razer*<sup>33</sup> modelo *Deathadder*. Tal mouse é muito utilizado pelo grupo social *Nerd* pelo seu alto potencial de desempenho, podendo ser personalizado de acordo com os próprios jogos que os consumidores disputam. Neste sentido há diversos tipos diferentes de *games* para computador em que este texto irá apenas citar afim

<sup>32</sup> *Mouse Gamer* é uma categoria de produtos que possuem alto desempenho para jogadores amadores e profissionais. Algumas de suas características são os valores de DPI – *Dots per Inch* personalizável e muito superior aos *mouses* comuns, níveis diferentes de aceleração em resposta ao movimento do cursos/*mouse* personalizável e demais características para melhor desempenho em jogos ou para programas de *Design*.

<sup>33</sup> A marca de produtos *Razer*, é um dos ícones tecnológicos no mercado dos games. A empresa produz, desde *mouses*, *mouse pads*, teclados, computadores até e fones de ouvido de alta performances.

de não se estender no tópico. Isto se faz necessário visto que os *Nerds* têm diversos perfis de consumo, ainda que alguns possam convergir. O desempenho destes produtos varia em relação aos jogos de tiro em primeira pessoa, como os títulos dos jogos de guerra, os *MOBAs*, que são jogos de *RPG* estratégicos de ação em tempo real, e jogos de estratégia de gerenciamento de recursos, exemplos de tais jogos podem ser vistos na nota de rodapé de número 34<sup>34</sup>.

Figura 9 – *Mouse Razer Deathadder*



Fonte: <https://ae01.alicdn.com/kf/HTB14V0NKpXXXXbvXVXXq6xXFXXXL/Razer-DeathAdder-canhoto-Edi-o-Gaming-Mouse-Ergon-mico-3500-DPI-Razer-Precision-3-5G-sensor.jpg> Acesso em: 30/10/2017

A riqueza de detalhes na figura número 8, para analisar os diversos elementos textuais para a identidade *Nerd*, é notável. Além dos pôsteres, dos *mouses* e dos computadores representando o aspecto de programação dos personagens, temos, também, os produtos como fones de ouvido, pizzas e fios espalhados desordenadamente criando uma atmosfera de

---

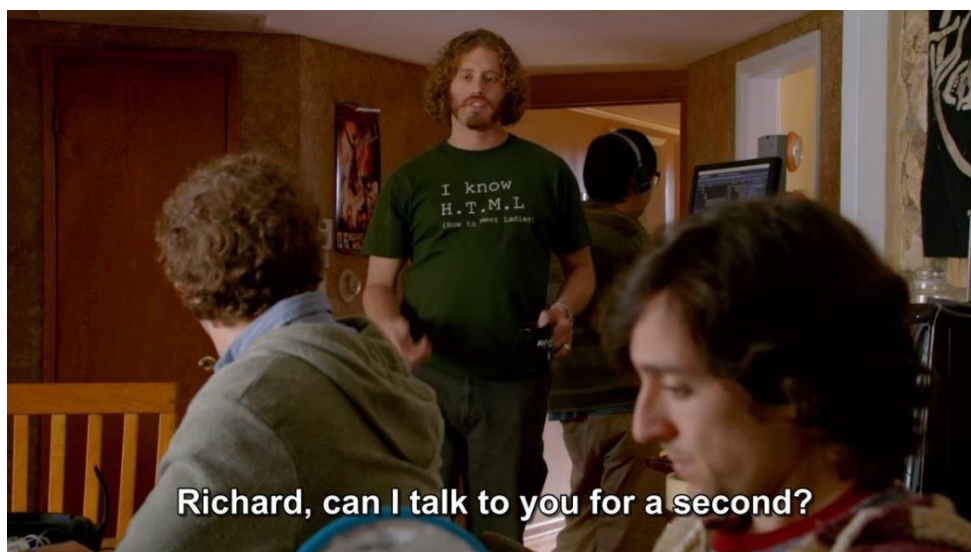
<sup>34</sup> *MOBAs*, do inglês *Massive Online Battle Arena*, é um estilo de jogos eletrônicos com a fusão de três gêneros de jogos, sendo eles os *RPGs*, os jogos de ação e os jogos de estratégia. A mecânica básica dos jogos é o uso de personagens e suas habilidades particulares para a dominação do mapa do jogo e a destruição da fonte de energia da base do time adversário comumente chamada de *Nexus*. Um dos exemplos mais bem-sucedidos desta categoria de jogos é o *League of Legends* e o *DOTA II*. Tiros em primeira pessoa, ou no inglês *First Person Shooter -FPS-* são jogos em que o jogador se insere na perspectiva do indivíduo que porta a arma, observando como se o personagem na tela fosse o jogador em si. Um dos primordiais games deste estilo é o *DOOM*, e uma das franquias mais bem-sucedidas deste gênero é o *Medal Of Honor*. Jogos de estratégia em tempo real podem ser compreendidos com o conceito de construção de civilizações e gerenciamento de recursos para o desenvolvimento da mesma. Dentre seus diversos títulos há o *Civilization*, *Age of Empires*, *Age of Wonders*, etc.



bagunça. Tal despreendimento de valores como a organização é vista, também, no desleixo dos personagens com suas vestimentas, normalmente com numeração maior que o ideal e diferente do que está sendo representado como modelo moderno de padronização estético midiático. É possível ver este aspecto em outras representações, onde a aparência dos personagens é diferente do que é entendido como tendência na moda, ainda que o próprio conceito de moda entendido por este grupo social seja diferente do que é apresentado padrão de tendência em eventos consagrados como *La Settimana della moda di Milano*<sup>35</sup>.

Fugindo do senso estético da Alta Costura<sup>36</sup>, os *Nerds* possuem seus próprios costumes baseados em seu universo cultural. Uma das características mais representadas midiaticamente se estende ao uso de estamparias em razão dos produtos que abrangem o universo desta identidade. Retomemos o exemplo do seriado *Big Bang Theory* e *Silicon Valley* nas imagens a seguir.

Figura 10 – Episódio número 1 da primeira temporada do *Silicon Valley* – *Minimum Viable Product* – Exemplo estético de camisa.



Fonte: Catálogo Oficial do canal Televisivo HBO

O uso do termo *I Know How To H.T.M.L.* como visto na figura número 10, que é referência a uma linguagem de programação *HyperText Markup Language* com a piada logo abaixo, entre parênteses, com a inscrição em inglês ‘*How To Meet Ladies*’ que em tradução

<sup>35</sup> *La Settimana della moda di Milano* é um evento visado internacionalmente pelos críticos e celebridades do universo da Moda. Apresentado duas vezes ao ano na cidade de Milão, na Itália, o evento reúne estilistas e celebridades afim de compreender as tendências que serão apresentadas no universo da Alta Costura.

<sup>36</sup> Entende-se como Alta Costura o conceito de produtos estéticos da moda de criação exclusiva, sofisticadas e originais. Exemplos de renome deste universo se estende a Chanel, Jean Paul Gaultier, Yves Saint Laurent, etc.

literal é ‘Como Conhecer Moças’, como uso deste conceito estético de representação de uma linguagem exclusiva, faz alusão a um espectro linguístico específico característico do conhecimento dos *Nerds*. Neste sentido entende-se pela linguagem de marcação de construção de páginas na internet, fazendo a referência ao *HTML*. Entende-se que para compreender a ideia que a camisa está se referindo, o grupo social ao qual ele se dirige compreende o sentido tanto da piada quanto o da referência ali aplicada no âmbito da programação na *Web*.

Outro modelo característico de representação em razão do senso estético está nas estamparias das histórias em quadrinhos, elementos culturais como *RPG* ou literatura. Anteriormente vimos a camisa do personagem Sheldon do *Big Bang Theory* buscando referência nos dados de 20 faces comum no universo dos *RPGs*. Ainda nesta série, podemos ver este exemplo na imagem a seguir.

Figura 11 – Camisa do Sheldon do seriado *Big Bang Theory* em que há uma referência ao personagem Flash das histórias em quadrinho e cinema.



Fonte: <https://i.pinimg.com/originals/6a/dd/94/6add9466bae7f0670876cdc72ffafe34.jpg>

Acesso em: 30/10/2017

Na figura número 11 a referência do personagem Flash, criado pela *DC Comics*, com a identidade visual representada pelo signo iconográfico do personagem, um raio amarelo a frente de um círculo branco sob a cor vermelha, que são as cores do uniforme do personagem. Além deste aspecto estético há, também, o nome na parte traseira da camisa com a inscrição ‘The

*Flash'*. Diferente do contexto apresentado pelo personagem Erlich Bachman, personagem com a camisa na figura 10, em *Silicon Valley*, em que vimos uma linguagem específica do universo dos programadores, aqui temos um elemento visual mais conhecido popularmente. Este aspecto faz a relação entre dois tipos de produtos culturais, porém presentes na cultura *Nerd*. A alusão de elementos simbólicos em razão da estética nas camisarias foge do conceito de moda elencado na Alta Costura, mas está presente no âmbito de consumo da identidade *Nerd*.

A representação da identidade *Nerd* nas mídias televisivas não atende, apenas, nestas duas séries. É possível ver, também, estes conceitos na série *The IT Crowd*, da rede de televisão *Channel 4*. Tal seriado, criado em 2006, compreende o mundo dos personagens Roy, Maurice Moss e Jen Barber, em seus respectivos trabalhos como equipe técnica de suporte.

Figura 12 – Os personagens da série *The IT Crowd*. Em ordem da esquerda para a direita: Roy, Moss e Jen.



Fonte: [http://digitalspyuk.cdnds.net/13/39/768x540/gallery\\_uktv-it-crowd-finale-roy-moss-jen.jpg](http://digitalspyuk.cdnds.net/13/39/768x540/gallery_uktv-it-crowd-finale-roy-moss-jen.jpg) Acesso em 30/10/2017.

Observa-se na figura número 12 o personagem Roy utilizando, como nos exemplos citados anteriormente, camisas com conceitos e focados na ideia das estamparias. Isto reforça a ideia de que os grupos identitários *Nerds* têm este senso estético, ainda que possa ser representado apenas como uma ramificação estética da característica deste grupo social. Vemos

em Maurice a identificação clássica desta identidade, utilizando calça sob a camisa, com número superior ao ideal, reforçando a ideia de que o senso estético deste grupo é limitado.

Nesta imagem podemos reforçar, também, uma característica presente em diversas representações dos *Nerds* no cinema e nas séries, que é o uso de jogos como elemento presente no âmbito social ou de trabalho desta cultura. Na imagem acima podemos ver o jogo de tabuleiro *Ticket To Ride*<sup>37</sup>, um *Joystick*<sup>38</sup> em forma de manche e diversos pôsteres ao fundo fazendo referência a literatura. Assim como visto no *Silicon Valley*, na figura de número 8, em que há os pôsteres e os *Mouses Razer*, podemos referenciar, também, a imagem número 4, em que os personagens de *Big Bang Theory* estão participando de uma partida de *RPG*, elencando esta alusão do lúdico com esta identidade.

Por fim, devemos apresentar uma questão que é presente ao longo deste trabalho até agora. A identidade e a cultura *Nerd* é exemplificada em seus diversos elementos simbólicos, referenciados de formas visuais no campo do cenário dos audiovisuais citados, além da exemplificação de termos e conceitos sógnicos nas camisas usadas pelos personagens e, também, na ideia de que estes indivíduos não possuem trejeitos sociais, sendo representados como indivíduos esquisitos em razão de sociabilidade e dos sentidos estéticos em relação à moda.

A partir destes elementos podemos identificar as representações culturais e simbólicas presentes no quadro televisivo *Mundo Geek*, apresentado pelo Cadu Novaes, do canal de TV a cabo Globo News. Neste produto audiovisual, há as referências em razão deste universo *Nerd*, sob o espectro descritivo das condições econômicas que a indústria do cinema, jogos e demais produtos caracterizados *Nerds* se inserem, sendo assim um exemplo com riqueza de material a ser estudado.

---

<sup>37</sup> *Ticket To Ride* é uma série de jogos de tabuleiro, com a temática de criação de linhas locomotivas, da editora *Days of Wonder* que possui diversas expansões e ramificações como a edição Europa, Países Nórdicos etc...

<sup>38</sup> *Joystick* é um tipo de controle de videogame, o termo em inglês é referente a todos os estilos diferentes de controle que não são os básicos que vem nas caixas dos videogames, no caso da figura representada na série *The It Crowd* é referente ao estilo Manche que representa o controle de um Jato de Caça utilizado pelos militares nos diversos tipos de aeronaves militares.

## 4. PERCURSO METODOLÓGICO

### 4.1 DESCRIÇÃO DO OBJETO

A quadro *Mundo Geek* é um quadro do Jornal das Dez do canal de televisão a cabo Globo News. Tal quadro mostra, especificamente, uma gama de ferramentas que são trazidas para o público como cultura *Nerd*, tais como eventos relacionados a este grupo, *ActionFigures*, videogames, e histórias em quadrinhos. A identidade *Nerd* é fomentada pela estrutura que a própria narrativa apresenta ao público, ou seja, as temáticas, os locais, os entrevistados e costumes. Muitos elementos que por vezes eram explorados de forma caricata nas séries e filmes aqui são revisitadas e exibidas. Apresentado pelo repórter Cadu Novaes, o quadro *Mundo Geek* busca o cenário atual da cultura *Nerd* e apresenta para o espectador uma gama de produtos e eventos, assim como pessoas relevantes na área da cultura *Nerd* a fim de exemplificar que este público está em significativa presença na indústria cultural e na mídia. Com um editorial em certos momentos focados para o público corporativista, o quadro ainda reflete o atual contexto de possíveis oportunidades para a evolução desta indústria.

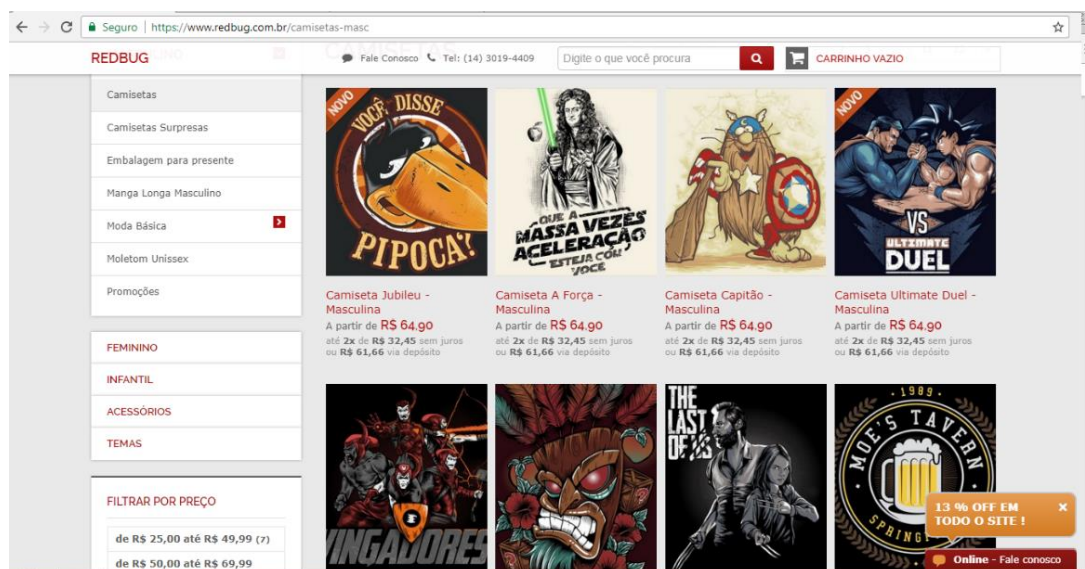
### 4.2 ANÁLISE DA CULTURA: A PERSPECTIVA DE RAYMOND WILLIAMS

No capítulo 3.1 sobre os conceitos de representação, elencamos Hall como aporte teórico fundamental, aqui se fará de forma semelhante, porém em razão dos estudos da análise cultural será elencado a perspectiva teórica de Raymond Williams afim de compreendermos tais questões. Anteriormente neste trabalho foi utilizado a ideia chave em Williams (2003) afim de estabelecer a relação de três aspectos do cerne do conceito analítico cultural. Estes são, retomando, a condição Ideal, a Social e Documental.

Dentro do espectro da condição Ideal, compreende-se o conceito de estado de perfeição humana. Aquilo que, em razão da experiência do indivíduo é, por si só, as ideias de seus valores absolutos. Dentro dos conceitos culturais *Nerds*, elencando este aspecto, entende-se que os valores pessoais deste grupo se dão em torno das experiências as quais são vividas. Os valores culturais podem ser entendidos como as vidas e obras culturais que se compõem como ordem universal (WILLIAMS, 2003). Aqui buscamos este exemplo nas camisas e em seus elementos simbólicos da jocosidade das piadas específicas com termologias que tangem o universo *Nerd*.

Podemos ver que lojas como a *RedBug*<sup>39</sup>, *NerdyShirts*<sup>40</sup> e demais, utilizam-se deste aporte ideal que Williams nos conceitua, para que, de forma ordenada, haja um mercado que funciona em razão de um capital simbólico unido a um produto, utilizando-se das experiências humanas pessoais para se elencarem em tais produtos.

Figura 13 – Vitrine virtual masculina da loja *RedBug*



Fonte: <https://www.redbug.com.br/camisetas-masc> Acesso em: 30/10/2017

Pode-se observar na figura número 13 o exemplo de diversas estampas das camisas vendidas pela loja *RedBug*, o senso estético que permeia estas estampas gira em torno da condição de idealização descrita por Williams. Temos, por exemplo, Sir Isaac Newton<sup>41</sup> munido de um *LightSaber*<sup>42</sup> com o saber de suas teorias sobre a Segunda lei de Newton<sup>43</sup>. Há, também, a estampa do Capitão Caverna<sup>44</sup> com o escudo, capa e capuz do Capitão América<sup>45</sup>, e a camisa

<sup>39</sup> *RedBug* é uma loja virtual de camisarias e outros objetos que permeiam a cultura *Nerd*.

<sup>40</sup> *NerdyShirts* é uma loja virtual Norte Americana de produtos culturais *Nerd*.

<sup>41</sup> Sir Isaac Newton (1643 – 1727) foi um importante físico, matemático, filósofo natural, alquimista e cientista inglês. Entre seus diversos ensinamentos universais temos as leis básicas da física universal, conhecidas como as Três Leis da Física de Newton.

<sup>42</sup> *LightSaber* é um termo utilizado para referenciar espadas feitas de luz, comumente utilizados por filmes de ficção científica e fantasia como *Star Wars*.

<sup>43</sup> As Leis de Newton, como citado na nota número 41, é um conjunto de leis universais da física criado por Sir Isaac Newton.

<sup>44</sup> Capitão Caverna é um importante personagem da história da animação mundial, produzido pelo grupo *Hanna-Barbera Productions* em 1970, desenhado e idealizado pela dupla Joe Roby e Ken Spears.

<sup>45</sup> Capitão América é um super-herói do universo *Marvel*, criado por Joe Simon e Jack Kirby em 1920.

dos Vingadores<sup>46</sup>, tendo como personagem o Vingador<sup>47</sup> do desenho *Dungeons & Dragons*<sup>48</sup> conhecido no Brasil sob o nome de Caverna do Dragão.

Raymond Williams ainda diz que a categoria documental é: “*de acuerdo com la cual la cultura es la massa de obras intelectuales e imaginativas em las que se registran de diversas maneras el pensamiento y la experiencia humana*” (2003, p. 51). Para tanto, entendemos que as obras culturais são, então, produtos que documentam as experiências de uma sociedade ou de um grupo social em base da exposição de sua cultura, tangendo, assim, as diversas maneiras que se podem fazer tal documentação. Neste trabalho entenderemos que, em base deste aporte teórico, será utilizado o produto midiático Mundo *Geek*, que visa, de maneira metodológica documental, exemplificar a identidade e a cultura dos *Nerds*.

Mantendo-se, ainda, na perspectiva de Williams, há o conceito do Social. Interligando-se com o capítulo anterior sobre a cultura e a identidade dos *Nerds*, aqui temos que esta ideia é, então, um aspecto que visa a compreensão de todo o universo social ao qual esta identidade se insere. Temos a definição de Social que discorre assim: “*la definición “social” de la cultura, para la cual ésta es la descripción de um modo determinado de vida, que expresa ciertos significados y valores no sólo em la arte y el aprendizaje sino también em instituciones y el comportamiento ordinario* (Williams, 2003, p51).

Com isto, entendemos que a perspectiva metodológica se relacionará na condição da produção documental do quadro Mundo *Geek* em razão da estrutura social *Nerd* como identidade ideal.

---

<sup>46</sup> Os Vingadores são um grupo de super-heróis da *Marvel*, criado para competir no mercado com a Liga da Justiça, cujo o conceito é o mesmo, porém do universo e com os personagens da *DC*.

<sup>47</sup> O personagem O Vingador é o vilão principal da série de desenho animado *Dungeons & Dragons*, baseado no livro de sistema de *RPG* homônimo.

<sup>48</sup> O *Dungeons & Dragons* é um desenho animado lançado em 1983 baseado no livro de *RPG* de mesmo nome afim de popularizar a série de jogos para o público pelo viés da televisão.

### 4.3 ANÁLISE CULTURAL-MIDIÁTICA: O QUADRO MUNDO *GEEK*

O quadro Mundo *Geek*, já descrito no capítulo 3.1, é um produto midiático que abrange o universo dos *Nerds*. Este texto não irá descrever da nomenclatura do quadro, utilizando-se do termo *Geek*, pois o autor deste trabalho já o indicou no capítulo 2.1.4 sob a perspectiva teórica em Hall (2016) de que *Pop*, *Geek*, *Nerd* e *Cultura Nerd* remetem a um mesmo universo, ditas e representadas de formas iguais em perspectiva dos produtos culturais aos quais estes termos são relacionados.

É importante salientar que o quadro Mundo *Geek* traz esta identidade não sob a óptica cultural, de fomentações culturais, mas sim com o viés mercadológico, utilizando-se de linguagem e estatísticas afim de estabelecer, nos seus textos, a perspectiva capital com o intuito de exemplificar como esta identidade se faz presente no cinema, quadrinhos, jogos e demais produtos com a ideia de ser uma área para possíveis investidores fomentarem o mercado em razão do lucro, ao qual o autor deste texto prefere não se ater, visto que a sua linha pelos estudos culturais é reforçada pela produção cultural simbólica em torno de conceitos Marxistas, como citado no capítulo 2.1.1, ainda que o mesmo compreenda que o universo de produção cultural se estende a tal aspecto mercadológico.

Neste quadro, há uma gama de elementos apresentados ao telespectador como pertencentes ao universo *Nerd*. Além dos locais e empresas que possuem presença na criação e organização de eventos culturais aos quais os *Nerds* se inserem, e na produção de produtos como os *Action Figures*, jogos de *RPG* e videogames, há, também a entrevista com pessoas representativas, no cunho de relevância ao que a palavra se destina, neste universo tais como *CEOs*<sup>49</sup> de multinacionais, donos de estabelecimentos aos quais a identidade se vincula, entre outros.

---

<sup>49</sup> CEO é um termo utilizado na área empresarial que tem sua origem no inglês, Chief Executive Officer, Chefe Executivo em tradução literal.



Figura 14 – O quadro *Mundo Geek*, episódio sobre as mulheres no universo *Gamer*



Fonte: Frame do quadro *Mundo Geek*.

Na figura de número 14, há uma característica importante a ser salientada. Ao passo em que o apresentador não se faz presente nela, é pela perspectiva em primeiro plano no quadro que a questão citada anteriormente no texto se estabelece. Ou seja, uma das ferramentas de linguagem utilizada no programa, a entrevista com pessoas representativas no universo *Nerd*, fomenta a condição ideal de Williams. Temos neste exemplo o entrevistado Guilherme Camargo que é o coordenador da pesquisa Game Brasil, em que se estabeleceu como resultado que o público *Gamer* é composto de 53,6% de mulheres, a condição documental também fomenta um outro aspecto. Em segundo plano, na ideia de cenário, há um empilhado de caixas de jogos de tabuleiro que se relaciona na ideia anterior de representação, ou seja, na própria metodologia documental há uma relação entre a figura de número 12 que estabelece um vínculo entre a representação descrita no capítulo 3.2 e o próprio universo *Nerd*, além da condição ideal, visto que um entrevistado de gabarito nos traz a ideia de valores que são absolutos.

No aspecto social, ainda na mesma edição deste quadro, temos as entrevistadas Isabela Monteiro, Camila Fayad e Carla Fayad. Pessoas que se veem presentes no âmbito *gamer* e que tem em seu costume o ato de jogar. A linguagem do quadro se estabelece, também, no gabarito de cada uma das entrevistadas, buscando em suas identidades uma aproximação ao universo dos *Nerds*. As entrevistadas são identificadas por atividades tais como Analista de Mídia, *Gamer* e Planejadora de Marketing Digital. A aproximação destas, com a cultura e identidade *Nerd*, se dá em questão de as três fazerem parte de um aspecto social ao qual os *Nerds* estão

inseridos, em especial na questão do jogar *videogames* e, subentendido pelo cenário ao qual elas se encontram, presentes, também, no aspecto do lúdico.

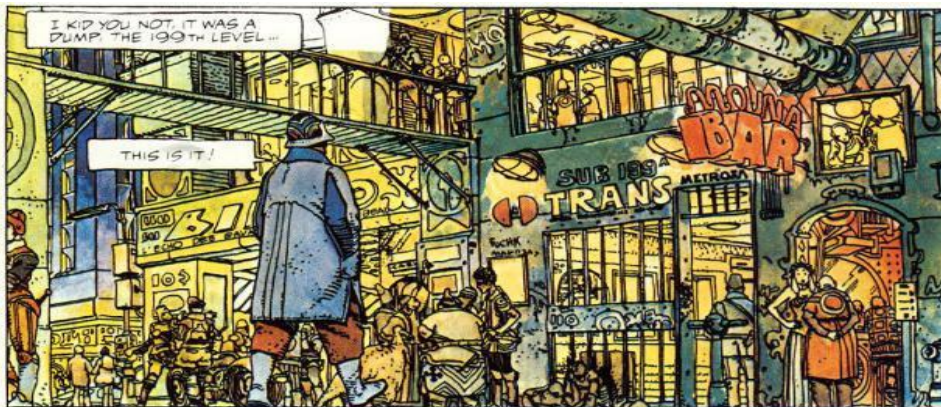
Figura 15 – Quadro Mundo *Geek*, Episódio *Mulheres Gamers*, entrevistada Carla Fayad.



Fonte: Frame do quadro *Mundo Geek*.

Um aspecto visual presente no quadro, é o do uso de elementos *cartoonescos* para exemplificar quem são e quais são as formações profissionais e acadêmicas dos entrevistados, dos dados presentes no quadro e, também, na descrição dos locais e feiras que o apresentador se encontra. A identidade visual que representa um papel sob as letras pretas e contornadas por um retângulo, também em preto, faz alusão a este estilo de história em quadrinhos.

Figura 16 – *The Long Tomorrow* de Dan ‘O Bannon e arte de Moebius



Fonte: <http://nerdgeekfeelings.com/quadrinhos-the-long-tomorrow-a-hq-de-moebius-que-inspirou-o-visual-de-blade-runner-18-nsfw/#jp-carousel-75944> Acesso em: 30/10/2017

Vimos na figura de número 16 que os balões de diálogo da história em quadrinhos *The Long Tomorrow* (1975) possuem o mesmo formato da identidade visual apresentada pelo quadro *Mundo Geek*. Esta analogia é obrigatoriamente referenciada pois se faz presente no aspecto cultural dos *Nerds*. Sendo assim, se estabelece um vínculo entre as características do quadro com um dos produtos consumidos pelos *Nerds*, que são as histórias em quadrinhos. Esta referência simbólica se faz presente ao longo de todos os episódios do *Mundo Geek*, afim de aproximar o público alvo ao quadro, utilizando-se desta ferramenta visual.

Figura 17 – Quadro *Mundo Geek*, Episódio sobre *RPGs*.



Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=plJj0cGUu\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=plJj0cGUu_4) Acesso em: 27/10/2017

Sob a perspectiva da figura 17 vimos, em primeiro plano, os dados comuns nos jogos de *RPG*, e jogos de Tabuleiro. Respectivamente o dado de oito faces, em vermelho, o dado de seis faces, em branco, o dado de quatro faces, em roxo, o dado de dez faces, em verde e, em preto, outro dado de seis faces. Ao fundo pode-se notar o dado de doze faces e um dado branco de seis faces. Em conjunto a estes elementos, há, também, as miniaturas que são opcionais em uma partida de *RPG*. Entende-se que, como citado anteriormente na figura de número 4, onde há a representação de uma partida pelos personagens da série *Big Bang Theory*, aqui o apresentador Cadu Novaes se insere em um estabelecimento em São Paulo em que a proposta do local é trazer para seu serviço os jogos, criando um ambiente social diferente do qual é costumeiramente jogado estas partidas. Neste trabalho há, também, a figura de número 3, onde os personagens de *Stranger Things* são representados jogando uma partida de *Dungeons & Dragons*. Até então vimos diversos elementos simbólicos que são representados comumente

nas séries em que a identidade e cultura *Nerd* permeiam, jogos de tabuleiro e RPG, jogos de videogames, histórias em quadrinho, e outros.

Aqui, no quadro Mundo *Geek*, entretanto, há uma quebra de paradigmas que rompem com a representação dos *Nerds* a partir do momento em que duas construções simbólicas desta identidade são apresentadas. A primeira é de que o grupo social *Nerd* possui presença em áreas sociais, como neste local com a estratégia mercadológica de usufruir do *RPG* como proposta da empresa e, também, de que há pessoas presentes nesta identidade que não são o clássico estereótipo do *Nerd*, como vimos no exemplo da figura número 15.

Figura 18 – Quadro Mundo *Geek*, Episódio sobre *RPGs*, Mesa de jogo.



Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=plJj0cGUu\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=plJj0cGUu_4) Acesso em: 28/10/2017

Ainda no episódio sobre *RPGs*, podemos ver que as pessoas presentes na mesa de jogo<sup>50</sup> são diversas. Há, em primeiro plano, o *DungeonMaster*<sup>51</sup> e sentados à mesa, dois jogadores. Ainda é possível ver o Escudo do Mestre, objeto utilizado afim de separar elementos importantes da história que está sendo desenvolvida do campo de visão dos jogadores, além deste uso há, também, o fato de que tal escudo possibilita ao mestre do jogo fazer as rolagens de dados em segredo. Todos estes elementos, desde os jogadores, até a própria atividade capturada pelo quadro, fomenta a sociabilização do grupo identitário *Nerd*. Ao longo deste texto

<sup>50</sup> Mesa de jogo é um termo designado pelo próprio autor, visto que não há terminologia específica para descrever o local onde as fichas dos personagens, dados e escudo do mestre são colocadas. Diferentemente de alguns jogos de tabuleiro que possuem locais específicos para serem colocadas as peças dos jogos que são, por si só, o próprio tabuleiro.

<sup>51</sup> Vide nota de rodapé número 8.

foram representadas pelas séries esta mesma atividade, significando que este grupo possui inclinação para este *Hobbie*, que é permeado por diversos temas diferentes, podendo recorrer-se ao Horror, Ficção Científica e, mais comumente, a Fantasia Medieval.

Outro fator intrínseco presente na figura número 18 é o da camisa do Mestre, ali há uma alusão à ficha de jogador do *RPG Dungeons & Dragons*, edição 3.0 e 3.5, concomitantemente é obrigatória a retomada de que, em seus ambientes representativos nas séries televisivas, os personagens de Sheldon Cooper, Roy e Erlich Bachman, respectivamente nas séries *The Big Bang Theory*, *The IT Crew* e *Silicon Valley* fogem da estética da Alta Costura e se utilizam das estamparias, como apresentados nos capítulos 4.2 e 3.2.

Figura 19 – Ficha do *RPG Dungeons & Dragons*, Edição 3.5.

Fonte: <http://www.gamespek.com/wp-content/uploads/2014/02/DD-Character-Sheet.jpg>

Acesso em: 30/10/2017

O universo da cultura e da identidade dos *Nerds*, como são representados nas séries televisivas, possuem um nicho mercadológico específico. Com identidades específicas baseadas nos produtos culturais os quais os *Nerds* se inserem. Obviamente esta afirmação toma por base toda uma gama de serviços, como as lojas de estampa, mercado dos *games* e jogos de Tabuleiro e *RPG*, além de uma gama de produções cinematográficas que fazem das histórias em quadrinho as bases para suas filmografias.

Este mercado, como dito no parágrafo anterior, elenca diversos meios diferentes com um mesmo eixo cultural. Tomemos, por exemplo, o personagem Homem de Ferro, da *Marvel Comics*.

Figura 20 – Quadro Mundo *Geek*, Episódio sobre a Criação dos Colecionáveis



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=bc2ot3MSxwQ&t=1s> Acesso em: 30/10/2017

Na Figura número 20 podemos ver o apresentador Cadu Novaes em uma exposição dos *Action Figures*<sup>52</sup>, aqui descritos como “Colecionáveis”. O exemplo a ser observado é o da miniatura à sua esquerda, perspectiva do telespectador, em que há o Hulk<sup>53</sup> lutando contra o personagem *HulkBuster*<sup>54</sup>, armadura do Homem de Ferro.

O personagem *Iron Man* pode ser visto nas histórias em quadrinhos, Cinemas, estampas de camisetas, em produtos como os *Action Figures*, e como referência simbólica nas representações dos *Nerds* em séries televisivas. Além destes exemplos, podemos encontrar este personagem nos jogos de videogame e, até mesmo, nos jogos de tabuleiro. Portanto cria-se, assim, uma gama de produtos culturais em torno de um único personagem da *Marvel Comics*. A relação que se estabelece em razão do quadro Mundo *Geek*, é o de que é reforçado o espectro cultural em razão do consumo cultural.

<sup>52</sup> Vide Nota de Rodapé Número 9.

<sup>53</sup> Hulk, ou em português, O Incrível Hulk, é um personagem da *Marvel Comics* criado nos anos de 1960 pelo Stan Lee e Jack Kirby.

<sup>54</sup> *HulkBuster* é uma armadura criada pelo Tony Stark, personagem conhecido também, como *Iron Man*, Homem de Ferro em Português. A primeira aparição da armadura *HulkBuster* se deu na história em quadrinhos: *Iron Man* Vol.1 #304 de 1994.

Entende-se que a partir deste único elemento, neste caso o personagem *Iron Man*, é reforçada a ideia da representação dos *Nerds* midiaticamente em razão do seu espectro de consumo. Aqui tangendo a ideia de Williams (2003) em que abrange o Ideal e o Social. Fomentando-se no quadro Mundo *Geek* o reforço de tais elementos. Ao passo em que os *Nerds* se utilizam das camisetas, em sua condição idealizadora pela sua identidade e do social, que compreende o aspecto de consumo e pelo seu comportamento ordinário.

Figura 21 – Quadro Mundo *Geek*, Episódio sobre Miniaturas



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=bc2ot3MSxwQ&t=1s> Acesso em: 30/10/2017

Vimos, então, que um dos principais elementos do quadro Mundo *Geek*, é o de eger produtos e pessoas que fazem parte do espectro cultural *Nerd* de forma representativa, no cunho de relevância da palavra e não no sentido de representação como visto em Hall (2016). Pode ser visto na figura de número 21, por exemplo, novamente esta técnica linguística do quadro, utilizando-se da presença do *Ceo* da *Iron Studios*, Renan Orenes. Sob a ótica de mercado e que giram em torno de uma gama de produtos culturais, tais aspectos podem ser vistos como um conjunto de atividades que permeiam a sociabilização, as feiras de convenção e, também, os bares com temáticas especializadas *Nerds* são exemplos deste nicho mercadológico e que se utilizam destes produtos culturais. Não obstante, o quadro ainda busca referências da cultura e da identidade *Nerd*, que são comumente representadas nas séries televisivas com este público como alvo.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao compreender a bibliografia, abrangendo os estudos culturais, suas fundamentações e conceitos, desambiguando nas identidades e culturas, entende-se que a socialização é um papel importante para se estabelecer uma identidade, visto que há o espelhamento de si em relação a sociedade ao qual o indivíduo se insere. Uma série de comportamentos que abrangem linguagens específicas fomentam e estruturam diversas culturas, descentralizando a identidade de alguém, as modernas formas tecnológicas de distribuição de produtos culturais tais como filmes, livros e séries auxiliam estes aspectos. O comportamento de alguém, em especial em seus hábitos de consumo de capital simbólico, define-o ao passo que o separa de outros grupos. Os *Nerds* possuem tendências de consumo podendo abranger *Action Figures*, *RPGs*, videogames e, até mesmo, roupas que demonstram a cultura a qual o indivíduo se vê inserido. Ao analisar o quadro *Mundo Geek*, foi visto uma série de produtos, elementos e personas que fomentam um perfil identitário amplo, porém com congruências entre si. O que antes era tido como esquisito e anti-social, hoje pode ser visto de forma diferente, os próprios entrevistados do quadro *Mundo Geek* nos demonstram que há um rompimento do perfil representado nas séries televisivas em alguns aspectos, ainda que reforcem outros. O imaginário coletivo da identidade *Nerd*, sendo representada em especial nos personagens das séries *Big Bang Theory*, *Silicon Valley* e *The IT Crowd*, nos apresentam aquele clássico estereótipo criado nos anos 1950 e 1960, onde a introspecção a falta de trato social e a estética de suas vestimentas são explícitas. Entretanto, a pluralização da cultura *Nerd* fomenta diversos outros tipos de indivíduos, incluindo comportamentos sociais em estabelecimentos comerciais como bares e em eventos que chegam a reunir mais de cento e vinte mil pessoas permeando toda uma gama de produtos simbólicos que a identidade *Nerd* consome. Os elementos visuais apresentados pelo quadro *Mundo Geek*, utilizam-se de conceitos que permeiam os aspectos citados como produtos culturais consumidos pelos *Nerds*, pôde ser notado que os nomes dos entrevistados, assim como os dados apresentados no quadro utilizam-se da estética das histórias em quadrinhos, criando uma ligação linguística entre eles, outro aspecto importante é o uso de jogos de tabuleiro e *Action-Figures* como plano de fundo, o que reforça a ideia de comportamentos antes tido como específico dos *Nerds*. Os próprios entrevistados e as reportagens que são apresentadas falam sobre *RPGs*, *videogames*, *Action-Figures*, reforçando, então, que este grupo social possui interesse nestes produtos culturais. Salienta-se que as representações nas séries trazem elementos visuais próprios que são reforçadas no quadro, um dos mais nítidos aspectos é o das vestimentas. O grupo social *Nerd* é representado como indivíduos em que suas roupas ‘falam’,



em especial utilizando-se de referências ao próprio universo ao qual os *Nerds* se inserem como, por exemplo, as camisas com estampas de Super-Heróis, com linguagem de programação ou, até mesmo, com elementos que permeiam os *RPGs*

Entende-se que as diversas representações dos *Nerds* englobam conceitos e estigmas existentes a anos, porém esta identidade vem sofrendo mudanças ao longo do tempo. Hoje os *Nerds* podem ser *CEOs*, planejadores de Marketing Digital, donos de empreendimentos e até mesmo repórteres televisivos. A popularização dos filmes, histórias em quadrinhos, jogos de videogame e demais aspectos criam uma gama de ressignificações para esta identidade cada vez mais plural. Os estudiosos do *MIT* ou do *Rensselaer Polytechnic Institute* possuem suas identidades reforçadas ao ver suas representações midiáticas nos seriados televisivos, em que os personagens possuem elevada capacidade intelectual e graduações, além da falta de habilidade nas interações sociais. Entretanto nem todos os *Nerds* são assim, ao passo que nem todos são intelectualmente acima da média, podendo ser apenas pessoas comuns com apreço a jogos ou séries.

Por fim, entendo que há conceitos reforçados nas séries e que são explorados em outras esferas, entretanto o perfil do *Nerd* mudou. Ainda que possa estar relacionado a ideias antigas, os *Nerds* de hoje frequentam bares, eventos com milhares de pessoas e se comportam de maneira diversa. O que antes era cultura *Nerd* agora é chamado de cultura *Pop*, pois as gamas de produtos que antigamente eram consumidas “exclusivamente” por eles, hoje já ultrapassam barreiras, os filmes de super-heróis levam gigantescas quantidades de pessoas ao cinema, assim como as séries de televisão e a indústria dos videogames que arrecadam centenas de milhares de dólares anualmente. Pode-se dizer que não há uma ressignificação da identidade *Nerd*, há, inclusive reforços de conceitos antigos, como dito anteriormente, porém é de absoluta certeza de que cada vez mais pessoas se vêem inseridas em contextos culturais que antes eram ditas como *Nerds*. O *Pop* do cinema são os heróis em quadrinhos, *Star Wars*, *O Senhor dos Anéis*, *Harry Potter*, o *Pop* na moda é usar camisas referenciativas à ícones e símbolos conhecidos pelos *Nerds* como estes recém citados e que são apreciados pelos mesmos, o *Pop* são jogos de videogame, tabuleiro, séries de televisão e, com o perdão da repetição então, pode-se dizer que o *Pop* é *Nerd* e que o *Nerd* é uma identidade plural sem barreiras geográficas e com indivíduos de comportamentos de consumo diferentes dentro de uma grande área de múltiplas referências culturais.

## 6. REFERÊNCIAL BIBLIOGRÁFICO

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. Ed. Paz e Terra: São Paulo, São Paulo. 1999.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Ed. Edusc: Bauru, São Paulo. 1999.

ESCOSTEGUY, A.C. **Cartografias dos estudos culturais: Uma versão latino-americana**. Ed. Autêntica: Belo Horizonte, Minas Gerais. 2001.

ESCOSTEGUY, A.C. Uma introdução aos Estudos Culturais. **Revista Famecos**, Porto Alegre, Número 9, Pág. 87-97, Dezembro, 1998.

ESCOSTEGUY, A.C. Bibliografia comentada: Estudos Culturais e Recepção. **Revista Novos Olhares**, São Paulo, Número 4, Pág. 44-49, 1999.

GALVÃO, D.P. Os NERDS ganham poder e invadem a TV. **Revista Intr@ciência**, Guarujá, Número 1, Pág. 34-41, 2009.

HALL, S. **Cultura e Representação**. Ed. PUC-Rio: Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2016

HALL, S. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Ed. DP&A: Rio de Janeiro, 1992.

HERZLICH, C. A Problemática da Representação Social e sua Utilidade no Campo da Doença. **Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, Número Sup. Vol. 15, Pág.55-70, 2005.

HOHLFELDT, A. Estudos Culturais: Pós-Modernidade e Teoria Crítica. **Revista Famecos**, Porto Alegre, Número 13, Pág. 170-176, Dezembro, 2000. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3093/2369>>

LAMERICHS, N. "Stranger than Fiction: Fan Identity in Cosplay." **Revista: Transformative Works and Cultures**, Maastricht, no. 7. 2011.

LARRAIN, J. El Concepto de Identidad. **Revista Famecos**, Porto Alegre, Número 21, Pág. 30-42, 2003.

JOHNSON, R. **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Ed. Autêntica: Belo Horizonte, Minas Gerais. 2006.

MORESCO, M. RIBEIRO, R. O Conceito de Identidade nos Estudos Culturais Britânicos e Latino-Americanos: Um resgate Teórico. **Revista Intramericana de Comunicação Midiática**, Santa Maria, Número 27, Volume 14, Pág. 168-183, 2015.

SOUZA, M. **Mito Fundador, Narrativas e História Oficial: Representações Identitárias Na Cultura Brasileira**. In: VIII CONGRESSO LUSO-AFRO-BRASILEIRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, Coimbra, 2004.

TOLKIEN, J.R.R. **O Senhor dos Anéis**, Ed. Martins Fontes: **Cidade, Estado**. 2000

VILA NOVA, S. **Introdução à Sociologia**. Ed. Atlas: São Paulo, 2004.

WILLIAMS, R. **A Cultura é de Todos (Culture is Ordinary)**. Texto traduzido por CEVASCO, M. E. Departamento de Letras da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 1958.

WILLIAMS, R. **La larga Revolución**. Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 2003.

WILLIAMS, R. **Palavras-chave**: Um Vocabulário de Cultura e Sociedade. Ed. Boitempo: São Paulo, Pág 117-124. 2007.

YOKOTE, G. K. L. **O mundo dos NERDS: imagem, consumo e interação**. 2014, 153 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2014.