

A IDENTIDADE CULTURAL NERD COMO UMA PARTE INTEGRANTE DO CONTEXTO DA CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Arnaldo Pinheiro Mont'Alvão Júnior¹

Uma teoria diz que se alguém descobrir para que serve o Universo e porque ele está aqui, o mundo desaparecerá instantaneamente e será substituído por algo ainda mais bizarro e inexplicável. Outra teoria afirma que isso já aconteceu.

Douglas Adams. *O restaurante no fim do universo*.

RESUMO

Este artigo mostra como o nicho cultural nerd é parte integrante e está inserido no contexto cultural definido por Henry Jenkins (2009) como *Cultura da Convergência*. É apresentada, de forma sucinta, essa teoria, relacionando-a com outros princípios teóricos que a sustentam. Por meio de uma reflexão acerca da atuação da cultura nerd, fica evidente o papel desse nicho cultural exercido nos mesmos pilares da Cultura da Convergência: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. Isso porque, as atividades do nicho cultural nerd revelam-se instauradas nos princípios norteadores da cultura da convergência, como narrativa transmídia e economia afetiva.

Palavras-chave: Identidade cultural nerd; Cultura da Convergência; Nicho cultural nerd.

Introdução

As palavras do escritor inglês Douglas Adams citadas como epígrafe são emblemáticas aqui por dois motivos: o primeiro está estampado em cores vivas quando se olha pela perspectiva de um trabalho como este, voltado para a investigação da cultura e do nicho literário nerd². *O restaurante no fim do universo* (2004) integra a série *O Guia do Mochileiro das Galáxias* (2004)³, obra de ficção científica, um dos gêneros mais

¹ Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul – IFMS *campus* Campo Grande, Doutor em Letras, arnaldo.montalvao@ifms.edu.br

² Este texto é parte do estudo realizado durante meu doutoramento em Letras no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá – PLE-UEM, sob orientação da profa. Dra. Vera Wielewicki, o qual investigou esta questão: a cultura nerd no Brasil estaria promovendo a construção de um nicho literário? Existe um nicho literário nerd no Brasil?

³ A série de Douglas Adams é composta pelos seguintes livros: *The Hitchhiker's Guide to the Galaxy* (1979, Reino Unido) – *O guia do mochileiro das galáxias* (2004, Brasil); *The Restaurant at the End of the Universe* (1980, Reino Unido) – *O restaurante no fim do universo* (2004, Brasil); *Life, The Universe and Everything* (1982, Reino Unido) – *A vida, o universo e tudo o mais* (2005, Brasil); *So Long, and Thanks for All the*

representativos do nicho cultural nerd. Além disso, do imaginário de seu enredo, instituiu-se uma prática atribuída à cultura nerd, como explica a *Enciclonérdia* (2011): “tornou-se um livro tão influente no pensamento nerd moderno que a partir de 2001, deu origem à instituição do Dia da Toalha, em 25 de maio, que coincidentemente (ou não?...) também é o Dia do Orgulho Nerd” (FERNANDES; RIOS, 2011, p. 101). Apesar do tom exagerado que Luís Flávio Fernandes e Rosana Rios adotam nessa citação – pois não se pode garantir que todos os nerds sequer saibam que existe o “Dia da Toalha”, mas é possível inferir que esse dia é ao menos celebrado por uma parcela significativa dos fãs da obra de Douglas Adams –, a menção ao escritor inglês nessa introdução ainda é interessante porque sua obra possui destaque dentro do contexto cultural nerd.

O segundo motivo é a ilustração que a mensagem representa ao se trabalhar com uma teoria que aponta para o estabelecimento de um novo cenário cultural, investigada e desenvolvida pelo fundador do programa de Estudos de Mídia Comparada do Massachusetts Institute of Technology – MIT, Henry Jenkins, em sua obra *Cultura da Convergência* (2009). Na introdução de seu livro, Jenkins relata sua participação no New Orleans Media Experience, evento realizado em outubro de 2003, revelando como as discussões em torno de como seguiria a indústria midiática nos anos seguintes apontavam para inúmeras direções, não chegando a consensos bem definidos. Quando se pensava que a onda apenas despontava a uma distância segura, a qual permitiria ainda certa preparação e adaptação de novos paradigmas, na verdade já estava instaurado o universo

Fish (1984, Reino Unido) – *Até mais, e obrigado pelos peixes* (2005, Brasil). Existe ainda um quinto livro que não faz parte da tetralogia, mas segue com a vida de Arthur Dent, personagem principal: *Mostly Harmless* (1992, Reino Unido) – *Praticamente inofensiva* (2006, Brasil). Essa antologia, que figura entre as principais obras da cultura literária nerd, é construída por meio de uma narrativa simples, irônica e divertida, sendo um clássico da literatura de ficção científica. Publicado pela primeira vez em 1979, *O Guia do Mochileiro das Galáxias*, um dos livros mais significativos para a cultura nerd, foi originalmente produzido como um roteiro para um programa de rádio de seis episódios da BBC Radio 4, o qual foi ao ar de 8 de março a 12 de abril de 1978. Com o sucesso inesperado, Douglas Adams transformou o roteiro em livro e deu continuidade a sua antologia literária. Em 1981, a BBC produziu uma série de TV, também com seis episódios. Em 2005, o filme estreou nos cinemas com direção de Garth Jennings. No terceiro capítulo desta tese, trabalharemos com o conceito de “narrativa transmídia” investigado por Henry Jenkins em *Cultura da Convergência* (2009). Porém, desde agora, é importante afirmar que *O Guia do Mochileiro das Galáxias* não se enquadra como uma narrativa transmídia, mas como uma narrativa multimodal, pois passou por múltiplas plataformas de mídia, como rádio, TV, cinema e literatura, além de jogos de videogame, sem construir uma relação de continuidade ou complementação de enredo entre essas versões. Dessas multimodalidades em que essa narrativa se apresentou, a literatura permitiu a Douglas Adams trabalhar com sua obra de forma mais completa, criando uma mitologia própria, tão forte que é intensamente disseminada entre os nerds.

Revista de Letras Norte@mentos

da cultura da convergência, mais complexo do que se esperava, ou, em alusão às palavras de Douglas Adams que estão na epígrafe deste artigo, *bizarro e inexplicável*, que demandava um empreendimento de investigação mais elaborada, um entendimento mais consistente e aprofundado.

Em sua pesquisa, Jenkins chega à conclusão de que a cultura da convergência está edificada em três conceitos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. Na relação entre esses três conceitos, ou seja, nesse cenário de múltiplas possibilidades da cultura da convergência, desponta a cultura nerd. À vista disso, esse texto visa introduzir uma apresentação da participação da cultura nerd no cenário contemporâneo investigado por Jenkins, ou seja, como a cultura nerd se insere no contexto da cultura da convergência.

A seguir, será apresentado o cenário no qual a cultura nerd está inserida. Tendo por base os conceitos defendidos por Henry Jenkins (2009) para definir o que ele chama de “Cultura da Convergência”, é possível verificar como a cultura nerd se insere no contexto dessa cultura da convergência.

A Cultura da Convergência: preceitos teóricos

Em seu trabalho, Jenkins se baseia no conceito de inteligência coletiva discutido por Pierre Lévy. Para apresentar os princípios básicos desse conceito, Lévy atribui quatro características fundamentais da inteligência coletiva: “É uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 2015, p. 26). Na inteligência coletiva, todos têm capacidade de contribuir com algum conhecimento. O erro está em ignorar esse fato:

Quando valorizamos o outro de acordo com o leque variado de seus saberes, permitimos que se identifique de um modo novo e positivo, contribuimos para mobilizá-lo, para desenvolver nele sentimentos de reconhecimento que facilitarão, conseqüentemente, a implicação subjetiva de outras pessoas em projetos coletivos (LÉVY, 2015, p. 27).

O ciberespaço, como aponta Lévy, é o lugar onde as inteligências ignoradas podem somar e se complementar: “o ciberespaço tornar-se-ia o espaço móvel das

interações entre conhecimentos e conhecedores de coletivos inteligentes desterritorializados” (LÉVY, 2015, p. 27). Jenkins exemplifica esse conceito, apresentando o caso dos fãs de “Survivor”, que, por meio de comunidades no ciberespaço, juntam seus conhecimentos para descobrir os diversos segredos do seriado. No caso específico citado por Jenkins, um fã ganha prestígio em tais comunidades somente quando suas previsões são confirmadas, ou seja, quando ele é reconhecido como alguém que sabe de alguma coisa, que tem algum conhecimento privilegiado que merece deixar de ser exclusivo para ser compartilhado.

Quando trata da convergência dos meios de comunicação, Jenkins nos alerta para evitarmos a banalização do conceito ao pensá-lo como uma simples busca pela fabricação de um único aparelho universal, capaz de realizar todas as funções das múltiplas ferramentas dos meios de comunicação e das tecnologias de distribuição. Em vez disso, o fluxo das narrativas extrapola os limites de um único suporte, percorrendo múltiplas mídias, sendo cada trecho do percurso um ponto importante para a complementação do sentido de uma obra. Para não cairmos no que ele chama de “a falácia da caixa preta”, Jenkins explica o conceito de “narrativa transmídia, apontando como exemplo e utilizando como objeto de sua análise a obra completa de “Matrix”⁴ (Lana Wachowski; Andrew Paul Wachowski, 1999)”:

histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo; uma abordagem mais integrada do desenvolvimento de uma franquia do que os modelos baseados em textos originais e produtos acessórios (JENKINS, 2009, p. 384).

Narrativas complexas como a dos irmãos Wachowski interessam ao público nerd. O caráter instigante da narrativa transmídia atrai os nerds, pois provoca interesse pelos mais diversos elementos da narrativa, tanto os elementos-surpresa (os easter eggs⁵)

⁴ Refiro-me ao complexo de obras que formam a estrutura de “Matrix”: filmes, quadrinhos, animações e games.

⁵ “Easter eggs” é uma gíria do universo nerd utilizada para elementos-surpresa deixados, propositalmente ou não, tanto em narrativas no geral como em diversos outros produtos. Os easter eggs são uma forma de se construir o conhecimento de forma coletiva, portanto bastante característico da cultura da convergência.

quanto os elementos-chave, e promove as práticas da cultura participativa e da inteligência coletiva, mostrando como esses conceitos estão interconectados.

Jenkins destaca, ainda, que “o momento atual de transformação midiática está reafirmando o direito que as pessoas comuns têm de contribuir ativamente com sua cultura” (JENKINS, 2009, p. 189). A cultura da convergência assinala a movimentação de uma cultura mais participativa, marcada pela transição de uma postura passiva dos consumidores de mídia para uma postura participativa. Com o espaço aberto pela disponibilização e facilidade de acesso a ferramentas do ciberespaço, consumidores de mídia se tornaram agentes participativos do processo de produção midiático, investigando e discutindo sobre as atrações a que antes eram somente assistidas, e também produzindo e disponibilizando conteúdos.

Clay Shirky, pesquisador que investiga os efeitos da internet na sociedade, reconhece esse processo como uma revolução cultural, e propõe uma reavaliação do papel da mídia. Em *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado* (2011), Shirky (2001, p. 50-51) explica que

a revolução está, hoje, centrada no choque da inclusão de amadores como produtores, em que não precisamos mais pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público. [...] Essa capacidade de falar em público e de combinar nossas aptidões é tão diferente daquilo a que estamos acostumados que precisamos repensar o conceito básico de mídia: ela não é apenas algo que consumimos; é algo que usamos.

A mídia passa a disponibilizar as ferramentas necessárias para a construção do espaço dessa prática de construção de conhecimento de forma colaborativa. A produção de conteúdo não é mais privilégio de profissionais e está acessível a produtores amadores. Deixamos de ser apenas consumidores de mídia para nos tornarmos produtores de conteúdo.

Os conceitos que sustentam o argumento de Jenkins em relação à cultura da convergência – convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva – encaixam-se perfeitamente com a postura que os nerds adotam diante das indústrias de mídia, que são os fornecedores dos produtos culturais nerds. De fato, essa postura é fruto do contexto da cultura da convergência e não uma prática

exclusiva da cultura nerd. O antropólogo cultural e consultor da indústria midiática Grant McCracken, em *Chief culture officer: como a cultura pode determinar o sucesso ou o fracasso de uma organização* (2011), afirma:

Já houve um tempo em que a cultura era feita por um punhado de produtores nas posições mais altas e distribuída para milhões de consumidores aqui em baixo. Esses produtores nos ofereciam principalmente aquilo que achavam que queríamos. E, algumas vezes, nós, consumidores, não gostávamos do resultado, mas não havia muito que pudesse ser feito. Ou assistíamos às grandes redes de TV ou simplesmente não assistíamos a TV nenhuma. Esse tipo de mídia foi chamado mídia de massa porque essa programação era feita para a plateia mais ampla possível. Nichos eram impossíveis (MCCRACKEN, 2011, p. 109).

Quando os meios de comunicação se ampliam e avançam no caminho trilhado pela constante atualização de recursos tecnológicos, nichos culturais começam a aproveitar os espaços abertos para sua participação ativa no processo de produção midiática. Gunther Kress, crítico de semiótica e educação, reforça as afirmações de McCracken quando declara que, nas últimas décadas, “outros meios de comunicação se tornaram proeminentes e cada vez mais significativos na comunicação pública” (KRESS, 2000, p. 182)⁶. O podcast se tornou um meio importante para o nicho cultural nerd brasileiro, pois, “além de possibilitar a divulgação de diversos temas [...], os podcasts libertam os ouvintes da grade de programação” (FOLHA ONLINE, 2006). Os podcasts são programas gravados e disponibilizados na internet em formato de arquivo de áudio, permitindo aos ouvintes fazerem downloads desses arquivos e escutarem esses programas a qualquer momento. É um arquivo que está disponível para visitação e revisitação sem limites de tempo ou de acessos. Essa flexibilidade, característica intrínseca do podcast, confere a essa categoria de comunicação status de ferramenta essencial, em nossa época, para a difusão e a circulação de diversas manifestações culturais, como o nicho cultural nerd. Qualquer grupo interessado em divulgar seu trabalho tem condições de gravar e editar seus programas, e disponibilizá-los na internet, cujo alcance é ilimitado, podendo atingir um número infinito de pessoas que circulam pelo ciberespaço.

⁶ Tradução livre de “Other modes of communication have become prominent; and increasingly significant in public communication.”

McCracken sinaliza para uma transformação cultural, na qual

a cultura popular passou a ser apenas cultura, pura e simples. [...] Se algum dia o mercado havia se mostrado hostil em relação à complexidade narrativa, agora era preciso empregá-la cada vez mais. [...] Passaram a surgir espectadores inteligentes e ágeis o suficiente para processar praticamente qualquer informação que lhes enviem. (MCCRACKEN, 2011, p. 116).

Na cultura da convergência, produtores e consumidores de mídia constroem uma relação diferente, na qual seus papéis se confundem em alguma instância. Isso implica dizer que fãs, não mais “inocentes” frente às produções, reivindicam maior poder perante os produtores, tornando-se agentes responsáveis pela fiscalização da qualidade das obras, recusando-se a aceitar quaisquer inconsistências narrativas ou qualquer outra questão que não se enquadre nos padrões definidos.

A atuação do nicho cultural nerd no cenário moldado pela Cultura da Convergência

Em *Misery: louca obsessão* (2014)⁷, Stephen King retrata esse cenário. Nessa obra, o escritor Paul Sheldon, fadado de sua criação, a personagem Misery, resolve encerrar sua série de livros que o tornou um escritor best-seller, matando a protagonista no final do que seria o último livro de Misery. Annie Wilkes, sua autointitulada “fã número um”, irrita-se ao saber que Misery morre, e obriga Paul Sheldon a escrever um novo livro: “O retorno de Misery”. Porém, Annie não aprova o primeiro capítulo porque Paul “trapaceia” em seu texto, apresentando incoerência no enredo. Misery tinha sido enterrada no final do último livro e, portanto, ela não poderia simplesmente aparecer do nada no romance que marcava seu retorno. Paul Sheldon precisa arrumar uma solução para reescrever as primeiras páginas de “O retorno de Misery”. Assim, apresenta a sua “fã número um” uma nova proposta: Misery fora enterrada viva, por engano, e seu herói precisou agir rápido para salvá-la. Annie, então, aceita a nova versão e autoriza a continuação do romance.

Essa citação da obra de Stephen King serve para ilustrar, em termos gerais, como é o ritmo das relações entre produtores e consumidores da indústria midiática no contexto

⁷ *Misery* (1987, Estados Unidos).

da cultura da convergência. Se antes os produtores apenas se preocupavam em expor suas atrações sem o trabalho de escutar e atender a seu público, agora essas relações deixam de ser tão simples: o produtor precisa levar em consideração quais perspectivas o público retém consigo. Como explica McCracken (2011, p. 123),

algo interessante aconteceu a caminho do século 21: um belo ciclo foi colocado em andamento. Consumidores mais inteligentes resultaram em produtores mais inteligentes, que resultaram em consumidores mais inteligentes. A cultura do consumidor estava despontando.

Por conseguinte, o público também se torna produtor de mídia, ultrapassando quaisquer limites impostos a sua frente de participação. Isso resulta, como explica McCracken, na necessidade de um trabalho de estudo de novas estratégias e de abordagens diferenciadas que os grandes produtores da indústria midiática têm para guiar o desenvolvimento de seu trabalho:

Mais participação significava menos controle. É assim que as conversas se desenvolvem. Era óbvio que fosse impossível convidar o consumidor a falar e, ainda assim, controlar o que ele diria. Envolver o consumidor no processo causaria confusão. A marca teria que ser menos imaculada (MCCRACKEN, 2011, p. 121).

As corporações passam a lidar com a dificuldade de se preservar sua autoria sobre suas produções – visto que os fãs, tendo o desejo de perpetuar as narrativas, passam a produzir finais alternativos ou até novos enredos de suas obras favoritas – sem perder a simpatia do público. Ao observar esse fenômeno, Jenkins sinaliza para duas posturas adotadas pelas empresas de mídia diante dessa situação: a primeira é o caráter proibicionista, que

tem sido dominante nas indústrias midiáticas mais antigas (cinema, televisão, indústria fonográfica), embora esses grupos estejam começando, em graus variados, a reexaminar algumas posturas. Por enquanto, as proibicionistas são as que têm mais espaço na imprensa – com processos contra adolescentes que baixam músicas na Internet ou contra fãs webmasters que ganham cada vez mais espaço na mídia popular (JENKINS, 2009, p. 191).

A segunda postura é a de caráter cooperativista, que vem sendo adotada aos poucos por

novas empresas de mídia (Internet, games e, em menor grau, as empresas de telefone celular) [que] estão experimentando novas abordagens que consideram os fãs colaboradores importantes na produção de conteúdos, e intermediários alternativos, ajudando a promover a franquia (JENKINS, 2009, p. 191).

Sejam elas de caráter proibicionista ou cooperativista, essas empresas precisam reinventar sua ideologia para lidar com seu público fã, que pode impulsioná-las ou destruí-las. Consumidores, fãs e nerds igualmente possuem uma capacidade impressionante de mobilidade e conexão, formando comunidades de conhecimento. Ao compartilhar conhecimentos adquiridos por investigações dedicadamente centradas e lúcidas, essas comunidades revelam seu poder de decisão, voto e escolha perante seus fornecedores forte o bastante para conduzir suas preferências, transpondo quaisquer barreiras e limites, apoderando-se de um novo acento nas negociações com as indústrias de mídia. Tolher ou controlar a liberdade do fã em quão profundo ele pode mergulhar em seu universo de entretenimento provoca uma batalha que não se tem certeza até que ponto é interessante combater. A complexa estrutura armada pelas indústrias midiáticas para conquistar seu público consumidor, definida por Jenkins como “economia afetiva”, pode virar uma arma inimiga, transformando em ódio o amor que o fã adquiriu pela marca. Desapontar um nerd não é um bom negócio.

A relação entre esses três conceitos investigados por Jenkins para explicar o que significa a cultura da convergência também expõe a estrutura e o funcionamento da cultura nerd. Talvez seja esse o motivo de sua evidente e constante ascensão nos últimos anos, pois ela se enquadra nas mesmas características desse novo sistema cultural convergente. Se hoje o mundo dita a convergência dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva como pilares de novos padrões de relacionamentos comerciais e interativos, então o mundo é dos nerds, pois a cultura nerd atua nesses moldes.

Em *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea* (2015), André Lemos mostra como o ciberespaço se tornou um meio para o surgimento de nichos

culturais, ou ciberculturas, movidas pelos pilares da cultura da convergência apontados por Jenkins. Segundo Lemos,

A cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais. O ciberespaço cria um mundo operante, interligado por ícones, portais, sítios e *home pages*, permitindo colocar o poder de emissão nas mãos de uma cultura jovem, tribal, gregária, que vai produzir informação, agregar ruídos e colagens, jogar excesso ao sistema (LEMOS, 2015, p. 88).

As novas exigências sociais e econômicas, que marcam o início do século XXI, e a ascensão tecnológica, que promoveu a propagação do acesso ao ciberespaço e, por conseguinte, o surgimento de ciberculturas, favoreceram o crescimento do nicho cultural nerd.

O nicho nerd, um nicho inserido no contexto das ciberculturas, vem se fortalecendo nos últimos anos, ganhando até mais prestígio do que tinha nas décadas passadas, principalmente nos anos 1980, período em que recebeu uma sobrecarga pejorativa, da qual somente agora começa a se desvencilhar. Prova disso são os números impressionantes que comprovam o sucesso de eventos – como a Comic-Con International, que atrai centenas de milhares de pessoas a San Diego, impulsionando até mesmo a Comic-Con Experience – CCXP no Brasil, cuja primeira edição ocorreu em dezembro de 2014 e que se sustenta apontando crescimento a cada ano – e demais atrações da cultura nerd, as quais fluem pelas mais diversas plataformas de mídia. Em 2014, divulgou-se que os atores que interpretam os protagonistas do seriado “The Big Bang Theory”, a série mais vista nos Estados Unidos na atualidade, fecharam um acordo milionário para as próximas três temporadas:

O trio principal fechou acordo para receber, cada um, cerca de 1 milhão de reais⁸ [*sic*] por episódio, mais 1,25% dos lucros obtidos por *Big Bang*. [...] Já Helberg e Nayar se conformaram com quantia menor,

⁸ É importante destacar o equívoco da jornalista em relação à moeda mencionada, pois na verdade, como publicaram outras fontes, o acordo firmado com os atores estabeleceu o pagamento de cerca de 1 milhão de dólares e não de reais como está publicado na reportagem citada.

ficando cada um como algo em torno de 800.000 dólares por capítulo (KUSUMOTO, 2014).

O nicho cultural nerd ainda não havia alcançado um patamar tão alto como o que ocupa agora, e a tendência aponta para mais crescimento.

Considerações finais

O ponto colocado até agora é que o nicho cultural nerd se insere no contexto da cultura da convergência. Contudo, quando se pensa em cultura nerd, muitas imagens e ideias do que é um nerd ou do que significa ser nerd emergem, sem muitos questionamentos quanto à legitimidade desses pensamentos. Não cabe aqui situar melhor essa discussão, pois, devido aos limites de um artigo científico, fica inviável apresentar uma investigação mais aprofundada do nicho cultural nerd, procurando as nuances que constroem esse universo atraente não somente para o público fã, mas para o mercado, que parte em busca de conquistar um espaço nesse universo nerd lucrativo⁹.

Vale ressaltar, ainda, que algumas questões são importantes para guiar essa reflexão, quais sejam: qual seria a melhor forma de se representar a identidade do nerd? O que significa ser um nerd? Quem são os nerds? O que eles fazem? Quais os maiores conflitos enfrentados por um nerd? Quais as implicações na vida de quem se aceita ou é insistentemente apontado como um nerd? Por que essa cultura atrai tantos e é tão lucrativa e visada pelo mercado? São questões difíceis de responder, se é que realmente possam existir respostas para elas. Por isso, elas são tão importantes.

REFERÊNCIAS

ADAMS, Douglas. *Até mais, e obrigado pelos peixes!*. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

_____. *A vida, o universo e tudo mais*. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

⁹ Vale ressaltar que esse artigo faz parte da tese intitulada “*A cultura nerd no Brasil: construção de um nicho literário?*”, defendida em março de 2016 no Programa de Pós-Graduação em Letras – PLE da Universidade Estadual de Maringá – UEM. Portanto, essa análise mais completa a respeito do nicho cultural nerd está concretizada nessa tese.

_____. *O guia do mochileiro das galáxias*. Trad. Carlos Irineu da Costa e Paulo Henriques Britto. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

_____. *O restaurante no fim do universo*. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

_____. *Praticamente inofensiva*. Trad. Marcia Heloisa Amarante. Rio de Janeiro: Sextante, 2006.

ENTENDA o que é podcast. *Folha Online*, 20 fev. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19678.shtml>>. Acesso em: 16 mar. 2014.

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

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Trad. Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KING, Stephen. *Misery: louca obsessão*. Trad. Elton Mesquita. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.

KRESS, Gunther. Multimodality. In: COPE, Bill; KALANTZIS, Mary (org.). *Multiliteracies*. Literacy Learning and the Design of Social Futures. London and New York: Routledge, 2000.

KUSUMOTO, Meire. ‘The Big Bang Theory’: a sitcom da geração Facebook. *Veja*, 17 ago. 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/the-big-bang-theory-a-sitcom-da-geracao-facebook>>. Acesso em: 17 ago. 2014.

LEMO, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva*. Trad. Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Folha de S. Paulo, 2015.

MCCRACKEN, Grant. *Chief culture officer: como a cultura pode determinar o sucesso ou o fracasso de uma organização*. Trad. Ricardo Giassetti e Roberta Bronzatto. São Paulo: Aleph, 2011.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Trad. Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

THE NERD CULTURAL IDENTITY AS AN INTEGRAL PART OF THE CONTEXT OF *CONVERGENCE CULTURE*

ABSTRACT

This article shows how the cultural niche nerd is an integral part and it is inserted in the cultural context defined by Henry Jenkins (2009) as Convergence Culture. This theory is succinctly presented, relating it to other theoretical principles that support it. Through a reflection about the performance of the nerd culture, the role of this cultural niche is evident in the same pillars of Convergence Culture: convergence of the media, participatory culture and collective intelligence. This is because, the activities of the nerd cultural niche are revealed in the guiding principles of the culture of convergence, as transmediative narrative and affective economics.

Keywords: Cultural identity nerd; Culture of Convergence; Nerd cultural niche.