

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS
ESCOLA NORMAL SUPERIOR
LICENCIATURA EM GEOGRAFIA**

GABRIELA DO CARMO MENEZES

**LUGARES DE SOCIABILIZAÇÃO DOS JOVENS NERDS NA CIDADE
DE MANAUS**

MANAUS

2022

GABRIELA DO CARMO MENEZES

**LUGARES DE SOCIABILIZAÇÃO DOS JOVENS NERDS NA CIDADE
DE MANAUS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade do Estado do Amazonas para obtenção
do título de Licenciado em Geografia.

Orientador (a): Professora Dra. Iolanda Aida de
Medeiros

MANAUS

2022

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade do Estado do Amazonas.

M543lu MENEZES, Gabriela Do Carmo
g Lugares de sociabilização dos jovens Nerds na cidade de
Manaus / Gabriela Do Carmo MENEZES. Manaus : [s.n],
2022.

73 f.: color.; 30 cm.

TCC - Licenciatura em Geografia - Universidade do
Estado do Amazonas, Manaus, 2022.

Inclui bibliografia

Orientador: Iolanda Iada de Medeiros Campos

1. Socialidade dos jovens. 2. Nerds. 3. Lugar. 4.
Territorialidade . I. Iolanda Iada de Medeiros Campos
(Orient.). II. Universidade do Estado do Amazonas. III.
Lugares de sociabilização dos jovens Nerds na cidade de
Manaus

Elaborado por Jeane Macelino Galves - CRB-11/463

GABRIELA DO CARMO MENEZES

Lugares de sociabilização dos jovens nerds da cidade de Manaus

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade do Estado do Amazonas para obtenção de Título de Licenciado em Geografia.

BANCA EXAMINADORA

Presidente: Profa. Dra. Iolanda Aida de Medeiros Campos

1º Avaliador: Profa. Ma. Maria Helena Carvalho Mourão

2º Avaliador: Profa. Dra. Danielle Mariam Araujo dos Santos

Manaus, 20 de maio de 2022

A Deus e aos meus pais que me deram asas para estar aqui.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer à Deus, por ser tão maravilhoso em todos os momentos e em todas as suas formas;

À meus pais incríveis, Maria Francisca do Carmo Menezes e Cízinando Vasconcelos de Menezes por cuidarem e por estarem por mim e por meus irmãos sempre;

Aos meus irmãos e irmãs, Claudia Menezes, Márcio Menezes, Daniel Menezes, Rosana Menezes e Cíziam Menezes, por ajudarem a me criar e apoiarem sempre meus estudos;

A minhas sobrinhas e sobrinho pelo apoio emocional em cada período da minha vida;

A minha querida orientadora Professora Doutora Iolanda Aida de Medeiros Campos por aceitar esse desafio e está presente em cada etapa deste TCC e não deixar eu desistir.

A todos os professores do Curso de Licenciatura em Geografia da UEA, por todos os ensinamentos, suas vozes me guiaram na construção desse trabalho e seus exemplos me seguiram pela vida pessoal e profissional.

A professora Dr^a Ana Paulina Aguiar Soares pelos ensinamentos e paciência comigo para montar o projeto.

Às professoras Susane Patrícia, Vilma Terezinha, Danielle Mariam, Alcirene Cursino, Neliane Alves e Edilza Laray por todo ensinamento e paixão que tiveram ao ministrar as aulas e me deixaram encantada com a Geografia.

Aos professores Isaque Sousa, Valdir Soares, Carlossandro Albuquerque, Flávio Wachholz e Julien Marius por todo o conhecimento técnico e por me inspirarem para a formação desse trabalho também.

Aos meus colegas e amigos da UEA, Bianca Silva, Deborah Gomes, Adria Freire, Hellyzabeth Barros, João Paulo Donato, Matheus Vasconcelos, Estelio Lopes, João Matheus, Manuela Baré, Kemylla Andrade, Graciele Silva, Ludmylla Amaral e Julia Esther, pela parceria e apoio durante a Universidade, vocês foram parte crucial na minha vida universitária;

Aos meus amigos de vida, Davi Bernardino, Geysa Claudio, Karine Lopes, Matheus Coelho, Kelvin Andrade, Sabizael Oliveira, Marco Antonio, Michel Santos e

Jayara Mendonça por sua parceria e lealdade durante todos esses anos, vocês são incríveis;

Aos meus colegas Carlos Vollrath e Filipe de Araújo por me salvarem com os mapas do trabalho de conclusão de curso;

À todos aqueles da minha vida que me inspiraram a estudar esse tema e todos aqueles que forneceram os dados necessários para a realização da pesquisa;

À Universidade do Estado do Amazonas por sua estrutura, oportunidades de crescimento e quadro de profissionais maravilhosos.

“Antes estereotipados e considerados apenas indivíduos inadequados socialmente,
hoje os nerds começam a ser vistos como consumidores privilegiados e criadores de
tendências”

Patrícia Matos

RESUMO

O presente trabalho é uma análise crítico-dialética sobre os processos e localidades de socialização e sociabilização da juventude nerd na Área Urbana de Manaus-AM. O objetivo principal é, analisar em uma perspectiva histórica, social e geográfica como e em quais lugares a juventude nerd tem se estabelecido para desenvolverem sua cultura juvenil, assim como sua abrangência territorial no espaço e nos meios virtuais, explicando as possíveis razões para a ascensão dessa tribo historicamente, como a própria consolidação desse grupo no mercado mundial e o crescimento dos subgrupos de identificação são compreendidos nesta pesquisa, por meio do material bibliográfico existente e relatos dos próprios nerds. Para a formulação da metodologia, os dados foram coletados, utilizando um questionário semiestruturado, com perguntas abertas e fechadas, para traçar um perfil identitário dos participantes, assegurando dados qualitativos e quantitativos referentes ao método escolhido. Seguido por entrevistas para coletar histórias e experiências pessoais, tais questionamentos foram respondidos por participantes que se identificaram como integrantes da cultura nerd em algum grau, com jovens entre 14 a 29 anos e adultos de 30 a 50 anos. Percebeu-se, como está ocorrendo o processo de socialização desses jovens nerds em um contexto de intensa urbanização e integração cultural e flexibilização do termo juventude resultantes da globalização. Eles estão vivendo na cidade e estão presentes nas redes sociais, sendo caracterizados como uma cultura para o consumo, tecnológica e com múltiplas territorialidades.

Palavras-chave: Sociabilidade dos Jovens; Nerds; Lugar; Territorialidade.

ABSTRACT

The present work is a critical-dialectical analysis about the processes and locations of socialization and sociabilization of nerd youth in the Urban Area of Manaus-AM. The main objective is to analyze from a historical, social and geographical perspective how and in which places nerd youth have established themselves to develop their youth culture, as well as their territorial scope in space and in virtual media, explaining the possible reasons for the rise of this tribe historically, such as the consolidation of this group in the world market and the growth of identification subgroups are understood in this research, through the existing bibliographic material and reports from the nerds themselves. For the formulation of the methodology, data were collected using a semi-structured questionnaire, with open and closed questions, to trace an identity profile of the participants, ensuring qualitative and quantitative data regarding the chosen method. Followed by interviews to collect stories and personal experiences, these questions were answered by participants who identified themselves as part of the nerd culture in some degree, with young people between 14 and 29 years old and adults between 30 and 50 years old. It was noticed how the process of socialization of these young nerds is taking place in a context of intense urbanization and cultural integration and flexibilization of the term youth resulting from globalization. They are living in the city and are present on social media, being characterized as a culture for consumption, technological and with multiple territorialities.

Key-Words: Youth Sociability; Nerds; Place; Territoriality.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fluxograma dos Procedimentos Metodológicos.....	31
Figura 2 – Produtos de Consumo dos Nerds	46
Figura 3 – Espaços Nerds no Amazonas Shopping.....	46
Figura 4 – Produtos de Consumo Nerd em Manaus	47
Figura 5 – Evento na Area Externa do Palacete Provincial no Centro da Cidade....	53
Figura 6 – Evento no Palacete Provincial	53
Figura 7 – Intergeracionalidade da Cultura Nerd.....	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características dos participantes dos Subgrupos.....	44
Quadro 2 - Distribuição de participantes e dinamicidade pela cidade.....	52

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Mapa de Localização dos pontos de Sociabilidade dos Nerds em Manaus.....	32
Mapa 2 – Fluxo de Conectividade dos Nerds Manauaras pelo Brasil	59
Mapa 3 – Fluxo de Sociabilidade dos Nerds Manauaras em Nível Global.....	60

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Subgrupos Nerds Citados pelos Respondentes.....	45
Gráfico 2 – Gasto Mensal com produtos da Cultura Nerd.....	48
Gráfico 3 – Redes Sociais Acessadas pelos Respondentes.....	57

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	Erro! Indicador não definido.
2.1 Juventude e Sociabilidade	14
2.2 Juventude no Espaço Urbano	16
2.3 Redes Sociais e Espaços Urbanos de Socialização Juvenil	18
2.4 Cultura Nerd	21
3 METODOLOGIA	28
3.1 O Método	28
3.2 Procedimentos Metodológicos	29
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	Erro! Indicador não definido.
4.1 Ascensão da Manifestação da Cultura Nerd	33
4.2 A Territorialidade da Cultura Nerd no Brasil	38
4.3 Espaço Econômico dos Nerds	41
4.4 A Conectividade Nerd: Dentro e Fora do Lugar	50
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	Erro! Indicador não definido.
REFERÊNCIAS	64
APÊNDICE	Erro! Indicador não definido.
Questionário	68

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas da história humana, muito se discute sobre a juventude, em diversas esferas do conhecimento, em suas mais diversas implicações e conceitos. Como grupos juvenis, comunicação, socialização e a própria mercantilização da condição juvenil.

É em contexto de intensa globalização, e em período da Revolução Técnico-científica-informacional que crianças, jovens, adultos e idosos estão vivendo no século XXI, apropriando-se de novas formas de consumir alimentos, informações, produtos e etc. A humanidade se vê perante situações e desafios antes somente imaginados e vistos na ficção, trazendo infinidades de opções e incertezas.

São realidades que os jovens fazem parte e sentem dificuldades ao se definirem perante si e para a sociedade. Assumem riscos e buscam grupos, além do familiar, para construir suas narrativas e formar sua identidade para terem seu lugar no mundo.

Nessa conjuntura que os Jovens da cultura Nerd estão. Antes excluídos e estereotipados, agora estão buscando seu lugar na sociedade, como grupo social complexo, como cultura passada de geração em geração, em constante movimento. Especialmente, buscar ser visto como indivíduo que vai além de estereótipos passados, com capacidade de comunicação, liderança, criatividade e com problemas como qualquer outra pessoa.

Nesta pesquisa, foi analisada como a categoria juvenil, especificamente a cultura Nerd, está se organizando nas cidades no atual contexto de globalização. Como esta juventude se apropria do espaço geográfico e virtual e usa-os ao seu favor para mudar a dinâmica social e econômica. Assim, pode-se entender um pouco mais sobre as mudanças cada vez mais aceleradas que transformaram o estilo de vida de alguns segmentos sociais em escala mundial, bem como sua geograficidade.

O objetivo central é analisar em uma perspectiva histórica, social e geográfica como e em quais lugares os jovens nerds tem se estabelecido para desenvolverem sua cultura juvenil. Especificamente, explicar os motivos que levaram a cultura *nerd* a ser aceita e reproduzida em larga escala na sociedade nos últimos anos, com base no referencial teórico e relatos dos participantes do grupo; Identificar quais são os momentos de socialização dos jovens Nerds dentro da cidade e quando eles estão online e a frequência que esses momentos ocorrem, com a utilização do questionário

e entrevista; Distinguir quais são as categorias de identificação dentro dessa tribo urbana; Apreender a abrangência territorial na qual se dá essa manifestação da cultura nerd, utilizando-se também do questionário e entrevista.

A estrutura deste Trabalho de Conclusão de Curso de Licenciatura em Geografia, é composta por introdução, referencial teórico envolvendo conceitos de Juventude e Sociabilidade; Juventude no Espaço Urbano; Redes Sociais e Espaços Urbanos de Socialização Juvenil e Cultura Nerd. A metodologia é constituída pelo método crítico-dialético, construída através dos processos metodológicos de pesquisa bibliográfica, questionários e entrevistas, necessários para o alcance dos objetivos e caracterização do método trabalhado.

Para apresentação dos resultados e discussões, o trabalho foi dividido em quatro subcapítulos. Com a Ascensão da Cultura Nerd, composto pela análise desse grupo como cultura, historicidade que acompanha as possíveis origens para o termo Nerd, definições de nerd e expansão da comunidade pelos meios virtuais e sociais.

A territorialidade da Cultura Nerd no Brasil é o segundo subcapítulo, trata-se, de como essa cultura se deu no Brasil, de acordo com a historicidade do país e pelos meios de comunicação. O terceiro subcapítulo refere-se aos espaços econômicos dos Nerds no Brasil como um todo, dando ênfase nos espaços econômicos criados pelos próprios manauaras e como os subgrupos dessa cultura incentivam o consumo. Conectividade Nerd: dentro e fora do Lugar, quarto e último subcapítulo, trabalha a territorialização da cultura em Manaus, a abrangência de lugares de sociabilidade para esse grupo na área urbana, assim como, a territorialidade conquistada via computadores, celulares e redes sociais por essa juventude.

Para encerrar a pesquisa, as Considerações Finais trazem resultados de como a cultura está se dando na cidade de Manaus e as possibilidades infinitas de pesquisa sobre o tema envolvendo essa juventude.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Os estudos envolvendo juventude e suas culturas são relativamente recentes na história da humanidade, mas tem ganhado espaço nas ciências. Tanto que os conceitos de juventude, globalização e comunicação em rede têm ganhado destaque e sido aprofundados nas últimas décadas. Estas categorias são de fundamental importância para entendermos a nova dinâmica social, mais dinâmica, fluída, rápida, tecnológica e conectada na rede de internet. Neste contexto, esta pesquisa tem por objetivo apreender o processo de formação da cultura nerd, na perspectiva das redes sociais de comunicação, assim como sua territorialidade.

2.1 Juventude e Sociabilidade

Na atualidade, há intensos movimentos sociais, inovações tecnológicas e a própria associação do termo Juventude com o ato de consumir e reproduzir bens de consumo. Dessa forma, se faz necessário desenvolvimento de estudos sobre as culturas juvenis analisadas em diferentes áreas das ciências. É importante entendermos as suas conceituações e contextualizações históricas, políticas, culturais, ambientais e econômicas.

Primeiro é necessário entender a conceituação de juventude como desafio para a sociedade moderna, do mesmo modo é complexo ao jovem se definir perante a sociedade e a ele próprio, de acordo com Catani e Gilioli (2008, p. 13) em seu trabalho sobre culturas juvenis. Porém, esses autores se utilizam de algumas conceituações para defini-los e entendê-los melhor, quando asseveram:

Os grupos sujeitos ou grupos sociais podem se identificar como jovens ou portadores da cultura juvenil. Podem também, ser identificados como tais por outros segmentos etários e instituições (Estado, família, organizações), que os caracterizam - e legem alguns traços como essência que caracterizaria a juventude (CATANI; GILIOLI, 2008, p. 13).

Notadamente, a conceituação de juventude está estreitamente ligada a um modo de ser e de agir, um modo de vida com “rebeldia, novidade, audácia, liberdade, prazer, descompromisso, beleza, sedução e poder” (GROPPO, 2015. p. 569), fazendo que o termo juventude seja utilizado por diferentes pessoas, com diferentes idades e classes sociais.

Além disso, Groppo (2015, p. 569) relata o fato desse estilo de vida ressignificar o próprio significado de consumir bens e serviços, pois os consumidores estão buscando “a realização da promessa da eterna juventude” (GROPPO, 2015, p. 570) e o mercado segue essa linha, criando produtos e experiências voltadas para o público juvenil, pois o próprio ato de consumir pode ser estreitamente ligada ao ser jovem.

Dayrell (2007) aprofunda suas pesquisas sobre juventude, em seu artigo, trazendo o conceito de condição juvenil “refere-se ao modo como a sociedade constitui e atribui significado a esse momento do ciclo da vida, no contexto histórico-geracional, mas também [...] é vivida a partir dos diversos recortes referidos às diferenças sociais - classe, gênero, etnia etc.” (DAYRELL, 2007, p.1108). Ademais, para entender o jovem atual é necessário levar em conta o contexto das profundas transformações sócio culturais.

Para Martins e Carrano (2011) os jovens estão em um campo entre as instituições do “mundo adulto” e as diversas possibilidades de identidades culturais na atualidade. Dessa forma, o jovem está em uma posição difícil, existem incertezas provocadas pela fragilização da tradição de famílias, as múltiplas possibilidades de escolha de vida e riscos advindos da globalização.

Esses riscos sem precedentes na história da humanidade e outros que foram intensificados pela globalização, tais como tráfico de drogas e de pessoas, violência urbana, ameaças ambientais, a divulgação cada vez maior das desigualdades sociais, também formam o jovem da atualidade, da mesma forma que traz um misto de possibilidades também deixam muitas dúvidas sobre sua identidade e seu futuro (MARTINS; CARRANO, 2011).

Assim, como diz Barcelos (2010), em meio à luta de classes, desenvolvimento das técnicas, expansão do meio urbano, crises financeiras e ambientais. O jovem participa dessas diversas realidades e deseja seu próprio espaço, para criar e desenvolver suas próprias relações sociais e suas relações com o mundo.

Em meio a realidade vivida por essas pessoas, o jovem em seu crescimento físico e cognitivo ao começar a se deparar com outros grupos, além do familiar, procura grupos diferentes que sejam adequados a sua necessidade de comunicação, socialização e sociabilização, de forma a criar sua própria identidade e a coletiva, mais conhecida como tribos urbanas.

Dayrell (2007) expressa que a sociabilidade se refere às "relações, com diferentes gradações que definem aqueles que são os mais próximos [...] e aqueles

mais distantes” a sociabilidade se desenvolve em diferentes instituições sociais, como a escola e o trabalho e decorrem também em relação ao fluxo cotidiano, a proximidade que ocorre no dia a dia.

Carrano (2011) reconhece que as relações entre as pessoas e seus grupos, somadas às transformações sociais globais existentes, vão agregar e modificar a vida e identidade de cada um. O autor enfatiza que esses jovens “são sujeitos de múltiplas trajetórias e experiências de mundo. Muitas delas oriundas de redes de relacionamentos produzidas nos novos espaços-tempo da internet, dos mercados de consumo, de grupos culturais juvenis ou intergeracionais[...]” (CARRANO, 2011, p.18).

O autor ainda relata: “O que se busca reforçar é que os jovens de espaços populares, ainda que possam compartilhar de posições sociais em comum [...] articulam histórias de vida únicas” (CARRANO, 2011. p. 16), dentro de seu contexto temporal, espacial e de suas relações com o mundo, o jovem vai começar a se definir como pessoa em sua sociedade, articulando sua própria identidade.

2.2 Juventude no Espaço Urbano

Ao caminhar pelas cidades é possível identificar diferentes agrupamentos de jovens, seja na sua forma de convivência, de vestir, comunicar-se, apropriar-se dos espaços públicos, dentre outras. Esse fenômeno majoritariamente urbano pode ser conceituado como “tribos urbanas” as quais o autor Maffesoli (2018, p 37.) concebe como, “a constituição de microgrupos, das tribos que pontuam a espacialidade se faz a partir do sentimento de *pertença*, em função de uma *ética* específica e no quadro de uma rede de comunicação”. Considerando-se que o sujeito se identifica com o modo de vida do grupo ao qual deseja pertencer. Maffesoli afirma:

o processo tribal tem contaminado o conjunto das instituições sociais. E é em função dos gostos sexuais, das solidariedades de escolas, das relações de amizade, das preferências filosóficas ou religiosas que vão constituir as redes de influência, a camaradagem e outras formas de ajuda mútua, das quais se retratou, que continuam o tecido social (MAFFESOLI, 2018. p. 29).

Os coletivos juvenis são uma parte importante na transição da fase juvenil para a adulta e ao desenvolvimento de sua personalidade a qual refletirá no seu comportamento.

Enfatizando que, as barreiras entre essas fases da vida são flexíveis para cada pessoa e em muitos casos esses grupos ajudam a enfrentar os desafios vindos do

mundo do trabalho, da convivência familiar, da vida universitária, os permitindo ter sentimentos de pertencimento social, reconhecimento de suas identidades raciais e de classe. Trazendo a eles visibilidade para suas ações e os apresentando para o mundo (SOUZA, 2018; MATTOS, 2021).

Além disso, os jovens buscam “agrupar-se por afinidade em torno de ideais artísticos, culturais, políticos, religiosos, etc. Assim, esta sociabilidade é marcada por relações grupais que podem se efetuar a partir de instituições tradicionais como a escola, a igreja, a família, etc.” (DIAS, MARCHI, 2012. p. 1054). Dessa forma são criados alguns dos grupos juvenis conhecidos como Pucks, nerds, patricinhas, hip-hop, darks citados pelos autores.

Durante esse processo esses jovens vivem e demarcam seus territórios dentro dos espaços que estão inseridos, desde sua casa até a cidade como um todo. Isto pode ser explicado devido a:

[...] diferentes dimensões da condição juvenil são influenciadas pelo espaço onde são construídas, que passa a ter sentidos próprios, os transformando em lugar [...] os jovens tendem a transformar os espaços físicos em espaços sociais, pela produção de estruturas particulares de significados. Um exemplo claro é o sentido que os jovens atribuem ao lugar onde vivem. (Dayrell, 2007, p. 1112).

É no contexto urbano que a maioria dos jovens se encontram. Visto que, “a(s) juventude(s) é(são) um produto próprio das cidades, fica claro que esse segmento é particularmente afetado pelos problemas e vantagens dos espaços urbanos” (CATANI; GILIOLI, 2008, p. 37), sendo a juventude essencialmente produto da modernidade, a qual desenvolve-se nos espaços urbanos o jovem construirá sua própria identidade no contexto de intensa globalização, intenso consumo.

A cidade é vivida pelos jovens como um todo, não apenas como um espaço funcional de moradia, mas com “um lugar de interações afetivas e simbólicas, carregadas de sentido. Pode-se ver isso no sentido que atribuem à rua, às praças, aos bares da esquina, que os tornam, [...] o lugar privilegiado da sociabilidade ou, até mesmo, palco para expressão da cultura” (DAYRELL, 2007, p. 1112).

Segundo Martins e Carrano (2011) é nas cidades que a maioria dos jovens desenvolve sua territorialidade. São nos espaços urbanos que os jovens exploram diversas identidades, defrontam com diferentes realidades e grupos sociais e conquistam seus próprios territórios e o demarcam com sua própria cultura.

O Território e a Territorialidade vão ser definidas em duas categorias, no sentido de dominação e de apropriação, que carrega as marcas de quem o viveu. O território vai ser associado à própria cultura estabelecida no espaço e carrega funções sociais e simbólicas e é a partir dessa dinâmica que o grupo cria uma identidade. Ademais, são os próprios sujeitos que vão diferenciar tipos de territórios (HAESBAERT, 2004, STÜRMER; HERRMANN, 2017)

Sobre esse aspecto os autores Martin e Carrano (2011) asseveram ainda: “nos territórios culturais juvenis delineiam-se espaços de autonomia conquistados pelos jovens e que permitem a eles e elas transformar esses mesmos ambientes os ressignificando a partir de suas práticas específicas” (MARTINS; CARRANO, 2011. p. 45) essas práticas culturais coletivas demarcam esse território com um espaço com características próprias daquele grupo e os define como o território daquele determinado coletivo social.

A própria discussão das ‘tribos’ juvenis já implica a análise das relações entre urbanidade e juventude [...] a condição juvenil ingressou em um processo de transformações significativas, tentando reconquistar, de modo alternativo, espaços públicos perdidos e refazer conscientemente redes de solidariedade e de socialização (CATANI; GILIOLI, 2008, p. 38-39).

O jovem vai em busca de espaços para realizar sua socialização, esse processo pode ser percebido no trabalho de Stürmer e Herrmann (2017) que realizaram um estudo no parque de sua cidade e afirmam que “o parque representa para os jovens um escape para diversas formas de estar na cidade e vivenciar o espaço, criando territórios, especialmente aqueles que autorizam novas experiências em meio ao ‘cinza’ urbano” (STÜRMER; HERRMANN, 2007, p. 31). Esse espaço pode ser caracterizado com um espaço de culturas juvenis.

Essa análise vai permear vários aspectos da formação do jovem e da formação de uma cultura juvenil, de forma a verificar como a dinâmica da cidade molda o comportamento dos jovens e essa condição juvenil influencia o ser humano na vivência do lugar e do mundo.

2.3 Redes Sociais e Espaços Urbanos de Socialização Juvenil

Em relação à socialização juvenil, os autores Catani e Gilioli (2008) tratam em seu livro sobre essa fase da vida, na qual os jovens costumam se desligar um pouco da família e mudar os hábitos da infância. O jovem/adolescente entra em contato com

outros grupos sociais, aumenta sua rede de contatos e experiências, vivencia e se apropria de espaços da cidade para realizar essa socialização.

Além desses espaços das cidades, os jovens estão se apropriando de outros mecanismos de socialização como as redes da internet, por meio das redes sociais, plataformas de criação de comunidades, jogos de videogame e computador com espaços para a comunicação entre os jogadores. Constata-se na sociedade uma grande variedade de modos de comunicação e interação social vistos nas redes sociais. Esse fato decorre de anos de inovação tecnológica, as novas necessidades de consumo, socialização e demandas de mercado.

Neste contexto, os lugares passam a ter novos conteúdos, dentre eles os objetos tecnológicos como os computadores, estes por sua vez interligados em rede garantem a conectividade entre as pessoas, comunicações de curta e longa distâncias, em tempo real, relativizando as distâncias geográficas e o tempo a percorrê-las.

Carlos (2007) e Harvey (2013) atribuem essa relativização ao desenvolvimento da técnica, causando transformações no processo produtivo. Os fluxos materiais e imateriais, cada vez mais deslocando-se rapidamente pelo espaço concreto em cada vez menos tempo. Harvey (2013) chama esse processo de “compressão espaço tempo”, onde é visto o desenvolvimento da técnica para a diminuição do tempo percorrido entre um ponto e outro no espaço, ou seja, o espaço continua o mesmo e o tempo pode ser reduzido a lapsos de segundos.

Resultando no fluxo de informações contínuo e ininterrupto, possibilitando comunicações cada vez mais instantâneas. Nesse novo contexto, Carlos (2007) afirma a redefinição do lugar, levando em consideração sua nova relação numa rede de lugares no contexto da globalização.

A história dos lugares passa a ser compartilhada e dependente do plano mundial, mas “o processo de reprodução das relações sociais vem se realizando, hoje, não invalida o fato de que o lugar aparece como um fragmento do espaço onde se pode apreender o mundo moderno, uma vez que o mundial não suprime o local” (CARLOS, 2007, p. 21 – 22). De tal maneira, é possível estabelecer relações sociais, contatos com outras culturas, comunicações instantâneas com povos diversos por diferentes meios de comunicação e continuar com as especificidades locais tão características.

As Redes Sociais são consideradas como redes de interação social via computadores, desenvolvidas na contemporaneidade para a aquisição, compartilhamento e socialização de informações pessoais e instrumentais, trazem novas possibilidades de socialização a distância e espaços para aprendizagem (DUARTE, 2016; SANTOS, SYBRIANO, 2014).

De acordo com Barcelos (2010) as redes sociais permitem que seus usuários troquem mensagens instantâneas, personalizem seus perfis com fotos, vídeos, gostos musicais, literários e etc. Tais compartilhamentos de informação, permitem que os indivíduos possam expandir sua rede de sociabilidade nos meios virtuais em uma escala sem precedentes

Essas plataformas e redes sociais, possuem também uma linha fluida e permeável com a realidade, “sugere que a maioria dos sites de redes sociais dá suporte primariamente a relações sociais pré-existentes. Estes relacionamentos podem inclusive ser unidos por laços fracos, mas tipicamente há algum elemento off-line em comum” (BARCELOS, 2010. p. 53). Assim, conectando pessoas de diferentes lugares que conheceram em diferentes tempos e grupos.

Observa-se que essas redes “se multiplicaram e diversificaram, tendo como característica a coadunação de pessoas, grupos, instituições que constituem, por sua vez, a rede de contatos de cada um, expandindo-se a partir do momento em que o usuário opta por utilizá-la” (DUARTE, 2016. p. 111), tendo como um maior público, os grupos juvenis e sendo aderida aos poucos pelo público de adultos e idosos, todas elas com o intuito de se apropriarem desse novo modelo de interação, mantendo contato com seus conhecidos e aumentando sua rede de amigos e seguidores.

Para Gonçalves e Nuernberg (2012, p. 166) esses locais virtuais estão se destacando globalmente, pois eles são capazes de fazer conexões com pessoas de diversas partes do mundo instantaneamente. Suas plataformas possibilitam entretenimento, conversas, compartilhamentos de vídeos, músicas, jogos, fotos e muito mais.

Essas plataformas permitem aos usuários vivenciarem experiências somente vistas em ficção científica, as quais não seriam possíveis no mundo físico. Isso pode afetar de maneira positiva, quando falamos de grande alcance de informações, enriquecimento cultural e novas tecnologias, quanto de forma negativa, ao se tratar de vício por aparelhos eletrônicos e a falta de habilidade em viver experiências reais e conviver em sociedade em outras instituições (GONÇALVES, NUERNBERG, 2012).

É importante salientar que os autores Martins e Carrano (2011) também apresentam a cultura juvenil no contexto global e regionalizado, afirmando:

A cultura internacional juvenil popular centrada na globalização do consumo é apropriada de diferentes maneiras pelos jovens, em função principalmente das desigualdades econômicas e socioculturais de cada grupo. Além disso, o caráter local, específico do espaço geográfico, parece assegurar as diferentes apropriações daquilo que se propõe a se tornar universal. A mundialização pensada como uma ameaça homogeneizadora das culturas não se completa na particularidade do local que insiste em garantir a heterogeneidade dos significados culturais (MARTINS; CARRANO, 2011. p. 48).

O jovem está cada vez mais conectado às redes sociais, interagindo com diferentes pessoas em diversos lugares no mundo. Dessa forma, adere particularidades desses lugares e tornam sua cultura juvenil semelhante a outras, mas não igual, pois esses jovens vivem realidades distintas dependendo de seu contexto social, econômico, cultural e até o modo como vivem seu espaço geográfico vai manter aquele grupo juvenil único.

Para entendermos melhor essa questão em escala regional, Dias e Marchi (2012) fazem um estudo sobre os grupos juvenis na escola, onde relatam que os jovens em sua busca por socialização, buscam características visuais e comportamentais em diferentes pessoas e grupos para se associarem e estabelecerem suas relações no espaço do qual estão inseridos. Características essas, se assemelham a aparência e comportamento com outros grupos de outros lugares do mundo, mas mantém suas especificidades locais decorrentes de sua localização e territorialidade.

2.4 Cultura Nerd

Primeiro para entendermos a cultura Nerd, é necessário conhecer o conceito de cultura, de forma que o autor Claval (2011, p. 16) nos traz o conceito de cultura como:

A cultura é o conjunto de práticas, conhecimentos, atitudes e crenças que não é inato: eles são adquiridos [...] natureza e o conteúdo da cultura de cada indivíduo refletem os meios através dos quais ele adquire as suas práticas e os seus conhecimentos: transmissão direta pela palavra e pelo gesto; utilização da escrita; utilização das mídias modernas. (CLAVAL, 2011, p. 16).

Assim sendo, a cultura é uma construção social de um grupo onde cada membro vai receber os conhecimentos dessa sociedade, bem como vão modificar

essa cultura, a desenvolvendo e a adaptando para o determinado tempo em que os participantes desse grupo se encontram.

Padilha (2017) trabalha com o conceito que a cultura pode ser caracterizada de duas maneiras, a cultura não-material e a material. A cultura não material corresponde às relações sociais e costumes construídas por um grupo no mundo das ideias. Já a cultura material é constituída pelas artes e objetos em geral que um determinado grupo produz. Dessa forma, será visado mais a cultura material para representar a cultura juvenil Nerd.

A cultura Nerd, assim como qualquer outra cultura ou tribo urbana, possui uma construção histórica-social, seus próprios rituais, suas ações e seu estilo de vida são bastante característicos e únicos desses jovens, esse estilo de vida é visado por grandes mercados de tecnologia, jogos, cinema, de roupas, literários e etc. tornando-os sinônimo de um mercado de consumidores em potencial.

Para falar de cultura Nerd, Fedel e Silva (2016) nos chamam atenção para “entender que esses indivíduos constroem modos de vida, maneiras de ser, de fazer e de sentir, tornam diferentes dos ‘outros’, e os identificam entre si” (FEDEL; SILVA, 2016, p. 123), que os torna um grupo juvenil com características únicas, destacando-os de outros grupos. Sobre a concepção de Nerd, temos a seguinte definição:

A definição atual de Nerd o caracterizaria mais como uma pessoa que nutre alguma obsessão por um determinado assunto a ponto de pesquisar, colecionar coisas, escrever sobre e não sossegar enquanto não descobrir como funciona. Geralmente se interessa por computadores, tecnologia, histórias em quadrinhos, ficção científica e games (MATOS. 2011, p. 3).

Esses jovens possuem muito conhecimento sobre diferentes áreas da ciência e da tecnologia, suas opiniões são contundentes sobre os assuntos que realmente se interessam, geralmente são associados a pessoas estáveis, contrariando a imagem de rebeldia juvenil típicas de outros grupos de jovens (CHAGAS 2011). O termo aqui trabalhado pode ter diferentes origens, a mais aceita e trabalhada condiz com o que Matos estuda:

Os primeiros registros de uso da palavra "nerd" são da década de 50 e a origem do termo é imprecisa. Numa das versões mais aceitas, o termo teria surgido no Canadá, onde um grupo de jovens cientistas não fazia outra coisa senão varar noites na divisão de pesquisa e desenvolvimento da Northern Electric, então um atuante laboratório de tecnologia. Mais conhecido pela sigla NERD, ou seja, Northern Electric Research and Development (MATOS, 2011, p.2).

Os cientistas desse laboratório possuíam características físicas e comportamentais marcantes, como pele pálida, uso de óculos, pouco sociáveis e passavam mais tempo com computadores, assim como outros jovens envolvidos nessas empresas e possuíam as mesmas especificidades foram formando estereótipos do grupo.

Fedel e Silva (2016, p. 126) entendem que esta categoria juventude é social e antropológica, ultrapassando classes sociais, idade, grau de escolaridade e etc. Os jovens Nerds não poderiam ser compreendidos de outra forma além dessa, e ainda acrescentam que o próprio estilo de vida, hábitos de consumo, trabalho e lazer fazem essa cultura juvenil ser conhecida por extrapolar a juventude e ser levada para vida adulta.

Percebe-se um crescimento significativo no número de pessoas que se identificam com a cultura Nerd devido à intensa disseminação que os meios de comunicação em massa realizaram nas últimas décadas sobre a cultura. O seu universo simbólico inconfundível, redes de comunicação e tecnologia empregado em diferentes contextos da sociedade conforme explana Chagas (2011, p. 6):

O universo simbólico do Nerd se apropria de diversas mídias e produtos da Indústria Cultural. São indivíduos que possuem grande potencial de consumo, uma vez que faz parte do seu mundo da vida cotidiana uma lista significativa desses produtos, que vai desde as HQs dos mais variados gêneros, seriados e filmes de ficção científica, super-heróis, etc; Toy Arts; jogos eletrônicos e videogames; até produtos eletroeletrônicos com tecnologia de ponta; etc. Assim são constantes as idas a livrarias, compras pela internet, lojas de quadrinhos, etc (CHAGAS, 2011, p. 6).

Nesse sentido, os objetos de consumo dos Nerds configuram-se em um mercado rentável e muito visado atualmente, por seu valor monetário e simbólico. No contexto de globalização, o aumento das redes de comunicações e “a popularização das tecnologias estaria deixando este grupo um passo à frente. [...] é possível notar que, cada vez mais, o que antes era exclusivo dos Nerds está se popularizando” (MATOS, 2011. p. 3), e deixando os antigos estereótipos no passado e construindo uma nova imagem, os deixando em posições de controle dessas novas tecnologias.

Rocha e Silva (2019) afirmam que essa cultura se popularizou no mundo através dos meios de comunicação de massa, “Os meios de comunicação de massa têm a força para criar e distribuir esses conteúdos” (ROCHA; SILVA, 2019. p. 6) e ajudará a propagar suas peculiaridades por intermédio do cinema, televisão, literatura, músicas, os quais desmistificar os estereótipos, proporcionando a identificação com

esses jovens no mundo todo. Rodriguez (2011, p. 819) concorda com os autores e afirma que a:

[...] existência de productos audiovisuales como las series The IT Crowd y The Big Bang Theory, cuyos personajes principales pueden ser vistos como arquetipos de nerds y geeks en los que se mantiene la imagen tradicional negativa del “empollón” y el “científico” abstraído de la realidad social y centrado en ‘aficiones “pueriles” como los cómics o los videojuegos pero, al mismo tiempo, se les muestra capaces de desempeñar importantes puestos de trabajo, con altos salarios, con conocimientos prácticos y teóricos complejos así como con habilidades tecnológicas necesarias¹ (RODRÍGUEZ, 2011. p. 819).

Apesar de manterem características negativas desse grupo, essas produções áudio visuais como as séries de televisão ou sitcom mostram para o público as diferentes funções que essas pessoas desempenham na sociedade, com altos cargos nas universidades, altas habilidades tecnológicas, com grandes conhecimentos em cultura e bons salários, ajudam a diminuir os preconceitos com o grupo e expandir a cultura Nerd e Geek.

Essa nova representatividade vinda dessa série e de outras, abriram espaços para novas discussões sobre como essas pessoas são representadas nas telas. Trazendo uma imagem de pessoa com problemas comuns, relacionamentos amorosos, de amizade e familiares. Esses indivíduos são “estranhos e desajeitados, mas respeitados profissionalmente e interessantes sexualmente”. Essa é uma nova imagem que busca novas identificações” (ROCHA; SILVA, 2019, p. 8).

Podendo abrir espaço para outras discussões de caráter social de como esse grupo é visto pelo mundo e como o mundo enxerga essa cultura juvenil. Com a popularização da cultura Nerd foram surgindo outros nomes usados como sinônimos e até mesmo subgrupos.

Matos (2011) enfatiza os subgrupos dos Geeks e os Dorks, sendo o primeiro frequentemente usado para referenciar-se à Nerds com características mais sociáveis, interessados por tecnologia e inteligência acima da média. O segundo é

¹ [...] existência de produtos audiovisuais como as séries The IT Crowd e The Big Bang Theory, cujos personagens principais podem ser vistos como arquétipos de nerds e geeks em que a imagem negativa tradicional do "nerd" e do "cientista" abstraído da realidade social e focado em hobbies "infantis", como quadrinhos ou videogames, é mantida, mas, ao mesmo tempo, mostram-se capazes de realizar trabalhos importantes, com altos salários, com conhecimentos práticos e teóricos complexos, bem como com habilidades tecnológicas necessárias (Tradução própria)

usado de maneira muito pejorativa ao Nerd antissocial beirando a misantropia, como se refere a autora.

Para Fedel e Silva (2016, p. 126) o “boom” mercadológico se deve a essa nova imagem que os novos/velhos Nerds ganharam com a disseminação de sua cultura. Nesse sentido, eles ganham uma nova imagem e novos espaços na sociedade para compartilhar seus gostos sem o medo de serem ridicularizados por suas identidades, abrindo espaço para outras possibilidades, como os autores relatam:

Existem ainda muitas páginas de mercado de troca de revistas, brinquedos e uma série de produtos do meio; para trocas de informações curiosidades sobre lançamentos do “mercado Nerd” e espaços para a divulgação de publicações relacionadas são as mais comuns (FEDEL; SILVA, 2016. p 128).

Recuero (2010) declara que o espaço virtual ou ciberespaço é um espaço dinâmico, de saber, onde diversas áreas da sociedade são exploradas, como economia, arte, cultura, política e ciência. Ele pode ser traduzido como:

[...] sendo “o conjunto de informações codificadas binariamente que transita em circuitos digitais e redes de transmissão” (FRAGOSO, 2000, online). Ele não vai possuir as qualidades tangíveis do espaço geográfico, no entanto, ele vai possuir um fluxo de dados que vão estar” ancorados em localidades ‘reais’ (RECUERO, 2010, p. 31).

Dentro da Geografia, o “espaço virtual” é traduzido como uma metáfora “não sendo um conceito, a metáfora, tomada isoladamente, está longe de fornecer um guia de entendimento e, por não permitir um verdadeiro esforço analítico sua aplicação não faz parte do sistema” (SANTOS, 2000, online). Nem caracteriza os reais processos, e resultados do trabalho que conceituam o espaço real multidimensional.

Para Santos (2000) a metáfora “espaço virtual” é por si só uma ferramenta unidimensional do trabalho real multidimensional, permitindo comunicação e autorização ao mesmo, mas não o constitui como espaço, somente se apoia no real, como também afirma Recuero (2010). No entendimento de Santos (2000) o espaço é caracterizado pelo físico, marcado por culturas humanas, por produção, fixos e fluxos e etc.

Barros (2020) relata que essas características dadas como “Espaço Virtual” podem ser entendidas dentro do contexto de Fixos e Fluxos de Milton Santos, dentro da Geografia. Ou seja, os fixos, são “[...] Tangíveis no espaço, e imóveis no lugar, os fixos são sempre localizáveis, apresentam formas bem definidas” são a base que constroem a sociedade em toda a sua dinamicidade. Como por exemplo: “[...] como

os parques e jardins, as lojas, edifícios de escritórios, poços, a infraestrutura urbana” (BARROS, 2020, p. 496).

Quanto aos fluxos, suas particularidades podem ser compreendidas como, movimentos entre os fixos. De acordo com Barros (2020), eles são objetos de natureza material e não materializada que se movimentam entre os fixos, como a energia elétrica e petróleo, movimentados através de fios e canos.

Ainda de acordo com o autor, "nos dias de hoje, dois computadores bem distanciados no espaço podem gerar, entre si, fluxo com as mensagens e informações trocadas on-line, da mesma forma que os celulares passaram a prescindir de fixos” (BARROS, 2020, p. 497), resultando na internet e no ciberespaço.

Esses espaços, são bastante visados por um grande público que agrega pessoas de diferentes faixas etárias, criando redes de sociabilidade intergeracional em diferentes partes do mundo. Ficam na internet, um sistema de rede de computadores, considerado como “espinha dorsal da comunicação global” (CASTELL, 1999, p.432).

Desta forma, os computadores interligados conectam a maior parte das redes existentes no mundo, a maioria, nos países desenvolvidos. Demonstrando a desigualdade de acesso à informação entre os países ricos e pobres, pois em muitos dos lugares mais pobres essas redes são escassas. Essas novas redes de comunicação mudaram o modo de vida como as pessoas adquirem conhecimento, socializam-se e trabalham. Além disso:

O mais interessante: é fundamental neste viés das práticas de consumo – Cultura *Nerds* – os usos, as apropriações e as construções de narrativas: Criar, se aproveitar e contar histórias sobre objetos, personagens fictícios, autores, criadores e até mesmo sobre os próprios colecionadores *Nerds* parece ser uma estratégia do mercado e uma tática dos consumidores para que processo de produção, circulação e consumo se efetive (FEDEL; SILVA, 2016. p. 129).

Essa lógica configura a dinâmica dos sistemas e universos dos integrantes da cultura nerd, caracterizando-os como um grupo com suas próprias subjetividades, seus próprios espaços e as problemáticas existentes nesses espaços, como trata Travancas (2018) quando trabalha o tema da misoginia em seu artigo apontando o machismo presente nessa cultura há décadas.

Segundo a autora, só “recentemente as mulheres nerds conseguiram alcançar um nível de organização e exposição online que as têm permitido lutar por respeito e espaço como consumidoras e produtoras de conteúdos tidos como nerds”

(TRAVANCAS, 2018. p. 8). Até mesmo o próprio ato de consumir, tão comum na cultura nerd, pode trazer problemas de desigualdade social.

Entretanto, não é exclusivamente um problema desse coletivo juvenil, Catani e Gilioli (2008, p. 16) enfatizam que “haveriam pelo menos duas juventudes, a burguesa e das classes populares, com diferenças significativas entre si”. Com isso, essas diferenciações são maiores evidenciadas ao observar o comportamento de diferentes pessoas dentro desses grupos.

3 METODOLOGIA

A metodologia engloba todo o processo de desenvolvimento da pesquisa, sejam os métodos científicos, sejam os procedimentos para a elaboração do trabalho científico. De acordo com Alves (2008, p.4) “A metodologia: São os procedimentos utilizados pelo pesquisador, material e métodos, em uma determinada investigação, sendo as etapas a seguir em um determinado processo”. Segundo Lalande (1999, p.680 apud ALVES, 2008, p.4) “é a subdivisão da Lógica, que tem por objeto o estudo a posteriori dos métodos, e mais especialmente, vulgarmente, o dos métodos científicos”

3.1 O Método

Para o desenvolvimento desta pesquisa, optou-se por trabalhar em uma perspectiva exploratória sobre os processos e localidades de socialização dos jovens nerds de Manaus-Am. Utilizando-se da abordagem teórico metodológica crítica dialética, pois, “este método refuta o senso comum por si só, que se expressa na simples aparência dos objetos; ultrapassa essa simples aparência, buscando a verdade, isto é, a essência dos objetos, a qual é o fruto da razão” (SPOSITO, 2004 apud SALVADOR, 2012. p. 101).

Prodanov e Freitas (2013) afirmam que o método dialético parte da premissa que tudo na natureza relaciona-se, está em constante transformação e movimento, e possui contradição em cada fenômeno, tudo tem “duas faces”. Ademais, esse método permite que o pesquisador estude todos os aspectos do fenômeno do qual trabalha. Pois, é estudando as relações e conexões do fenômeno pode-se aprofundar-se e conhecer cada vez melhor a natureza do fenômeno pesquisado.

Gil (2008) reitera o fato que a dialética “fornece as bases para uma interpretação dinâmica e totalizante da realidade, já que estabeleceu que os fatos sociais não podem ser entendidos quando considerados isoladamente, abstraídos de suas influências políticas, econômicas e culturais etc” (GIL, 2008, p. 14). Dado a isto, esta pesquisa buscou as conexões existentes dessa cultura com aspectos econômicos, sociais e históricos e seus efeitos na dinâmica do lugar, buscando compreender esse fenômeno como algo em pleno desenvolvimento.

Como também, o método possui contradições ou “duas fases” é de se esperar o surgimento questões quantitativas dando significado a questões de natureza

qualitativas, pois, “a dialética privilegia as mudanças qualitativas, opõe-se naturalmente a qualquer modo de pensar em que a ordem quantitativa se torne norma” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 35). Ou seja, todos os dados quantitativos aqui trabalhados são para compreensão qualitativa do fenômeno estudado.

3.2 Procedimentos Metodológicos

A princípio, para a constituição da fundamentação, foram realizadas pesquisas teóricas usando a bibliográfica disponível, para compreender as conceituações e visões das características gerais e específicas de grupos juvenis e sua socialização e territorialização, incluindo aportes históricos de outras ciências sociais, tal como a sociologia e antropologia.

Tendo a compreensão mais aprofundada das características envolvendo o significado da juventude na atualidade e principalmente no meio urbano. É trabalhado, mais especificamente, o grupo juvenil dos nerds. Assim como, a sua trajetória e ascensão social desses jovens. Pois, entende-se que, “o conhecimento tem caráter histórico, pois resulta do acúmulo de ideias e pensamentos desenvolvidos por indivíduos, na longa duração da história social” (COSTA; OLIVEIRA et al. 2014) e esse conhecimento é essencial para a compreensão das relações aqui analisadas.

Além disso, foram analisados os dados e respostas dos participantes do grupo escolhido, que foram coletados por meio do questionário com as questões abertas, pois, “[...] são aquelas que permitem liberdade ilimitada de respostas ao informante. Nelas poderá ser utilizada linguagem própria do respondente. [...] o informante escreverá aquilo que lhe vier à mente” (CHAER; DINIZ; RIBEIRO, 2011, p. 12), permitindo que o participante tenha mais liberdade de expressar suas ideias e entendimentos a sua maneira.

Foram trabalhados os dados quantitativos, pois eles “não devem ser negligenciados por um pesquisador que adota o método dialético. Todavia, esses dados devem ser utilizados no desencadeamento de análises qualitativas da realidade” (SALVADOR, 2012, p. 101).

Para a obtenção desses dados foram desenvolvidas as questões fechadas já que “as perguntas fechadas trarão alternativas específicas para que o informante escolha uma delas” (CHAER, DINIZ, RIBEIRO. 2011. p. 12). Assim, considerando a

natureza das perguntas, as questões fechadas conseguiram abranger respostas possíveis e garantiu dados quantitativos para análise.

Foram feitas questões, tais como quantidade de gastos feitos dentro dessa cultura, quantidade de participantes do grupo por região, distâncias percorridas ou não – as plataformas online - para a participação da socialização planejada, pois, “quando falamos em jovens e cultura contemporânea, necessariamente, temos de pensar as práticas de consumo” (FEDEL; SILVA, 2016, p. 123) e da socialização realizada pelas redes e plataformas sociais, de tal forma que o estilo de consumo vai definir esses jovens e suas dinâmicas pelos espaços e lugares.

O questionário foi aplicado em plataformas virtuais, como redes sociais (Instagram, facebook e WhatsApp) e plataformas de comunicação que costumam utilizar durante os jogos (Discord). Pois, foi notório que “os jovens têm se valido dessas novas tecnologias em seus processos de aprendizagem e socialização” (BARCELOS, 2010. p. 6), então esses espaços foram os mais visados para o compartilhamento do questionário

Também foram realizadas entrevistas em campo, “trata-se, pois, de uma conversação efetuada face a face, de maneira metódica; proporciona ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 196). Permitindo que o entrevistador conheça melhor os participantes do grupo estudado, o que eles pensam, o que acreditam, suas expressões e sentimentos do indivíduo entrevistado, de modo a alcançar os objetivos.

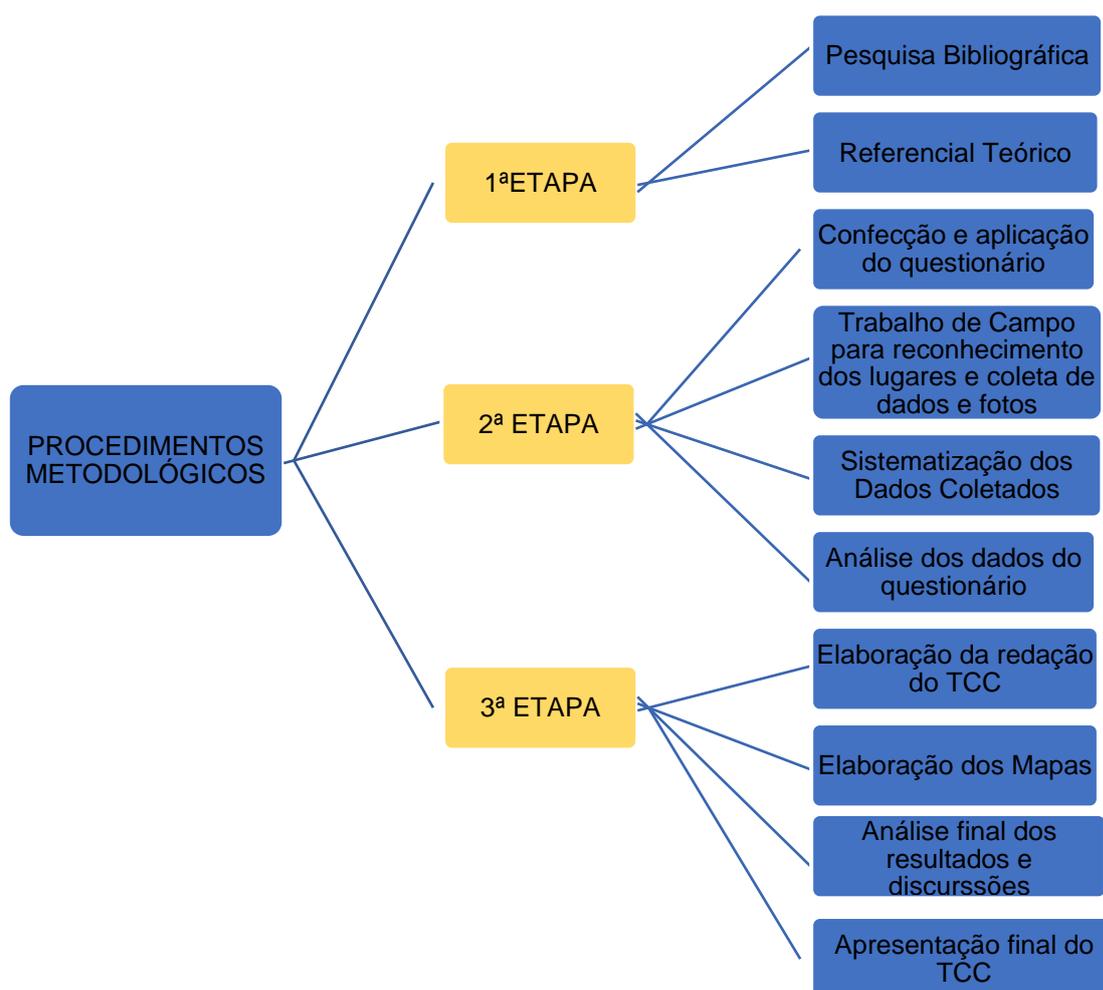
As entrevistas ocorreram durante o mês de abril e maio, nos pontos marcados na área urbana, onde foi notado a presença constante desse grupo (Mapa 1), de acordo com o questionário nos meios midiáticos. A demais, na dependência da Universidade do Estado do Amazonas com os alunos de Geografia. Com as pessoas que se identificam como participantes dessa cultura em algum nível.

Esta pesquisa contou com a participação de cinquenta e novas pessoas que se identificaram como membros da cultura nerd, plenamente ou somente em alguns aspectos. Envolvendo no total de 42,4% de participantes identificadas como sendo do sexo feminino, 55,9% como masculinos e 1,7% preferiram não dizer. Entre as idades de 14 à 29 anos (81,5%) e de 30 à 50 anos (18,6%).

Todas essas informações, ajudaram a compreender como se deu e como está se dando a dinâmica social desses jovens pelos espaços da cidade e espaços midiáticos.

Os dados qualitativos foram interpretados individualmente e de maneira geral para que os resultados fossem trabalhados na redação desta monografia. Todos os dados quantitativos dos questionários e das entrevistas foram contabilizados utilizando os recursos do Google Forms e do Excel, sendo transformados em gráficos e interpretados para resultados qualitativos como afirma o método escolhido. Resultado também na confecção e melhor leitura dos mapas presentes no texto.

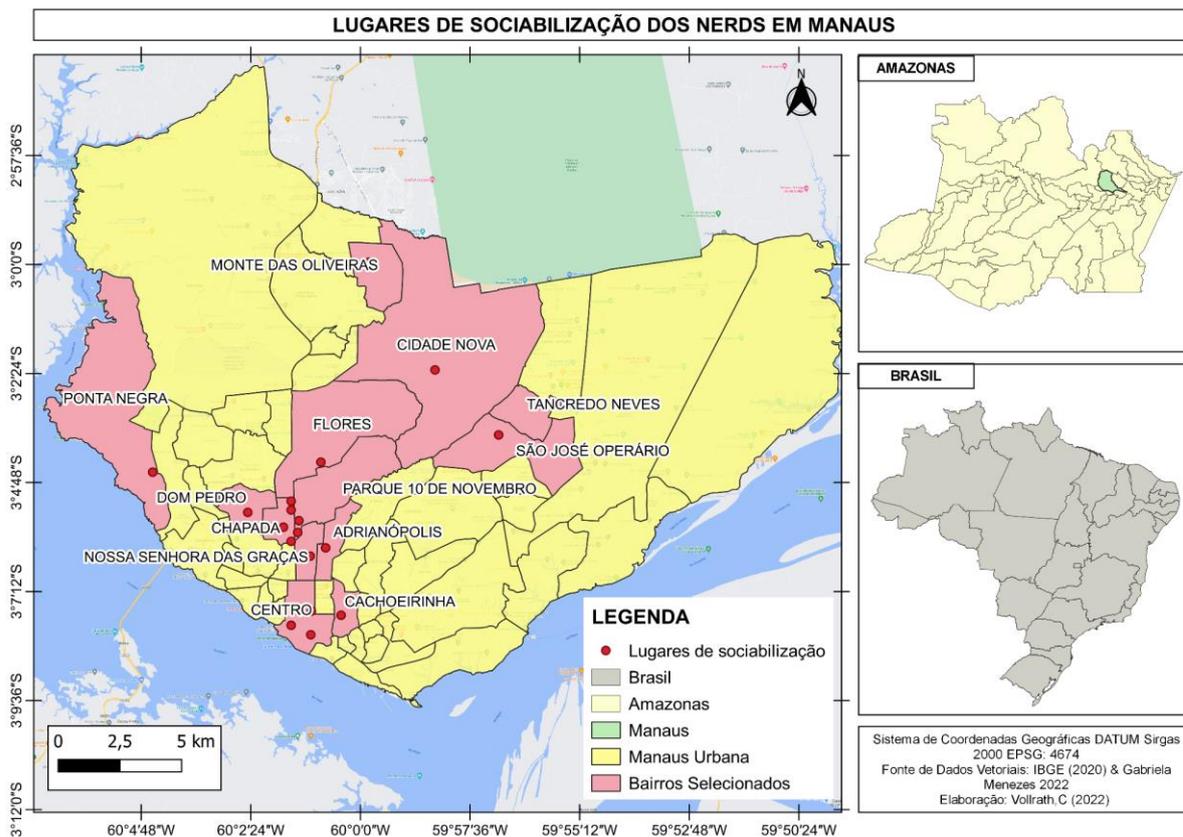
Figura 1 - Fluxograma dos Procedimentos Metodológicos



Elaborado por: MENEZES, G. C., 202

O recorte espacial da pesquisa refere-se as áreas de uso dos nerds na zona urbana de Manaus, conforme indicado no Mapa 1.

Mapa 1 - Mapa de localização dos pontos de sociabilidade do Nerds em Manaus



Elaboração: VOLLRATH, Carlos, 2022.

O Mapa 1 apresenta a territorialidade do grupo nerd que está em processo de expansão na cidade de Manaus.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Ascensão da Manifestação da Cultura Nerd

Para entender a ascensão dessa cultura juvenil ao longo das décadas, se faz necessário conhecer as possíveis conceituações e origens do termo Nerd, assim, como a própria concepção de cultura, as características culturais desses jovens e o modo como ela foi sendo fortalecida na indústria cultural.

A conceituação de Nerd, sofreu alterações ao longo dos anos “[...] que não pode ser entendido sem um recorte de tempo específico, já que sua transformação através do tempo e do espaço acontece igualmente a outros grupos culturais” (ROCHA; SILVA, 2019, p. 2). Pois, as culturas estão sempre em formação e transformação dados pelos sujeitos através do tempo.

Compreende-se que, para analisarmos o indivíduo ou o grupo, temos que entender qual é o contexto social e temporal no qual ele participa. Pois, à medida que o tempo passa, a sociedade também altera seus costumes, conceitos, ideias, desenvolve suas técnicas e reproduzem seus espaços de maneiras diferentes.

Para Claval (2011) e o trabalho de Rocha e Silva (2019) a cultura pode ser traduzida como um conjunto de ritos, práticas sociais, costumes, conhecimentos, atitudes, que são passadas de pessoas para pessoas. Ou seja, esses conhecimentos não são inatos do ser humano, eles são resultados de transmissão direta, escrita e até mesmo por mídias modernas.

Visto que, são esses grupos sociais e suas atitudes passadas de geração em geração que mantêm a sociedade em sua riqueza de modos de vida, fazendo a comunhão entre hábitos do passado e do presente. Esses modos de vida, por sua vez, se materializam no espaço, produzindo novas estruturas e ordenamentos espaciais. São nos lugares que os indivíduos vivem, interagem e estabelecem suas relações sociais. Procuram passar adiante seus conhecimentos, técnicas, tecnologias, histórias, para que a sociedade possa desenvolver sua cultura e manter a tradição viva, convivendo novos modos de vida e de novas formas de se relacionar com o espaço, próprio de cada geração.

Claval (2011) ainda nos chama a atenção para o fato que “a cultura não existe como uma realidade fixa e intangível. Ela sempre aparece como uma realidade

múltipla e em perpétua evolução” (CLAVAL, 2011, p. 20). O dinamismo é uma característica importante ao se tratar de cultura, visto que, ela vai sempre interagir com novos elementos e pessoas, resultando em uma reconfiguração das tradições e gerar identificações como possíveis novos membros.

Pensar em cultura Nerd nos remetem a conceitos e ideias tratadas no estudo de culturas. Uma vez que, a caracterização desse grupo ocorre em inúmeros aspectos da vida em sociedade. Principalmente na área urbana, lugar onde estabelecem suas relações e transmitem seus conhecimentos, ritos e costumes, pelas mídias modernas para outros indivíduos ao redor do globo.

O que começou como uma inadequação social, se transformou em um fenômeno econômico e cultural global. Com características próprias, sua dinâmica entre si e com os aparatos tecnológicos ao longo dos anos, os deixaram em ascensão no mundo da cultura pop, da tecnologia, dos estudos sobre culturas juvenis, tribos urbanas, socialização, identidade e consumo.

Padilha (2017) trabalha três possíveis origens para o termo Nerd. Sendo a primeira vista em um livro infantil chamado de “‘If I Ran The Zoo’ do Dr. Seuss lançado em 1950” (PADILHA, 2017, p. 25) apresentando uma criatura estranha, peculiar e imaginária chamada “nerd”.

A segunda possível versão pode ter sido difundida pelos jovens universitários, na década de 60 e 70 que apelidavam seus colegas que não participavam das reuniões sociais para estudarem, “o termo utilizado era a palavra ‘Drunk’ que significa bêbado, porém escrita ao contrário” (PADILHA, 2017, p. 26) que deriva de outro termo, cuja a pronúncia se assemelha a palavra Nerd, esses jovens estudavam no Instituto de Tecnologia de Massachusetts e o Instituto Politécnico Rensselaer. (PADILHA, 2017; MATOS, 2011).

A terceira origem é mais comumente trabalhada, principalmente por Padilha (2017) e Matos (2011) seria que o termo teve origem na década de 50 no Canadá, onde os cientistas do laboratório de tecnologia conhecido como “Northern Electric Research and Development” eram jovens conhecidos por passarem horas a fio no computador dentro do laboratório e pouco tempo ao ar livre.

Embora a origem do termo seja incerta, todas elas possuem características semelhantes em relação à aparência e comportamento desses jovens. Sendo a própria definição descrita, como pessoas estudiosas, com aparência caricata, de

comportamento antissocial e em sua maioria, especialistas em computação e áreas da ciência.

Com o tempo passando, o avanço da tecnologia e a difusão de sua cultura, o próprio conceito de Nerd ganhou atualizações. Deixou aos poucos as características de ser humano antissocial e ganhou novos atributos, como relata Matos (2011):

Já a definição atual de nerd o caracterizaria mais como uma pessoa que nutre alguma obsessão por um determinado assunto a ponto de pesquisar, colecionar coisas, escrever sobre e não sossegar enquanto não descobrir como funciona. Geralmente se interessa por computadores, tecnologia, histórias em quadrinhos, ficção científica e games (MATOS, 2011, p.3).

Essa nova definição do grupo, abrangeu as redes de contatos e possibilidades para novas pessoas se identificarem com a cultura. Dessa forma, foi visto que muitos desses Nerds ganharam papéis de evidência na cultura pop e no mundo da tecnologia. Isto pode ser visto por Matos (2011):

Os nerds começam a desempenhar papéis principais em filmes, séries de TV e na cultura pop de maneira geral. De *The Big Bang Theory*, o primeiro sitcom nerd, aos filmes de Kevin Smith, sempre recheados de referências à cultura pop, parece que os nerds começaram a se livrar dos estereótipos que os condenavam em filmes adolescentes da década de 80 (MATOS, 2011, p. 1).

Filmes e séries como “Saturday Night Live”, “The Nerds”, “o Revenge of the Nerds (A Vingança dos Nerds)” citados por Rocha e Silva (2019) como produções audiovisuais que reforçam o estereótipo negativo de jovens desajustados, com altas aptidões intelectuais, com poucos atributos físicos, inadequados socialmente e sempre em contraposição aos chamados “populares” na década de 80.

A série *The Big Bang Theory*, ou na versão do Brasil, *Big Bang: A teoria*, utilizada por Matos (2011) é bastante trabalhada por diversos pesquisadores da área. Por ser uma produção audiovisual que tem como foco principal a vida de quatro cientistas bem sucedidos, de uma importante universidade norte-americana a *Calltech*. Esses personagens, “têm uma vida mergulhada em elementos populares da cultura nerd - tecnologia, história em quadrinhos, ficção científica, fantasia” (ROCHA; SILVA, 2019, p. 7). Enquanto tentam se adaptar a uma vida ordinária.

Vimos diversos elementos de representatividade dessa cultura, indo além de serem somente apresentados na tela, eles têm caráter simbólico e até emocional para os personagens da série, também para os considerados nerds e os que não se consideram assim. Essa série é um sucesso de audiência, principalmente no Brasil, sendo considerada uma das principais referências da cultura Nerd, na atualidade.

Além das próprias referências ao universo simbólico Nerd presente na série. Como os quadrinhos, filmes, camisetas, grandes séries de filmes, jogos eletrônicos, jogos de mesa, podem gerar identificação com os telespectadores. Devemos “compreender que os produtos midiáticos que representam identidades sintetizam um universo complexo de comportamentos e de consumo” (PADILHA, 2017, p. 34). Caracterizados pelo intenso dinamismo advindos da globalização.

O mesmo ocorre com outros símbolos dessa juventude, como o universo dos heróis e super heróis. Sendo tema de diversos trabalhos, segundo Chagas (2011) não é possível analisar essa categoria juvenil sem entender o papel fundamental que os Heróis e Super Heróis possuem para a identidade dessa cultura. A autora, relata que heróis como Hulk, Batman, Homem Aranha e outros são exemplos de personagens “complexos, contraditórios, irreverentes” (CHAGAS, 2011, p. 7) fazem parte desse universo, que faz tanto sucesso. Podendo até mesmo gerar identificação.

A questão da representatividade é muito forte no universo dos heróis e super heróis, muitos jovens se veem nas figuras dos personagens ou gostariam de ser os próprios heróis. Seres super poderosos, salvando sua cidade, seus interesses românticos e familiares, são os que mais estão presentes nesse meio. Além dos heróis, os anti-heróis também fazem sucesso entre os jovens e os adultos. Já que, eles saem do estereótipo de perfeição inalcançável e se tornam cada vez mais humanos, com erros, defeitos e etc. Chamam atenção e tornam-se bastante procurados nas estantes reais e virtuais.

O universo desses jovens possui diversas ramificações, vários subgrupos. “salienta-se que uma identidade, como a dos Nerds, não necessariamente está ligada à o que tudo nela é objetificado” (PADILHA, 2017, p.34). Em síntese, os produtos apresentados na mídia não vão representar os costumes e hábitos de consumo de todos os subgrupos dessa cultura juvenil, pois cada um deles possui uma identidade própria, assim como cada indivíduo desses grupos possui sua própria história de vida.

As próprias atualizações do conceito trouxeram para dentro da cultura novos modos de viver, e de como esta pode ser visualizada e entendida por pessoas de fora. Expandindo-se em diferentes meios de comunicação e socialização, facilitou a entrada de mais pessoas nesse grupo, pois se identificar com alguma área ou subgrupo tem se tornado cada vez mais comum. Dificultando a representatividade desses jovens nas mídias de forma generalizada e aumentando os nichos comerciáveis.

A entrada de mais participantes nessa tribo na maioria das vezes se dá com muita ressalva. Boa parte dos participantes dessa cultura juvenil (os mais críticos) segue à risca hábitos de indivíduos mais antigos e incentivam os novos participantes a também terem essas características e muitas vezes quando esses novos não as possuem, eles podem não reconhecer eles como sendo participantes da cultura.

O mais importante é a pessoa gostar e se identificar com o que vai consumir daquela cultura e a opinião dos mais críticos se torna irrelevante, até mesmo para pessoas dentro da cultura a anos tem a mente aberta a novos modos de viver e consumir o universo nerd.

A ascensão dos Nerds como já visto, pode ser notado em diferentes áreas da sociedade ao longo dos anos, principalmente quando se trabalha com tecnologia e cultura, Matos (2011) afirma:

No discurso da mídia e até na fala dos próprios nerds algumas figuras surgem como símbolos do “orgulho nerd/geek”. Além dos exemplos mais famosos como Steve Jobs e Bill Gates (a quem é atribuída a frase “seja bonzinho com os nerds, você pode acabar trabalhando para eles”) são citados como exemplos de nerds de sucesso o cineasta Kevin Smith, famoso por filmes carregados de referências à cultura pop, e o produtor de cinema e TV J.J. Abrams, responsável pelo enorme sucesso da série de TV Lost, outra unanimidade entre os nerds. Isso mostra que os nerds, que antes eram apenas ávidos consumidores da cultura pop, passaram a produzir conteúdo, incluindo representações de si mesmos (MATOS, 2011, p. 5-6).

É evidente que os Nerds se instalaram em diferentes áreas do trabalho, criando tecnologias e estando em cargos de alta complexidade e com bastante repercussão internacional. Como é o caso de grandes diretores de cinema, como Anthony e Joe Russo (Os irmãos Russo) e o Grande George Lucas, e grandes magnatas da tecnologia como Steve Jobs e Bill Gates, como relata a autora.

Mudaram o modo como falamos, agimos, pensamos e vemos o mundo, tudo por intermédio da tecnologia da informação. Foram os Nerds os criadores, e tem mais afinidade com essas áreas, fazendo com que pessoas de outros grupos solicitem seu auxílio para se apropriarem também do uso dessas tecnologias, e percebem as capacidades que esses Nerds possuem. Resultando muitas vezes na própria diminuição dos estereótipos negativos.

Somando-se a isso, observa-se o crescimento desse grupo associado à flexibilização do termo juventude, como fora citado anteriormente. Assim sendo:

A cultura nerd está em ascensão devido, entre outros fatores, a uma elasticidade da idade considerada juventude. Assim, pode-se dizer que a cultura nerd é o espelho de uma nova configuração social em que a juventude

enquanto conceito é, cada vez mais, o centro das atenções (MATOS, 2011, p. 12).

Além disso, é notório a abertura que esse universo tem, permitindo as mais diversas faixas etárias a participarem dessa cultura. Desde crianças menores de cinco anos, sendo influenciadas pelos seus familiares, adolescentes em fase escolar, até pessoas adultas exercendo suas profissões em áreas relacionadas ou somente consumindo como entretenimento.

Todas essas nuances vão caracterizar e popularizar esses estilos de vida, de consumir e se relacionar com outras pessoas de diferentes bairros, cidades, estados e países.

Nesse sentido, embora os primeiros registros da cultura Nerd sejam da década de 1950, podemos inferir que houve uma disseminação dessa cultura em suas diferentes nuances nas primeiras décadas do século XXI, imprimindo no espaço urbano suas territorialidades, espaços de socialização dos nerds.

4.2 A Territorialidade da Cultura Nerd no Brasil

Vivenciamos um período caracterizado pela globalização possibilitada pelas inovações tecnológicas nos transportes e telecomunicações que dinamizam a circulação de pessoas, produtos, ideias, informações e cultura, e o estreitamento das relações sociais pelas redes sociais na internet. O que Milton Santos (1994, p. 20) caracteriza como meio técnico científico-informacional. Essa dinâmica se traduz em territorialidades de diferentes dimensões.

Neste contexto as territorialidades são múltiplas indo do local ao global, entendendo que “A territorialidade, além de incorporar uma dimensão estritamente política, diz respeito também às relações econômicas e culturais” (HAESBAERT, 2004, p.3), pois está “intimamente ligada ao modo como as pessoas utilizam a terra, como elas próprias se organizam no espaço e como elas dão significado ao lugar” (SACK, 1986, p. 6 apud HAESBAERT, 2004, p.3). Assim sendo, a territorialidade da cultura nerd se espalhou pelo mundo chegando ao território brasileiro.

No Brasil o termo nerd foi adotado por associação a um termo já existente por aqui, o “Cabeça De Ferro” ou CDF, aquela pessoa com excelente desempenho escolar e pouco ou nada esportista. A autora Patrícia Matos (2011) confirma a associação, mas chama a atenção de não fazer mais sentido esses termos serem

usados como sinônimos na atualidade. Considerando as próprias atualizações do termo ao longo dos anos, o Nerd agora é qualquer pessoa com características “fundamentais da cultura”, não sendo necessariamente aquele que obtém boas notas nas instituições educacionais.

Fedel e Silva (2016) afirmam que o termo ou “gíria” como citam, chegou no Brasil na década de 1980. Acreditam que, algumas coisas contribuíram para essa estigmatização depreciativa, como sua dedicação exacerbada com os estudos, seu comportamento antissocial, preferirem lugares vazios, terem peles pálidas pelo tempo em espaços fechados. Comportamentos contrários aos demais jovens da época.

Esses outros jovens estavam mais preocupados em relacionamentos amorosos e na descoberta de sua própria sexualidade e nas amizades, do que no desempenho escolar. Os comportamentos dos ditos Nerds/CDFS eram discrepantes principalmente porquê.

[...] na década anterior grande parte dos jovens – principalmente aqueles das classes médias – estava nas ruas já que, como sabemos, foi um momento fértil de manifestações artísticas, culturais e políticas em favor, principalmente, da liberdade de expressão e apreciando shows de Rock Nacional – entre tantas outras manifestações artísticas para a juventude. Talvez o que esses jovens Nerds demonstravam naquela época era uma preocupação exacerbada com seus próprios mundos (FEDEL; SILVA, 2016, p. 124).

É evidente que, esses comportamentos foram os principais causadores das expressões depreciativas direcionadas a esses jovens. Muitas vezes pela falta de interesse do real significado e dimensionalidade da territorialidade desses jovens, ou desse “próprio mundo” como relatam os autores Fedel e Silva (2016). Assim, não compreendendo de fato o desenvolvimento que esses Jovens Nerds estariam realizando para si e para outras áreas da sociedade, causaram mal entendidos sobre tal cultura.

A partir de 1990, Fedel e Silva (2016) relatam a mudança de olhar que a sociedade teve em relação aos nerds. Resumidamente, nas décadas de 60 a 80 com o regime militar houve uma reestruturação na economia, tendo o fortalecimento da indústria cultural popularizando a “cultura popular das massas” (ORTIZ, 1988, apud FEDEL; SILVA, 2016, p. 124). Já nos anos 90, com a modernização dos fixos como as torres e antenas para o sinal, assim como cabos e o aumento da velocidade percorrida, as informações eram movidas cada vez mais rapidamente, sendo traduzidas nos fluxos.

É visto como “as comunicações diminuem as distâncias tornando o fluxo de informações contínuo e ininterrupto; com isso, cada vez mais o local se constitui na sua relação com o mundial” (CARLOS, 2007, p.21) alterando a relação das pessoas com seus espaços e a relação desses espaços na dinâmica mundo, pois, elas estão sendo construídas e compartilhadas de maneira constante. A partir desse contexto foi notório que:

[...] o termo Nerd começou a ter um caráter mais positivo. Acreditamos que esse novo “olhar” para esses jovens está diretamente ligado a este contexto, pois ser estudioso e questionar a indústria cultural e a cultura de massas; assistir às séries e filmes americanos nos canais a cabo e saber lidar com a tecnologia dos computadores passa a ser considerada uma atitude ‘apaixonante’ e crítica (FEDEL; SILVA, 2016, p. 124).

Nesse sentido, é observável os primeiros indícios da ascensão da cultura nerd no Brasil. Deixando aos poucos sua imagem negativa nas décadas anteriores e passando a serem vistos em nova perspectiva, onde seus mundos seriam mais conhecidos e até mesmo difundidos para outras pessoas e culturas. Até mesmo, sendo cada vez mais necessários para a entrada no mundo da tecnologia e o desenvolvimento da mesma.

É importante salientar que o modo de ser e viver essa cultura juvenil no Brasil tem influência indireta e direta de países de primeiro mundo, como o Estados Unidos, principalmente. Mas os próprios brasileiros produzem e consomem material relacionado a essa cultura. Pode-se citar vários exemplos, como: podcast, vídeos no Youtube, músicas, páginas de redes sociais direcionadas a esse nicho, são cada vez mais populares na internet, ganhando até mesmo premiações internacionais por suas produções (MATOS, 2011).

Não podendo deixar de citar um dos maiores e mais influentes canais no Youtube, O Jovem Nerd “o blog aborda temas ligados ao entretenimento, em especial cinema, séries de televisão, ficção científica, quadrinhos e games” (MATOS, 2011, p 7). O blog é ativo desde sua criação no ano de 2002, com mais de dois milhões de inscritos e mil novecentos e trinta vídeos feitos atualmente. Os criadores do “Jovem Nerd possuem grande facilidade em se comunicar com os jovens (um posicionamento marcado inclusive pelo título do blog) e que seu público é extremamente fiel” (MATOS, 2011, p. 7).

Nesse sentido, é possível associar o crescimento desse canal e de outros, como o “Coisa de Nerd”; “República Coisa de Nerd”; “Eu Nerd”; “Nerdcast” com

crescimento do número de pessoas se identificando com a cultura Nerd, ao longo desses poucos anos. Vemos um crescimento exponencial também no mercado criado para esse nicho, com grande potencial rentável e produtivo que cresce a cada ano, e a cada nova criação de um filme, série, anime, tecnologia, livros e etc.

É notório como esse e outros blogs e canais são influentes inclusive no mercado brasileiro e internacional. Haja vista que, quando há uma crítica positiva de algum tipo de entretenimento ou indicação de certo conteúdo aumenta exponencialmente os acessos e consumo a certo filme, produto, série e etc.

4.3 Espaço Econômico dos Nerds

As mídias, começando a se apropriar do universo simbólico desses jovens, abriram novos caminhos para o mercado do consumo dos objetos do cotidiano dessa cultura. Percebeu-se o grande potencial de venda desses produtos e produções já que, “estes elementos de ficção são explorados de forma muito presentes no cinema, literatura, nas séries televisivas e em suas infindas variedades de produtos” (PADILHA, 2017, p. 27). São consumidos de alguma forma no mundo todo por participantes da cultura nerd e até mesmo aqueles que não se identificam com a cultura e por aqueles que nem sabem se tratar de um produto direcionado para os Nerds.

Prova disso, é apresentada em eventos de confraternização dos consumidores desses produtos, a mais conhecida a Comic Con Internacional, que ocorre em San Diego na Califórnia. Reúne dezenas de empresas ligadas ao ramo do universo Nerd, milhares de pessoas que participam para estar a par das novidades de videogames, filmes, séries, sagas e a maior parte das pessoas vão fantasiadas de seus personagens favoritos, fazem um espetáculo à parte todos os anos (PADILHA, 2017).

De acordo com esse autor, o evento que ocorreu em 2013 juntou em quatro dias mais de vinte e cinco mil pessoas no mesmo lugar. Nos diversos mundos da cultura nerd, “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 dólares, segundo o site IMDB” (PADILHA, 2017, p. 29).

Outros eventos ligados a essa cultura reúnem milhares de pessoas com interesses semelhantes todos os anos. Mostrando a força que esses participantes

possuem, assim como sua influência no mercado tecnológico e artístico internacional. Dessa forma a territorialidade dos Nerds não se restringem às redes sociais, mas ao mundo físico caracterizados por espaços onde ocorrem os encontros desses jovens com interesses em comum. Além de criarem um nicho específico de mercado consumidor.

O universo representativo de muitos heróis, principalmente os criados por Stan Lee, gera identificação para boa parte dos jovens. São “aqueles super-heróis que fazem sucesso justamente pelo fato de serem mais humanos, contraditórios, e não a figura-exemplo-de-perfeição-que-deveria-ser-seguida-por-todos [...]” (CHAGAS, 2011, p. 8). Trazem a sensação de que qualquer um pode ser um super herói, apesar de sua condição física, financeira ou emocional.

A juventude enquanto grupo social se expandia, pois eram os baby boomers, que haviam nascido após a Segunda Guerra Mundial, compunham essa parcela da população que passava a ser vista como um mercado consumidor específico. Essa especificidade teve sua criação realizada pela própria indústria cultural, em expansão naquele momento. É precisamente nesse contexto que surge a figura do Homem-Aranha, um personagem que “tinha tudo para dar errado: não era rico, era cheio de complexos e falhas de caráter e nem ao menos era bonito, fisicamente”. O gênero dos super-heróis aproximou-se mais da realidade dos leitores (CHAGAS, 2011, p. 7).

Por esse e outros motivos o universo simbólico dessa juventude Nerd foi sendo associada e adaptada para a cultura do consumo, visto que possuía grande potencial para o mercado internacional, por todo seu significado afetivo para boa parte da população jovem.

O universo desses jovens possui diversas ramificações, vários subgrupos. “salienta-se que uma identidade, como a dos Nerds, não necessariamente está ligada à o que tudo nela é objetificado” (PADILHA, 2017, p.34). Em síntese, os produtos apresentados na mídia não vão representar os costumes e hábitos de consumo de todos os subgrupos dessa cultura juvenil, pois cada um deles possui uma identidade própria, assim como cada indivíduo desses grupos.

A cultura Nerd é construída com base no consumo midiático e, neste contexto, constitui um aspecto fundamental da formação da identidade pessoal e social “[...] Boa parte de nossas vidas é dedicada a atribuir valor simbólico a produtos culturais, mas a cultura Nerd é inteiramente dedicada a catalogar e hierarquizar produtos da cultura da mídia” (MATOS, 2011, p. 9).

O entendimento desses subgrupos é essencial para a compreensão de toda a tribo Nerd. São nelas que os participantes se identificam, se socializam, consomem e

atribuem valor aos produtos específicos daquele grupo. Durante a pesquisa bibliográfica e resposta dos entrevistados, foram identificados nove subgrupos dessa cultura na cidade de Manaus. Dentre eles podemos citar: Os Geeks; Os Games; Os Cinéfilos, Os Hipsters, os otakus; Os Hackers; os musicais; Os K-poppers e os Bookstans.

De acordo com Silva (2015) e os sites G4 Nerds e Legião Nerd, alguns dos principais influenciadores desse nicho, cada um deles tem características próprias, como pode ser visto no quadro 1.

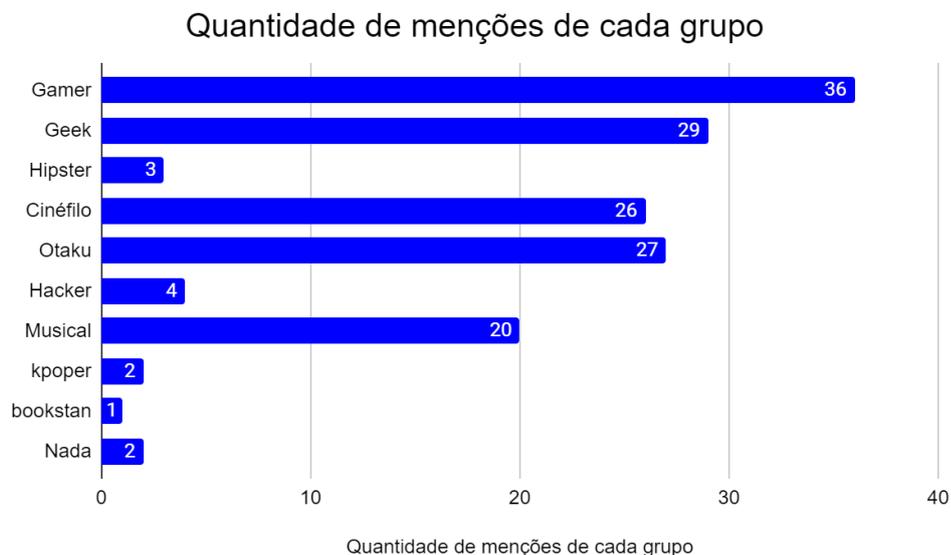
Quadro 1 - Características dos participantes dos subgrupos nerds

SUBGRUPO	CARACTERÍSTICA
Geek	São as pessoas viciadas em tecnologia. Costumam estar a par das novidades desse universo, entendem de programação e tem facilidade para lidar com qualquer aparelho eletrônico, além de entenderem também de filmes e quadrinhos.
Gamer	Os Gamers são amantes de jogos eletrônicos, têm gírias e bordões próprios. Também são apaixonados por tecnologia, mas são “especialistas” no universo dos jogos eletrônicos e dos consoles. Podendo até mesmo ser considerado um atleta virtual.
Otaku	São as pessoas que gostam e consomem constantemente produtos do entretenimento asiático, principalmente do japonês. Tem linguagem própria, gostam de exaltar seus animes e mangás favoritos e chegam até a estudar os idiomas de origem para assistirem ou lerem sem legendas e traduções.
Cinéfilo	Pode ser considerado o mais antigo dos grupos, formado por amantes da sétima arte, o cinema. São as pessoas aficionadas por todo o universo do cinema, que entendem sobre fotografia, direção, roteiro, atores, produção e etc. Podem ser considerados verdadeiros críticos cinematográficos.
Hipster	Ou descolados aqui no Brasil, são pessoas inteligentes, capacitadas, ligadas às novas tecnologias e que costumam criar coisas novas. São pessoas que valorizam a estética e o visual, costumam frequentar cafeterias e lanchonetes “descoladas”.
	Dominam tudo relacionado à internet, e computadores, são programadores e em sua maioria contra os Softwares

Hacker	pagos, não pode confundir Hacker com crackers, que usam seu conhecimento dos computadores de má fé.
Musical	São apaixonados por música, conhecem vários estilos musicais, gostam de colecionar CDs, LPs, DVDs e conhecem o processo de produção das músicas.
Kpoppers	São pessoas que são fãs de grupos do gênero musical K-pop, um estilo de música vindo do oriente que vem ganhando o mundo. Os fãs de K-pop costumam acompanhar a vida e a carreira dos participantes desses grupos, aprendem músicas na língua original e outras palavras também. Podem ter o costume de colecionar objetos relacionados, como CDs, camisetas, Banners e, quando possível, vão aos shows.
Bookstan	Ou simplesmente fãs de livros, são ávidos leitores, que acompanham todo o universo simbólico dos livros que gostam, inclusive, acompanham as novidades, seguem os autores e pesquisam os assuntos a fundo.

Elabora por: MENEZES, Gabriela. 2022.

Esses foram os subgrupos que os entrevistados e os participantes do questionário se identificaram. Dadas as alternativas na questão, também foi fornecida a possibilidade de acrescentar outro grupo que pudesse contemplar melhor sua identificação dentro da tribo. O resultado pode ser visto no gráfico abaixo (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Subgrupos Nerds Citados pelos Respondentes

Elaborado por: MENEZES, Gabriela. 2022.

É possível visualizar que a maioria dos participantes se identificou como, Gamer, Geek, Cinéfilo e Otaku. Podendo ser explicado pela intensa publicidade e quantidade de produtos e produções envolvendo esses grupos.

A publicidade aliada ao contexto de consciência coletiva forjado pela indústria cultural, passa a criar um ambiente cultural próprio no qual sugere a atmosfera ao consumo, lança tendências, impõe nas linhas e entrelinhas os valores, os mitos e os ideais a serem alcançados (SILVA, 2015, p. 23)

Todo esse universo de consumo envolve desenhos animados, jogos de tabuleiro, jogos de computador, de celular e de videogame, animes, quadrinhos, mangás, filmes, séries, músicas e livros. São explorados e transformados em peças de vestuário (Figura 2) como blusas, roupas, meias, shorts, sapatos, em itens colecionáveis como action figures (figuras de ação), botons, canecas, chaveiros, cartas de jogos, varinhas, armamento cenográfico e muito mais objetos.

Figura 2 – Produtos de Consumo dos Nerds

Fonte: MENEZES, Gabriela, 2022.

Deixando esses objetos cada vez mais a vista para o público em geral e causando curiosidade sobre a história por trás de cada objeto. Eles podem ser dispostos em diferentes ambientes da cidade, e onde há grande fluxo de pessoas, principalmente em shoppings (Figura 3). Dessa forma é entendido que a cultura Nerd também é criadora de tendências e de moda.

Figura 3 – Espaços Nerds no Amazonas Shopping

Fonte: <https://www.piticas.com.br/>

Dentro desse nicho vemos mercadorias de contexto global sendo apropriadas por amazonenses e regionalizadas com expressões características da Região Norte. As redes de franquias Norte Nerd oferecem produtos de referência nerd internacional, mas com características tipicamente amazonenses.

Figura 4 – Produtos de Consumo dos Nerds em Manaus

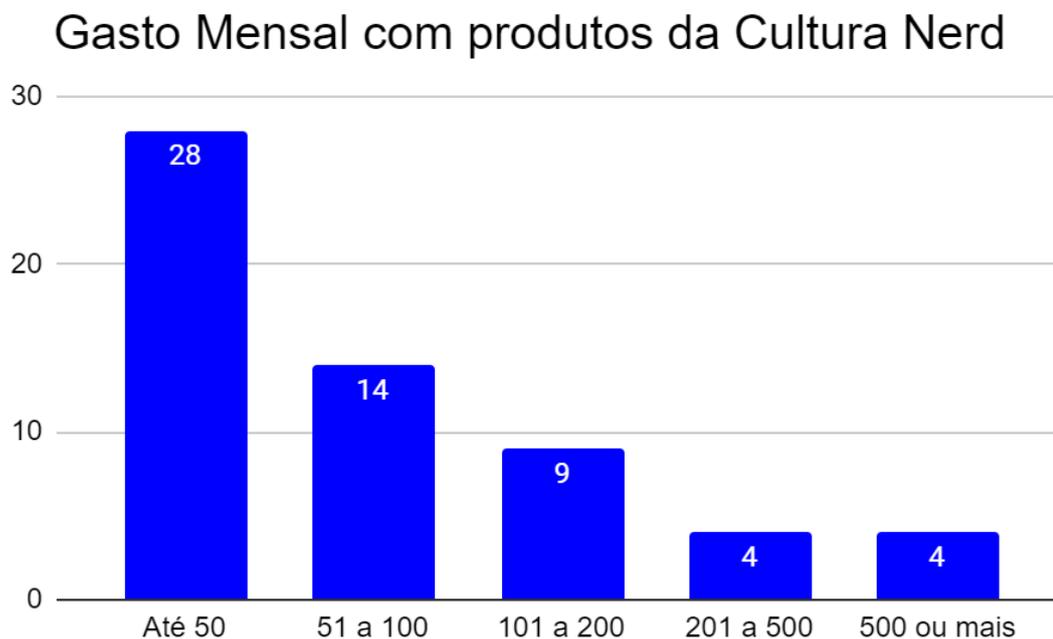


Fonte: Menezes, Gabriela. 2022.

Identificamos frases icônicas do cinema como “Luke, eu sou seu pai” da saga Star Wars, sendo transformadas em “Eu sou seu pai D’égua” e a frase da série Game of Thrones “Diga a eles que o Norte se lembra” e foi transformada em “O Norte lembra Mermo” e a série americana “Estranger Things” virou “Stranhos que só”.

Esse fenômeno pode ser compreendido como a “[...] reprodução das relações sociais vem se realizando, hoje, não invalida o fato de que o lugar aparece como um fragmento do espaço onde se pode apreender o mundo moderno, uma vez que o mundial não suprime o local” (CARLOS, 2007, p. 26-27). Além disso, exalta a cultura local com muito humor e irreverência e a apresenta para outros lugares do Brasil e do mundo, e pessoas de outras tribos também podem se apropriar desses bens.

Uma amostra desses hábitos de consumo com as pessoas entrevistadas pode ser analisada no Gráfico 2, mostra o gasto mensal com produtos da Cultura Nerd.

Gráfico 2 - Gasto Mensal com produtos da Cultura Nerd

Elaboração: MENEZES, Gabriela, 2022.

A pesquisa realizada com as pessoas que se identificaram como nerds, contou com jovens a partir dos quatorze anos até jovens senhores e senhoras com cinquenta anos de idade. Podendo ser compreendido pela própria flexibilização do termo juventude, pelo mercado, quanto pela característica da cultura nerd de agregar pessoas de diferentes gerações.

Assim, o modo como cada grupo vai consumir vai ser diferenciado, pois, “o mercado Nerd é formado por consumidores extremamente exigentes, detalhistas apaixonados e dispostos a investirem alto para satisfazer seus desejos” (SILVA, 2015, p. 37). Entretanto, não são todos os participantes dessa tribo que possuem poder aquisitivo para estarem dispostos a investirem altos valores nos seus gostos, causando grandes diferenças de consumo e comportamento dentro da própria comunidade nerd.

Dentre os entrevistados 47,4% afirmaram gastar em média até R\$50,00 por mês, com pequenos produtos, como chaveiros, cordões, botons, ou idas ao cinema, quando há lançamento de um filme do gênero. Parcela dessas pessoas informaram que tinham o costume de gastar um valor mais alto anos anteriores, mas esse hábito foi sendo alterado pelo aparecimento de outras responsabilidades e mudanças de prioridades e outra parcela de pessoas não podem consumir mais do que esse valor,

justamente pela falta de poder aquisitivo. Em decorrência disso, recorrem a produções disponíveis gratuitamente ou recorrem a pirataria (produtos falsos, ou baixados ilegalmente da internet).

Quanto aos participantes que responderam de R\$51,00 a R\$100,00 (23,7%), e de R\$101,00 a R\$200,00 (1,52%) são consumidores que mais possuem amigos e familiares participantes dessa cultura, e costumam presentear essas pessoas, além do consumo próprio. Também, há a questão de muitos desses participantes trabalharem em áreas da tecnologia e consumirem mais mercadorias desse nicho.

Por último, os participantes que escolheram as alternativas de R\$201,00 a R\$500,00 (6,7%) e R\$500,00 ou mais (6,7%). Correspondem em sua maioria a pessoas que trabalham diretamente com produtos do universo Geek e Otaku. São os comerciantes Nerds, tem lojas físicas e virtuais ou somente virtuais e estão presentes em diversos eventos do meio, compostos por pessoas mais novas no mercado e as mais experientes.

É importante ressaltar o alto investimento financeiro necessário para esse mercado, assim como qualquer outro. Um dos comerciantes afirmou investir mais de quinze mil reais em produtos mensalmente para sua loja e costuma adquirir itens de colecionador, gastando em média cinco mil por mês e tendo lucro de quarenta mil reais por mês.

Outro afirmou investir em sua loja mais seis mil reais mensalmente, tendo um lucro equivalente ao dobro ou triplo do valor investido, dependendo do mês. Além de comprar seus colecionáveis, ele presenteia seus familiares e amigos com essas mercadorias e experiências no mundo Nerd. Ressaltou com muito orgulho seus métodos de compra e venda pela internet e como costuma ir para São Paulo escolher produtos de boa qualidade e que são novidade do mercado para fidelizar antigos clientes e conquistar novos.

Silva (2015) valida a estratégia desse comerciante dentro da lógica de mercado. Onde, cada vez mais, o universo Nerd aumenta, devido a intensa massificação de informações nas redes de comunicação, assim como o surgimento de novos subgrupos e fortalecimento dos mais antigos.

Há uma constante necessidade de inovação, giro de bens de consumo e a criação de objetos e experiências que possuam valor simbólico, pois, “os produtos voltados para esse tipo de consumo nascem com a intenção de criar um vínculo

afetivo junto ao público alvo” (SILVA, 2015, p. 32). Isso ocorre para a fidelização dos consumidores e construções de narrativas de vida necessárias dentro da cultura.

4.4 A Conectividade Nerd: Dentro e Fora do Lugar

Durante o processo de crescimento e amadurecimento do ser humano, ele começa a romper laços com o mundo infantil e familiar. Procura grupos onde enxerga identificação, seja nas escolas, igrejas, praças, cursos para se agregar a eles e realizar sua sociabilização, começando a ganhar seu espaço na sociedade. Nesses grupos:

[...] o contato com outros jovens amplia sua rede de relações sociais, permite novas formas de viver o tempo livre e aumenta a possibilidade de apropriação de alguns espaços do bairro e da cidade. Ou seja, a condição juvenil ingressou em um processo de transformações significativas, tentando reconquistar, de modo alternativo, espaços públicos perdidos e refazer conscientemente redes de solidariedade e de socialização [...] (CATANI; GILIOLI, 2008, p. 38 - 39).

Porém, quando trabalhamos com a comunidade nerd, especificamente, é notório o processo de “conquista” da cidade, ao contrário dos demais jovens que estão a reconquistando. Devido ao processo de exclusão social sofrido por suas características físicas e intelectuais, vários adolescentes e jovens não se apropriaram da cidade como um todo.

Entre os rejeitados estavam “os tímidos, os que se fecham em um mundo de jogos (solitários como os de cartas, de dados e de computador) aqueles que têm em seu currículo uma vasta gama de amores platônicos e humilhações sociais” (SILVA, 2015, p. 13) e escolhiam muitas vezes se recolherem em suas casas.

Para entender como se dá esse processo na Cidade de Manaus, Costa e Costa (2008) entendem a cidade como “uma rede de relações onde se tecem múltiplos processos de identificação. A diversidade social produz o constante encontro com o ‘outro’” (COSTA; COSTA, 2008. online). São nesses encontros e interações que ocorrem o confronto de ideias, trocas de informação e compartilhamento de atributos identitários.

Nesse contexto, é nas cidades onde as identidades são formadas, pois é necessário uma territorialização para a formação e permanência de uma identidade. É no espaço que ocorre a materialização e formação de objetos constituintes de uma

cultura, proteção de seus ideais e a diferenciação dela com outras tribos no mesmo espaço. Mantendo a manutenção de sua cultura (COSTA; COSTA, 2008).

Pode-se observar diversas culturas convivendo nos espaços da cidade e cada uma possui sua territorialidade ou micro territorializações. A dinamicidade territorial da cultura Nerd, por exemplo, pode ser identificada em Manaus conforme o exposto no Quadro 2.

Quadro 2 - Zonas dos Respondentes e dos Encontros Sociais

Zonas da Cidade de Manaus	Número de Respondentes por Zona	Número de Respondentes por Zonas dos Encontros Sociais
Norte	28 (47,4%)	18 (30,5%)
Leste	6 (10,2%)	3 (5,1%)
Oeste	5 (8,4%)	3 (5,1%)
Centro Oeste	7 (11,9%)	6 (10,2%)
Centro Sul	3 (5%)	21 (35,6%)
Sul	10 (16,9%)	3 (5,1%)
On-line	-	5(8,4%)
TOTAL	59 (100%)	59 (100%)

Elaborado por: MENEZES, Gabriela, 2022.

É possível observar a abrangência dessa tribo urbana pela cidade, sendo representada pela amostra dos entrevistados. Eles estão distribuídos em todas as zonas, de forma não uniforme, como por exemplo, a área com mais participantes, a Norte possui 47,4% dos entrevistados, enquanto a Centro Sul possui apenas 5% dos entrevistados. Também não se socializam em todas as zonas uniformemente, já que a área onde mais tem o costume de se socializarem é a Centro Sul (Área com menos participantes).

Eles estão em cada região de Manaus, seja apenas residindo na área, até realizando encontros nas casas de amigos para noites de jogos (mantendo suas raízes). Já que, o processo de socialização deles costumava ocorrer em sua maioria dentro dessas casas, com pequenas reuniões para jogar videogame ou jogos de

tabuleiro, os “RPGs - Role-playing game - jogo em que os jogadores assumem os papéis de personagens e criam suas próprias narrativas e as interpretam” (SILVA, 2015, p. 15) e até mesmo ocorrendo por intermédio de computadores. Principalmente nas escolas e nas faculdades, lugares onde têm a constante presença de seus amigos e colegas.

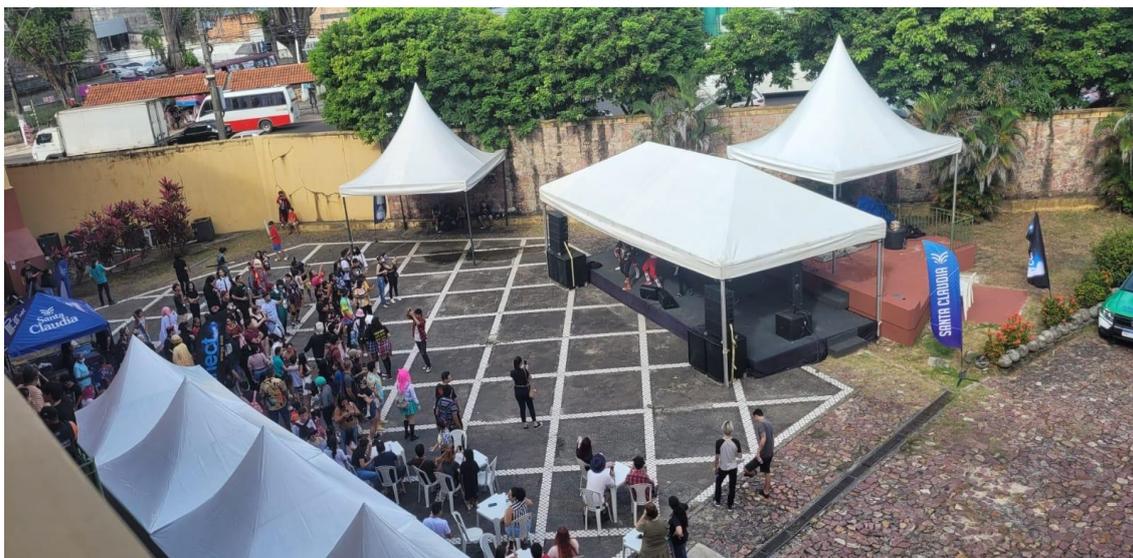
Restaurantes temáticos com jogos de tabuleiro, videogames ou temas literários como Harry Potter, ou cinematográficos como Piratas do Caribe e Super Heróis da Marvel e da DC Comics, cafeterias, livrarias e cinemas estão espalhados pela cidade, e são espaços bastante procurados por essas pessoas. Por oferecerem ambientações de seus universos favoritos, experiências divertidas, e principalmente, pratos diferenciados à culinária local.

Os Nerds têm outras oportunidades para se socializarem dentro da cidade. São os eventos que ocorrem pontualmente ao longo do ano, mobilizando nerds de toda a cidade para os principais pontos de encontro e na rede de computadores.

Geralmente são realizados em shoppings, como o Amazonas shopping e o Manaus Plaza Shopping e centros culturais, como o Casarão das Ideias, o Sesi e o Palacete Provincial, e praças, como o Parque dos Bilhares, com a participação também dos influenciadores digitais Nerds manauaras.

Um dos eventos mais aguardados do mundo Geek ocorreu no Palacete Provincial no centro da cidade. Na quinta edição do “Universo Geek MUSEU” ocorreu em 2022, em um final de semana no mês de maio, contou com a presença de diversos empreendedores do ramo, mostrando seus produtos e suas artes, (figura 9), banda de Rock de Manaus (Figura 5), encenações de lutas japonesas, competição de Cosplays e Shows de grupos de fãs de K-pop.

Figura 5 - Evento na Área Externa do Palacete Provincial no Centro da Cidade



Fonte: MENEZES, Gabriela, 2022.

Figura 6 - Evento no Palacete Provincial



Fonte: MENEZES, Gabriela, 2022.

Isto mostra como esse universo tem crescido no Amazonas, pois, o evento seguiu lotado nos dois dias em questão. Costa e Costa (2008) asseveram a importância dos estudos em espaços públicos, pois:

[...] realizar um estudo do movimento populacional do espaço público das grandes cidades e procurar entender as características das expressões culturais diversas que utilizam estes espaços e os fragmentam em microterritórios singularizados por práticas culturais, comportamentos, estéticas, níveis de renda, e expressões de subjetividades diferenciados. É interessante, também, argumentar sobre a importância desses lugares para o convívio social e suas definições como lugares públicos que abrigam uma diversidade de expressões culturais próximas (COSTA; COSTA, 2008. online).

São espaços agregadores de muitas culturas e educacionais, que fazem parte da história da cidade e da identidade de um povo. É interessante saber que as pessoas vão de diversas partes da cidade e do mundo para usufruir de seus ambientes, conhecer sua história. Até mesmo conhecer novas pessoas e viver novas experiências.

Esses encontros e quantidade de participantes cada vez mais crescente podem ser explicados com a ascensão Nerd. Advinda do avanço da tecnologia, personagens nerds em papéis principais na televisão e no cinema, nerds em altos cargos de empresas de tecnologia, de cinema, da literatura, trouxeram reconhecimento às pessoas antes consideradas inadequadas socialmente, e tornaram o ser nerd como um motivo para se orgulhar. Inclusive existe o dia do “Orgulho Nerd” comemorado em 25 de maio, existem duas explicações para a escolha desta a data de acordo com Matos (2011).

A primeira seria a data de estreia do primeiro filme da franquia Star Wars, em 1977, um dos principais símbolos dessa cultura. A segunda referência a data seria uma homenagem ao “escritor Douglas Adams, autor da série Guia do Mochileiro das Galáxias, outra obra canônica para os nerds” (MATOS, 2011, p. 6), sendo chamado de “Dia da toalha”, uma clara referência a obra do autor Douglas, muito importante nessa cultura.

Esse dia do “Orgulho Nerd” se tornou popular rapidamente e os participantes logo transformaram o mês de maio no “Mês do orgulho Nerd”, um mês onde ocorrem vários eventos pelas cidades e na internet, com participação dos influenciadores digitais do Brasil. Ao serem questionados sobre os motivos do ganho de visibilidade dessa tribo nos últimos anos. Os participantes forneceram respostas interessantes e podem explicar essa ascensão através de conceitos culturais vistos anteriormente com o autor Claval (2011).

Quando foi feita esta pergunta a um dos participantes, este respondeu que se deve principalmente pelo “O crescimento dos Nerds, antes eles eram crianças e isso democratizou as coisas, aí eles passaram essa cultura adiante, para os seus filhos e netos, por exemplo uma pessoa que assistiu He-Man há 30 anos, hoje em dia ela tá na fila para ter neto, ai tipo, ela passou essa cultura adiante. A caverna do dragão, esses desenhos mais antigos, Cavaleiros do Zodíaco, Dragon Ball z, isso são coisas

de 20 – 30 anos atrás só crianças e pré-adolescentes cresceram e passaram esse gosto para seus filhos, netos e colegas”.

Outro Nerd respondeu “Eu acredito que é uma questão de cultura, muita gente gostou da cultura nerd depois de The Bing Bang Theory, que conheceram mais ou menos, com a expansão de Star Wars, [...] eu assisti quando eu era pequeno e eu gosto desde pequeno, eu sempre fui uma pessoa que ficou muito em casa e gostava muito de ficar assistindo série, filme, jogando vídeo game. Então as pessoas foram influenciadas a gostar disso, [...]. É cultural, nós somos uma cultura, somos moldados pelo o que a gente vê e admira e repassa para outras pessoas”.

O 3º Participante comentou “O pessoal da antiga gostam muito de super heróis, gostam muito de anime então estão incentivando cada vez mais os filhos, os sobrinhos e primos. Além de que, é uma cultura saudável, não tem aquela coisa de ter briga e é bem legal de participar. É bem aberta a todo público”

4º Participante: “Por causa da globalização, o que facilitou a troca de informações de todos os lugares. Assim, os produtos culturais, não só Geek e Nerd, mas de outras origens, foram mais facilmente disseminados”.

5º Participante: “Porque é algo que transpassa gerações, virando tradição entre famílias que se identificam como Nerds e etc. Fora uma excelente abrangência nos temas abordados voltados para a atualidade transmitidos em formas de filmes, animes/desenhos e mangás/livros”.

A cultura Nerd, assim como qualquer outra cultura, não é inata do ser humano. Ela é apreendida por pessoas, temos intensos movimentos de mídia e mercado divulgando cada vez mais a cultura, levando essas informações para todas as partes do mundo, para pessoas de diferentes idades e ao ponto de muitas delas se identificarem com seus conceitos. Pais, tios, primos gostam da cultura e querem passar para outras gerações, como pode ser notado na Figura 7.

Figura 7 - Intergeracionalidade da Cultura Nerd.



Fonte: MENEZES, Gabriela, 2022.

No evento Geek, Figura 7, duas crianças foram levadas por seus pais, estão vestidas de personagens de desenhos, a menina com a fantasia da Branca de Neve (Filme lançado em 1938) e o menino com a fantasia do Pikachu, um personagem de Pokémon (desenho animado dos anos 90). Com uma prova clara dessa Intergeracionalidade presente e muito marcante na cultura.

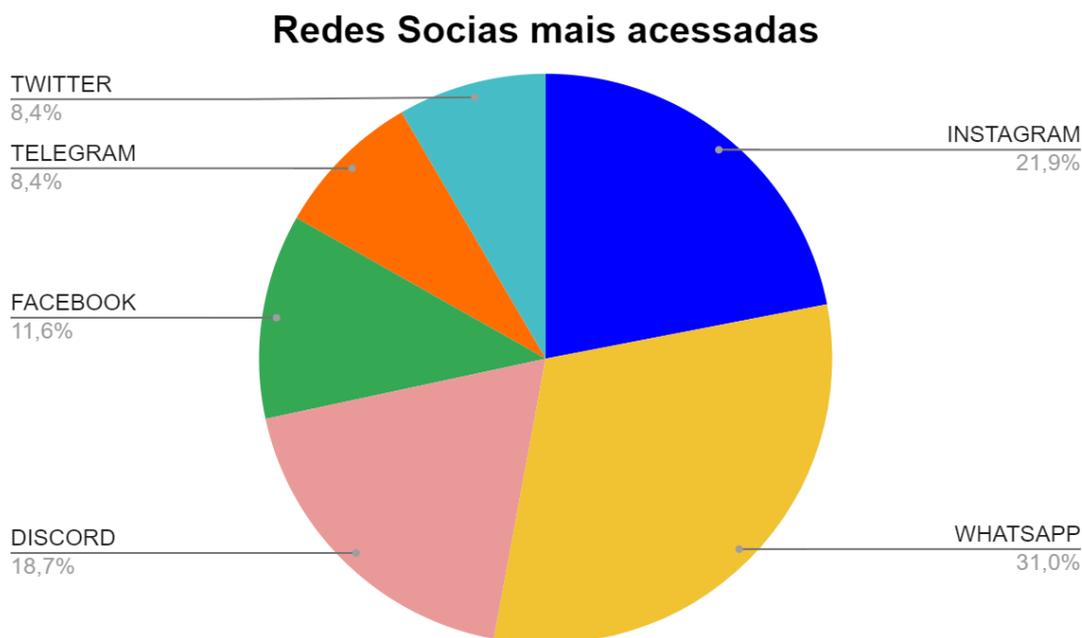
O Nerd, como já visto anteriormente, se comunica, socializa e passa sua cultura a diante de muitas formas. A principal forma dessa socialização é feita através da internet, conectando milhares de pessoas ao redor do mundo ao mesmo tempo pela rede de computadores. Silva (2015) declara que:

A evolução dos computadores só ocorreu devido à ambição de tentar impressionar seus amigos, alimentada por um grupo de garotos tímidos. Esses garotos tímidos e deslocados criaram seus computadores personalizados (desktops), enquanto comiam pizzas, tomavam refrigerantes ou café e ouviam bandas de rock. Eles passavam dias programando, com pequenas pausas para dormir (SILVA, 2015, p 22).

Nesse processo, eles criaram uma rede de comunicação sem precedentes mundialmente, modificando a forma como as pessoas vivem. Principalmente pelas redes sociais, que estão cada vez mais sendo parte integrante do cotidiano das

peças, principalmente da juventude. Como 55,9% dos participantes declararam socializar mais virtualmente, se fez necessário questionar em quais Redes Sociais a juventude está se apropriando para sua socialização, entretenimento, fonte de informação e inclusive de trabalho.

Gráfico 3 - Redes Sociais Acessadas pelos Respondentes



Elaboração: MENEZES, Gabriela. 2022.

A questão sobre Redes Sociais, permitiu a escolha de mais de uma opção por pessoa pesquisada. De forma que, o Gráfico 3 representa a quantidade de vezes em que cada alternativa foi selecionada. Todas as alternativas foram escolhidas em maior ou menor grau, e nenhum dos participantes relatou não acessar qualquer rede de comunicação e compartilhamento de informações.

Dentre as redes de relacionamentos a mais acessada foi o WhatsApp com 31%, haja visto a possibilidade de formar grupos de relacionamento. De acordo com Silva (2015) verificamos esses comportamentos vinculados a diversas atitudes:

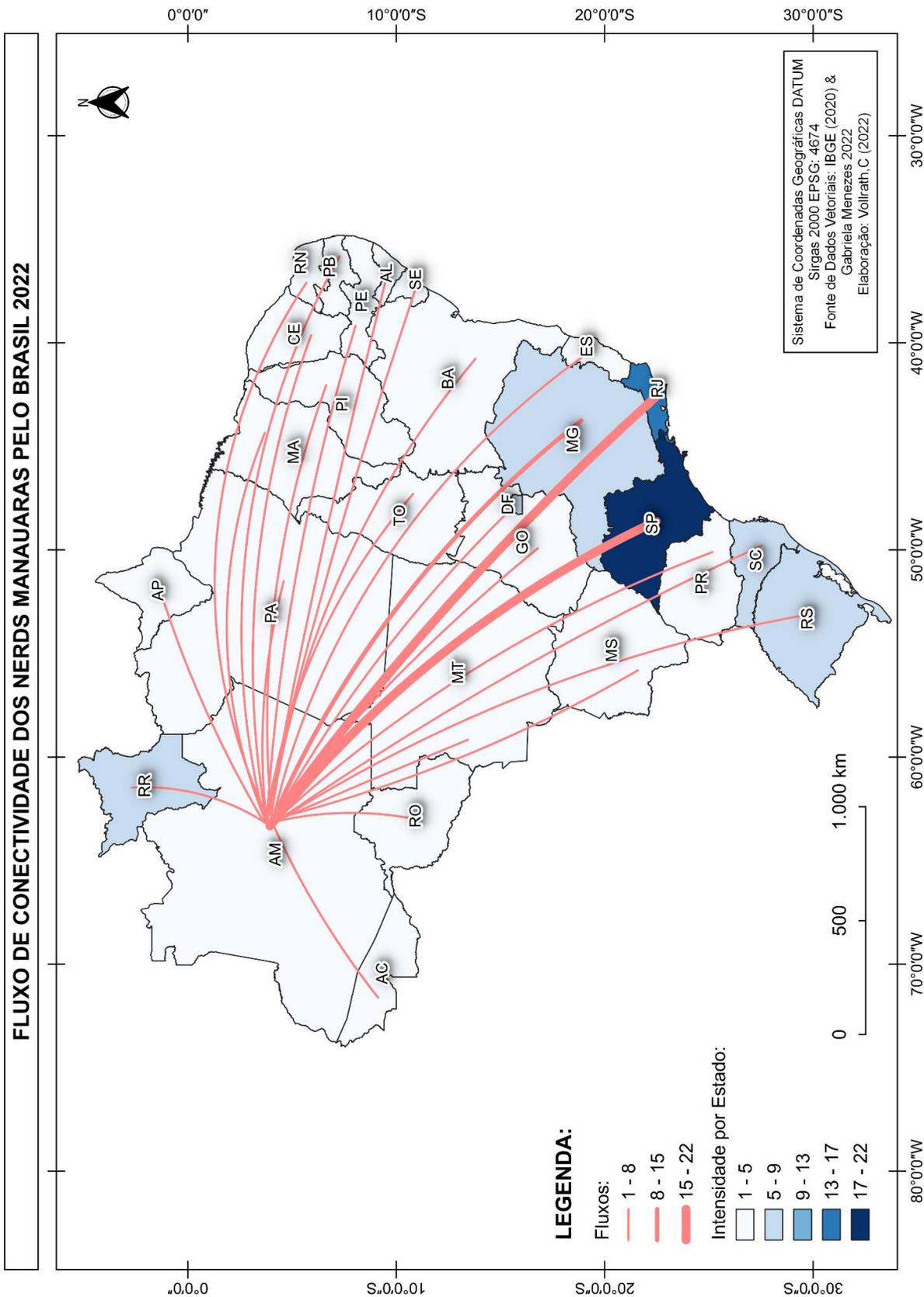
Compartilhando vídeos e imagens contendo signos pertencentes ao seu universo, comprando actions figures, camisas, jogos de tabuleiro, games, consoles, mangás e Hq's de sua preferência num site de compras gameplay online, vendo um vídeo de um jogo recém lançado no youtube, ou apenas comprando ingresso antecipadamente para os novos filmes das séries "Os Vingadores" ou "Star Wars" (SILVA, 2015, p. 36).

Também, sendo utilizada para criação de grupos específicos para o compartilhamento de novidades do universo ou discussões acerca do interesse em comum. Por exemplo, um grupo no WhatsApp específico para quem gosta de determinado gênero de livros, onde permite expressar opiniões, pedir indicações e saber qual vai ser o próximo livro de determinado autor.

Plataformas pensadas para a criação de grupos, com regras, líderes, espaços para colocar seus gostos e identificações e criando comunidades, o mais famoso é o Discord. Comunidades, onde os participantes entram para conseguirem se comunicar com as pessoas do grupo durante partidas de jogos online e trocarem experiências.

Em razão disso, entendemos que “ter perfil nas Redes Sociais virtuais deixa de ser algo que se configura como modismo, apresentando-se muito mais como um estilo que o jovem tem [...] (DUARTE, 2016, p. 121). Os participantes dessas comunidades e das redes sociais podem ser do mundo todo. Permitindo a interação desses jovens de Manaus com diferentes culturas brasileiras e do resto do globo. No mapa representando o fluxo de conectividade que os participantes de Manaus têm com o resto do Brasil (Mapa 2).

Mapa 2 - Fluxo de Conectividade dos Nerds Manauaras pelo Brasil



Elaboração: VOLLRATH, Carlos, 2022.

Todos os vinte e seis estados mais o Distrito Federal do Brasil foram citados pelos participantes da entrevista. Com os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, sendo os que mais interagem com manauaras e os estados de Tocantins, Sergipe, Rondônia, Piauí, Pernambuco e Mato Grosso do Sul. Demonstrando a conectividade dessas pessoas com seu próprio povo.

Mapa 3 - Fluxo da Sociabilidade dos Nerds Manauaras em Nível Global



Elaboração: VOLLRATH, Carlos, 2022.

Os participantes da pesquisa também afirmaram a comunicação e interação com pessoas de outros países. Os Estados Unidos da América foi o país mais citado entre os pesquisados com 29,5% dos acessos, seguido por Portugal com 9,8%; Inglaterra, Japão, Rússia, com 8,2%; Itália com 4,9%; Argentina, França, Coreia do Sul, Espanha e Nova Zelândia com 3,3%, Canadá, Alemanha, Colômbia, México, Irlanda, Austrália, Bélgica e Cingapura com 1,6% de acessos.

Nota-se que a cultura norte-americana ainda é preponderante na assimilação de comportamentos estrangeiros na cultura local, embora tenha havido um aumento na articulação com outras culturas como Portugal, Inglaterra e Japão.

Essas relações com outros estados e países que essas e outras pessoas têm, somente foram possíveis com o avanço da técnica proporcionada pela Revolução técnica científica informacional. Proporcionando, a construção de nichos comerciáveis e narrativas de vida das pessoas em mídias compartilháveis de entretenimento em diversas plataformas e sites da internet.

Os próprios Nerds constroem as redes de comunicação, as consomem e compartilham sua cultura entre os seus mais próximos e os mais distantes, aumentando sua territorialidade no seu país e em outros lugares. Criando produtos com valor simbólico para a tribo e desenvolvendo uma cultura material e imaterial, “abrindo espaço para novas oportunidades de relacionamento, de significados sociais, de surgimento de novos nichos produtivos e muitas outras formas de estabelecimento do valor de marcas e mensagens” (SILVA, 2015, p. 33).

A territorialidade da cultura Nerd é observável em nível local e global, possibilitada pelas redes de comunicação, conforme aponta Haesbaert (2004):

Esta flexibilidade territorial do mundo “pós-moderno”, embora não seja uma marca universalmente difundida (longe disso), permite que alguns grupos, em geral os mais privilegiados, usufruam de uma multiplicidade inédita de territórios, seja no sentido da sua sobreposição num mesmo local, seja da sua conexão em rede por vários pontos do mundo (HAESBAERT, 2004, online).

Esses processos ocorrem na atualidade e geram a necessidade de ressignificar a natureza do lugar. Onde a história do lugar está se constituindo em um contexto global, sendo construída e compartilhada quase que em tempo real e sendo vivida além das fronteiras físicas do lugar, como explica Carlos (2007). Assim, a juventude Nerd constrói a sua cultura em um plano mundial com características multiculturais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade atual está sendo caracterizada em meio a lutas sociais, crises econômicas, ameaças ambientais globais, com grande massificação da tecnologia e informação. São nesses contextos em que a juventude atual está se formando, e buscando construir sua identidade única e social. As barreiras entre as fases da vida tornam-se mais flexíveis e há uma dificuldade em definir o que é ser jovem e juventude.

Os jovens desenvolvem suas atividades, identidades e territorialidades, seja no campo ou na cidade. Nos espaços urbanos exploram suas possibilidades, paixões e buscam agrupar-se com outras pessoas fora do seu círculo familiar, para estabelecerem conexões afetivas e de trabalho, para superarem os desafios e problemas resultantes da globalização e sociais já antigos. Formando culturas juvenis complexas.

A cultura Nerd pode ser compreendida dentro dessa conjuntura, de grupo social urbano. Com sua historicidade, rituais, tradições e estilo de vida bem característicos, os participantes buscam socializar-se com pessoas que possuem identidades semelhantes a eles. Conseguindo estar cercado por jogos de videogame, quadrinhos, livros, bonecos e outros símbolos de sua tribo juvenil.

Além dos lugares físicos da cidade, os jovens estão se apropriando de outros meios para realizarem seus processos de socialização. No caso, as redes sociais, cada vez mais presentes no cotidiano de crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos, utilizadas para compartilhamento de informações, criação de comunidades, plataformas de comunicação instantânea e o consumo de entretenimento cinematográfico, vídeos, séries, fotos, notícias e jogos.

Também são nesses meios que a juventude Nerd utiliza para compartilhar suas narrativas e objetos simbólicos. Os tornando imensamente visados pelos grandes mercados de tecnologia, cinema, literatura e jogos, como uma cultura com potencial para o consumo.

E o que começou como inadequação social transformou-se num fenômeno economicamente rentável e culturalmente cada vez mais aceito. Pois foi notado uma diminuição na visão negativa que boa parte da população tinha a respeito desse grupo. Sendo transformada em respeito, admiração e o crescimento de adeptos a

essa tribo ou somente o aumento do consumo de produtos relacionados a essa cultura.

Ao longo dos anos essa cultura foi sendo mais expandida pelo mundo, vemos o amadurecimento de participantes desse grupo, os quais levando velhos hábitos a vida adulta e as apresentando para novas gerações. Permitindo a possibilidade de comunicação com diversos lugares do globo, pois com o crescimento desses Nerds também vieram os avanços tecnológicos.

Resultou em uma imensa rede de computadores que modificou o modo como todos vivem e consomem itens do dia a dia, do entretenimento e do trabalho. Assim como o modo como nos relacionamos entre nós com o resto do mundo. Esses jovens estão em todos os lugares, em todas as esferas da sociedade se comunicando, jogando, socializando e trabalhando para cada vez mais expandir sua cultura e sua territorialidade.

6 REFERÊNCIAS

ALVES, Flamarion Dutra. Considerações sobre Métodos e Técnicas em Geografia Humana. **DIALOGUS**, Ribeirão Preto, v.4, n.1, 2008.

BARCELOS, Renato Hübner. Nova mídia, socialização e adolescência: um estudo exploratório sobre o consumo das novas tecnologias de comunicação pelos jovens. UFRGS - **LUME Repositório digital**, [online], 2010. Disponível: <<http://hdl.handle.net/10183/24512>>. Acesso em: 22 de jan. de 2020.

BRUNA. O que significa Kpopper + 4 passos para se tornar fã de verdade. **MeuBias**, 04 fev. 2021. Disponível em: <<https://meubias.com.br/kpopper/>>. Acesso em: 15 de mai. de 2022.

CAMACHO, Gabu. Você sabe o que é um Bookstan?. **Beco Literário**, 30 nov. 2020. Disponível em: <<https://becoliterario.com/voce-sabe-o-que-e-um-bookstan/>>. Acesso em: 15 de mai. de 2022.

CARLOS. A. F. A. **O lugar no/do mundo**. 1. ed. São Paulo: FFLCH, 2007.

CARRANO, Paulo. Jovens, escolas e cidades: desafios à autonomia e à convivência. **Revista teias**, v. 12, n. 26, p. 16, 2011. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistateias/article/view/24209>>. Acesso em: 13 de fev. de 2022.

CASTELLS, M. **Sociedade em Rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1

CATANI, Afrânio Mendes; GILIOLI, Renato de Souza Porto. **Culturas Juvenis - Múltiplos olhares**. São Paulo: Editora UNESP, 2008 (Coleção Paradidáticos. Série Cultura).

CHAER, Galdino; DINIZ, Rafael Rosa Pereira; RIBEIRO, Elisa Antônia. A técnica do questionário na pesquisa educacional. **Revista Evidência**, [online], v. 7, n. 7, 2012. Disponível em: <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/Maio2013/sociologia_artigos/pesquisa_social.pdf>. Acesso em: 07 de out. de 2020.

CHAGAS, Luciana Zamprogne. Na teia do aranha: a construção cultural dos estereótipos dos jovens Nerds. **Anais do Seminário Nacional da Pós-Graduação em Ciências Sociais-UFES**, v. 1, n. 1, 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufes.br/snpgcs/article/view/1562/1154>>. Acesso em: 15 de mai. de 2022.

CONHEÇA os diferentes tipos de Nerds/Geeks. **G4 Nerds** - Tudo do mundo Nerd. Disponível em: <<https://www.g4nerds.com.br/web-stories/conheca-os-diferentes-tipos-de-nerds-geeks/>>. Acesso em: 15 de mai. de 2022

COSTA, Diana Ayla Silva da; COSTA, Benhur Pinos da. Geografia das (micro) territorializações culturais nas praças do centro urbano de Manaus. **II Colóquio Nacional do Núcleo de Estudos em Espaço e Representações**, 2008. Disponível em: <https://neer.com.br/anais/NEER-2/Trabalhos_NEER/ED%203%20II%20%83_

%22%20Territorios%20e%20territorialidades%20do%20urbano/PDFs/Microsoft%20Word%20-%20DianaAylaSilvadaCosta.ED3II.pdf>. Acesso em: 9 de abr. de 2022.

COSTA, Everaldo Batista da, et al. Lógica formal, lógica dialética: Questão de método em geografia. **Geo Uerj**, v. 01, n. 25, 276-285, 2014. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/viewFile/12732/9919>>. Acesso em 07 de out. de 2020.

DA ROCHA, Anderson Alves; DA SILVA, Priscila Kalinke. Cultura Nerd: Identidade e Forma Cultural. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Goiânia, [S.n], 2019.

DUARTE, M. T.; LEITE, M. E. T. B. Redes Sociais, Sociabilidade Juvenil e Mediações Escolares: os sentidos atribuídos por um grupo de jovens do Ensino Médio da Rede Pública de Educação de Porangatu. **Anais da Semana de Ciência e Tecnologia da PUC Goiás**. 2014. Disponível em: <http://www2.pucgoias.edu.br/anais/2014/PDF/29deoutubro/Stricto_Sensu/SS121_redessociaisociabilidade.pdf>. Acesso em: 15 de mai. de 2022.

FEDEL, Agnelo de Souza; SILVA, Josefina de Fátima Tranquilin. Juventude e cultura nerd no Brasil: universos narrativos. **DITO EFEITO**, v. 7, n. 19, p. 122, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br>>. Acesso em: 12 de out. de 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Bruna Goudinho; NUERNBERG, Denise. A dependência dos adolescentes ao mundo virtual. **Revista de Ciências Humanas**, v. 46, n. 1, p. 165-182, 2012.

GROPPO, L. A. Teorias críticas da juventude: geração, moratória social e subculturas juvenis. **Em Tese**, v. 12, n. 1, p. 4, 13 jul. 2015.

HAESBAERT, Rogério. Dos Múltiplos Territórios à Multiterritorialidade. Porto Alegre, [SN], set. 2004.

HARVEY, David. O espaço como palavra-chave. **GEOgraphia**, v. 14, n. 28, p. 8-39, 29 abr. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13641>>. Acesso em: 10 de abr. de 2022.

HISTORIADETUDO. História do Pokémon. Disponível em: <<https://www.historiade tudo.com/pokemon>>. Acesso em: 15 de mai. de 2022.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MAFFESOLI, Michel. **O declínio do individualismo nas sociedades de massas**. Tradução Maria de Lourdes Menezes; Apresentação e revisão Técnica Luiz Felipe Baeta. 5.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

MATOS, Patrícia. O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, São Paulo, [S.n.], p. 1 - 15, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/Sudeste2011/resumos/r24-1149-1.pdf>>. Acesso em: 13 de fev. de 2020

MATTOS, Georgia de. A construção social da juventude. **XV Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura**, [S.n.], 2021. Disponível em: <<https://epecom.uniso.br/wp-content/uploads/2022/02/GT-5.1-Georgia-de-Mattos.pdf>>. Acesso em: 15 de mai. 2022.

PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

ROBINATO, Talita. Dia do orgulho nerd; conheça os “tipos” de nerds. **Legião Jovem**, 25 mai. 2020. Disponível em: <<https://www.legiaojovem.com.br/dia-do-orgulho-nerd-conheca-os-tipos-de-nerds/>>. Acesso em: 15 de mai. de 2022.

RODRÍGUEZ, Francisco Javier López. Nerds y geeks como protagonistas de las nuevas sitcoms: estudio de los personajes principales de The IT Crowd y The Big Bang Theory. **Previously on: estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión**, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11441/44134>>. Acesso em: 23 de fev. de 2022.

SALVADOR, Candido de Oliveira, D. S. A Geografia e o método dialético. **Sociedade e Território**, v. 24, n. 1, p. 97-114, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/sociedadeeterritorio/article/view/3466>>. Acesso em: 10 de out. de 2020.

SANTOS, Francisco Coelho dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 29, n. 85, p. 63-78, 2014.

SANTOS, Milton. **Técnica espaço tempo: Globalização e meio técnico-científico-informacional**. São Paulo: Edusp, 1994.

SILVA, Alexandre Souza da. Aspecto da relação entre consumo e identidade na cultura nerd. **Repositório - UFBA**, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31587>>. Acesso em: 9 de abr. de 2022.

SPOSITO, Marília Pontes; ALMEIDA, Elmir de; CORROCHANO, Maria Carla. Jovens em Movimento: mapas plurais, conexões e tendências na configuração das práticas. **Educação & Sociedade**, v. 41, [S.n.], 2020.

STÜRMER, A. B.; HERRMANN, G. P. Territorializações de Grupos Juvenis em Santa Maria-RS. **Revista Perspectiva Geográfica-Campus Marechal Cândido Rondon**, v. 12, n. 16, p. 22–32, 2017. Disponível em: <<https://www.semantic-scholar.org/paper/Territorializa%C3%A7%C3%B5es-de-Grupos-Juvenis-em-Santa>>

St%C3%BCrmer-Herrmann/b47d047704bd82f88f8fd5cca0bba8dc063dcde3>.
Acesso em: 25 de fev. de 2022.

TRAVANCAS, Paula Rozenberg. Nem toda Mulher-Maravilha usa bracelete de ouro: um mapeamento dos blogs nerds feministas brasileiros. **41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Joinville, [S.n]. 2018.

APÊNDICE

Questionário aplicado para os participantes:

Questionário

Qual é o seu nome completo?

Qual é a sua idade?

Com qual sexo você se identifica?

- a) Feminino
- b) Masculino
- c) Prefiro não dizer

1. O que você entende sobre a cultura Nerd?

2. Você se identifica com a cultura nerd?

- a) Sim
- b) Não
- c) Só em alguns aspectos

3. Como você se identifica dentro da cultura nerd?

- a) Geek
- b) Gamer
- c) Hipster
- d) Cinéfilo
- e) Otaku
- f) Hacker
- g) Musical

4. Você tem amigos que participam dessa cultura? Se sim, onde você os conheceu?

5. Em que região de Manaus você mora?

- a) Norte
- b) Sul
- c) Centro Oeste
- d) Centro Sul
- e) Sul

- f) Leste
- 6. Onde você encontra mais seus amigos?
 - a) Pessoalmente
 - b) Virtualmente

7. Em que áreas da cidade você costuma frequentar para encontrar seus amigos?

- a) Norte
- b) Oeste
- c) Centro Oeste
- d) Centro Sul
- e) Sul
- f) Leste
- g) Só encontro online

8. Quais os ambientes nerds que você costuma frequentar em Manaus?

9. Existe algum costume/tradição que você e seu grupo de amigos realizam em seus encontros?

10. Que redes sociais você e os membros do seu grupo costumam usar para se socializarem?

- a) Instagram
- b) Facebook
- c) Twitter
- d) Discord
- e) WhatsApp
- f) Telegram

11. Já conversou com pessoas de outros estados ou países nas redes sociais? Se sim, quais são as nacionalidades?

12. Por quais motivos você acha que a cultura nerd tenha ganhado visibilidade nos últimos anos?

13. Você trabalha ou gostaria de trabalhar em alguma área da tecnologia ou da cultura pop?

14. Quanto tempo em média você passa no computador/redes sociais por dia?

15. Quanto você gasta em média por mês com produtos da cultura nerd?

- a) Até R\$ 50,00
- b) R\$ 51,00 – R\$ 100,00
- c) R\$ 101,00 – R\$ 200,00
- d) R\$ 201,00 – R\$ 500,00
- e) R\$ 500,00 ou mais