

# As multimodalidades da literatura nerd brasileira: consolidando uma identidade cultural

(Brazilian Nerd Literature and its multimodality: consolidating a cultural identity)

Arnaldo Pinheiro Mont'Alvão Júnior<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul (IFMS) / Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá (PLE – UEM)  
arnaldo.montalvao@ifms.edu.br

**Abstract:** The objective of this article is to present and analyze how the multimedia, which nerd literature circulates through, contributes to the consolidation of the nerd identity in Brazil. Basing on theoretical principles of multimodalities, the discussion will focus on works from the website Jovem Nerd, addressing the content that is part of their schedule, the items sold at Nerdstore, publications by Nerdbooks, and other publications by writers associated with Jovem Nerd, like Fábio Yabu and Eduardo Spohr. We conclude that the productions of Jovem Nerd, built on a multimodal basis, make their creators a major exponent of Brazilian nerd culture, making nerd literature – literary works published by Nerdbooks or by other publishers – a reference for young readers, participating directly in the construction of the identity of the Brazilian nerd reader.

**Keywords:** Jovem Nerd; nerd literature; nerd culture.

**Resumo:** Este artigo visa apresentar e analisar como os multimeios, pelos quais a literatura nerd circula, contribuem para a consolidação da identidade nerd no Brasil. Fundamentando-se em princípios teóricos sobre multimodalidades, a discussão focará o trabalho do site Jovem Nerd, abordando o conteúdo que faz parte de sua programação, os artigos vendidos na Nerdstore, as publicações da Nerdbooks e também publicações em outras editoras de escritores ligados ao Jovem Nerd, como Fábio Yabu e Eduardo Spohr. Conclui-se que as produções do Jovem Nerd, construídas em bases multimodais, fazem de seus idealizadores um dos principais expoentes da cultura nerd brasileira, tornando a literatura nerd, sejam as obras publicadas pela Nerdbooks ou por outras editoras, referência para jovens leitores, participando diretamente na construção da identidade do leitor nerd brasileiro.

**Palavras-chave:** Jovem Nerd; literatura nerd; cultura nerd.

## Um pouco sobre *cultura nerd*: atualizando um estereótipo<sup>2</sup>

Programas de televisão como o premiado *sitcom* norte-americano *The Big Bang Theory* e eventos de grande magnitude como a *Comic-Con* realizada em San Diego revelam que, já há algum tempo, a cultura *nerd* vem se firmando com um novo significado e se fortalecendo. “Houve um tempo em que ser chamado de nerd, geek ou CDF era algo depreciativo. No final do século XX e no início do XXI, porém, isso mudou” (FERNANDES; RIOS, 2011, p. 3). Aquele estereótipo pejorativo do nerd como um sujeito introvertido, um idiota de óculos com um penteado com gel no cabelo, com difi-

<sup>1</sup> Este artigo faz parte de um projeto de pesquisa maior intitulado *A Cultura Nerd no Brasil: construção de um nicho literário?*, desenvolvido no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá (PLE – UEM) sob orientação da Profa. Dra. Vera Helena Gomes Wielewicki.

<sup>2</sup> Um estudo mais aprofundado sobre a cultura nerd está sendo desenvolvido durante o processo de doutoramento no PLE – UEM sob orientação da Profa. Dra. Vera Helena Gomes Wielewicki, enfocando tanto a cultura nerd dos Estados Unidos como a do Brasil.

culdades de relacionamento e viciado em estudos e pesquisas,<sup>3</sup> que perdurou durante as décadas de 1980 e 1990, não preocupa mais – hoje ser chamado de *nerd* já não é uma ofensa, mas um motivo de orgulho – e também já não dá conta de representar, em sua totalidade, os indivíduos da comunidade nerd. Apesar de a concepção de Benjamin Nugent, autor do livro *American Nerd: the story of my people* (2009), apresentar-se como sendo um pouco mais *conservadora*, sem dúvida, qualquer pessoa tem potencial para ser e se reconhecer como sendo um nerd. Nugent acredita que

[...] existem duas categorias principais de nerds: um tipo é desproporcionalmente masculino e intelectual, fazendo as pessoas terem a impressão de que os nerds são máquinas, e tão socialmente desajeitado que as pessoas acabam tendo a impressão de que os nerds são máquinas. Esses nerds fazem outras pessoas se lembrarem, às vezes amavelmente, das máquinas. [...] O segundo tipo de nerd consiste provavelmente em um equilíbrio de homens e mulheres. Este é um nerd que é nerd por pura força de exclusão social. (NUGENT, 2009, p. 6-7)<sup>4</sup>

Desde sua estreia em setembro de 2007, *The Big Bang Theory* explora esse estereótipo para criar suas cenas cômicas que são as mesmas do cotidiano de qualquer cidadão, e acaba mostrando que essas situações engraçadas causadas pela *nerdice* podem já ter sido vividas por qualquer um. Interessante é que essa exploração, que sustenta a comichidade da série e seu consolidado sucesso,<sup>5</sup> não prejudica a imagem do nerd, mas cria uma empatia agradável, atraindo o grande público. É bem provável que qualquer pessoa,<sup>6</sup> ao ter contato com alguma das nuances que permeiam o vasto universo nerd ou ao assistir aos episódios da série, se identifique e se reconheça tranquilamente como sendo também mais um marcado por essa cultura. Esse raciocínio nos faz lembrar a discussão que o crítico cultural Stuart Hall propunha a respeito do contexto multicultural no qual nossa sociedade está inserida. Conforme Hall, o contexto pós-moderno oferece à sociedade um sem-número de alternativas que nos levam a nos identificar facilmente com múltiplas identidades ao mesmo tempo. É certo que qualquer pessoa pode se identificar com essa ou quaisquer outras estâncias culturais de forma espontânea, pois

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identi-

<sup>3</sup> O dicionário Aulete Digital ainda considera esse sentido depreciativo, definindo o verbete *nerd* como “que é pouco sociável; que só quer saber de estudar ou trabalhar; indivíduo que não gosta de viver em sociedade”. Outros dicionários foram consultados, mas não trazem o verbete *nerd*.

<sup>4</sup> Tradução livre de “I believe there are two main categories of nerds: one type, disproportionately male, is intellectual in ways that strike people as machinelike, and socially awkward in ways that strike people as machinelike. These nerds are people who remind others, sometimes pleasantly, of machines. [...] The second type of nerd probably consists equally of males and females. This is a nerd who is a nerd by sheer force of social exclusion.”

<sup>5</sup> A série é o *sitcom* de maior sucesso mundial da atualidade. Não é por acaso que, em março de 2014, a CBS divulgou que acertou com a Warner Bros a renovação do contrato para a produção do *sitcom* por mais três temporadas. Atualmente, *The Big Bang Theory* exhibe sua sétima temporada e é a série campeã de audiência, batendo recordes nos Estados Unidos.

<sup>6</sup> Podemos inferir que, considerando um cômputo geral, jovens e adultos, homens e mulheres de diversas classes sociais.

dades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2011, p. 13)

Se ainda observarmos a evolução desses personagens ao longo de suas sete temporadas, vemos como esse estereótipo vai se tornando obsoleto, ou melhor, sendo reconstruído de forma mais amena, mas mantendo a essência nerd. Penny aprende a conviver e a lidar com as nerdices de seus amigos e até se apaixona por Leonard; Howard se casa com outra nerd, Bernadette;<sup>7</sup> Sheldon, de modo muito peculiar, também namora outra nerd, Amy; e Rajesh agora consegue conversar com mulheres sem estar alcoolizado. Penny já se viu enganada por esse estereótipo quando se surpreendeu ao ver que o personagem David Underhill, um motociclista alto, de porte atlético e atraente, fosse um físico da Caltech.

O nerd de hoje está sendo retratado com uma nova roupagem e essa nova imagem é mais atraente, mais convidativa. Vale observar que essa *atualização* da cultura nerd não é forçada, construída de forma propositada, e não é fruto de uma análise minuciosa e profunda para descobrir o que poderia ou não ser anexado ou retirado, mas é algo que flui naturalmente, acompanhando um sistema – no qual a sociedade está inserida – que é híbrido por excelência. Nesse contexto, cabe a formulação de Homi K. Bhabha:

É apenas quando compreendemos que todas as afirmações e sistemas culturais são construídos nesse espaço contraditório e ambivalente da enunciação que começamos a compreender porque as reivindicações hierárquicas de originalidade ou “pureza” inerentes às culturas são *insustentáveis, mesmo antes de recorrermos a instâncias históricas empíricas que demonstram seu hibridismo*. (BHABHA, 1998, p. 67, grifo nosso)

Conforme Bhabha, as categorias de originalidade e pureza já não se sustentam, sendo qualquer manifestação cultural aberta a contribuições e, por conseguinte, passível de modificações. Assim, analisando tanto a evolução dos personagens de *The Big Bang Theory* – que foram modificando, mesmo de forma bem amena, suas características – quanto a exposição cultural do público em geral – o qual se identifica com a série –, na esteira do que postula Bhabha, percebemos como a identidade nerd está naturalmente figurada em um *terceiro espaço*,

[...] que embora em si irrepresentável, constitui as condições discursivas da enunciação que garantem que o significado e os símbolos da cultura não tenham unidade ou fixidez primordial e que até os mesmos signos possam ser apropriados, traduzidos, re-historicizados e lidos de outro modo. (BHABHA, 1998, p. 67-68)

A identidade nerd se apresenta como uma identidade cultural característica desse contexto híbrido e pós-moderno, sendo múltipla por essência – “incompletas são as definições que tentam dissecar a essência da nerdice” (FERNANDES; RIOS, 2011, p. 3) – e bastante atrativa para os brasileiros.

<sup>7</sup> É importante citar esse fato, pois demonstra a coragem dos produtores em romper um dos elos distintamente nerds de Howard que sustentavam sua comichidade: era o único personagem que ainda morava com a mãe.

## A cultura dos jovens nerds brasileiros

Ao discutir a respeito das consequências causadas pela globalização sobre os aspectos culturais, Hall nos explica que no fluxo contínuo das diversidades culturais circulantes por meio dos diversos elementos que compõem as redes de comunicação, “as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem ‘flutuar livremente’” (HALL, 2011, p. 75). Um dos aspectos da globalização que mais contribuíram para que a identidade nerd se *desalojasse* dos Estados Unidos e se *desvinculasse* do século XX para *flutuar livremente* pelo espaço-tempo até pairar sobre o Brasil e se fortalecer em nossa época foi a evolução tecnológica dos meios de comunicação culminada pelo advento da internet. Isso pode parecer até óbvio se nos lembrarmos do que dizia o filósofo francês Pierre Lévy:

Vivemos hoje uma redistribuição da configuração do saber que se havia estabilizado no século XVII com a generalização da impressão. Ao desfazer e refazer as ecologias cognitivas, *as tecnologias intelectuais contribuem para fazer derivar as fundações culturais que comandam nossa apreensão do real.* (LÉVY, 2010, p. 10, grifo nosso)

Sem dúvida, a internet contribui de forma exponencial para a identidade cultural nerd brasileira e é seu principal canal de propagação. É pelo ciberespaço que a cultura nerd *flutua livremente* para então se incorporar na cultura brasileira, consolidando a identidade nerd no Brasil, alcançando milhares de brasileiros. Tamanho é o interesse hoje pela cultura nerd que, de 4 a 7 de dezembro de 2014, aconteceu em São Paulo a CCXP – Comic Con Experience, o primeiro grande evento nerd do Brasil, criado nos mesmos moldes da Comi Con de San Diego nos Estados Unidos, a maior convenção nerd do mundo. Isso mostra como a cultura nerd no Brasil já é forte e se apresenta como um mercado ainda mais promissor: “Ano que vem tem mais. E será maior. Segundo Borgo, vários artistas e agentes lhe disseram que não sabiam se viriam ao Brasil porque não conheciam o mercado, e sendo a primeira edição de uma convenção não sabiam se valeria a pena” (SOARES, 2014).

O principal expoente hoje da cultura nerd brasileira e um dos maiores responsáveis pela construção dessa identidade no país sobrevive por meio da internet: o *site Jovem Nerd*, um *blog* que acabou se tornando um dos maiores veículos de comunicação sobre entretenimento do Brasil. De todas as suas atrações semanais,<sup>8</sup> seu principal programa, o *Nerdcast*, *podcast* semanal com média de 300 mil *downloads* por episódio, foi laureado com o Prêmio Youpix 2012 como Podcast Hors-Concours. Os assuntos debatidos no *Nerdcast* não tratam de questões exclusivamente nerds, mas os *nerdcasters*<sup>9</sup> lançam a sua visão nerd, extremamente bem-humorada, sobre as mais diversas temáticas, que vão desde artes marciais até viagens, passando por tecnologia, quadrinhos, *Star Wars*, RPG e, até mesmo, pela literatura.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Além do *Nerdcast* (o *podcast*), há também o *Nerdooffice* (o *videocast*), o *Nerdplayer* (o *gameplay*), o *Jovem Nerd News* (o *publéditorial*), o *Nerdtour* (relatos de viagens dos nerds divulgados em todos esses canais) e *A Maravilhosa Cozinha de Jack* (um programa de culinária), que ensina a fazer pratos que aparecem em filmes, *games*, livros e outras narrativas nerds.

<sup>9</sup> *Nerdcasters* é como são chamados todos os participantes do programa.

<sup>10</sup> Seguem os temas em ordem alfabética: animação, artes marciais, áudio drama, biografia, ciências, cinema, comportamento, cotidiano, entrevistas, *games*, gastronomia, história, história alternativa, internet, lendas e mistérios, literatura, *Lost*, melhores momentos, música, nostalgia, profissões, publicidade, qua-

A grande audiência do *Jovem Nerd* foi construída em torno de toda a estrutura da cultura nerd norte-americana. Contudo, aos poucos essa cultura foi sendo incrementada, resultando na formação de uma identidade nerd específica, com traços brasileiros. Um deles, o bom humor, ponto-chave para se conquistar o público, mostra como o nerd brasileiro se diverte com suas próprias singularidades, que são embasadas naquelas mesmas que reforçam aquele estereótipo batido do nerd antissocial. Atualmente, ser nerd é divertido.

O *Nerdcast* também se apresenta como um meio que os nerds encontraram de demonstrar seu orgulho pela identidade nerd. O *lambda, lambda, lambda*, que antes figurava como nome da fraternidade dos nerds no filme *A vingança dos nerds*, da década de 1980, agora é o *grito de guerra* que inicia todos os *nerdcasts*. Há sempre também uma autenticação desse orgulho nerd com constantes convocatórias, em qualquer das atrações do *site*, ao *Nerdpower*,<sup>11</sup> que levam os nerds a contribuírem em ações sociais (como doação de sangue), a comparecerem a eventos, a *espalharem a palavra* para recrutar mais pessoas para o universo nerd, a votarem em concursos de que o *site* participa e, de certa forma óbvia, a comprar seus produtos exclusivos.

Com o sucesso da cultura nerd no Brasil, é evidente que, ao se verem diante desse mercado promissor, os agentes da indústria cultural se dedicam para satisfazer os desejos desse público orgulhoso em ostentar a insígnia *nerd*, oferecendo uma variedade de produtos que parece infinita. Em diversas lojas espalhadas pela internet, encontra-se de tudo que possa fazer menção a algum filme, série, livro, *game*, quadrinho ou qualquer outra vertente do universo nerd. Portanto, observamos aqui dois pontos importantes: o primeiro nos mostra que a ascensão econômica do Brasil nos últimos anos também contribuiu para o crescimento da cultura nerd no país, visto o consumo e a diversidade de tais produtos. O segundo ponto é a emergência de uma nova interação entre os produtores e os consumidores de mídia, representando uma transformação cultural, investigada e definida pelo crítico de mídia Henry Jenkins como a *Cultura da Convergência* (2009). A cultura nerd é naturalmente uma Cultura da Convergência por agregar os três conceitos que embasam a teoria desenvolvida por Jenkins, quais sejam: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva.<sup>12</sup>

Da mesma forma, o *Jovem Nerd* também possui sua loja exclusiva online, a *Nerdstore*, que oferta ao seu público nerd uma multiplicidade de camisetas, canecas, baralho e até livros. Porém, vale ressaltar, que todos os livros vendidos na *Nerdstore* são apenas aqueles publicados pela *Nerdbooks*, o selo editorial do *Jovem Nerd*. Aqui, é importante fazer uma pausa para retomar a ideia de Jenkins de que há uma nova relação entre os consumidores e os produtores de mídia, a qual

---

drinhos, retrospectiva, RPG, *Star Wars*, tecnologia, teorias da conspiração, terror, trabalho, TV, viagens. Ver: <<http://jovemnerd.com.br/categoria/nerdcast/>>.

<sup>11</sup> Uma análise mais aprofundada e uma explicação mais completa do *Nerdpower* também estão sendo realizadas durante o processo de doutoramento. Por enquanto, vale informar que se trata de uma forma de mostrar a força da comunidade nerd. Por exemplo, quando Eduardo Spohr, o *nerdcaster* autor de *A Batalha do Apocalipse*, foi entrevistado por Jô Soares no *Programa do Jô*, os nerds colocaram a entrevista no Trend Topic Mundial do *Twitter*, tamanho o volume de comentários. O símbolo do *Nerdpower* é uma mão fazendo a mesma saudação de *Spock*, o personagem interpretado por Leonard Nimoy em *Star Trek*.

<sup>12</sup> Devido ao caráter sintético de artigo, abordamos uma discussão mais sucinta sobre estes pontos neste texto. Um aprofundamento está sendo elaborado durante o processo de doutoramento no PLE-UEM.

[...] contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p. 30)

Nessa nova relação, os produtores de mídia acabam trabalhando em parceria com seu público, formando uma *cultura participativa* que flui em uma via de mão dupla. As empresas ouvem seus clientes, prestando atenção às suas requisições, e vão *orientando* esses parceiros, tentando *satisfazer* seus desejos: “o novo discurso de marketing procura moldar os desejos dos consumidores para direcionar as decisões de compra” (JENKINS, 2009, p. 96-97).

É exatamente essa a postura que o Jovem Nerd sempre tomou: utilizou seu próprio público como guia, abrindo espaço para comentários e escutando atentamente todas as indagações, procurando atendê-las, sabendo que isso seria vantajoso financeiramente,<sup>13</sup> como nos explica Jenkins:

Os profissionais de marketing procuram moldar a reputação das marcas não através de uma transação individual, mas através da *soma total de interações com o cliente – um processo contínuo que cada vez mais ocorre numa série de diferentes “pontos de contato” midiáticos*.<sup>14</sup> (JENKINS, 2009, p. 98, grifo nosso)

Dessa forma, seguindo a tendência do *marketing* atual apontada por Jenkins, o Jovem Nerd não quer “apenas que o consumidor faça uma única compra, mas que estabeleça uma relação de longo prazo com a marca” (JENKINS, 2009, p. 98). O *Nerdpower* demonstra como o Jovem Nerd, ao longo dos anos, conseguiu construir uma relação de parceria com seu público, que é um público fiel, que sente orgulho e amor pelo *selo nerd*, de tal modo que podemos inserir a marca *Jovem Nerd* no plantel das *Lovemarks*.<sup>15</sup> O público nerd é tão fiel que atende prontamente a qualquer chamado do *Nerdpower*, ostentando a marca *Jovem Nerd* como brasão da identidade nerd brasileira.

Na verdade, o *Nerdpower* é a representação do que Jenkins (2009, p. 379) define como *economia afetiva*: “Novo discurso em marketing e pesquisa de marcas que enfatiza o envolvimento emocional dos consumidores com a marca como uma motivação fundamental em suas decisões de compra”. Em uma ação de *product placement*,<sup>16</sup> a *Cia. Müller de Bebidas* inseriu uma garrafa da *Cachaça 51* no apartamento da personagem Penny no episódio 21 da sexta temporada de *The Big Bang Theory*. Essa ação de *marketing* foi recebida como uma homenagem aos nerds brasileiros, criando uma empatia agradável entre o público nerd e a *Cachaça 51* – cujo *slogan uma boa ideia* se encaixa perfeitamente

<sup>13</sup> Vale lembrar que a renda do Jovem Nerd é diversificada: possui várias formas de publicidade, além de vender seus produtos na *Nerdstore*.

<sup>14</sup> Além de espaço para comentários dos fãs sobre os conteúdos postados no *site*, o Jovem Nerd abriu outros canais para manter a comunicação com seu público, seja recebendo e lendo os *e-mails* no *Nerdcast* – espaço reservado para as *caneladas* de programas anteriores –, seja fazendo uso de redes sociais como *Instagram*, *Twitter* e *Facebook*, chegando até a criar a sua própria rede social, a *Skynerd*.

<sup>15</sup> Segundo Henry Jenkins (2009, p. 382), *Lovemarks* é um “termo cunhado por Kevin Roberts, CEO mundial da Saatchi&Saatchi, para se referir às empresas que provocam um investimento emocional tão forte por parte dos consumidores, que acabam conquistando uma “fidelidade além da razão”.

<sup>16</sup> Colocação do produto de forma orgânica no cenário.

com os nerds –, mostrando o efeito da *economia afetiva* discutida por Henry Jenkins em *A Cultura da Convergência*.<sup>17</sup>

Todo esse cenário representa ainda uma outra transformação cultural já que – considerando o papel da *Nerdbooks* –, por produzir livros para servir o seu público, o Jovem Nerd se insere no acervo literário brasileiro, que acaba enriquecido com essa linha de produção, uma nova vertente literária, a *literatura nerd*. A literatura brasileira assiste à consolidação de uma literatura *essencialmente* nerd como uma nova cultura literária hospedada em seu cerne, marcada por seus gêneros e tipos textuais, sua tessitura textual, seu processo de editoração, seus conceitos críticos e seus múltiplos meios de circulação, visto que não é de agora que o trabalho literário do Jovem Nerd vem sendo realizado e da mesma forma não é algo meramente amador. Não se restringe ainda apenas às publicações da *Nerdbooks*, mas, por meio do *Nerdcast*, realiza apresentações de livros e autores, promove análises e discussões críticas de obras do universo nerd, constrói enredos dramatizados, culminando nas publicações de livros de sua própria editora. Vale também ressaltar que os livros lançados pela *Nerdbooks*, após o sucesso de vendas, chamam a atenção do mercado editorial e acabam sendo publicados por grandes editoras, alcançando milhares de vendas.<sup>18</sup> Fixa-se, assim, uma corrente literária no bojo da literatura brasileira que vai produzindo ficção e crítica, sendo lida e referenciada, contribuindo para a formação de leitores brasileiros.

### ***A estrutura multimodal da literatura nerd brasileira: não apenas livros, mas experiências de leitura***

Os apontamentos realizados por teóricos e críticos que se preocupam em analisar as questões contemporâneas da humanidade nos mostram como estamos cada vez mais inseridos em um ritmo ditado pela multiplicidade. Com a globalização, o avanço tecnológico da informática e o advento da internet, a humanidade encontrou outras formas de organizar sua memória, de se comunicar, de definir sua identidade. Emergem-se, então, nesse nosso contexto contemporâneo marcado pela dinâmica do ciberespaço, múltiplos meios de reorganizar nosso pensamento, múltiplas plataformas pelas quais podemos distribuí-lo e múltiplos espaços de arquivamento. Na esteira desse pensamento, passamos, então, a buscar o conceito de *multimodalidades* para embasar nossa discussão sobre a literatura nerd, que, conforme veremos, revela-se uma literatura essencialmente multimodal.

Para prosseguirmos com a análise desse caráter multimodal da literatura nerd, vale resgatar, em princípio, o alerta que o crítico Gunther Kress fez ao afirmar que, nas últimas décadas, “outros meios de comunicação se tornaram proeminentes e cada vez mais significativos na comunicação pública” (KRESS, 2000, p. 182).<sup>19</sup> Encaminhando nossa discussão para a cultura nerd, podemos afirmar que o *podcast* está entre esses

<sup>17</sup> Obviamente, o objetivo dessa ação não era atingir apenas o público nerd, mas a divulgação para o amplo mercado aberto por *The Big Bang Theory*, visto que a audiência do *sitcom* é muito grande e, por isso, nem todos que assistem à série são ou se consideram nerds.

<sup>18</sup> *A Batalha do Apocalipse*, a primeira publicação da *Nerdbooks*, figurou no *ranking* da revista Veja por semanas seguidas entre os livros de ficção mais vendidos no Brasil após ser lançado pelo selo Verus da Editora Record. *Branca dos mortos e os 7 zumbis* foi também publicado pela Editora GloboLivros.

<sup>19</sup> Tradução livre de “Other modes of communication have become prominent; and increasingly significant in public communication.”

meios de comunicação proeminentes e significativos apontados por Kress, pois, “além de possibilitar a divulgação de diversos temas [...], os *podcasts* libertam os ouvintes da grade de programação” (ENTENDA..., 2006). Os *podcasts* são programas gravados e disponibilizados na internet em formato de arquivo de áudio, permitindo aos ouvintes fazerem *downloads* desses arquivos e escutarem esses programas a qualquer momento. É um arquivo que está disponível para visitação e revisitação sem limites de tempo ou de acessos. Essa flexibilidade, característica intrínseca do *podcast*, confere a essa nova categoria de comunicação *status* de ferramenta importante e essencial, em nossa época, para a difusão e circulação de diversas manifestações culturais, visto que qualquer grupo interessado em divulgar seu trabalho tem condições de gravar e editar seus programas, e disponibilizá-los na internet, cujo alcance é ilimitado, podendo atingir um número infinito de pessoas que circulam pelo ciberespaço, assim como aconteceu com a cultura nerd, por meio dos trabalhos do *site* Jovem Nerd.

Criado em 2002, época do auge dos *blogs*, como apenas uma brincadeira entre amigos, o Jovem Nerd d  início a uma série de tentativas para atrair o seu público, que já crescia paulatinamente. Seguindo as tendências da época, a alternativa encontrada em 2006 foi o *podcast*, que acabou se tornando a maior atração do *site*. Logo o *Nerdcast* agradou, mostrando que havia um público que parecia sentir a necessidade de ter um espaço como aquele, e se firmou como o principal canal de comunicação entre o Jovem Nerd e esse público, conquistando uma grande audiência e, por conseguinte, trazendo consideráveis patrocínios. Portanto, é a partir da criação do *Nerdcast* que o Jovem Nerd deixa de ser uma brincadeira para se tornar um negócio promissor e a cultura nerd brasileira ganha seu espaço exclusivo de atuação.

Vale ressaltar, considerando o cenário cultural multimodal contemporâneo no qual o Jovem Nerd está inserido, que nessa dinâmica atual de comunicação, novos valores são atribuídos às relações humanas e, por conseguinte, uma nova forma de atuação se faz necessária. James Paul Gee (2000, p. 49), ao conceitualizar o cenário de um novo capitalismo, afirma que as comunicações humanas estão cada vez mais interligadas em torno de uma rede na qual “no novo capitalismo, não é realmente importante o reconhecimento que as pessoas têm sozinhas, mas sim o que elas podem fazer com outros de forma colaborativa para efetivamente adicionar ‘valor’ à iniciativa”.<sup>20</sup> Dessa forma, Gee aponta para a importância de um movimento colaborativo entre as pessoas que visa compartilhar conhecimento: “um movimento para que pessoas possam trabalhar colaborativamente em equipes para alcançar resultados e agregar valor por meio da distribuição de conhecimento e de entendimento” (GEE, 2000, p. 50).<sup>21</sup> O conhecimento compartilhado através das atrações do *site*, principalmente do *Nerdcast*, auxilia na aproximação do público nerd com o Jovem Nerd, visto que os nerds têm condições de aprender, replicar e discutir sobre os temas adotados semanalmente no *site*, pois, além de escutarem o programa, os ouvintes deixam seus comentários nos *posts* e recebem o *feedback* dos *nerdcasters* durante a leitura de *e-mails* na sessão *caneladas* dos *Nerdcasts* subsequentes.

<sup>20</sup> Tradução livre de “In the new capitalism, it is not really important what individuals know on their own, but rather what that they can do with others collaboratively to effectively add ‘value’ to the enterprise”.

<sup>21</sup> Tradução livre de “a movement towards people who can work collaboratively in teams to produce results and add value through distributed knowledge and understanding”.



Na exclusividade de seu (ciber)espaço, os nerds se esbaldam em discussões aprofundadas sobre os mais diversos assuntos. Dentre os temas debatidos, há anos o assunto *Literatura* faz parte das pautas do *Nerdcast*,<sup>22</sup> isto é, desde sua origem, o *podcast* do Jovem Nerd já servia como espaço para divulgação e análise crítica das preferências literárias dos nerds. Considerando que os donos e responsáveis por todo o desenvolvimento do *site* afirmam que o *Nerdcast* não trata exclusivamente do mundo nerd, mas da visão nerd do mundo, vemos, através do que se apresenta nos programas, o que seria *literatura* na visão dos nerds. Os *nerdcasters* mostram como eles *praticam* literatura, o que eles pensam sobre literatura, como eles veem literatura, como eles procedem em suas análises críticas sobre literatura, como eles *fazem* literatura, emergindo uma série de conceitos que definem uma *literatura nerd*. Portanto, essa literatura discutida pelos *nerdcasters* seria uma literatura não específica ou exclusiva do mundo nerd, mas uma literatura que domina todo o espaço desse mundo nerd, ou seja, uma literatura nerd em sua essência.

É quando essa literatura nerd ultrapassa os limites de seu espaço do debate crítico ocorrido no *Nerdcast* e passa a assumir uma posição de produção literária marcada pela emergência da *Nerdbooks* que ela acaba sendo sacramentada, visto que, a partir desse momento, os nerds puderam publicar seus trabalhos, marcando com o selo nerd sua literatura, pois suas obras são publicadas por uma editora que leva a insígnia *nerd* no nome. A partir desse ponto, percebemos como o nascimento da *Nerdbooks*, também de certa forma impulsionado pelo *Nerdcast* – já que tudo começou de fato com as publicações semanais do *podcast* para então culminar na criação de uma editora –, foi importante para a literatura nerd. Quando um *nerdcaster* escreveu um livro e não conseguiu aceite de nenhuma editora para publicá-lo, seus amigos do Jovem Nerd decidiram fundar a *Nerdbooks* com o intuito de publicar *A Batalha do Apocalipse* (SPOHR, 2010a) e vender suas cópias na *Nerdstore*. Eduardo Spohr (2010b) explica essa história:

Só comecei a vender [o livro *A Batalha do Apocalipse*] em 2007, depois que ganhei um concurso de uma gráfica pequena, que me deu como prêmio uma tiragem de cem exemplares do livro. Eu os coloquei à venda no site [*Nerdstore*] e foi um sucesso: os cem foram vendidos em menos de cinco horas! Logo depois fiz uma tiragem de 400, que também se esgotaram rápido. Em 2009 resolvi pôr a mão no bolso e imprimir 4 mil exemplares para vender no mesmo site. A edição se esgotou em menos de 5 meses. Isso chamou a atenção das editoras grandes, e acabei recebendo um convite da Record, que publicou o meu livro com o selo Verus.

A partir de então, *A Batalha do Apocalipse* extrapola o universo nerd e avança pelo vasto mundo literário, tornando a literatura nerd uma vertente da literatura brasileira. Tamanho seu sucesso, que chamou a atenção de Paulo Coelho, que chegou até a procurar o Jovem Nerd para participar do *Nerdcast*, concedendo uma entrevista.<sup>23</sup>

Pode parecer vil aos olhos de uma crítica literária conservadora, tradicionalista, *burguesa*, a relação que Paulo Coelho instaurou com os nerds ou até mesmo o simples

<sup>22</sup> O primeiro programa com o tema *Literatura* foi ao ar logo no início do *Nerdcast*, em 01 de junho de 2006, no *Nerdcast 17 – O mundo medieval de Bernard Cornwell*. Até março de 2014, os *nerdcasts* com o tema *Literatura* eram 24 programas. Somados à entrevista de Paulo Coelho e ao *Nerdcast 215 – Profissão: Autor*, no qual os escritores Fábio Yabu e Eduardo Spohr falam sobre a arte e o ofício de escrever, os *nerdcasts* sobre literatura totalizam 26.

<sup>23</sup> *Nerdcast 231 – Paulo Coelho – Nerdcast com o mago*.

reconhecimento de que há uma literatura essencialmente fundada na cultura nerd, mas, assim como pensa o crítico italiano Umberto Eco ao questionar o papel dessa crítica *apocalíptica*, manifestações culturais como a literatura nerd merecem consideração:

Uma das objeções que se movem a pesquisas desse gênero [...] é a de terem acionado um aparelhamento cultural exagerado para falarem de coisas de mínima importância, como uma estória em quadrinhos do Superman ou uma cançoneta de Rita Pavone. Ora, a soma dessas mensagens mínimas que acompanham nossa vida cotidiana constitui *o mais aparatoso fenômeno cultural da civilização em que somos chamados a atuar*. Do momento em que se aceita fazer dessas mensagens objeto de crítica, não haverá instrumento inadequado, e *elas deverão ser experimentadas como objetos dignos da máxima consideração*. (ECO, 2011, p. 29-30, grifos nossos)

Com os direitos de *A Batalha do Apocalipse* vendidos para a editora Record, o estoque da primeira publicação da *Nerdbooks* que ainda restava na *Nerdstore* logo se esgotou, sustentando o *status* de *edição de colecionador*. O Jovem Nerd, então, viu-se em um momento privilegiado para a sequência de seu trabalho: faltava à *Nerdbooks* material para dar continuidade à sua produção e, ao mesmo tempo, a partir do momento em que se tem uma editora, fica fácil publicar seus livros. Assim, deram-se início a outros projetos, todos resultados de ideias que nasceram nos *nerdcasts*. Com o passar dos anos, nos quais as publicações do *Nerdcast* ocorriam fielmente toda sexta-feira, o arquivo do *Nerdcast* cresceu, e em torno do Jovem Nerd criou-se toda uma mitologia que supriu a necessidade de material para a produção da *Nerdbooks*. Desse modo, vemos como o *Nerdcast* é a força motriz de toda a estruturação do trabalho literário produzido pelo Jovem Nerd, não apenas por servir como um espaço para os debates literários, mas é a partir de toda a sua programação que a criatividade nerd pulsa e irrompe em diversas produções; em outras palavras, os *Nerdcasts* viram livros, pois fornecem todo o aparato criativo para a construção das obras.<sup>24</sup>

*Bluehand*, um *nerdcaster* assim como Eduardo Spohr, devido à demonstração de conhecimento dos mais variados assuntos durante suas participações nos programas, tornou-se um ícone do *Nerdcast*. Logo se criou uma mitologia nerd em torno de sua destreza, na qual os nerds deveriam, antes de tudo, salvá-lo e protegê-lo caso a humanidade viesse a sofrer alguma catástrofe, porque ele seria essencial para a reconstrução da sociedade organizada como um todo. Portanto, *Bluehand* passa a ser o símbolo que representa toda a cultura nerd:

O termo “Bluehand” surgiu inicialmente como um codinome, um apelido usado por um dos participantes do NerdCast, o *podcast* do site Jovem Nerd. Reconhecidamente o cérebro do grupo, versado nas mais diversas áreas do conhecimento humano, Bluehand e seu nome se tornaram sinônimos de uma pessoa curiosa e interessada, o típico nerd, aquele sujeito que, por usa inteligência e sapiência, tornar-se-ia indispensável em uma situação de emergência. (SPOHR; OTTONI; PAZOS, 2011, p. 5)

Essa mitologia serviu para a produção da segunda publicação da *Nerdbooks*, o *Protocolo Bluehand: Alienígenas* (2011), um guia de orientação aos nerds sobre como lutar pela sobrevivência em caso de uma invasão extraterrestre. Também um sucesso,

<sup>24</sup> Existem muitos exemplos que, não fosse o caráter sintético do artigo, poderiam ser citados. Tais exemplos são esmiuçados durante a pesquisa de doutoramento da qual faz parte este estudo.

vendeu duas mil cópias em 24 horas, esgotando sua tiragem de quatro mil cópias em cinco dias. Dessa publicação, sucedeu o *Protocolo Bluehand: Zumbis* (FOBIYA; OTTONI, PAZOS, 2012), com a mesma proposta: auxiliar os nerds a sobreviver em caso de uma hecatombe zumbi.

A temática *zumbi* ainda rendeu mais três publicações: o livro de contos de terror e horror *Branca dos mortos e os 7 zumbis* (FOBIYA, 2012a), uma releitura dos contos de fada como uma versão bastante grotesca – e remetendo ao *Nerdcast 66 – Era uma vez um Nerdcast... –*; a *graphic novel Independência ou Mortos* (FOBIYA, 2012b) – inspirado no *Nerdcast 172 – Histórias do Brasil: Império –*, que retrata em quadrinhos um Dom Pedro I como o herói que libertou o Brasil de uma calamidade causada por uma infestação de zumbis. O *Nerdcast 342 – Audio Drama – T-Zombii: A gravação dos mortos* (FOBIYA, 2012c), uma dramatização que mostra o Brasil sofrendo uma hecatombe zumbi nos dias atuais, ganhou sua versão *e-book* e é vendido na Amazon. Ostentando o *slogan Não apenas livros, mas experiências de leitura*, a *Nerdbooks* dá sequência em seus projetos, seguindo sua *linha editorial nerd*: a sexta e mais recente publicação da *Nerdbooks* é o livro *Crônicas de Ghanor* (OTTONI, 2013), um guia ilustrado de uma trilogia do *Nerdcast* especial de RPG.<sup>25</sup>

A partir daqui, observamos alguns pontos que contribuem para a formação do caráter multimodal da literatura nerd. Inicia-se nos *nerdcasts* com os debates e análises críticas construídos de forma colaborativa, como um compartilhamento de conhecimento literário entre o Jovem Nerd e seus espectadores. Esse movimento de troca é importante se considerarmos que os *nerdcasts* aguçam a curiosidade e despertam o desejo em seus ouvintes de conhecer os autores e as obras discutidos nos programas. Além disso, os espectadores nerds, incitados com a expectativa de ter seus comentários e *e-mails* lidos na sessão *canelada* do *Nerdcast*, são estimulados ao exercício crítico de tais obras e autores. Bill Cope e Mary Kalantzis, defendendo a ideia de que as escolas devem adotar hoje uma postura que leva em conta o pluralismo cultural dos estudantes, nos mostra como que esse caráter multimodal da prática literária nerd tem um papel fundamental na formação de leitores:

Na cultura popular e na mídia, novas tecnologias e economias de pequena escala permitem o acesso local e controle dos mais dinâmicos meios de comunicação de criação cultural. A autonomia comunitária não tem que significar fragmentação, no entanto. *Ela pode dar às pessoas uma voz que antes elas não tinham, tornando-se cidadãos interligados pelo federalismo integrado do Pluralismo Cívico. Isso pode dar força e vibração às redes de sobreposição culturais que são a espinha dorsal da Diversidade Produtiva.* (COPE; KALANTZIS, 2000, p. 146, grifo nosso)<sup>26</sup>

Outro ponto importante a se notar é que a literatura nerd também é múltipla em gêneros e tipos textuais, podendo, portanto, atrair mais pessoas. As obras da *Nerdbooks*

<sup>25</sup> *Nerdcast 251 – Especial RPG – o bruxo, a princesa e o dragão; Nerdcast 291 – Especial RPG – o duque, a rosa e o Beholder; Nerdcast 341 – Especial RPG – o corvo, a periguetete e o Bucentauro.*

<sup>26</sup> Tradução livre de “In popular culture and the media, new technologies and economies of small scale allow local access and control of the most dynamics media of cultural creation. Community autonomy does not have to mean fragmentation, however. It can give people a voice they didn’t have before, to become citizens interlinked by the integrating federalismo of Civic Pluralism. It can give strength and vibrancy to the overlapping cultural networks that are the backbone of Productive Diversity”.

abarcam ficção científica, terror, horror e fantasia, sendo guias, quadrinhos, narrativa de RPG, antologia de contos e romance. Os *nerdcasts* de literatura abrangem obras e autores de ficção científica, fantasia, terror e horror, passando também por contos de fadas e por outros autores como Nelson Rodrigues, Tom Clancy e Stephen King, além da entrevista com Paulo Coelho e do *Nerdcast 215 – Profissão: Autor*, no qual os escritores Fábio Yabu e Eduardo Spohr falam sobre a arte e o ofício de escrever.

Notamos ainda outros aspectos multimodais da literatura nerd brasileira. Levando em conta as múltiplas plataformas de sua propagação, apontamos, como já vimos, o *podcast*, um meio pelo qual o debate, as análises críticas e também a ficção literária nerds circulam pelo ciberespaço. Foge à palavra escrita e utiliza elementos de sonorização, recursos de edição, que promovem programas mais dinâmicos e garantem a dramatização artística literária dos audiodramas, como o *T-Zombii*. Também há os *hotsites* de livros, que contêm áudio dramas (encenações de trechos dos livros com sonorização), *book trailers* e *teasers* (vídeos que, por meio de um trabalho minucioso de edição e elaboração, captam e transmitem muito bem as mensagens dos livros), ilustrações, sinopses, trechos dos livros, sendo todos esses recursos meios pelos quais a literatura nerd corre livremente.

Além desses meios, citamos ainda o *e-book*, uma modalidade que leva o selo da nossa contemporaneidade, e o livro impresso, que, como veremos, é algo que *parece* tradicional. Nas comparações entre a mídia impressa e a eletrônica, interessante notar, como veremos mais adiante, como alguns recursos empregados na mídia impressa, que são fundamentais para a cultura nerd, não se aplicam na eletrônica, que por sua vez também possui algumas nuances importantes aos nerds. Roger Chartier questiona o papel da mídia eletrônica, afirmando que o *e-book* descaracteriza os suportes que a mídia impressa consegue diferenciar, como livro, jornal, etc. Chartier (2002, p. 109) considera que “é fundamentalmente a própria noção de “livro” que é posta em questão pela textualidade eletrônica”. A literatura nerd parece tender mais para a mídia impressa, pois nela recursos multimodais de editoração fazem bastante diferença para os nerds, enquanto o *e-book* consegue oferecer, a princípio, uma amplitude de circulação que é incomparável. Incomparável, porém, até certo ponto, pois, como todos esses recursos multimodais são essenciais para a narrativa, isto é, como eles fazem parte da obra como um todo, por ser incapaz de reproduzi-los no meio eletrônico, o *e-book* não consegue ser tão atrativo quanto o livro impresso: “A técnica digital entra em choque com esse modo de identificação do livro pois torna os textos móveis, maleáveis, abertos, e confere formas idênticas a todas as produções escritas: correio eletrônico, bases de dados, sites da Internet, livros, etc.” (CHARTIER, 2002, p. 110).

Observando mais atentamente o trabalho do Jovem Nerd, extrapolamos essa circulação da literatura nerd até para as camisetas vendidas na *Nerdstore*. Muitas estampas das camisetas exclusivas do Jovem Nerd têm literatura como sua mensagem, seja como referência a obras, seja retratando cenas, ou até mesmo com trechos escritos de livros. Tudo isso tanto de livros da *Nerdbooks* como de outros livros do universo nerd.<sup>27</sup> Pode

<sup>27</sup> As estampas dessas camisetas merecem um estudo mais aprofundado por conseguirem captar bem o espírito nerd corrente na urdidura dos textos da literatura nerd. Por enquanto, vale mencionar os nomes das camisetas e suas respectivas menções: *O Senhor dos Anéis* e *O Hobbit* (camisetas *Kill Bilbo* e *Riddles in The Dark*), *As Crônicas de Gelo e Fogo* (camisetas *Trono de games* e *Winter is coming*), *Guia do Mochileiro das Galáxias* (camiseta *Not again*), *Protocolo Bluehand: Alienígenas*, *Protocolo Bluehand: Zumbis*, *A Batalha do Apocalipse*.

parecer uma plataforma até inusitada, mas é um meio por onde as urdiduras dos enredos literários circulam, propagando a literatura nerd.

Por fim, pelos livros impressos da *Nerdbooks*, percebemos o último elemento de característica multimodal da literatura nerd: o cuidadoso trabalho editorial. Já em sua primeira publicação, a equipe editorial da *Nerdbooks* se mostrou preocupada com o *layout* do livro *A Batalha do Apocalipse*, procurando um novo trabalho de diagramação e uma nova capa.<sup>28</sup> Era o primeiro trabalho realmente *profissional* de editoração do Jovem Nerd.

O segundo lançamento da editora nerd, o livro *Protocolo Bluehand: Alienígenas*, reflete o estilo que seria adotado em todas as outras publicações seguintes. Página por página, o livro traz elementos que *narram*, pelo recurso da linguagem não verbal, todo o contexto criado em torno da ficção que inserem o leitor na narrativa. A partir do que explica Krees sobre multimodalidades, vemos que a escrita em si também é multimodal, pois trabalha com recursos como itálico, caixa alta, negrito, etc. Contudo, há ainda outros recursos que podem ser utilizados na mídia impressa, ou seja, nos livros como elementos importantes da narrativa literária, que participam da tessitura textual:

Não apenas visão e audição, mas também o sentido do tato poderia naturalmente ser usado, uma vez que está em uma forma altamente articulada com o braille, ou de forma menos altamente articulada na infinidade de maneiras nas quais os materiais ‘comunicam’ para nós através do nosso sentido do tato – a textura de superfícies de madeira, de concreto, de materiais, e assim por diante, usadas em diferentes graus e muitas vezes altamente consciente e deliberadamente para fins de representação e de comunicação – por exemplo, a leveza e suavidade da seda, em relação ao peso e rugosidade do material de jeans. (KRESS, 2000, p. 185)<sup>29</sup>

No *Protocolo Bluehand: Alienígenas*, esses recursos são utilizados a toda prova. A capa, a contracapa, a lombada e as orelhas são todas ilustradas e trazem elementos brilhosos como se uma gosma tivesse sido deixada pelo toque de algum ET. Cada página do livro traz uma surpresa: mancha de café, rabiscos à caneta esferográfica azul, destaques de trechos com marca-texto, anotações nas margens, anexos colados com durex ou grampeados, páginas sujas e amassadas, tudo para retratar um guia, um documento da mais alta importância, que foi lido, relido, estudado e bastante utilizado em situações de conflito inclusive.

Seu sucessor, o *Protocolo Bluehand: Zumbis*, consegue manter o mesmo aspecto, porém com alguns adendos: por se tratar de ataques zumbis, ele ainda traz em baixo relevo no canto superior direito uma marca representando uma mordida, além de muitas manchas de barro e sangue nas páginas. Interessante é como essas manchas são trabalhadas de forma cuidadosa: uma mancha mais forte se estende por uma página, a mesma mancha se mantém no verso, porém um pouco mais fraca e pela terceira vez ela se repete mais

<sup>28</sup> *A Batalha do Apocalipse* antes teve uma primeira impressão, sem ISBN inclusive, de 100 cópias que foram vendidas na *Nerdstore*. O livro ganhou uma nova edição para seu lançamento pela *Nerdbooks*.

<sup>29</sup> Tradução livre de “Not only sight or sound but also the sense of touch could of course be used, as it is in a highly articulated form with braille, or in a less highly articulated form in the multitude of ways in which materials ‘communicate’ to us via our sense of touch – the texture of wooden surfaces, of concrete, of materials, and so on, used to varying degrees and often highly consciously and deliberately for purposes of representation and communication – for example, the lightness and smoothness of silk, as against the weight and roughness of the material of jeans”.

fraca ainda na página seguinte, como se, em algum momento de batalha, sangue tivesse espirrado, manchando as páginas do livro.

O *Branca dos mortos e os 7 zumbis* tem outra proposta: um livro de terror em capa dura, preta, e título em vermelho brilhoso, ilustrações assustadoras e páginas pretas separando os capítulos trazem um clima sombrio ao leitor, contribuindo com os contos de fada recontados de forma macabra. *Independência ou mortos* já tem um ar bastante cômico e sombrio ao mesmo tempo, recontando, com seus quadrinhos em preto e branco, a chegada da família real ao Brasil, trazendo consigo certa infecção que provocará uma infestação de zumbis no país, cabendo ao herói Dom Pedro I lutar para livrar o país de tamanha hecatombe. A capa é colorida, com manchas de sangue também em vermelho brilhoso, retratando uma horda de zumbis sucumbindo à luta de Dom Pedro I. Retomando o conceito de *convergência*, é relevante apontar que *Independência ou mortos* alude a *Independência ou morte*, filme de 1972, estrelado por Tarcísio Meira interpretando Dom Pedro I. Existe uma relação intertextual estabelecida entre as duas obras que é facilmente percebida ao compararmos o pôster do filme e a capa da *graphic novel*, marcada não apenas pela figura do personagem principal, mas também pelo título das obras. A última publicação da *Nerdbooks* é um guia ilustrado, *As Crônicas de Ghanor*. Com a capa almofadada escrita em dourado brilhoso, traz ilustrações da aventura de RPG vivenciada nos *nerdcasts*.<sup>30</sup> Mesmo depois de sair da *Nerdbooks* e ir para as mãos da *Verus*, o livro *A Batalha do Apocalipse* teve sua edição especial com capa dura e ilustrações, mostrando como esses elementos são importantes para os nerds, sendo intrínsecos ao universo da cultura nerd.

A multimodalidade é uma característica intrínseca da cultura nerd e, por conseguinte, da literatura nerd. Retomando o que já foi apontado anteriormente, atentos às mais diversas tendências sociais e culturais, os agentes da indústria cultural logo percebem isso, e investem nesse caráter multimodal para ampliar ao máximo seu alcance dentro desse mercado lucrativo e promissor.<sup>31</sup> A *Nerdbooks* e também outras editoras, visando a uma maior circulação de seu trabalho, adotam isso naturalmente, seja aplicando recursos editoriais ao material impresso, seja distribuindo seu material por edições em *e-book*.<sup>32</sup> Portanto, a estrutura multimodal da literatura nerd discutida ao longo desse trabalho é essencial para os leitores nerds, participando diretamente na construção da identidade do leitor nerd brasileiro, inserido em um contexto cultural multimodal contemporâneo.

---

<sup>30</sup> O trabalho de impressão das imagens das páginas desse livro foi realizado com muita minúcia. Os responsáveis pelo livro ficaram durante quatro dias na gráfica para aprovar a impressão de cada página. Tudo está retratado no Nerdoffice s04e45 – Crônicas de Ghanor: Gráfica e Evento.

<sup>31</sup> Chama-nos a atenção o número de vendas dos títulos da *Nerdbooks*: *Protocolo Bluehand: Alienígenas*, por exemplo, em seu lançamento em 2011, vendeu duas mil cópias em 24 horas, esgotando sua primeira tiragem de quatro mil cópias em apenas cinco dias. Números que merecem atenção, visto que o preço dos livros varia entre R\$ 49,90 e R\$ 59,90 mais o custo do frete.

<sup>32</sup> A *Nerdbooks*, inclusive, após uma parceria firmada com a editora Arte & Letra, começa, a partir de março de 2013, a receber originais para análise em seu *site* <<http://jovemnerd.ig.com.br/nerdbooks/>>, com o *slogan* *Não apenas livros, mas experiências de leitura*. Isso mostra como a editora enxerga que ainda existe um leque de possibilidades para aumentar seu faturamento e seu crescimento.

## REFERÊNCIAS

BHABHA, Homi K. *O local da cultura*. Tradução de Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis e Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

CHARTIER, Roger. *Os desafios da escrita*. Tradução de Fulvia M. L. Moretto. São Paulo: UNESP, 2002.

COPE, Bill; KALANTZISIS, Mary. Changing the role of schools. In: COPE, Bill; KALANTZISIS, Mary (Org.). *Multiliteracies*. Literacy Learning and the Design of Social Futures. London; New York: Routledge, 2000.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Tradução de Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 2011.

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

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

FOBIYA, Abu. *Branca dos Mortos e os 7 Zumbis*. Curitiba: Nerdbooks, 2012a.

\_\_\_\_\_. *Independência ou mortos*. Curitiba: Nerdbooks, 2012b.

\_\_\_\_\_. *T. zombii: gravação dos mortos*. Curitiba: Nerdbooks, 2012c.

FOBIYA, Abu; OTTONI, Alexandre; PAZOS, Deive. *Protocolo Bluehand: Zumbis: seu guia definitivo contra os mortos e os vivos*. Curitiba: Nerdbooks, 2012.

GEE, James Paul. New people in new worlds: Networks, the new capitalism and schools. In: COPE, Bill; KALANTZISIS, Mary (Org.). *Multiliteracies*. Literacy Learning and the Design of Social Futures. London and New York: Routledge, 2000.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

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

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

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 2. ed. São Paulo: 34, 2010.

NERD. In: DICIONÁRIO Aulete Digital. Disponível em: <<http://www.auletedigital.com.br/>>. Acesso em: 2 fev. 2014.

NUGENT, Benjamin. *American nerd: the history of my people*. New York: Scribner, 2009.

OTTONI, Alexandre. *Crônicas de Ghanor – Guia ilustrado oficial da primeira trilogia do Nerdcast Especial de RPG*. Curitiba, Nerdbooks, 2013.

SOARES, Marcelo. Evento de cultura pop, Comic Con Experience é sucesso de público em SP. *Folha de São Paulo*, 08 dez. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/12/1559422eventodeculturapopcomicconexperienceesuccessodepublicoemsp.shtml>>. Acesso em: 9 dez. 2014.

SPOHR, Eduardo. *A batalha do apocalipse: da queda dos anjos ao crepúsculo do mundo*. Campinas: Verus, 2010a.

\_\_\_\_\_. *Entrevista Eduardo Spohr*. Rio de Janeiro: Época, 2010b. Entrevista concedida a Danilo Venticinque. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI161543-15220,00-EDUARDO+SPOHR+OS+ANJOS+SAO+COMO+SUPERHEROIS.html>>. Acesso em: 28 mar. 2014.

SPOHR, Eduardo; OTTONI, Alexandre; PAZOS, Deive. *Protocolo Bluehand: Alienígenas: seu guia definitivo contra a ameaça extraterrestre*. Curitiba: Nerdbooks, 2011.