



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Comunicação Social – Comunicação Organizacional
Projeto Final em Comunicação Organizacional
Professor orientador: João José Azevedo Curvello

O NICHÔ COMO ORGANIZAÇÃO EFÊMERA

Uma análise sobre a comunicação e o comportamento dos nerds com
relação a consumo, diversidade e ativismo

Kirk Douglas Guedes de Miranda

Brasília, 2015



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Comunicação Social – Comunicação Organizacional
Projeto Final em Comunicação Organizacional
Professor orientador: João José Azevedo Curvello

O NICHÔ COMO ORGANIZAÇÃO EFÊMERA

Uma análise sobre a comunicação e o comportamento dos nerds com relação a consumo, diversidade e ativismo

Kirk Douglas Guedes de Miranda

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Organizacional, sob orientação do Professor Doutor João José Azevedo Curvello.

Brasília, 2015

KIRK DOUGLAS GUEDES DE MIRANDA

O NICHOS COMO ORGANIZAÇÃO EFÊMERA

Uma análise sobre a comunicação e o comportamento dos nerds com relação a consumo, diversidade e ativismo

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Organizacional, sob orientação do Professor Doutor João José Azevedo Curvello.

Brasília, 11 de dezembro de 2015

João José Azevedo Curvello

UnB

Asdrubal Borges Formiga Sobrinho

UnB

Elen Cristina Gerales

UnB

Brasília, DF

2015

Agradecimentos

É complicado terminar, sempre tive muito problema com isso. E é justamente no fim que a gente consegue perceber todo o caminho pelo qual passou e todas as pessoas que fizeram parte dele. Este fim vem acompanhado de todos os professores que me acompanharam não só nesta graduação, como ao longo de toda a minha formação acadêmica. São tantos que seria injusto citar qualquer um deles por nome e esquecer os demais.

Mas, agradeço especialmente ao meu orientador, João Curvello, pela paciência ao longo de tantos contratempos e a todos os professores da FAC, que me acompanharam nesta jornada chamada graduação. Agradeço aos amigos que fiz aqui, em especial a Laísa e a Raquel, por me suportarem ao longo dos semestres. E a todas as pessoas que fizeram parte da minha vida ao longo destes últimos quatro anos, mesmo que já não façam mais.

O normal é as pessoas começarem esse tipo de agradecimento agradecendo à família e coisas do tipo, mas achei melhor finalizar – porque nunca gostei muito dessa ideia de apresentar a parte principal de um texto no começo dele. Agradecerei somente à minha mãe, por ter suportado tanta coisa ao longo dessa jornada para que eu conseguisse ter oportunidades e alcançar coisas que ela jamais pôde. Obrigado, mãe, eu te amo.

Resumo

O presente trabalho de pesquisa visa discutir os processos de comunicação e o comportamento do meio nerd, aqui compreendido como um nicho, com relação a consumo, relações com a diversidade e ativismo, com destaque para ações específicas que expressam e evidenciam preconceito e discriminação. A partir da análise de conteúdo de textos referentes a três episódios específicos, procuramos compreender como fãs se comportam como organizações efêmeras, forjadas por comunicação, e como sistemas operacionalmente fechados, marcadores de diferenciação nesses processos. Por meio da observação, foi possível perceber que o fenômeno pode ocorrer de três maneiras: espontânea, forçada e mista – cujos graus de manipulação dependem da intenção do grupo e o quão orgânicas são as movimentações.

Palavras-chave: nerds, organizações efêmeras, comunicação organizacional

Abstract

The present work aims to discuss communication processes and the behavior in the geek environment, herein comprehended as a niche, related to consumption, the relation with diversity and activism, with emphasis in specific actions that express and attest prejudice and discrimination. Based on the analysis of the content of texts related to three specific episodes, we seek to understand how fans behave as an ephemeral organization, forged by communication, and as operationally closed systems, differentiation markers in these processes. Through observation, it was possible to notice that the phenomenon may occur in three ways: spontaneously, compelled and mixed – which degrees of manipulation vary on the intention of the group and how organic are its movements.

Keywords: nerds, ephemeral organizations, organizational communication

*“Do jeito que eu vejo, toda vida é feita coisas boas e ruins.
As coisas boas nem sempre abrandam as coisas ruins,
mas, da mesma maneira, as coisas ruins não estragam as
coisas boas nem as tornam menos importantes.”*

O Doutor

Sumário

Agradecimentos.....	5
Resumo.....	6
Abstract.....	7
Introdução.....	9
1. O problema.....	12
1.1. Nerds.....	16
1.2. A ascensão midiática.....	18
2. A proposição.....	20
3. O preconceito.....	25
3.1. Misoginia.....	26
3.2. O racismo.....	28
3.3. “LGBTfobia”.....	30
3.4. A Importância da Representação Midiática.....	32
4. Exemplos observados.....	34
4.1. O caso dos cachorrinhos literários.....	34
4.2. O Gamergate e a “Ética no Jornalismo”.....	35
4.3. Star Wars e o boicote.....	36
5. Análise de Conteúdo.....	39
Considerações finais.....	45
Bibliografia.....	47
Anexos.....	49

Introdução

Organizações podem assumir diversos caracteres e, justamente por isso, têm suas definições tão maleáveis. No contexto organizacional, elas vão desde estruturas rígidas e restritas até formas livres e extremamente orgânicas – tão simplificadas que seu funcionamento não poderia ser explicado por modelos ortodoxos. Exemplo disso é o objeto desta pesquisa, o nicho que pode ser genericamente chamado de “meio *nerd*”.

Aqui, o objetivo específico surgiu inicialmente e ajudou a cercear o que seria o problema: como se caracterizam as ações dos chamados nerds neste contexto em que agem como organizações. Ora, mas não seria possível entender esta minúcia se não nos afastássemos ainda mais do objeto e ampliássemos o escopo do problema, procurando entender de que maneira o que motiva estes indivíduos a se comportarem como tais.

Pode-se dizer que o objetivo principal desta monografia é tipificar como nichos assumem as características de uma organização efêmera e de que maneira isso ocorre, especificamente, no meio *nerd*. Ao fazer este recorte, torna-se notável a necessidade de identificar, então, o padrão de protecionismo observado entre eles e como isso está intrinsecamente ligado ao preconceito e às demonstrações de ódio. Mesmo que seu comportamento não seja exclusivo, já que ele reflete diretamente a sociedade em que está inserido, é curioso identificar por que ocorre com tanta frequência – visto que, teoricamente, o grupo é retratado como receptivo e aberto.

Tomando como base conceitos da Sociologia, em especial Giovan Lanza (1983) – que em seu artigo descreveu os processos organizativos que surgiram no sul da Itália depois de um terremoto que causou grande destruição na região –, o cerne do trabalho se dá ao utilizarmos a noção da existência de organizações efêmeras. Através de uma metodologia teórico-analítica, procuramos entender os processos comunicativos envolvidos em três episódios, aqui utilizados como

exemplo, e discutir de que maneira o comportamento nerd – relacionado ao seu consumo – está ligado a ações que tornam preconceitos e discriminações evidentes.

Pensando nisso, o primeiro capítulo disserta sobre a atual situação do nicho, suas constantes formas de violência, e como, repetidamente, ele se nega a se abrir ao novo, ao diferente. A apresentação do problema é clara: apesar de consumirem materiais em que tudo é possível em termos ficcionais, ainda há resistência em receber mulheres e outras minorias políticas em seu meio. Não apenas isso, mas eles até mesmo chegam a se organizar para perseguir estes grupos sociais.

A partir da fundamentação teórica utilizada para construir o corpo do trabalho, é apresentada, no capítulo dois, a hipótese de que, enquanto grupos, *nerds* podem ser considerados organizações efêmeras a partir do conceito de Lanzara (1983) em contextos nos quais, segundo a vontade deles, isso se faz necessário. Isso é brevemente exemplificado através de duas situações, em que a movimentação dos fãs fez com que as detentoras dos seus objetos de consumo modificassem suas posturas em relação à manutenção e distribuição de tais produtos.

Em seguida, já no capítulo três, há uma rápida incursão sobre as causas do preconceito à luz da Psicologia Evolucionista e como, também, esta não deve ser resolvida – já que a manutenção deste se dá através do convívio social. Adentrando ainda neste campo, há uma breve explicação sobre os três principais tipos de preconceito observados durante o estudo dos exemplos utilizados ao longo do trabalho: misoginia, racismo e “LGBTfobia”. Cada um é reforçado e exemplificado com episódios menores ocorridos no meio *nerd*, para melhor entendimento do panorama.

Por fim, há uma breve análise de conteúdo no capítulo quatro, em que são narrados três acontecimentos recentes no que diz respeito ao tipo de comportamento que se buscava observar – especificamente, um de cada tipo possível de intensidade de manipulação e organicidade. Aqui, pode-se perceber como se dão essas relações e que estratégias são utilizadas por estes grupos para

que seus objetivos sejam cumpridos. É neste ponto que se insere a manutenção dos padrões de consumo: impedindo que grupos diferentes adentrem em seu meio e modifiquem como ele existe, os produtos que são feitos para eles se permaneceriam inalterados.

1. O problema

O foco deste trabalho será tentar entender como o meio *nerd* se transformou em um ambiente tão propício para a propagação e incentivo de preconceitos. Como definido por Bourdieu (2001, p. 11), sabe-se que culturas que unem também separam e legitimam distinções, compelindo os indivíduos a definirem-se pelo seu distanciamento em relação à cultura dominante. Há aí um comportamento anômalo: eles não simplesmente se separam dos demais, mas passam a agir como grupos.

De maneira mais sutil nos chamados *fandoms*¹, em que determinados indivíduos assumem posições de liderança e formadores de opinião, e de forma mais acentuada e violenta em fóruns de internet, em que indivíduos têm funções específicas em ações de violência virtual. Seu comportamento se torna errático neste ambiente – sem se importar com o que é certo ou errado –, a falta de responsabilidade e, principalmente, o anonimato levam as opiniões a extremos que muitas vezes podem levar à violência verbal e física.

Atualmente, há uma série de grupos voltados para a conscientização deste nicho em relação a esses discursos de ódio, mas mesmo eles acabam recebendo bastante oposição e resistência por parte dos iniciados. É justamente na represália desmedida a esses grupos – personificados na imagem de mulheres e minorias – que encontra-se a maior concentração de casos que reiteram a necessidade de uma educação sobre o papel do indivíduo na sociedade e de que maneiras ele – histórica e sociologicamente – pode ter uma posição privilegiada quando comparado a outros.

São casos que vão desde o simples uso constante de palavras ofensivas até ameaças de estupro, morte e praticamente todo tipo de violência que pessoas sofrem diariamente. Isso acontece porque “perceber um ato como violência demanda do homem um esforço para superar sua aparência de ato rotineiro, natural e como que inscrito na ordem das coisas” (ODÁLIA, 1985, p. 22).

Percebe-se, então, uma relação entre a violência e a noção de organização: o homem vive em sociedade, isto quer dizer que ele tem necessidade de organizar sua vida em relação ao outro e como coletividade. Ele tem de definir, de forma mais

¹ Em uma definição mais ampla, Sandvoss (2005, p. 8) define *fandom* como o consumo regular e com envolvimento emocional de determinada narrativa ou texto popular. É uma definição ampla e que quebra as barreiras criadas inicialmente por Jenkins e Tullock (1995, p. 10–11), já que abrange desde livros a programas de TV, filmes ou músicas. Além disso, conta com textos populares num sentido mais abrangente como times de esporte, ícones e estrelas populares – indo desde atletas e músicos até atores.

ou menos clara, limites de sua ação. Nesse sentido, viver em sociedade significa criar normas de comportamento, que não só determinam esferas específicas de ação para os homens, mas também criam discriminações. Elas estabelecem o que é permitido e o que é proibido.

Um dos casos mais recentes e representativos da postura preconceituosa do meio *nerd* foi a mudança do design do personagem *Lobo*²: frente a falta de uso do personagem e a queda das vendas, em 2013, a *DC Comics*³ decidiu que precisava renová-lo. Com um novo visual, mais estilizado e menos estereotipado – com um físico bem mais parecido com as primeiras aparições do personagem – Lobo foi recebido pela comunidade dos quadrinhos com muita raiva. Desde a divulgação até a publicação da primeira revista com o personagem, centenas de milhares de mensagens revoltadas e de cunho homofóbico foram postadas online – especialmente por parte dos fãs brasileiros.

O mesmo pôde ser observado quando a mesma editora divulgou que um antigo personagem, Alan Scott, o primeiro Lanterna Verde, teria sua continuidade alterada para que sua homossexualidade – até então inexistente⁴ – fosse explorada e quando, na mesma época, a editora *Marvel* produziu uma história de um universo alternativo em que Wolverine, conhecido por ser mulherego e símbolo de masculinidade, tem um romance com Hércules. A reação virulenta do público⁵ foi a mesma nos três casos: preconceito e ameaças aos responsáveis pelas estratégias editoriais escolhidas. Este episódio não é isolado. Poucas são as ações de inclusão propostas por empresas de quadrinhos, jogos ou outras formas de cultura consumidas pelo nicho que são bem-aceitas.

² Criado por Keith Giffen e Roger Slifer, inicialmente Lobo era um personagem coadjuvante de *Omega Man* – onde capturava os alienígenas que davam nome à revista. De moralidade dúbia, ele tinha traços muito mais suaves e futuristas – utilizando uma roupa roxa e laranja. Foi com sua reinvenção em forma de paródia

³ DC Comics é uma das maiores companhias de histórias em quadrinhos e mídias relacionadas do mundo, abrangendo todo tipo de mídia relacionadas às suas propriedades intelectuais. Entre os personagens mais populares da empresa estão Batman, Mulher-Maravilha e Superman.

⁴ A continuidade retroativa (ou *retcon*, do inglês *retroactive continuity*) é uma das formas mais usadas de adicionar detalhes às histórias de personagens: adiciona-se um detalhe e, a partir dele, várias coisas do passado são justificadas ou reinterpretadas para que a nova decisão criativa funcione dentro da história.

⁵ Anexo B.

Em geral, é preciso haver uma estratégia de marketing muito bem elaborada e gradual – para que o público aceite de bom grado.



Imagem 1 – Astonishing X-Men Vol. 3 51, 2012

Exemplo disso foi o casamento de Estrela Polar⁶, integrante dos *X-Men*, que se casou em 2012. Apesar de ter sido inicialmente pensado como homossexual, o personagem não teve esse traço de sua personalidade revelado por 13 anos. Foi uma construção de realização que durou 30 anos para soar natural aos olhos do leitor médio de quadrinhos e, mesmo assim, a editora *Marvel* investiu pesadamente em uma forma de divulgar e tornar o fato aceitável, realizando festas para celebrar o casamento em diversas lojas de quadrinho espalhadas pelos EUA.

Para mudanças usuais, essa aceitação majoritária (mas não unânime) seria impensável: se um personagem realiza qualquer ação dentro do espectro esperado de sua mídia – como matar, trocar de corpo e todo o tipo de dispositivo de contar histórias que se possa pensar –, tudo bem; mas se faz algo considerado errado pelo cânone criado na mente dos fãs, isto é hostilizado veementemente. Vide o personagem Homem de Gelo, também dos *X-Men*, que há muito dava indícios de sua homossexualidade – inclusive na própria adaptação cinematográfica onde, apesar de namorar Vampira, ele vive uma cena com seus pais onde eles o confrontam sobre seus poderes de maneira análoga ao diálogo costumeiro que se tem quando um filho revela sua orientação sexual não-conformativa –, cujo

⁶ Estrela Polar é um superherói criado por Chris Claremont e John Byrne, cujo nome verdadeiro é Jean-Paul Beaubier. Sua primeira aparição foi em *Uncanny X-Men* #120, em abril de 1979. Inicialmente, ele era esquiador profissional, mas logo foi convidado pelo Guardião para fazer parte da Tropa Alfa – um dos poucos times de super-heróis canadenses. Foi lá que ele assumiu sua homossexualidade. Tempos depois, virou aluno do Instituto Charles Xavier para Jovens Superdotados, escola de mutantes dirigida pelo professor epônimo, de onde mais tarde seria professor.

descobrimto de sua homossexualidade foi recebida como uma tentativa de mercantilizar minorias.



Imagem 2 – Em X-Men 2, Bob, o Homem de Gelo, revela aos pais que é mutante.

Nota-se aí um padrão de tentativa de manutenção do *status quo* no que diz respeito ao cânone dos produtos consumidos, geralmente com tendências conservadoras e pouco receptivas a minorias políticas. Ao mesmo tempo, é um consumo enviesado: muitas vezes, escolhem, ainda que inconscientemente, ignorar elementos centrais do subtexto da trama para aproveitar apenas o que entra em consonância com sua visão de mundo – como é o caso de histórias que lidam diretamente com preconceito e ideias anti-conservadoras, lidas apenas pelo seu contexto de ação, aspectos emocionais ou de *worldbuilding*⁷ do enredo.

⁷ *Worldbuilding* é o termo utilizado para descrever a construção de um mundo imaginário, geralmente associado ao aspecto ficcional de algo fantasioso ou de ficção científica, mas que pode se referir também à maneira como um ambiente real é apresentado ao consumidor de determinado produto cultural.

1.1. Nerds

Primeiramente, é preciso definir uma limitação semântica para o uso da palavra “*nerd*” em português. Em inglês, há diversas origens propostas para o termo⁸, mas é comum que a usem para definir pessoas com problemas de socialização – geralmente interessadas em áreas como cultura pop e tecnologia – e bom desempenho em alguma área do conhecimento, de maneira pejorativa. No Brasil, por sua vez, o comum é que se usasse o termo CDF (uma abreviação vinda da expressão “c... de ferro”, por conta da grande carga horária que eles supostamente permaneceriam sentados) para definir indivíduos que agem dessa maneira. O equivalente estrangeiro para o que se chama de “*nerd*” no Brasil, por sua vez, é “*geek*” – que aqui assumiu significado mais voltado à tecnologia e suas ramificações.

Eximindo-se de qualquer origem etimológica escusa, hoje em dia pode-se dizer que *nerds* são fãs e entusiastas de qualquer coisa (aqui afastando-se rapidamente da separação criada por Jenkins e Tulloch [1995], colocando ambos no mesmo nível, mas com uma hierarquia implícita relacionada ao conhecimento dos indivíduos) a ponto de aprofundarem nela, de saírem do primeiro nível de consumo e exercerem outras formas (como comentar, modificar ou conhecer detalhes que não fazem parte do material inicialmente previsto como o produto final).

Essa noção se aproxima mais da realidade atual, do que o que era visto como um comportamento nocivo e negativo – vide filmes como *A Vingança dos Nerds* e praticamente toda representação midiática antes do crescimento latente da internet. Ser *nerd* era algo a ser superado, uma fase pela qual algumas pessoas poderiam passar – mas que deveriam deixar tão logo quisessem ser “adultos de verdade”. Essa resistência da sociedade em aceitá-los, somada à cultura de fã, criou uma mentalidade de manutenção do *status quo* enquanto grupo. Como definiu Jenkins,

“Fãs veem a comunidade como uma oposição consciente ao mundo comum, habitado pelos “não fãs”, tentando construir estruturas sociais mais receptivas as diferenças individuais, onde exista mais espaço aos desejos particulares e que sejam democráticas e comunitárias em suas operações. Entrar no fandom significa

⁸ Sugestões de origem para o nome apontam uma criatura citada no livro *If I Ran the Zoo*, de Dr. Seuss que, segundo o psicólogo David Anderegg, é o primeiro uso impresso da palavra, em 1950. No dia 28 de outubro do ano seguinte, a *Newsweek* contou que “em Detroit, alguém que antes era chamado de perdedor ou quadrado agora é chamado, lamentavelmente, de *nerd*”. Segundo Anderegg, ainda, a palavra só veio a se popularizar realmente popular na década de 1970, quando o personagem Fonz a usou no seriado *Happy Days* (1974).

abandonar estados sociais pré-existent, buscando aceitação e reconhecimento em termos do que contribui para esta nova comunidade.” (Jenkins, 1992, p. 213)

Isso seria positivo caso se mantivesse nessa esfera: resistir como grupo e assegurar o direito de poder consumir seus produtos de cultura de acordo com seus desejos. Entretanto, a mesma noção que tornou possível que o grupo se mantivesse é a que cria barreiras entre ser *nerd* ou não ser. Não apenas no que diz respeito na separação entre “fãs” e “não fãs”, mas indo além e segregando pessoas dentro do próprio grupo. Esta noção meritocrática revela-se o cerne da cultura *nerd*, sempre testando tudo e a todos com uma régua que está longe de possuir um sistema métrico definido.

É quase como se fosse necessário passar por diversos limiares – aqui numa alusão à *Jornada do Herói* de Campbell⁹, comum a tantos produtos culturais consumidos por eles – para a pessoa se tornar merecedora desse título. Seria, então, a partir desses ritos de passagem que as relações sociais seriam fortalecidas, por estas serem meios pelos quais as necessidades primárias do homem estariam satisfeitas – na qual a racionalidade não encontraria resultados satisfatórios ou mesmo espaço (MALINOWSKI, 1978).

Falar em rito de instituição é indicar que qualquer rito tende a consagrar ou a legitimar, isto é, a fazer desconhecer como arbitrário e a reconhecer como legítimo e natural um limite arbitrário, ou melhor, a operar solenemente, de maneira lícita e extraordinária, uma transgressão dos limites constitutivos da ordem social e da ordem mental a serem salvaguardadas a qualquer preço. (BOURDIEU, 1998)

Cria-se aí uma cultura muito próxima dos “não nerds”, de que há pessoas aptas e não aptas a desempenharem certos papéis, que somente alguns são merecedores. Ao mesmo tempo em que eles são influenciados por aquilo que consomem, assim como delimitado por Dumont e Espírito Santo (2007, p. 31), eles retroalimentam a mídia e a moldam de acordo com seu desejo.

Emerge aqui uma nova esfera conversacional em primeiro grau, diferente do sistema conversacional de segundo grau característico dos *mass media*. Neste, a conversação se dá após o consumo em um rarefeito espaço público. Naquele, a conversação se dá no seio mesmo da produção e das trocas informativas, entre atores individuais ou coletivos. Esta é a nova esfera comunicacional pós-massiva. (...) Assim, as funções pós-massivas, por serem mais

⁹ CAMPBELL, Joseph. O herói de mil faces. São Paulo: Editora Pensamento, 2007.

conversacionais que informacionais, podem resgatar algo da ação política, do debate, do convencimento e da persuasão, outrora desestimulados pela cultura de massa (LEMOS, 2009).

1.2. A ascensão midiática

Durante décadas, *nerds* foram relegados a figuras jocosas e serviam como *punch lines*¹⁰ em piadas de todo tipo de mídia do entretenimento. Há alguns anos, porém, essa situação mudou e, de repente, ser *nerd* passou a ser legal: programas dedicados à sua representação, o incentivo da sociedade para que as pessoas fizessem parte deste grupo e, acima de tudo, passando a serem vistos como importantes consumidores de *merchandise*.

Com a ascensão dos computadores pessoais, e, conseqüentemente, das mentes por trás dos avanços que possibilitaram sua existência, a sociedade foi aos poucos aceitando a ideia de que ser *nerd* era algo benéfico. Não apenas isso, desejável. Lentamente, personagens que antes eram usados apenas como alívio cômico se tornaram queridos pelo público e seu comportamento lentamente assimilado por este. Apesar da equiparação errônea entre sucesso e ser *nerd*, aos poucos o paradigma da identidade do grupo foi sendo transformado em direção a uma aceitação quase unânime.



Imagem 3 - Star Wars modificou permanentemente a maneira como a indústria cinematográfica lida com bilheteria e *merchandise*,. A data de seu lançamento, 25 de maio de 1977, foi escolhida em 2006 para representar anualmente o “Dia do Orgulho *Nerd*”.

¹⁰ *Punch line* é o termo técnico usado para se referir à porção final de uma piada ou história, a qual costuma apontar o humor ou algum elemento crucial para se fazer graça.

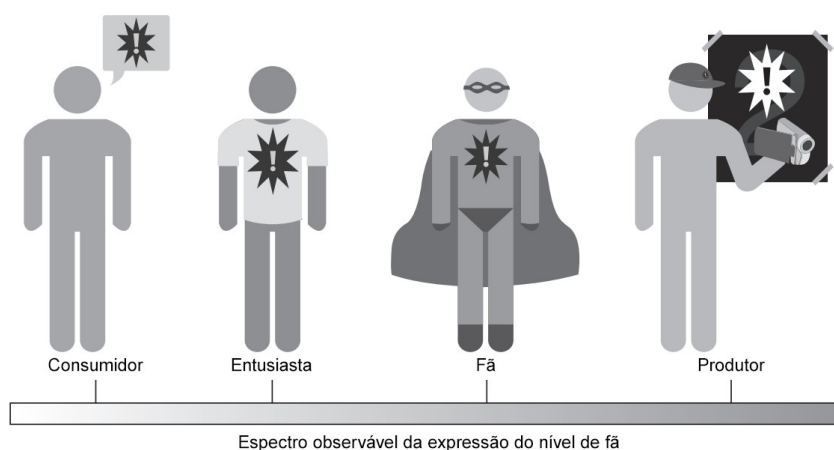
Esta, por sua vez, veio com a popularização de franquias “nerds” ao fim do século XX e começo dos anos 2000. O cinema viu o retorno de *Star Wars* às telas em 1999 e, anos depois, foi impulsionado com o lançamento de *O Senhor dos Anéis*¹¹, aclamado tanto pelo público quanto pela crítica. Essa visibilidade cresceu ainda mais com o advento de personagens como Maurice Moss, de *The IT Crowd*, e Sheldon Cooper, de *The Big Bang Theory* – que, apesar de suas peculiaridades comportamentais conquistaram o público.

Isso é perceptível pelas tendências da cultura pop: filmes de super-heróis, inspirados em quadrinhos, têm lançamentos agendados até a próxima década; videogames, antes considerados coisa de criança ou adultos disfuncionais, são sucesso entre todas as faixas etárias e mesmo comportamentos antissociais e distúrbios, antes ligados de maneira negativa ao grupo, são considerados desejáveis e têm diversos personagens populares que os representem.

¹¹ Franquia de filmes baseada na obra homônima do escritor inglês J. R. R. Tolkien e lançada entre 2001 e 2003, *O Senhor dos Anéis* conta a história de um grupo de aventureiros que precisa destruir um artefato mágico antes que o mal se espalhe sobre seu mundo. Ao todo, a trilogia recebeu 30 indicações ao Oscar e, destas, venceu 17. Sucesso de bilheteria, os filmes arrecadaram 2,96 bilhões de dólares mundialmente nos cinemas e mais 3 bilhões de dólares em DVDs e materiais de *home video*.

2. A proposição

A definição usual de organização contempla padrões e modelos muito específicos, pautados na quase obrigação da existência de uma presença física dos envolvidos nos processos desempenhados por ela. É um corpo de indivíduos consciente de que o são e, por escolha, decidem manter este comportamento. Partindo da ideia de que *nerds*, hoje como personificação popular da figura do fã de cultura pop, podem agrupar-se de maneira a desempenhar atividades e funções que seriam consideradas funcionais ou mesmo provenientes de organizações de modelo convencional.



Autor: Stephanie Plumer (tradução nossa).

Analisando-os como um grupo inicialmente uniforme, o objetivo aqui é identificar padrões de comunicação e consumo dentro deste nicho. Este estudo, por sua vez, focará em alguns exemplos proeminentes de uma característica específica: a persistente disposição a manter o *status quo* de seus subgrupos por meio do preconceito e da discriminação, por meio da análise de conteúdo, como descrita por Bardin (2009), de notícias, comentários, estratégias de marketing e quaisquer formas de comunicação influenciadas por esse aspecto da comunidade que se mostrem relevante para o entendimento do cenário.

Surgindo como o equilíbrio entre o caos e a ordem (MARIOTTI, 2007 apud CURVELLO, 2010), o modelo da organização efêmera (LANZARA, 1983) é o que melhor abarca os conceitos necessários para descrever o quão orgânicas se tornaram as relações dos *nerds* como nicho. Se o sociólogo italiano analisa os processos organizativos que ocorreram após um terremoto, apontando desafeição

psicológica e desconfiança moral e política entre os envolvidos, os casos que surgem no meio *nerd* são as situações em que a hegemonia do padrão de protagonismo é “ameaçada” – leia-se: em qualquer tentativa de, ativamente, incluir minorias ou realizar correção política em meios considerados inadequados para os padrões de sociabilidade atuais.

Esse padrão comportamental de grupo não conseguiria se manter se não houvesse conformidade de pensamento da maioria, além da persistente inação – ou mesmo a não possibilidade de reação – dos que discordam destes pontos de vista. Como apontado por Schmitt, Branscombe, Silvia, Garcia e Spears (2006), as dinâmicas de identidade de grupo não são um conceito a parte do indivíduo, mas sim complementares. Isto é, indivíduos possuem diferentes níveis de abstração identitária, tanto pessoal quanto de grupo, e agirão de acordo com ela, adaptando-se ao contexto.

Ao participar no “*fandom*”, aqui valendo-se de qualquer grupo *nerd* variante, o indivíduo assumiria este comportamento. Em parte, ele continuaria sendo uma pessoa, mas dentro de um contexto em que assume uma identidade mais ampla: a de fã ativo, de *nerd*. Em casos mais comuns, isso apenas representa uma participação mais presente em termos de produção, acompanhamento de notícias e consumo, entretanto há situações específicas em que esta “assimilação” é utilizada como forma de realizar influência no objeto de desejo do grupo. Aqui, organicamente, indivíduos se dispõem a ações ou mesmo serviços em prol de um objetivo em comum.



Imagem 4 – Fãs enviam duas toneladas de amendoins para canal americano

Um exemplo disso foi o caso de *Jericho*¹², um seriado cancelado logo após sua primeira temporada por conta da baixa audiência. Com a grande quantidade de narrativa de transmídia e material extra desenvolvido pelos produtores da série, os fãs se sentiram traídos pela CBS quando o programa foi cancelado. A movimentação online logo começou e combinaram de enviar amendoins para os executivos do canal – uma referência a um diálogo do último episódio exibido até então. Ao todo, foram mais de 20 toneladas de amendoins até que o canal cedeu e trouxe a série de volta para conseguirem fechar tudo o que haviam deixado em aberto.

Esses extremos são o comportamento costumeiro dos fãs: a palavra, que surgiu como uma abreviação para “fanático” não poderia definir melhor o que essas pessoas são capazes de fazer. Apaixonados, engajados e, acima de tudo, realmente fanáticos por seu objeto de desejo – seja uma banda, uma série de livros ou mesmo uma novela de televisão. Isso faz com que a escolha de entender e acompanhar como o público – principalmente aqueles que mais se dedicam ao seu produto ou marca – reage muitas vezes se mostre não apenas acertada, mas extremamente necessária.

No Brasil, algo parecido aconteceu quando a *BBC Worldwide* anunciou, em 2013, que faria um especial de 50 anos de *Doctor Who*¹³. Com o anúncio de que ele seria exibido também nos cinemas, não só no Reino Unido como nos Estados Unidos, tornou-se claro qual seria o desejo do público: ver o especial em seus respectivos países. A movimentação logo tomou conta da internet, diversas petições e e-mails enviados diariamente à emissora britânica chamaram novamente sua atenção. Incentivados por este sucesso, em agosto de 2013, a BBC contactou alguns

¹² *Jericho* foi uma série de televisão americana exibida entre 2006 e 2008 e contava as desventuras dos sobreviventes de uma explosão nuclear em um cenário pós-apocalíptico.

¹³ *Doctor Who* é uma série britânica criada pela BBC que mostra as aventuras de um alienígena conhecido como “O Doutor”, que viaja pelo tempo e espaço. Inicialmente, a série teve 26 temporadas, exibidas entre 1963 e 1989, quando foi cancelada. Depois desse período, vários autores escreveram histórias para continuar a série em forma de livros, quadrinhos e até mesmo audiodramas, contando com grande parte do elenco recorrente original da série. Em 2005, a série foi retomada e renovada para o público dos dias de hoje. Desde então, o Doutor – que pode mudar de corpo devido a um processo chamado Regeneração, no qual ele renova todas as células do corpo e acaba assumindo uma nova forma – teve quatro encarnações, nove temporadas e a série nunca esteve tão popular fora do Reino Unido.

fãs para desenvolver uma relação amigável na qual estes os auxiliariam a entender o que os brasileiros esperavam da série – esse contato ocorreu com fãs de todo o mundo que possuíam páginas movimentadas e contato constante com o público-alvo da emissora.

Foi então que convidaram cerca de 30 fãs para um pequeno encontro comercial no Rio de Janeiro – para reafirmar essa relação estabelecida por e-mail e, pregados da própria *BBC Worldwide*, pediram sigilo e que só houvesse divulgação de qualquer coisa referente ao evento durante ou depois dele. Foi o que aconteceu.

Ao receberem dados desses fãs, os representantes da BBC perceberam que seria vantajoso trazer o episódio especial de 50 anos para os cinemas do Brasil. Para a distribuição fora do Reino Unido, escolheram a Cinemark – por ser uma das maiores e com a maior abrangência na América. Entretanto, a rede de cinemas teve receio num momento inicial e escolheu apenas três cidades: São Paulo – com duas salas –, Rio de Janeiro e São Paulo. A reação foi imediata, logo os fãs tomaram as redes sociais com respostas aos perfis da rede e o uso de hashtags como #WhoviansUnidos e #DW50BR. Percebendo a agitação dos fãs, a Cinemark logo tratou de se pronunciar oficialmente, lançando novas salas em pequenos lotes. Ao fim da campanha, somaram 37 salas espalhadas pelo Brasil – contra as quatro inicialmente anunciadas.

Neste caso, sites focados na série se organizaram para criar atenção sobre o assunto nas redes sociais, além de escolher temas e momentos para realizar ações entre seus seguidores. Cada fã, acabou surgindo como parte do que poderia se chamar de organização efêmera – tal qual nos caso observado por Lanzara, substituindo a tragédia e as ações presenciais pela vontade de consumo e pressão online. Esse contexto abre espaço, também, para a identificação do *fandom* (aqui como termo mais abrangente para “meio *nerd*”) como um sistema fechado (CURVELLO, 2009, p. 94).

Apesar de ser possível considerar que não existem sistemas fechados, já que todos, em algum nível, seriam abertos à interação com outros sistemas, a diferenciação proposta por Curvello permite que se entenda a diferença de posicionamento da “organização” *nerd* frente a diferentes momentos de diálogo: em uma instância, ela se abre para que seus objetivos de consumo sejam concretizados

mas se fecha à mudança e à evolução de conceitos sociais. De maneira circular, o indivíduo se faz organização para pertencer e a organização se desfaz em indivíduos para manter sua existência. Essa linha de ação, permite que haja a manutenção do *fandom* mas, ao mesmo tempo, abre espaço para conceitos como a discriminação e o ódio.

3. O preconceito

Evolutivamente, seres humanos são extremamente propensos a desenvolverem preconceitos (TAJFEL, WILKES, 1963, p. 101-114). Os caminhos mentais utilizados para a absorção de conhecimento costumam se utilizar de diversas maneiras de otimizar o quanto de informação se deve absorver antes de entender algo. Isso se deve ao fato de, ao longo dos milênios, sobreviverem principalmente as pessoas que conseguiam criar esse tipo de atalho mental: fugir de determinados tipos de animais, evitar alguns tipos de planta ou até mesmo coisas mais óbvias como não tocar o fogo.

Ficasse tal comportamento unicamente restrito em como agir ao ambiente e seus perigos, seria uma característica e tanto. Entretanto, junto com a evolução fisiológica e cognitiva, o ser humano também evoluiu socialmente. Aos poucos, se fez obrigatório conviver com as outras pessoas e aceitar suas diferenças. Mas essa convivência não é naturalizada instintivamente no pensamento público: ainda hoje, movimentos sociais precisam lutar pela igualdade dos diferentes e a todo momento pessoas sofrem discriminações e preconceitos por conta de suas características.

Esse preconceito se dá, principalmente pelas informações que as pessoas recebem desde pequenas – para se ter ideia, aos seis meses já conseguem reconhecer gênero e etnia, aos dois anos e meio o cérebro já começa a criar os atalhos mentais responsáveis pelo preconceito e aos três já preferem ativamente os grupos sociais mais privilegiados, independente de fazerem parte deles ou viverem em um ambiente que seja assumidamente preconceituoso (WINKLER, 2009, p. 1-2).

É claro que isso é apenas a nível psicológico e somente isso não seria suficiente para manter os padrões de pensamento que se observa hoje em dia. O que se percebe é que parte da sociedade tenta caminhar em direção à aceitação e normalização da diversidade, enquanto outra parte – diametralmente oposta – tenta manter o status quo e, com isso, sua posição de privilégio. Como bem disse Paulo Freire,

É importante ter sempre claro que faz parte do poder ideológico dominante a inculcação nos dominados da responsabilidade por sua situação. Daí a culpa que sentem eles, em determinado momento de suas relações com o seu contexto e com as classes dominantes por

se acharem nesta ou naquela situação desvantajosa. (FREIRE, 2006, p.83)

E isso se traduz aos mais diversos meios. Em especial, à comunicação. Conscientemente ou não, o preconceito de quem produz material cultural ou midiático sempre está embebido no que vai ser consumido pelo público e é na naturalização destas formas de representação, os estereótipos, que padrões e escalas dificultam que a sociedade siga em frente e se torne mais igualitária.

Em menor escala, esse comportamento costuma variar de acordo com os grupos sociais que forem ser analisados. Porém, entre o que chamaremos de “meio *nerd*” o ponteiro tende a apontar em direção ao preconceito e à falta de empatia, tornando cada vez mais comuns episódios como os que serão narrados ao longo desta monografia.

3.1. Misoginia

Em termos etimológicos, a misoginia é um conceito naturalizado pela sociedade que dita o ódio às mulheres por sua feminilidade. O padrão, o correto, é o que é considerado masculino. Isso é alimentado de maneira que as vítimas se sintam diminuídas de sua humanidade e, portanto, inferiores aos homens. A constante reafirmação se dá diariamente, através de ações e falas, mas, como destaca Chaves,

A mídia é uma das maiores disseminadoras de preconceitos em nossa sociedade. As mulheres, foram transformadas em objeto de consumo ou em escravas domésticas, deixaram de ser pessoas. Basta assistir uma propaganda de cerveja ou de sabão em pó para perceber isso. Ao mesmo tempo a mídia tenta criar uma falsa aparência de igualdade entre os sexos. Assim, ratifica o machismo promovendo violências de gênero. (CHAVES, 2010, p. 218)

O público é, então, repetidamente posicionado em uma realidade artificial criada por uma representação midiática que tem poder de contradizer, contrapor e se sobrepôr ao mundo em que vive. E como há a fragmentação do público em partes menores, isto é, o indivíduo, ele não consegue distinguir o que não é verdadeiro quando desconhece o objeto retratado – por ser conhecedor tão somente da vida que é protagonista. E, por isso, grande parte do que “conhece” é amplamente ditado por terceiros (ABRAMO, 2003, p. 24).

Essa ideia começa cedo, ainda no seio da família, e é alimentada ao longo da vida nas relações desenvolvidas pelo indivíduo – desde a escola até o ambiente de trabalho, tudo parece trabalhar para cooptar a vivência feminina e criar uma narrativa androcêntrica e essencialmente machista. Ao homem, delega-se poder, autoridade e liberdade, à mulher, relega-se a resignação, a subserviência e o recolhimento. E é essa injusta dinâmica de relação social de gênero é que cria a violência estrutural, por vezes invisível, experimentada pelas mulheres – que vão desde manipulações ideológicas e emocionais até a assassinatos (CANNABRAVA, 2012, p. 199).

Esse tipo de violência é especialmente visível no meio *nerd* quando se fala da representação feminina. Em muitos casos, a mulher é posicionada de maneira a servir apenas como apelo sexual para o olhar masculino e cria-se cenários completamente ilógicos para satisfazer esta exigência. Exemplo disso é como armaduras são representadas em jogos online: ao passo que homens utilizam versões completas e que protegem completamente o corpo dos personagens, mulheres usam versões sexualizadas e que mal cobrem seus corpos.



Imagem 5 - Solid Snake (ao centro) no jogo *Metal Gear Solid V: The Phantom Pain*



Imagem 6 - Quiet, personagem do time de Solid Snake no mesmo jogo

3.2. O racismo

A primeira coisa que se precisa definir quando se fala em racismo é que todos vivemos em uma sociedade paradigmaticamente racista. Não se trata apenas de ataques diretos ou discriminações claras, mas todo um conjunto de práticas sistematizadas e normalizadas pela sociedade em relação ao outro, que não é branco. Como definido por Sodré,

Numa sociedade esteticamente regida por um paradigma branco – por mais difícil que seja hoje manejar a ideia de uma identidade cultural fundada em critérios de raça –, a clareza ou a brancura da pele, mesmo sem as barreiras guetificantes do multiculturalismo primeiro-mundista, persiste como marca simbólica de uma superioridade imaginária atuante em estratégias de distinção social ou de defesa contra as perspectivas “colonizadoras” da miscigenação, da coexistência com imigrantes cada vez mais numerosos nos fluxos da globalização. (SODRÉ, 1999, p. 234)

É claro que ele parte de um ponto de vista estritamente brasileiro, onde a ideia de miscigenação ainda alimenta a errônea noção de que o racismo é algo do passado ou inexistente já que, teoricamente, todos seriam descendentes de diversas nacionalidades, cores e etnias. Em muitos países, ainda se faz clara a distinção de

grupos por conta de sua cor e eles se organizam de maneira mais acentuada a manter suas origens e traços culturais – o que no Brasil ocorre desde a colonização, mas se fez mais perceptível ao longo das últimas três décadas, com o fim da ditadura militar.

Ao mesmo tempo, tenta-se, cada vez mais, manipular esta narrativa e dizer que existe um “daltonismo racial”, no qual indivíduos enxergariam os outros não por seus traços culturais e físicos, mas por quem “são como pessoas” (SCOTT, 2005, p. 25). Na teoria, a ideia parece boa, já que este é o comportamento “ideal” de pessoas que convivem em sociedade: saber conviver umas com as outras, apesar de suas diferenças. Entretanto, não é fingindo que as diferenças não existem que elas deixarão de existir.

Pelo contrário, ao ignorar parte da identidade do indivíduo, nega-se a ele a possibilidade de expressão como pessoa em sua totalidade. Entrementes, ignora-se situações em que a preferência pelo “padrão branco” se mostra evidente – como em entrevistas de emprego, relacionamentos sociais e representações midiáticas. Como definiu Ramos,

Através dos meios de comunicação, especialmente dos meios de massa, como a televisão e o rádio, as desigualdades raciais são naturalizadas, banalizadas e muitas vezes racionalizadas. Em grande medida, através da mídia de massa, as representações raciais são atualizadas e reificadas. E dessa forma, como “coisas”, circulam como noções mais ou menos sensatas. (RAMOS, 2007; p. 9)

A propagação insidiosa de preconceitos, sem correção política pontual de prejuízos sociais causados a grupos subjugados ao longo dos séculos é o que possibilitou que mesmo teoricamente após 127 anos do fim da escravidão no Brasil pretos e pardos continuem na base da pirâmide social e raramente sejam vistos em posições de prestígio como médicos, engenheiros, altos cargos executivos, artistas e formadores de opinião. O mesmo se aplica a todos os países em que processos colonizadores semelhantes foram utilizados e a todas as minorias étnicas – mesmo quando estas são maioria numérica, vide o caso da Índia, em que as pessoas de pele clara costumam ter melhor posição social e representação midiática em detrimento daquelas com pele mais escura.

E isso se reflete em números que vão desde a estatística de mortes – como o Mapa da Violência no Brasil de 2014, que aponta 52 mil assassinatos registrados

no país, dos quais 30 mil são de jovens entre 15 e 29 anos e, destes, 77% correspondem a jovens negros – até relacionamentos interpessoais. Segundo o último censo do IBGE, ainda, 71% das pessoas se casam com pessoas da mesma cor no Brasil – sendo que se esse número refletisse uma realidade igualitária, deveria estar por volta de 50%. Isso sem falar nas diversas formas, maiores e menores, de preconceito que toda pessoa que não é branca sofre diariamente no Brasil e no mundo e, justamente por isso, são mais complicadas de conceituar.

Isso geralmente ocorre no meio *nerd* através de representações preconceituosas e que propagam estereótipos, muito comuns quando não se realiza pesquisa suficiente para retratar uma cultura de maneira correta ou simplesmente se escolhe representá-la de maneira errônea. Em geral, apenas os grupos afetados costumam agir contra essas instâncias e têm suas demandas ignoradas pelo grande público.



Imagem 7 - Em “*Turn Left*”, 11º episódio da 4ª temporada de *Doctor Who*, fizeram uma das representações mais racistas do estereótipo do vilão chinês já mostradas na televisão

3.3. “LGBTfobia”

Por se tratar de uma visibilidade relativamente recente, as diversas formas de “LGBTfobia” ainda são genérica e erroneamente chamadas de homofobia pelo grande público – termo que hoje é empregado apenas em relação à discriminação

de homens gays, já que os movimentos sociais entenderam que há a necessidade política de se diferenciar o tipo de preconceito que existe quando se trata de relações entre pessoas do mesmo sexo, com identidades sexuais diversas e as variações intrínsecas de gênero. Nomear aspectos sociais adequadamente é um passo importante para a identificação de algo como real: além de reconhecer a existência, torna o fenômeno/objeto nomeado em algo reconhecível e, por isso, demonstrável.

Como apontado por Borrillo (2001), a “LGBTfobia” (que o autor ainda chamava genericamente de “homofobia”) transpassa o primeiro elemento do ódio, a rejeição irracional. Assim como outras formas de discriminação, ela seria um posicionamento de automaticamente identificar o outro como contrário, inferior ou anormal. Isto é, por ter uma identidade sexual diversa, a pessoa é despida de sua humanidade e passa a ser enxergada como um “outro” que não é semelhante.

Conhecidamente, cada tipo de vivência de um grupo minoritário dentro do guarda-chuva LGBT tem causas e efeitos diferentes. Em geral, influenciadas pelo confronto entre a expectativa da performance de identidade sexual normativa e a realidade. A saber:

Forma de ódio	Alvo	Violências
Lesbofobia	Mulheres que se relacionam com outras mulheres	Heteronormatividade ¹⁴ Misoginia ¹⁵ Objetificação ¹⁶ Violência física
Homofobia	Homens que se relacionam com outros homens	Heteronormatividade Violência física
Bifobia	Pessoas de ambos os	Apagamento ¹⁷

¹⁴ Situações nas quais orientações sexuais diferentes da heterossexual são marginalizadas, ignoradas ou perseguidas por práticas sociais, crenças ou políticas. Abarca, também, a ideia de que seres humanos se dividem somente em duas categorias, macho e fêmea, que relações sexuais e maritais são normais somente entre pessoas de sexos diferentes – já que cada sexo têm certos papéis naturais na vida. Assim, sexo físico, identidade de gênero e papel social de gênero deveriam enquadrar qualquer pessoa dentro de normas integralmente masculinas ou femininas, e a heterossexualidade é considerada como sendo a única orientação sexual normal.

¹⁵ É a expressão do ódio, desprezo ou repulsa ao gênero feminino e às características associadas a ele. Conceito intrinsecamente ligado à violência contra a mulher.

¹⁶ A relação sexual lésbica é vista como desejável ao olhar masculino, o que é menos comum quando os gêneros se invertem. Aqui, a relação entre duas mulheres é vista como algo agradável e erótico.

¹⁷ O apagamento da identidade sexual de indivíduos se dá quando ela é negada, mal representada ou mesmo simplesmente ignorada no registro histórico, materiais acadêmicos, meios de comunicação de notícias e outras fontes primárias. Por conta disso, eles passam a ocupar um não-lugar, já que não são entendidos em sua totalidade. No caso dos bissexuais, isso se dá principalmente quando não são

	gêneros que se relacionam com pessoas de ambos os gêneros	Heteronormatividade Misoginia Violência física
Transfobia	Pessoas cuja expressão ou identidade de gênero diferente daquela que foi designada no nascimento	Apagamento Binarismo ¹⁸ Cisnormatividade ¹⁹ Misoginia Violência física

Fonte: autor

Além das provocações usuais em jogos online ou fóruns de discussão casos de “LGBTfobia” são costumeiros no meio *nerd*. Exemplo disso é a forma como os fãs de *Game of Thrones*²⁰ lidam com as cenas de sexo homossexual na série. Personagens que tiveram sua sexualidade mais explorada, como Renly Baratheon e Loras Tyrell, que formavam um casal na série, e Oberyn Martell, um dos raros casos de bissexualidade explícita em diálogos em uma série de televisão, tinham esse lado ignorado ou, por vezes, ridicularizados – já que isso os faria menos homens aos olhos do espectador médio.

3.4. A Importância da Representação Midiática

Seres humanos enxergam o mundo através de narrativas. Prova disso é o fato de que a própria linguagem falada e escrita necessariamente necessita de sintaxe – isto é, uma organização coerente de palavras e acontecimentos de maneira a narrar algo, independente de tempo verbal. Uma narrativa. Como mostrado por Boroditsky (2007, p. 34), a própria linguagem – seja por ausência ou presença de palavras, estruturas e formatos – molda a maneira que os seres humanos pensam. Isso se traduz do micro, nas estruturas linguísticas, ao macro,

vistos como bissexuais – para alguns, seriam apenas gays confusos ou heterossexuais querendo chamar atenção. Para transgêneros, isso se dá em outra esfera social: por serem ignorados, muitas vezes têm dificuldade de participar da sociedade em atividades comuns como conseguir emprego.

¹⁸ O binarismo é um tipo de preconceito que parte da presunção de que existem apenas dois gêneros, masculino e feminino, e não um espectro que conta com a expressão completa, parcial ou nula de ambos – simultaneamente. Pessoas que não se veem na posição de ocupar uma posição fixa em um dos extremos do espectro, se veem comumente relegadas a serem chamadas por pronomes errados e sofrerem discriminação por se expressarem da maneira que mais condiz com sua vivência.

¹⁹ Semelhante à heteronormatividade, a cisnormatividade é uma forma de violência de que dita que apenas pessoas cuja expressão e identidade de gênero são condizentes com aqueles aos quais foram designados ao nascer.

²⁰ *Game of Thrones* é uma série de fantasia baseada na série de livros *A Song of Ice and Fire*, de George R. R. Martin. Abordando temas pesados como política, guerra e sexo, a série atualmente possui cinco temporadas e é o maior sucesso da HBO. Seu uso excessivo de cenas de sexo e, especialmente, a exibição do corpo feminino (e a violência em relação a esse) fez com que Myles McNutt cunhasse o termo “sexposition” (“sexposição”, em tradução literal), para se referir a cenas em que personagens trocam informações sobre a trama durante o ato sexual.

nas estruturas sociais, de diversas maneiras: ao consumir produtos que necessariamente contenham narrativas, este mesmo consumo molda a percepção do indivíduo acerca de seu mundo.

Esta influência não chega a extremos como defendia o psiquiatra Fredric Wertham (1954), que dizia que quadrinhos levariam as crianças a serem violentas por conta de seu conteúdo com terror e ação – o que chegou a influenciar a criação de uma das primeiras formas de censura deste tipo de material –, mas é suficiente para ser notada.



Imagem 8 - Criado na década de 1950, o selo da Comics Code Authority foi desenvolvido como uma forma de autocensura nos quadrinhos americanos, em resposta ao medo infligido pelas ideias de Fredric Wertham e seu livro *Seduction of the Innocent* (1954), que alarmou o congresso e pais conservadores dos EUA.

O representado não é verdadeiro, mas é baseado na realidade e, por mais que se ache que o cérebro é bom em diferenciar ficção de realidade, há limites para a compreensão humana. Exemplo disso é a presença de cidades em filmes ou seriados: muitas vezes, o espectador acha que a conhece, por tê-la visto, e isso na maioria das ocasiões está bem longe da verdade. No que diz respeito às pessoas, por adquirir uma identidade forjada, sem que sua voz tenha vez, elas são impossibilitadas de serem vistas como algo além do estereótipo associado às suas identidades sexuais, seus gêneros, grupos sociais, etnias ou cores (BITTENCOURT, 2013, p. 23).

4. Exemplos observados

4.1. O caso dos cachorrinhos literários

Criado em 1953, o Hugo Awards é uma premiação literária que condecora os melhores trabalhos de ficção científica ou fantasia do ano. Até 1992 o prêmio não tinha nome e era genericamente chamado de *Science Fiction Achievement Awards*, entretanto acharam que seria de bom tom nomeá-lo em homenagem Hugo Gernsback, criador da *Amazing Stories* – revista de ficção científica que remodelou o gênero e trouxe em suas páginas grandes autores como Isaac Asimov, Howard Fast, Ursula K. Le Guin, Roger Zelazny e Thomas M. Disch. Ele ocorre anualmente na *World Science Fiction Convention*, *Worldcon* e para votar basta ser um membro contribuinte da *World Science Fiction Society*.

É nesse ponto que os problemas começam: por ser uma votação tão fácil de se votar ela é também muito fácil de se manipular.

Insatisfeito com os crescentes avanços de minorias políticas dentro da premiação, tanto em relação aos premiados quanto ao próprio teor das histórias, Larry Correia inicialmente tentou influenciar nas votações em 2013 – para colocar seu livro *Monster Hunter Legion* como um dos indicados e, segundo ele, “cutucar a ferida” de como as coisas estavam acontecendo na premiação²¹ ao fazer uma ficção pulp sem mensagens políticas concorrer à premiação. Correia chamou a iniciativa de “Sad Puppies”, em referência jocosa aos comerciais da *Society for the Prevention of Cruelty to Animals* (SPCA), que mostravam animais machucados ao som da música “*I Will Remember You*”, de Sarah McLachlan. Ele não conseguiu e ficou a 17 votos de poder concorrer ao prêmio.

No ano seguinte, 2014, sugeriu que seu livro *Warbound* fosse indicado e pediu que seus leitores enviassem indicações que se encaixassem no seu ideal de candidatura, “algo incrível, recheado de dragões, explosões, armas, heroísmo, bem e mal de verdade e um enredo em que coisas realmente acontecem”. Ao fim, ele fez 12 indicações, uma para cada categoria do prêmio. Destas, sete conseguiram concorrer mas nenhuma teve um resultado realmente satisfatório.

²¹ “Poke the establishment in the eye”(tradução nossa).

Foi então que, no começo de 2015, Brad R. Torgersen decidiu apoiar a causa abertamente e um novo grupo, liderado por Vox Day (pseudônimo de Theodore Beale, autor que não havia conseguido se classificar em 2014), foi criado: os “*Rabid Puppies*”. O posicionamento contra histórias mais “literárias” e com temas políticos progressivos foi assumido com mais vigor. Como resultado, indicados dos grupos estavam em todas as categorias e em alguns casos elas eram compostas apenas por nomes das listas organizadas por Correia, Day e Torgersen.

Por fim, essa ação levou a uma reação dos votantes do prêmio: pessoas que antes estavam indispostas a votar votaram com mais fervor e cinco categorias terminaram sem premiação. Para comparação, a quantidade de votos sobrepôs o último recorde em 65%. Nas restantes, as opções mais inclusivas – poucas – foram escolhidas. A única indicação que estava na lista Correia foi o filme *Guardiões da Galáxia*.

4.2. O Gamergate e a “Ética no Jornalismo”

Tudo começou em agosto de 2014, quando Eron Gjoni criou um blog²² expondo a suposta vida sexual de sua ex-namorada, Zoe Quinn. Segundo ele, ela teria se envolvido com diversos homens na indústria dos jogos eletrônicos para conseguir promover seu jogo, *Depression Quest*. Apesar de não ter nada que comprovasse suas afirmações, a história rapidamente foi acreditada por usuários do Reddit²³ e do 4chan²⁴. Como é de costume nesse meio, logo começou uma caça às bruxas, direcionada a Quinn. Seus dados pessoais foram divulgados, sua vida foi exposta de todas as maneiras possíveis e fizeram ameaças que iam desdexingamentos online até casos mais sérios como estupro e assassinato.

A movimentação criada logo tentou se disfarçar em uma cruzada pela defesa de dois valores: a “ética no jornalismo” e a “identidade gamer²⁵”. Como Gjoni expôs conversas de Quinn, o movimento ficou conhecido como Gamergate – em

²² <<https://thezoepost.wordpress.com>> disponível em 25 de novembro de 2015.

²³ Reddit é uma rede social criada em 2005 composta de diversos fóruns e subfóruns nos quais os usuários podem interagir e compartilhar material da internet.

²⁴ O 4chan é um tipo de rede social denominada *imageboard*, no qual os usuários costumam compartilhar todo tipo de imagem e, aproveitando-se do anonimato, postar qualquer coisa. Costuma ser o epicentro de muitas polêmicas online e origina material que é replicado ao longo de toda a rede.

referência ao Caso Watergate, que levou Richard Nixon a renunciar a presidência dos Estados Unidos. Logo, desenvolvedores independentes e produtores de conteúdo online se tornaram alvo da investida do grupo, principalmente aqueles que advocassem em prol da inclusão de minorias e da correção política no que diz respeito à representação de formas de violência.

Entre elas, Anita Sarkeesian. Ela lançou em 2009 um *website* chamado *Feminist Frequency* no qual fazia críticas à representação feminina em produções audiovisuais, pouco tempo depois migrou para os vídeos e realizou uma série de programas focando nos mesmos problemas. Sarkeesian já era perseguida por seu trabalho há algum tempo, mas as investidas do Gamergate elevaram as ameaças a um novo nível: convidada para palestrar na *Utah State University's Center for Women and Gender*, além das ameaças usuais – semelhantes às que Quinn recebeu – o anônimo disse também que realizaria um massacre no campus caso a apresentação fosse permitida. Como o Utah é um dos estados que permite carregar armas de fogo livremente, Sarkeesian pediu que a polícia interviesse e realizasse revistas em quem fosse assistir à sua palestra. A corporação se negou e ela preferiu não seguir em frente.

Como resultado, dezenas de jornalistas e desenvolvedoras independentes de jogos decidiram deixar o mercado. Mais de um ano depois dos acontecimentos, o movimento ainda tem alguma força e persegue pessoas online – além de ter virado a face do conservadorismo em diversos segmentos do meio *nerd*.

4.3. Star Wars e o boicote

Lançada em 1977, *Star Wars* é uma franquia de fantasia espacial que se desdobrou ao longo de seis filmes, centenas de livros, quadrinhos, animações e jogos eletrônicos. A resistência frente forças superiores, o status quo opressor e todo tipo de tirania sempre foram assuntos centrais, que mistura elementos diretamente inspirados em filmes orientais com clássicos de ficção científica como *Flash Gordon*. O arco narrativo mais popular, dos filmes, segue a família Skywalker de uma geração, com Anakin (que depois viraria Darth Vader) e seus filhos Luke e

²⁵ Gamer é o termo utilizado para designar pessoas engajadas na cultura e no hábito dos jogos eletrônicos – especialmente para diferenciá-los do que o próprio grupo chamaria de “casuais”, aquelas pessoas cujo contato com videogames e jogos eletrônicos é restrito a experiências escassas.

Leia, enfrentando ele e a estrutura governamental que ele ajudou a insurgir, o Império.

Desde o lançamento do primeiro *teaser* do filme, em dezembro de 2014, as primeiras manifestações de racismo direcionadas a John Boyega estar no filme começaram. Desenhos, mensagens de ódio e montagens se espalharam rapidamente pela internet. Toda a equipe de produção se posicionou contra isso e disse ativamente que não tolerariam isso vindo dos fãs. A confusão se deu porque o ator estava vestido *stormtrooper*, classe de personagem que nos filmes mais atuais era composta basicamente por um exército de clones (interpretados por Temuera Morrison, ator neozelandês de ascendência Maori) e parte dos fãs decidiu ignorar a presença de todos os atores que não eram brancos que já participaram da franquia – incluindo James Earl Jones, negro, a voz do próprio Darth Vader.



Imagem 9 - apesar de aparecer pouco, Lando Calrissian (Billy Dee Williams) tem papel central em diversos momentos da chamada trilogia clássica de *Star Wars* (os filmes lançados entre 1977 e 1983)

O burburinho correu por algum tempo nos fóruns e redes sociais, mas com o segundo trailer veio a resposta mais forte: a promessa de boicote ao filme. Grupos inteiros de pessoas dizendo que o filme seria “antibranco” e que estaria tentando realizar um “genocídio branco”. Os usuários chegaram ao ponto de ressuscitar quadrinhos antissemitas do começo do século XX foram reutilizados comparando J. J. Abrams, diretor do filme que será lançado em 25 de dezembro de 2015, a caricatos produtores judeus dos primórdios de Hollywood que estariam tentando “forçar” a ideia de miscigenação.

Além de demonstrar um desconhecimento grande em relação à mitologia que eles diziam defender, já que os *stormtroopers* também possuíam pessoas que não eram clones entre si, esses fãs demonstraram que o grande incômodo na verdade é ter um personagem negro com mais destaque conferido a ele – visto que em filmes anteriores da franquia havia mais personagens que não fossem brancos, enquanto neste novo há apenas duas e uma delas (Lupita Nyong'o) está no filme através de captura de movimentos, por ser uma alienígena.

5. Análise de Conteúdo

Após consumir material relacionado aos casos (dispostos em matérias, vídeos e podcasts), estabelecendo assim intimidade suficiente para desenvolver impressões e orientações acerca deles (BARDIN. 2009, pg. 130), foi possível entender as diferenças estruturais e essenciais de estratégias desenvolvidas pelos grupos nas situações descritas e, a partir disso, categorizá-lo em três naturezas: espontânea, influenciada e mista.

O caso utilizado para exemplificar quando algo é influenciado a acontecer foi o dos *Sad Puppies*, para o espontâneo ficou o do boicote de *Star Wars* e o *Gamergate* para o misto. Infelizmente, os casos não tiveram grande repercussão no Brasil, portanto o material utilizado para analisá-los está quase totalmente em inglês. Para referência, materiais de entrevistas mais longas como podcasts serão desconsiderados e somente textos jornalísticos dos principais *outlets* e sites especializados foram utilizados. Além de material com fins informativos, interações pontuais em mídias sociais serão consideradas para efeito de ilustrar melhor de que maneira a interação entre usuários influenciou os casos – ou o contrário.

Para o caso do *Gamergate*, por se tratar de um grupo com mais de um ano de duração, foi utilizada uma matéria central para cada data significativa e evento no qual uma atividade de movimentação pôde ser observada. Ao todo, quatro textos foram selecionados de um total de 243 matérias. O primeiro apresenta o caso pouco depois de seu acontecimento e as movimentações que haviam o mercado até então, o segundo traz os primeiros resultados de tudo o que havia acontecido até então, o terceiro traz uma mudança de postura política causada pelo tipo de comportamento demonstrado no grupo e o último sela o caso, mostrando que as abordagens na verdade não eram por uma ética no jornalismo – como clamava o movimento –, mas sim uma desculpa para que se continuasse a prática misógina no ambiente online.

Já para os *Sad Puppies*, utilizei a mesma quantidade de matérias, focando novamente nos meios de comunicação mais evidentes e tentando entender, através deles, as estratégias e movimentações utilizadas. Os dois primeiros comentando o cenário durante o período de votação e as implicações disso e os dois últimos já sobre os resultados e de que maneira o mercado editorial e online foi modificado por este pessoal.

Por se tratar de um movimento espontâneo basicamente focado em redes sociais, o boicote de Star Wars foi analisado através de postagens dos próprios usuários, no Twitter, e o tipo de posicionamento político que estes exprimem²⁶.

Tabela I - Resumo dos conteúdos analisados sobre o Gamergate

Título	Data de publicação	Conteúdo
A cruzada sexista para destruir a desenvolvedora de jogos Zoe Quinn ²⁷	16 de setembro de 2014	O artigo apresenta um breve histórico sobre o caso, explicando de que maneira Eron Gjoni expôs Zoe Quinn e que suas acusações não tinham qualquer fundamento. O texto conta ainda como o caso foi comparado pelo público a um episódio em que um repórter foi levado a pedir desculpas públicas por ofender uma desenvolvedora pessoalmente e subitamente as pessoas estariam pedindo discução ao caso de Quinn. Ela aparentemente estaria usando reclamações de <i>copyright</i> para derrubar vídeos na internet que tentassem a difamar online. A tática foi vista com maus olhos pelos jogadores, apesar dos mesmos usarem a mesma técnica para tentar calar o material desenvolvido por Anita Sarkeesian. Por fim, aponta como a situação toda deve ser utilizada como exemplo no futuro sobre como lidar com este tipo de caso.
Zoe Quinn: "Tudo o que o Gamergate fez foi estragar as vidas das pessoas" ²⁸	3 de dezembro de 2014	Em uma passagem pelo Reino Unido, Zoe Quinn comentou sobre o tipo de jogo que desenvolvia, o caso e sobre

²⁶ Anexo C.

²⁷ ROMANO, Aja. *The sexist crusade to destroy game developer Zoe Quinn*. Disponível em: <<http://www.dailydot.com/geek/zoe-quinn-depression-quest-gaming-sex-scandal/>> Acesso em 4 de outubro de 2015.

²⁸ STUART, Keith. *Zoe Quinn: 'All Gamergate has done is ruin people's lives'*. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/technology/2014/dec/03/zoe-quinn-gamergate-interview>> Acesso em 4 de outubro de 2015.

		como as ofensas começaram. Ela apontou como utilizar experiências relacionadas à própria saúde mental e ser mulher a tornaram um alvo fácil no segmento. O artigo apresentou ainda uma pequena linha do tempo dos acontecimentos e como ele se desdobraram em uma caça às bruxas moderna – na qual, novamente, mulheres e minorias eram os alvos.
Representante Katherine Clark quer que o FBI limite o Gamergate e ameaças online ²⁹	11 de março de 2015	O artigo comenta como a representante Katherine Clark propôs que a polícia federal agisse mais ativamente no que diz respeito à movimentação do grupo e suas ameaças. Para ela, isto seria apenas reforçar o tipo de lei que já existe – como aconteceu nos episódios dos episódios conhecidos como <i>swatting</i> , no qual jogadores online descobriam dados de contato de jogadores “inimigos” online e faziam que times da SWAT invadissem suas casas.
Ameaça de bomba encerra evento da Sociedade dos Profissionais de Jornalismo que discutiria o GamerGate ³⁰	16 de agosto de 2015	O artigo narra como uma ameaça de bomba foi enviada e fez com que um evento para debater o papel jornalístico – que o GamerGate dizia defender – nos acontecimentos e de que maneira isso afetava o trabalho deles.

²⁹ ROBERTSON, Adi. Rep. Katherine Clark wants the FBI to crack down on Gamergate and online threats. Disponível em: <<http://www.theverge.com/2015/3/11/8191033/representative-katherine-clark-letter-congress-gamergate>> Acesso em 4 de outubro de 2015.

³⁰ GOOD, Owen S. Bomb threat shuts down SPJ event discussing GamerGate. Disponível em: <<http://www.polygon.com/2015/8/16/9161311/bomb-threat-shuts-down-spj-panel-discussing-gamergate>> Acesso em 4 de outubro de 2015.

Tabela II - Resumo dos conteúdos analisados sobre os Sad Puppies

Título	Data de publicação	Conteúdo
Os indicados ao Hugo realmente são os melhores livros de ficção científica do ano? ³¹	06 de abril de 2015	O artigo comenta a importância do calendário de premiações, como a votação prejudicou a validade da premiação no ano de 2015 e o que causou isso – no caso, o movimento <i>Sad Puppies</i> .
Como o Hugo Awards conseguiu seu próprio Gamergate ³²	08 de abril de 2015	Semelhante ao artigo acima, este adentra nas motivações do grupo e depoimentos de pessoas contra e a favor do que levou ao “sequestro” das urnas.
Sobre a controvérsia do Hugo Awards, os Sad Puppies e por que não há vencedores aqui ³³	24 de agosto de 2015	Em uma abordagem bem abrangente, o artigo comenta como a situação afetou a premiação e as consequências dos atos do movimento.
A diversidade vence com a derrota dos Sad Puppies no Hugo Awards	24 de agosto de 2015	O artigo conta como os esforços do movimento foram em vão já que, devido à intervenção de autores famosos como George R. R. Martin, o restante do público votante se posicionou e vetou premiações para todas as categorias em que foi possível.

Em todos os casos, percebe-se que há três momentos: a indignação, a ação e o resultado. Entretanto, a natureza de suas origens é bastante diversa. No caso dos *Sad Puppies*, por exemplo, a movimentação foi artificialmente criada pelos líderes dos movimentos. Através de postagens em seus sites, eles movimentaram sua base de fãs pré-existente, que, por sua voz, movimentou outros fãs do gênero

³¹ WALTER, Damien. Are the Hugo nominees really the best sci-fi books of the year? Disponível em: <<http://www.theguardian.com/books/booksblog/2015/apr/06/are-the-hugo-nominees-really-the-best-sci-fi-books-of-the-year>> Acesso em 4 de outubro de 2015.

³² WALDMAN, Katy. *How Sci-Fi's Hugo Awards Got Their Own Full-Blown Gamergate*. Disponível em: <http://www.slate.com/blogs/browbeat/2015/04/08/_2015_hugo_awards_how_the_sad_and_rabid_puppies_took_over_the_sci_fi_nominations.html> Acesso em 4 de outubro de 2015.

³³ PINCHEFSKY, Carol. *On the Hugo Awards controversy, Sad Puppies, and why there are no winners here*. Disponível em: <<http://www.blastr.com/2015-8-24/hugo-awards-controversy-sad-puppies-and-why-there-are-no-winners-here>> Acesso em 4 de outubro de 2015.

literário como um todo, que se via infeliz com o cenário das premiações e, por juntarem seus votos, conseguiram modificar os resultados das urnas.

A estratégia foi simples: inicialmente, Larry Correia criou movimentação reclamando em seu blog sobre como o *Hugo Awards* havia se tornado demasiadamente político e agora não havia mais espaço para livros puramente “divertidos”. Por mover apenas os próprios fãs inicialmente, não obteve tanto sucesso nas duas primeiras iterações da iniciativa. Foi então que eles decidiram mover a discussão para o *Reddit*. Com o auxílio de Brad R. Torgersen, subfóruns específica e sabidamente preconceituosos foram movidos a participar das votações. O que antes era errático, rodou ao redor de um conceito básico: “são os outros contra nós”. As postagens consecutivas e o engajamento do grupo, que agora estava destacado e tinha um “inimigo” a combater, cresceram rapidamente. Ao mesmo tempo, mostraram que é possível manipular pequenos grupos a realizarem grandes ações online – caso muito parecido com o de *Doctor Who* no Brasil, citado anteriormente.

Sabendo que todos os membros pagantes da *World Science Fiction Society* poderiam ter direito a votar na premiação, bastava as pessoas se despirem de sua individualidade – votando de acordo com as sugestões dos organizadores do movimento – que seria relativamente fácil mover os números: como geralmente havia entre 1500 e 3000 indicações, ter mais de mil pessoas apoiando a causa já seria suficiente para conseguir ocupar grande parte das indicações. O que funcionou muito bem. Ao criar uma identidade de grupo e, com isso, trazer visibilidade ao “problema”, os *Sad Puppies* transformaram uma campanha falida em algo de sucesso: a maioria das indicações estavam nas listas de Correia, Torgersen e Beale. Entretanto, eles não contavam com a reação de autores famosos como Neil Gaiman e George R. R. Martin: ao se posicionarem veementemente contra a iniciativa, o público dormente acordou e fez com que a votação tivesse um total de 5653 votos válidos (contra 3137 e 1848, dos dois anos imediatamente anteriores). O público passa de consumidor a um agente influente no processo de comunicação.

Daria para posicionar o *Gamergate* num contexto parecido, entretanto há muito menos intenção. Enquanto o *Sad Puppies* surgiu para realmente modificar o resultado de uma votação, ele foi provocado por um estopim cuja única função era

denegrir a imagem de Zoe Quinn. Obviamente, foi bem sucedido nessa tarefa, mas, ao mesmo tempo conseguiu uma reação muito mais explosiva de seus participantes. Por não ter uma *agenda setting* muito bem definida, vários tópicos pouco conectados puderam ser abraçados pela campanha e, com isso, seu público se tornou uma massa mais disforme. Todo tipo de causa que soasse especialmente protecionista à “cultura *game*” e, por conta da predisposição do grupo a estes comportamentos, este foco acabou sendo especialmente preconceituoso e persecutório a minorias.

Pela caracterização mais espontânea, mas ainda levemente influenciada, o *Gamergate* não possui lideranças centrais e age de acordo com o gosto dos usuários que, por sua vez, acabam criando vertentes temporárias de acordo com a rede social que mais utilizam. Em *chans* como o *4chan*, por exemplo, eles combinam as ações mais invasivas – trocando dados pessoais importantes das pessoas e marcando de enviar coisas para as casas delas, fazer ligações ou mesmo derrubar vídeos no *Youtube* e fazer ofensas online. Já no *Twitter* e no *Facebook*, mais rastreáveis, as ações soam mais individuais e costumam ser apenas mais voltadas a ofensas pessoais, ameaças e repetição de ideais.

Por último, o boicote surgiu como puramente orgânico. Apesar de alguns dizerem que este começou como irônico, já que não fazia sentido ocorrer (por *Star Wars* contar com diversos personagens negros ao longo de sua história, tanto no cinema como na literatura e nos jogos), a rapidez com que as mensagens de ódio se espalharam pela internet foi devastadora. Grupos extremistas se uniram para defender seu ponto de vista racista e atacar o fato de J. J. Abrams, diretor de *Star Wars: Episódio VII - O Despertar da Força*, ser judeu. O foco da ação, contida às redes sociais, foi o discurso de ódio expresso através de mensagens diretas e imagens que seriam “piadas”.

Considerações finais

As relações de consumo se modificaram ao longo dos anos e, de muitas maneiras, o mercado ainda não se adequou a essa nova realidade. Fãs que antes se viam em uma posição passiva agora têm não apenas voz ativa em relação a seus objetos de carinho, mas também em como esses produtos podem se posicionar quanto a eles. Ao mesmo tempo, paradoxalmente, esperam que estes se mantenham imutáveis. Em uma sequência de eventos inesperada, os *nerds* desejam avanço sem que se dê um passo à frente: os paradigmas de consumo podem ser mudados, desde que não sejam para a inclusão de minorias, a correção política ou mesmo para trazer personagens diferentes a um seriado.

O objetivo principal, entender a motivação dos indivíduos a se comportarem desta maneira, como organizações, fez-se satisfeito no contexto dos episódios observados. Neles, fica claro a tendência protecionista dos grupos – seja do seu objeto de consumo, como filmes e livros, ou mesmo da identidade daqueles em que os mesmos se inserem, como bem observado no caso do Gamergate. Percebeu-se, também, que estas motivações são utilizadas de gatilho para que ações sejam tomadas e que, muitas vezes, indivíduos percebem esta natureza manipulável do nicho e o utilizam como agentes de suas iniciativas de sua comunicação.

Já quanto às motivações preconceituosas, notou-se que justamente pelo caráter de manutenção assumido pelas estratégias destes grupos, agir de maneira discriminatória – isto é, separando os indivíduos considerados “estranhos” ao seu meio – é não só um comportamento possível, mas esperado. Apesar da aparente desordem dos *nerds*, é muito comum que haja organização para chegar a resultados desejados pelo grupo. Isso se fez especialmente notável quando a interação ocorre para ir contra minorias, já que estas não fariam parte de sua “tribo”, e menos perceptível em casos nos quais o objetivo seja positivo.

Mesmo com a aceitação de civilizações alienígenas e criaturas fantásticas nos produtos que consomem, eles ainda parecem relutantes em aceitar a participação de mulheres, pessoas com sexualidade não conformativa ou de cores diferentes do padrão representado nas mídias que consomem – majoritariamente branco. É justamente no entendimento deste tipo de dinâmica que o progresso pode ser alcançado: ao escapar da armadilha cognitiva do preconceito, conviver com diferenças se torna não só cada vez mais fácil, mas comum.

É neste contexto de normalização do diferente que se poderia fazer o que muitas vezes é sugerido a todos esses problemas vividos diariamente na comunidade: agir como se eles não existissem, pois eles deixariam de fazê-lo.

Bibliografia

ABRAMO, Perseu. **Padrões de Manipulação na Grande Imprensa**. 1 ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

Boroditsky, L. **Do English and Mandarin Speakers Think Differently About Time?** Proceedings of the 48th Annual Meeting of the Psychonomic Society. California, 2007.

BORRILLO, Daniel. **Homofobia**. Ed. Bellaterra. Espanha, 2001.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 4 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CANNABRAVA, Beatriz. **Paz na Educação Popular Feminista**. In: VIEIRA, Vera; CHARF, Clara (orgs). **Mulheres e homens trabalhando pela paz e contra a violência doméstica**. São Paulo: Associação Mulheres pela Paz, 2012. Pag 199 – 202.

CURVELLO, João José Azevedo – A perspectiva sistêmico-comunicacional das organizações e sua importância para os estudos da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação Organizacional: Histórico, fundamentos e processos**. Volume I. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 91-105.

DUMONT, Lígia Maria Moreira; ESPÍRITO SANTO, Patrícia. **Leitura feminina: motivação, contexto e conhecimento**. **Ciências & Cognição**, v.10, p. 28-37, mar.2007. Disponível em: <<http://www.cienciasecognicao.org/pdf/v10/m317143.pdf>> Acesso em: Ago. 2015

ELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. São Paulo: EDUSC, 2001.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia: Saberes necessários à prática educativa**. 34ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.

JENKINS, Henry. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

_____, Henry; TULLOCH, John(Eds.). **Science fiction audiences: Watching Doctor Who and Star Trek**. Londres: Routledge, 1995.

LANZARA, Giovan. Ephemeral organizations in extreme environments: Emergence, strategy, extinction, In **Journal of Management Studies**, 20: 71-95, 1983

MALINOWSKI, Bronslaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MARIOTTI, Humberto. **Pensamento Complexo: sua Aplicações à Liderança, à Aprendizagem e ao Desenvolvimento Sustentável**. Humberto Mariotti S. Paulo: Atlas, 2007.

SANDVOSS, C.. **Fans: The mirror of consumption**. Cambridge, UK: Polity Press, 2005.

SCHMITT, M. T.; BRANSCOMBE, N. R., SILVIA, P. J., GARCIA, D. M.; SPEARS, R. (2006). **Categorizing at the group-level in response to intragroup social comparisons: A selfcategorization theory integration of self-evaluation and social identity motives**. *European Journal of Social Psychology*, 36(3), p. 297-314.

SCOTT, J. 2005. **O enigma da igualdade**. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 13, n.1, p. 11-30, abr.

TAJFEL, Henri; WILKES, A. L. "**Classification and quantitative judgement**" *British Journal of Psychology* 54, no. 2 (1963): 101-114.

WERTHAM, Fredric. **Seduction of the innocent**. New York: Rinehart & Company, 1954.

WINKLER, Erin N. **Children are not colorblind: How young children learn race**. *PACE. Practical Approaches for Continuing Education* 3, no. 3 (2009): 1-8.

Anexo A



Imagem 10 - “Antes e agora. É por isso que devemos #BoicotarStarWarsVII”



Imagem 11 - “Guerreiros da Justiça Social reclamam da apropriação cultural de coisas criadas por negros mas celebram um Star Wars que não é branco #BoicotemStarWarsVII”



Imagem 12 - “#BoicotemStarWarsVII porque é propaganda anti-branca promovendo #genocídiobranco”



Imagem 13 - “#BoicotemStarWarsVII se não querem gente branca em Star Wars, nosso dinheiro também não é desejado.”