

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

BIANCA SANCHES CAMPAGNHOLI DO NASCIMENTO

**A Perifacon e a Cultura Periférica e Nerd: identidade,
consumo e trabalho**

Trabalho de Graduação Integrado (TGI) apresentado ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Área de Concentração: Geografia Urbana

Orientador: **Prof. Dr. Ricardo Mendes Antas Jr.**

São Paulo

2022

Agradecimentos

Assim como Ferréz, cresci ouvindo sobre a importância de estudar, mas no meu caso era de minha mãe. Em primeiro lugar, a ela, que me fez acreditar que tudo isso era possível e me incentivou, me deu forças e tudo, absolutamente tudo que era necessário para que eu chegasse até aqui.

Ao Andy. Sem seu companheirismo, cuidado, amor, e enorme paciência em me ouvir tagarelar sobre todos os assuntos do mundo, de apaziguar minhas frustrações e loucuras, nada disso existiria, não dessa forma. E um pequeno obrigada ao League of Legends, que permitiu que nos conectássemos pela primeira vez!

Aos meus tios, Ziza e Juarez, que também possibilitaram que pudéssemos realizar nossos sonhos. À Mari, Carol e Giullia, minhas primas-irmãs. Pelas risadas e conselhos.

Agradeço ao Ricardo, meu orientador, que teve tanta paciência com meu processo em meio ao caos da minha vida de estudante-trabalhadora. À Universidade de São Paulo e à FFLCH pelo acesso à educação de qualidade e gratuita, pelas discussões e pelo crescimento, pela relação de amor e ódio que somente uma pessoa periférica que cresceu ouvindo e seguiu a ouvir que ali não era seu lugar, mas que perseverou e ocupou estes espaços, pode entender.

Pelas tardes preenchidas por imaginar um outro mundo melhor que esse, essencialmente de indignação com injustiças e reflexões para entender como ele funciona, um enorme obrigada à Lais.

Um agradecimento especial às amizades que a Geografia me proporcionou ao longo dos anos: Emily, Carol, Giulia e Daiane, pelos desabafos, confissões, aventuras e pelo enorme carinho; e também ao Calé, Gabriel, Jessica, Leria, Thami, que também tornaram essa jornada mais suave, pois nos divertimos muito. Além da diversão, pelos debates até altas horas, todas as teorias de buteco e cafés da manhã, obrigada, Tim. Um obrigada do fundo do coração à Vitória, amiga não só do mundo acadêmico, como também do profissional, a consciência de classe possibilita coisas inimagináveis.

Obrigada Marilene, que nasceu da árvore, e Nala, encontrada no meio da rua. Embora elas não possam ler esse trabalho, elas me incentivaram em quase todos os momentos da minha graduação.

À (quase) todos os meus professores, pois eles me trouxeram até aqui, e especialmente à Ziza, que me inspirou de forma tão única em direção à Geografia e me fez enxergar não apenas as contradições, mas muitas coisas bonitas no mundo, bem como a possibilidade de revolucioná-lo.

Resumo

Esta pesquisa investigou os processos da produção cultural proveniente das periferias ligada à cultura nerd, hoje chamada cultura pop. Em meio às mudanças no mundo do entretenimento, do consumo e do trabalho, buscou-se compreender de que modos a crescente precarização do trabalho e a fetichização do consumo agem sobre uma das bases constituintes da identidade periférica e da identidade nerd, que é a cultura. Por meio da investigação do projeto social e empresa chamado Perifacon: a Comic-Con das Favelas, realizou-se uma intersecção destas duas identidades, permeadas por estereótipos e estigmas principalmente no setor midiático, avaliando de que formas elas conflitam e se encontram. Também na avaliação da presença-ausência do Estado e do capital hegemônico na atividade cultural, tentamos entender como o trabalho digital penetra na periferia partindo da comunidade nerd, gamer e geek, e suas possibilidades insurgentes.

Palavras-chave: Perifacon; periferias; cultura periférica; cultura nerd; cultura pop; trabalho digital; produção cultural.

Lista de Figuras

Figura 1 — Tasha & Tracie, MC's do Jd. Peri, extremo Norte de São Paulo e o trapper Yunk Vino em gravação do videoclipe da música SUV. Foto: Jeff Delgado (2021).

10

Figura 2 — Print retirado do site do Banco do Brasil. 19

Figura 3 — Action-figure da McFarlane Toys. 21

Figura 4 — Funko Pop! de Daenerys Targaryen, personagem da série da HBO Game of Thrones, que custa cerca de R\$1000,00 no site da Amazon. 22

Figura 5 — Frame da entrevista supracitada “Como a cultura pop influenciou Ferréz”, onde podemos ver atrás dos dois algumas estantes da coleção de livros e quadrinhos do escritor. Recorte do Youtube. 38

Figura 6 — Rapper Criolo, nascido e criado no Grajaú, usando uma camiseta com logo da 1dasul. 40

Figura 7 — Capa do Volume 1 da Série X-Men: Deus Ama, o Homem Mata (1982).
Fonte: Amazon. 43

Figura 8 — Splash art do personagem Ekko na skin True Damage. Riot Games, 2019.
44

Figura 9 — Captura de tela da plataforma Stremio, interface criada para facilitar o download e a exibição de arquivos Torrent. 50

Figura 10 — Flyer do evento virtual Brotando nas Redes. 53

Figura 11 — Foto do Chinelo Havaianas do anime e mangá One Piece. 55

Figura 12 — Anúncio do lanche temático da série Stranger Things, em parceria do Burger King com a Netflix. 55

Figura 13 — Ilustração da campanha de arrecadação de fundos para publicação da HQ Kauira Dorme, de Diego Torres e Lucas Andrade.

73

Figura 14 — Imagem da campanha da coleção de vestuário do Laboratório Fantasma em colaboração com a Garena Free Fire. Na foto vemos Emicida, Load e Sher Machado. 74

Figura 15 — Foto do momento em que Sher Machado recebe seu troféu e discursa para o público do CCXP Awards sobre sua vitória. Fonte: Omelete. 75

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Ranking das 10 maiores comunidades do Brasil, classificadas pelo potencial de consumo. 30

Lista de Abreviaturas e Siglas

MIT	<i>Massachusetts Institute of Technology.</i>
EUA	Estados Unidos da América.
CDF	Cabeça de ferro; cu de ferro.
PC	<i>Personal computer</i> , em português, “computador pessoal”
OOH	<i>Out of Home.</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
BBC	<i>British Broadcasting Corporation.</i>
HQ	História em quadrinho.
GTA	<i>Grand Theft Auto.</i>
PES	<i>Pro Evolution Soccer.</i>
CCXP	<i>Comic Con Experience.</i>
MSP	Maurício de Souza Produções.
OS	Organização Social
VAI	Programa de Valorização de Iniciativas Culturais.
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho.
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica.
MEI	Micro Empreendedor Individual.
CEP	Código de Endereçamento Postal.
INTZ	Clube de e-sports.

LGBTQIA+ Lésbicas, gays, transgêneros, queer, intersexuais, assexuais e demais minorias sexuais.

Sumário

Introdução	8
Capítulo 1. O nerd e a cultura nerd	13
1.1 Origens	13
1.2 Valorização da cultura nerd e o consumo	16
1.3 Cultura nerd e consumo: com quantos colecionáveis se faz um nerd?	19
Capítulo 2. A cultura nerd nas periferias	24
2.1 O consumo nas periferias	28
2.2 Afinal, as periferias consomem cultura nerd?	37
2.3 A presença da cultura nerd na cultura periférica	43
2.4 A Perifacon e o nerd periférico em foco	46
Capítulo 3. Relações de trabalho na cultura nerd: o trabalho cultural e digital	59
3.1 O trabalho cultural nas periferias paulistanas	60
3.2 O mundo nerd e o trabalho: mercado de atuação e relações trabalhistas	66
3.3 Cultura nerd periférica e as novas formas de trabalho	71
Conclusão	78
Bibliografia	80

Introdução

A Cultura na cidade de São Paulo é um objeto de estudo que abriga importantes dinâmicas espaciais. Diferentes tipos de atividades, políticas e disputas culturais se encontram em cada retalho da malha urbana, do centro aos extremos. Com um olhar mais atento, observamos que as relações da população com a Cultura ocorrem de maneiras específicas, pois também são específicas as dinâmicas do próprio território em que se circunscrevem. Vivemos hoje em uma metrópole espraiada¹. Da mesma forma, não tratamos mais a periferia no singular, pois são muitas e distintas entre si. Em alguns casos, realidades periféricas são circunscritas até mesmo em regiões que, vistas através de uma certa homogeneização própria do ato de regionalizar, dentro do modelo de planejamento urbano ou numa perspectiva que considera apenas uma escala, são consideradas centrais, assim como nas margens da cidade existem manchas de concentração de infraestrutura e renda próprias do que seria definido como região central.

O recorte que utilizamos para entender alguns fenômenos mais recentes da realidade urbana da metrópole de São Paulo em relação à cultura é a PerifaCon. Idealizada como um projeto de feira de quadrinhos itinerante para exposição de obras produzidas por artistas de periferias, fundada a partir de um sonho coletivo de trazer um evento desta natureza para um espaço onde antes não havia, e de promover talentos periféricos, muitas vezes ignorados, sem aberturas e/ou possibilidades materiais de divulgarem seus trabalhos. Além da feira de quadrinhos e artes no geral, a primeira edição do evento aconteceu junto a diversas mesas de debate, oficinas e um concurso de cosplays², e até mesmo uma praça de alimentação, onde cozinheiros autônomos da região puderam ofertar seus produtos. Contou com um público contabilizado pela organização de cerca de sete mil pessoas, mas muita gente acabou por não conseguir acessar o espaço interno da Fábrica de Cultura do Capão Redondo, que possui aproximadamente 6 mil metros quadrados. O evento consolidou

¹ (LENCIONI, 2008).

² Prática de fantasiar-se conforme um personagem e performar seus trejeitos.

um sonho - um espaço onde a quebrada³ pôde ter acesso a um modelo e nicho do entretenimento que é praticamente inexistente nela, e ao mesmo tempo de encontro e formação cultural e política.

A segunda edição do evento foi um sucesso maior ainda. Diante do sucesso da primeira, diversas empresas entraram para patrocinar mesas e concursos e/ou promover seus produtos. Desta vez na Fábrica de Cultura da Brasilândia, seguindo a ideia inicial do projeto de ser itinerante entre as zonas da capital.

Conforme discutiremos mais à frente, a cultura nerd e geek é originada fora do Brasil - mais especificamente nos Estados Unidos da América - mas desde que aqui chegou tem um público bastante significativo. Mais recentemente, o consumo e a produção dessa cultura têm crescido exponencialmente. Hoje, tem aparecido muito mais o termo “cultura pop” para designar algumas obras que eram antes enquadradas somente na cultura nerd. Apesar de uma certa massificação, assim como ocorre com outras formas de entretenimento e arte, aparece uma certa segregação entre diferentes classes sociais e entre diferentes espaços, de forma muito explícita na dinâmica espacial.

Também através da PerifaCon, buscamos avaliar como o trabalho de jovens periféricos dentro do setor da cultura tem se modificado, com o avanço tecnológico-informacional, as redes sociais têm impulsionado certa independência na elaboração de projetos sociais e artísticos, com uma participação muito maior de formas de financiamento e gestão, no geral, com agentes privados - embora o poder público não esteja totalmente alheio às formas de realização do trabalho da PerifaCon.

O presente trabalho tem como objetivo avaliar as mudanças na produção cultural periférica, nas relações de trabalho do setor, e nas políticas públicas de investimento, bem como no crescente interesse do capital privado no impulsionamento dessas culturas. As relações de trabalho ao redor da cultura periférica de hoje são as mesmas de dez anos atrás? Existe um sucateamento tanto do trabalho cultural quanto da cultura periférica em si? É possível verificar um movimento de massificação da cultura nerd nos dias de hoje através desses territórios (as periferias)? Estas são algumas das perguntas centrais que esta monografia pretende discutir.

³ Sinônimo do bairro, da vila que fica na periferia.

Creio que seria uma ambição muito além do meu alcance encontrar respostas concretas e definitivas - principalmente por tratarem-se de grandes perguntas - dentre tantas peculiaridades de cada periferia. Somente a possibilidade de lançarmos um olhar à um componente tão importante da constituição espacial da metrópole de São Paulo, e considerarmos fatores frequentemente deixados de lado pelo poder público, pouco valorizados até mesmo pela sociedade no geral, enquanto trabalho e como atividade essencial para moradores de uma parcela do espaço urbano: o lazer e o encontro.

Embora falemos sobre o sucateamento da cultura e do trabalho periférico, observamos que elementos destes têm aparecido cada vez mais no *mainstream* em diversos formatos, seja através da moda, da música, do cinema. Para destacar somente alguns expoentes representativos das periferias que hoje estão em alta: os gêneros musicais como o funk, o rap e o trap; e a moda “mandrake” e “de cria”⁴. As gêmeas Tasha & Tracie, MC’s e consultoras de moda, saíram num editorial da Elle, uma revista importante do ramo, em abril deste ano.



Figura 1 - Tasha & Tracie, MC's do Jd. Peri, extremo Norte de São Paulo e o trapper Yunk Vino em gravação do clipe da música SUV. Foto: Jeff Delgado (2021).

⁴ Cria e mandrake são as denominações dos periféricos de São Paulo que se vestem de forma específica. Um dos maiores símbolos dessa estética são os óculos espelhados da Oakley.

Isso ocorre, porém, de forma muito individualizada, não abrangendo a realidade periférica como um todo e criando uma espécie de dicotomia. Estamos falando aqui de um destaque inédito para talentos e expressões artísticas até então menosprezadas por certos setores da sociedade e, ao mesmo tempo, da ascensão de uma cultura de consumo que é privada de indivíduos que partem dessa mesma realidade social e territorial.

Em busca da independência dos editais – principal forma de financiamento da produção periférica, sejam estes públicos ou privados – ou em paralelo a eles, produtores culturais, jovens periféricos com interesses em arte, música, jogos, têm adentrado a internet como forma de promoção de seus trabalhos e, quando possível, utilizando ferramentas digitais e on-line para criação dos mesmos. A massificação da internet e a possibilidade de produção de conteúdo visual e audiovisual graças a popularização de smartphones tem grande papel nesta nova tendência, pois tem baixado custos de produção e potencializado a capacidade de divulgação das criações, mas ainda são iniciativas que atingem uma parcela menor dessa população.

Procuramos então entender até onde as grandes empresas se utilizam deste trabalho, e até onde esses trabalhadores – e muitas vezes ativistas – se usam de tais plataformas para beneficiar suas comunidades e territórios (GROHMANN, 2021). A problemática a partir daqui reside em um assunto muito novo que ainda buscamos compreender suas dinâmicas de funcionamento, as causas e consequências em diferentes escalas no mundo do trabalho e na sociedade como um todo: a utilização de plataformas de trabalho. Os termos mais encontrados dentro deste assunto são bastante ilustrativos: capitalismo de plataforma, uberização do trabalho. Muitas das pesquisas neste sentido buscam entender o papel das plataformas digitais criadas por empresas na mediação entre trabalhadores prestadores de serviços, como entregas e transporte individual, e seus consumidores. Hoje podemos também pensar nos chamados criadores de conteúdo como trabalhadores de plataforma, sendo as mais comuns as redes sociais Instagram e Youtube, ambas pertencentes ao Google. Falando especificamente do meio nerd e geek, a Twitch, uma plataforma de hospedagem de *lives* tem crescido significativamente com uma forte presença de *streamers* exibindo *gameplays* dos jogos mais jogados do mundo.

No caso da cultura nerd, no entanto, isso se torna um pouco mais complexo dada a sua própria dinâmica e como se desenvolveu ao longo do tempo. Para alguns dentro da comunidade nerd, não há sentido algum o interesse de pessoas periféricas

no entretenimento voltado para seu nicho, enquanto cada vez mais pessoas periféricas e, principalmente, negras e LGBTQIA+ reivindicam seus espaços. Somente a partir da compreensão da criação e a consolidação da figura do nerd, sua comunidade e da cultura que assim se denomina - enquanto uma força importante na indústria do entretenimento - poderemos entender as origens desta disputa.

Capítulo 1. O nerd e a cultura nerd

1.1 Origens

Existe uma discussão quanto ao surgimento do termo nerd em si. Alguns apontam que surgiu no Massachusetts Institute of Technology (MIT), nos anos 60, da inversão da palavra ‘bêbado’ em inglês (*drunk*). A gíria *knurd* seria uma forma de denominar os alunos que não saiam para ir à festas, e ficavam em seus quartos estudando. Outra teoria é que viria da empresa canadense *Northern Electric Research and Development*, pois os funcionários usavam camisetas estampando a sigla NERD, e estes seriam conhecidos pela sua inteligência, por ficarem em laboratórios desenvolvendo suas pesquisas e projetos. Em qualquer um dos casos, a palavra era utilizada para designar indivíduos ligados a atividades acadêmicas, com grande capacidade intelectual e poucas habilidades sociais⁵.

Esta seria a base do estereótipo nerd. Outras características também se destacam como a timidez, o estilo e aparência, nerds eram pessoas consideradas feias pelo restante, ou que se vestem mal. Inicialmente, como algo acusativo e pejorativo, ser visto como nerd era algo muito negativo. Segundo Guilherme Yokote, a difusão do termo se deu principalmente nos anos 80 através de produções audiovisuais ambientadas nos *High Schools* norte-americanos. Destaca-se aqui a importância de um outro grupo, os populares, que, como a palavra já explica, seriam jovens com círculos sociais amplos, bem aceitos pelo restante, centro das atenções positivas, basicamente o inverso do nerd. Um título que se destaca é *A Vingança dos Nerds* (1984), cujo enredo gira em torno de alunos universitários intitulados nerds que

⁵ YOKOTE, Guilherme Kazuo Lopes. *O mundo dos nerds: imagens, consumo e interação*. 2014. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-19052015-133604/>. Acesso em: 22 de jun. 2022.

se juntam para formar uma fraternidade própria, o que irrita muito os chamados populares, e isso leva a uma guerra entre os grupos.

Podemos falar do surgimento das primeiras convenções de literatura, audiovisual e quadrinhos relacionadas à ficção científica, obras também relacionadas ao imaginário do que compõe um nerd, onde seus apreciadores se reuniam para discutir o enredo, a narrativa dessas obras, para vestirem-se como os personagens (o *cosplay*), compartilharem sua paixão pelo tema. Essas convenções começaram nos EUA nos anos 60. O intuito era reunir pessoas com estes mesmos interesses, considerados incomuns. A cultura nerd surge da agregação desses temas, dessas obras, ao longo dessas décadas. Assim também surgiu a San Diego Comic Con, já nos anos 70, uma feira de quadrinhos que ocorre na Califórnia, mas que ao longo dos anos foi se tornando muito mais. A convenção surge como uma forma de aproximar fãs e quadrinistas, diretores, no mesmo espírito descrito para outros tipos de convenção. E isso se deu através da angariação de fundos para eventos maiores. Encontrar pares, outros aficionados pelos seus gostos, unindo diversos tipos de produção, realizando conferências, mesas.

É interessante as observações e paralelos que podemos traçar entre o surgimento da San Diego Comic Con e a história dos quadrinhos nos Estados Unidos. Esta é periodizada em Eras. A San Diego Comic Con coincide com o início da Era de Bronze dos quadrinhos. O período em que o mercado começa a decair é durante o pós-guerra, principalmente a partir de 1955, o fim da Era de Ouro dos quadrinhos. A temática das histórias é o maior critério desta periodização, e é nesse período em que as narrativas da ficção científica se expandem neste universo.

Coincidência ou não, é justamente nos anos 60 em que o estereótipo nerd se difunde, e este, como já dito, é muito ligado ao interesse pela ficção científica em diversos tipos de mídia - inclusive nas histórias em quadrinhos. A temática de super-heróis segue recorrente, e muitas vezes se entrecruzam, a ficção científica e os super-heróis. Fica a dúvida: num tempo em que o interesse por esse tipo de entretenimento, esse conteúdo específico passa a ser associado no senso comum a algo tão pejorativo como o ser nerd, é possível que essa associação tenha afetado a massificação do consumo dessas obras? Qual a importância para este mercado que tais elementos encontrados nas produções da cultura nerd não sejam estigmatizados e, se inseridos num determinado estereótipo, que este não seja algo pejorativo?

Paradoxalmente, o alcance dessas obras como produtos de entretenimento, no entanto, não é recente. Dentre as maiores bilheterias de cinema e os maiores best-sellers da história encontramos diversos títulos atribuídos à cultura nerd, como as franquias de *Star Wars*, O Senhor dos Anéis.

A chamada “era *blockbuster*”⁶ inicia-se com um dos maiores clássicos da cultura nerd: *Star Wars* (1977) de George Lucas. A franquia fez tanto sucesso que rendeu mais 12 filmes, o último deles, *Star Wars: Episódio IX – A Ascensão Skywalker*, dirigido por J.J. Abrams, foi lançado em 2019, somando, portanto, quatro décadas da franquia. Apesar dos hiatos, é notável que uma franquia tenha sobrevivido com certa regularidade de lançamentos durante todos esses anos, pois conquistou um público fiel e que vem se renovando. Por consequência, gera enormes receitas para o ramo cinematográfico, tendo alguns dos títulos emplacado bilheterias recordistas. É cada vez mais comum que filmes desses gêneros sigam o mesmo caminho da franquia *Star Wars*, como ocorreu com os filmes da Marvel Estúdios.

A cultura nerd, inclusive, se popularizou ao ponto de fazer parte da cultura pop. Nos dias de hoje, o termo “cultura pop” não raramente substitui “cultura nerd”, ou ambos se confundem, à medida que mais e mais obras nerd passam a compor o cenário pop. Um exemplo do alcance das produções consideradas nerd e geek, também explicado pelos avanços tecnológicos na produção e distribuição cinematográfica, é a Marvel Estúdios ter acumulado 23 títulos, quase o dobro da franquia *Star Wars*, em menos da metade do tempo de existência desta outra.

O estereótipo é bastante presente no Brasil também em parte por filmes estadunidenses que retratam os *high schools*. Aqui são também conhecidos como CDFs. Mas é a partir dos anos 2000, do aumento das ferramentas tecnológicas de comunicação, que a noção de nerd se populariza no país⁷.

⁶ Nome da maior rede de locadoras de filmes e videogames dos Estados Unidos e do Brasil, declarou falência em 2011.

⁷ MATOS, Patrícia. O NERD VIROU COOL: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2014.

1.2 Valorização da cultura nerd e o consumo

A partir dos anos 2000, há também uma ressignificação dessa denominação. Ao invés de vistos como negativos, os principais aspectos do “ser nerd” passam a ser romantizados. Neste contexto, “nerd” deixa de ser apenas uma gíria ou termo pejorativo, mas uma denominação para uma identidade, o que tende a fortalecer a ideia de uma comunidade de pessoas com interesses, comportamentos e experiências de vida similares.

Esse estereótipo, no entanto, não representa todas as experiências do ser nerd, mas também não se trata de noções completamente equivocadas. Ele é o que delimita o papel social, e é bastante redutor. Alguns indivíduos desempenham este papel social, apropriam-se destas características, mas a experiência dessa identidade não se reduz ao estereótipo (YOKOTE, 2014). Existem traços pouco apontados, mas muito reforçados pelo audiovisual, que agem na constituição do senso comum, como o gênero, etnia e classe social dos nerds. As produções mais famosas que representam este grupo, sempre tratam de homens brancos de classe média, seja de modo depreciativo ou como proposta de subversão.

A partir da valorização de algumas características encaixadas dentro do estereótipo pré-estabelecido como, por exemplo, o fato do nerd ser estudioso, frequentar boas instituições de ensino, adentrar o mercado de trabalho em profissões extremamente bem remuneradas - expectativas baseadas no sucesso estrondoso de Bill Gates, Steve Jobs e outros chamados *gênios do Vale do Silício* -, criou uma espécie de novo nerd, orgulhoso de sua inteligência e interesses, que ressalta o lado bom dessa forma de socialização e vivência com seu grupo. O webhit “*Escolha já seu nerd*” da banda Os Seminovos (2009) resume bem a questão da exaltação das ditas qualidades do ser nerd, conforme a letra:

O nerd de hoje é o cara rico de amanhã
O nerd de hoje é o cara lindo de amanhã
O nerd de hoje é o bom marido de amanhã
Garota, escolha já seu nerd!

Enquanto o bonitão está pegando você
O nerd está criando um software no PC
Enquanto o sarado malha na academia
O nerd está lendo as notícias do dia

Enquanto o bonitão tá na balada te chifrando
O nerd com certeza está em casa estudando
O curso superior do gostosão tá no início
E o nerd ganha em dólar no Vale do Silício

Tratando novamente da importância das convenções para a comunidade nerd, o trecho extraído da Dissertação de Mestrado (2014) de Patrícia Matos é bem elucidador:

Mas, não é apenas o hype e o consumismo que faz das convenções como a Comic-Con um elemento importante para a sociabilidade dos nerds. Para Benjamin Nugent, o que torna esse tipo de reunião tão importante é que elas são o local onde as trocas e disputas simbólicas se tornam presenciais. "Você vai pra uma convenção para entrar num universo alternativo onde status é expertise em um livro, filme ou série de TV, onde os hábitos nerds de colecionar, catalogar e avaliar não só são normais como são estimados" (NUGENT, 2009, p.43). Em Episode IV: a Fan's Hope, o aspirante a ilustrador identificado apenas como "The Geek" define a cultura dos quadrinhos como uma cultura de autoafirmação (...) (MATOS, 2014, p. 35).

Essa nova noção de nerd, embora abafe os motivos para o recorrente *bullying*, respinga em pertencentes a outros grupos sociais, já invisibilizados dentro da comunidade nerd. Ainda tratam-se de jovens homens, brancos e de classe média, mas que estão dentro do espectro de alguma neurodiversidade e encontram, assim como no primeiro estereótipo nerd - aquele muito mais atrelado à caracterizações pejorativas -, muitas dificuldades em relação a uma socialização saudável.

Na realidade sempre existiu uma diversidade de nerds (por assim dizer) que também estão dentro do espectro de outras identidades. Dentro da lógica extremamente competitiva do ambiente acadêmico escolar, os nerds são colocados à margem, juntamente a outros grupos de jovens/alunos não-brancos, garotas não populares, os LGBTQIA+, os mais pobres, etc. Uma representação interessante dessa realidade no audiovisual é a série de TV *Todo Mundo Odeia o Chris* (2005), ambientada nos anos 80, em que um garoto negro do Brooklyn frequenta uma escola em um bairro branco. Seu único amigo é o ítalo-americano Greg Wuliger, ambos são vítimas do bullying de Joey Caruso, outro aluno da escola, por serem nerds. Um exemplo de nerd do gênero feminino no audiovisual seria a Velma, de *Scooby Doo*,

ou Lisa Simpson, de Os Simpsons. Lisa é um exemplo melhor ainda pois, apesar de ser considerada inteligente e ter dificuldade com interações sociais, inclusive dentro de sua família, os personagens considerados nerds pelos espectadores e fãs da animação são somente dois homens, um cientista e um fã de quadrinhos e literatura.

Atualmente é possível observar novas apropriações do termo para designar diversas formas de inserção social por meio do consumo. Se antes, no discurso senso comum, nerd era sinônimo de *outsider* e englobava tudo o que não era de aceitação da maioria (*mainstream*), hoje temos esses indivíduos sendo valorizados como insiders, especialistas da cultura pop-tecnológica cujos conhecimentos e naturalidade em lidar com determinados textos e ferramentas lhes proporcionam um novo status.

Também é possível perceber que, à medida que nerds e geeks passaram a se autoproclamar orgulhosamente como tais, como pode ser comprovado em expressões como nerd power e orgulho nerd, o termo não só passou de insulto a elogio em determinados contextos como se transformou em fator de identificação e disputa ainda que se possa questionar até que ponto tal ressignificação acontece de maneira ampla e definitiva ou ainda se o termo de fato se redefine completamente (MATOS, 2014, p.12).

Essa ascensão do nerd como uma característica, uma identidade a se orgulhar, em razão de uma expertise tecnológica e promessa de um futuro próspero, financeiramente falando, contribui para que essas outras identidades fiquem ainda mais de fora do estereótipo nerd.

Consequentemente, minorias passam a ser ativamente barradas da comunidade nerd, onde poderiam encontrar seus pares e ter uma socialização mais adequada, principalmente na fase escolar. A questão de gênero parece ter se mantido mais ou menos na mesma, pois a feminilidade sempre foi caracterizada quase que de modo oposto ao que remete ao nerd: inteligência, alta capacidade de raciocínio, gosto por gêneros literários/audiovisuais como aventura e ficção científica.

Já na questão racial, algumas etnias aparecem enquadradas quase como sinônimo de “nerd”, como no caso das pessoas amarelas - com destaque para nipo-brasileiros e também descendentes de povos do Sudeste Asiático no geral. No caso dos EUA, aparece também o estigma nerd sobre pessoas marrons - indivíduos imigrantes e descendentes de imigrantes do Sul Asiático.

1.3 Cultura nerd e consumo: com quantos colecionáveis se faz um nerd?

É verdade que, durante os primeiros anos de cultura nerd, ficou definido que muitas das produções do gênero de ficção científica e fantasia “pertenciam” a esse grupo determinado. Além disso, atribuiu-se a noção de que os quadrinhos e os *mangás* seriam “coisa de nerd” - independente de seu gênero. Muito disso se dá pelo estereótipo ao redor da figura do nerd, porém também da vivência concreta dos indivíduos deste grupo, que incluía uma relação diferenciada com tais produções, algumas delas perpassadas inclusive pelo consumo, mas principalmente subjetivas e de socialização, segundo Yokote (2014).

Se antes um nerd se provava um nerd “de verdade” através de seu conhecimento ou paixão por um assunto, nos dias de hoje o que conta mais é a coleção de objetos relacionados ao tema, mesmo que de forma esvaziada de sentido, uma pessoa possui, ou um lugar exibe. Entendemos neste trabalho que o esvaziamento de sentido se dá quando um objeto que antes era banal, simplesmente utilitário em sua função, passa a receber um novo símbolo como, por exemplo, logomarcas de editoras de quadrinhos, jogos, companhias de mídia de massa, estampas de seus respectivos personagens. Uma escova de dentes, por exemplo, passa a ser um objeto que, além da função de higiene bucal, passa a também ostentar o quanto seu dono aprecia uma animação.

Boa parte de nossas vidas é dedicada a atribuir valor simbólico a textos e objetos, mas esses jovens não só se dedicam a catalogar e a hierarquizar produtos da cultura da mídia como transformam essa em sua principal atividade como grupo. Assim, o estudo da cultura do consumo se mostra fundamental para este trabalho a fim de observar os processos pelos quais os objetos determinam modos de inserção social e estabelecem uma economia de bens simbólicos. O conceito de capital subcultural, articulado por Sarah Thornton (1996) a partir da teoria das trocas simbólicas de Pierre Bourdieu (1983), se mostra essencial para compreender como, não só na cultura nerd em específico mas também nas culturas juvenis de uma maneira geral, o consumo atua de forma a construir identidades, mediar disputas e gerar identificação (MATOS, 2014, p. 14).

E embora alguns artigos tornem-se mais acessíveis, a indústria sempre se encarrega de trazer colecionáveis cada vez mais exclusivos e refinados, que passam

a custar ainda mais caro e são consumíveis apenas por uma parcela. A própria evolução da técnica hegemônica se encarrega disso. Mais à frente, discutiremos o conceito de hegemonia desses artigos.

No caso, por exemplo, dos videogames, cujos lançamentos se tornam cada vez mais caros, e os mais pobres têm acesso somente aos modelos mais ultrapassados. Com a ascensão dos jogos, também chamados na mídia com frequência no inglês “games”, nos últimos anos, isso se reafirma. A quinta versão do PlayStation foi lançada no Brasil beirando os cinco mil reais, equivalente a cinco salários mínimos. O Banco do Brasil criou ainda em 2020 o “consórcio gamer”, uma linha de crédito especialmente para o financiamento dos chamados PC gamers, com potencial de processamento maior voltado para jogos e de alto custo. Outros bancos tradicionais como Santander e Itaú, e varejistas de e-commerce tal qual a Magazine Luiza também apostaram no produto.



Figura 2 - Print retirado do site do Banco do Brasil.

Há uma associação do consumo nerd a uma espécie de colecionismo. Uma prática muito antiga e considerada muito importante para a historiografia, reacendida no início dos anos 2000. Trata-se de um hábito antigo, com um significado específico na modernidade relacionado à colonização. É objeto de estudo da museologia e das ciências sociais, especialmente a antropologia. Aqui estamos tratando de um colecionismo informal, que remete muito menos a um contexto histórico específico - no limite - e muito mais à uma ligação de uma comunidade restrita.

(...) o colecionismo contemporâneo configura um campo de produção que, gradativamente, se abre para e se articula com outras esferas de ação e reflexão: desde as correspondências das práticas de colecionismo com os ciclos de vida e atividade dos colecionadores, até as formações culturais das coleções como repertórios de memória individual e coletiva nos arquivos pessoas e os agenciamentos que os colecionadores operam desses repertórios em práticas e processos de patrimonialização, no contexto de políticas públicas contemporâneas de valoração de bens materiais e imateriais (Heymann, 2009).

Assim, mesmo percebendo que o colecionismo apresenta uma grande diversidade de estímulos e intencionalidades, essas práticas devem ser pensadas em razão da biografia das pessoas, como sugere Kopytoff (2008), quando analisa as relações entre a biografia dos indivíduos e a dos objetos que eles adquirem como processos de singularização. Para esse autor, a mercantilização dos objetos ocorre na “área homogênea das mercadorias”, enquanto a singularização ocorre na “área extremamente variada das avaliações privadas”.⁸

Em relação a cultura nerd, o consumo é de suma importância para a afirmação da identidade, e perpassa a infância até a vida adulta do indivíduo. Para Patrícia Matos (2014):

(...) o consumo funciona como arena de disputa de capital cultural e mediação das identidades juvenis e procura compreender tais fenômenos sob a luz da antropologia do consumo, sendo a cultura nerd um objeto que nos permite tal exercício devido à centralidade dos bens em suas narrativas e trocas simbólicas (MATOS, 2014, p. 47).

Um exemplo disso é a criação da McFarlane Toys, uma empresa de action-figures. Fundada por Todd McFarlane, famoso por ter criado também a série de histórias em quadrinhos *Spawn*⁹. Vendia apenas action-figures dessa mesma série em si e era inicialmente chamada de *Todd's Toys*, fundada em 1994. Foi em 1998 que a diversificação de temas dos seus produtos se iniciou para além de quadrinhos e abrangendo diversos objetos da cultura pop. Em apenas 4 anos, a empresa adentrou o mundo dos esportes e hoje tem action-figures de bandas, séries, videogames, etc.

⁸ LOPES, R. José. COLEÇÕES E AGÊNCIAS PATRIMONIAIS: Da formalidade à informalidade das experiências de colecionismo contemporâneas. Artigo publicado pela RBCS, Vol. 32, nº 94, jun 2017, p. 10. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbc soc/a/Bbsn3rtXrh9mx5ZfgdzTrpk/?format=pdf&lang=pt>>.

⁹ Primeiro volume lançado em 1992 pela editora Image Comics.



Figura 3 - Action-figure da McFarlane Toys.

Outro colecionável atrelado ao mundo nerd, muito popular nos dias de hoje, são os Funko. Fundada no mesmo período, mais precisamente em 1998, foi baseado em um produto mais antigo de uma empresa chamada *Wacky Wobblers*, tornando-se uma febre entre colecionadores e fãs de cultura pop desde o início. Hoje vemos em todos os lugares do mundo a febre dos Funko Pop!, bonecos com um design muito peculiar e original, que trazem temas de todas as grandes obras da cultura pop/nerd dos dias de hoje.

No Brasil, os Funko Pop! mais baratos custam em torno de R\$80,00 e contam com design mais simplificado. Os mais elaborados podem chegar a R\$200,00 ou

mais. Os preços também tendem a variar pelo *hype*¹⁰ do personagem ou filme/desenho/série em questão.



Figura 4 - Funko Pop! de Daenerys Targaryen, personagem da série da HBO Game of Thrones, que custa cerca de R\$1000,00 no site da Amazon¹¹.

A cultura nerd foi objetificando-se, tornando-se produtos e bens. O ser nerd cada vez mais enquadrando-se como uma identidade determinada pelo consumo. A partir disso, uma parcela dos aficionados por ela - aquela com menor poder de compra - é colocada de fora não só por essa dinâmica, mas em espaços de socialização online e físicos da comunidade nerd, pelos próprios indivíduos que a compõem, como veremos a seguir.

¹⁰ Hype vem do inglês *hyperbole*, hipérbole em português brasileiro, que remete à um exagero, uma excessividade. É utilizado como uma gíria para um assunto muito comentado, algo que viralizou ou que se criou uma grande expectativa.

¹¹ Funko Pop! Game of Thrones - Daenerys & Fiery Drogon #68. Link: https://www.amazon.com.br/Funko-Pop-Game-Thrones-Daenerys/dp/B07SNR71JH/ref=sr_1_8?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crid=29NP0Z2XR1F6W&keywords=funko+daenerys+%2368&qid=1661627440&s=toys&sprefix=funko+daenerys+6%2Ctoys%2C185&sr=1-8&ufe=app_do%3Aamzn1.fos.25548f35-0de7-44b3-b28e-0f56f3f96147

Capítulo 2. A cultura nerd nas periferias

O entendimento da relação do território periférico e seus indivíduos com o consumo no geral pode ser avaliado através de diversos ângulos, recortes, contextos e escalas. O consumo na periferia é ao mesmo tempo um estigma, um desejo coletivo e individual, algo que parece tão distante. A noção das periferias como locais de trocas comerciais e movimentações financeiras parece um oposto da definição de periferia que existe no imaginário das grandes metrópoles e, especificamente aqui, na de São Paulo - a não ser quando atreladas à ilegalidade.

A ideia das periferias sem infraestrutura é na verdade um fato, mas são os estigmas reforçados por uma narrativa hegemônica e constantemente corroborada pela mídia tradicional que acaba por naturalizar essas condições, atreladas à outros estigmas que recaem sobre o conceito de periferia de uma forma errônea. Um deles é o entendimento das periferias como um local do atraso.

Poderíamos aqui revisitar toda a trajetória da formação espacial das periferias, da urbanização desigual, e as formas como o termo se modificou ao longo dos anos. Creio que este tema seja suficientemente explorado na Geografia Humana nas últimas décadas. Gostaria apenas de enfatizar a importância para a presente análise uma temporalidade justamente nestes estudos, conforme Tiarajú Pablo D'Andrea traça em sua Dissertação de Mestrado, e pretendo dar um enfoque específico para um fenômeno que ocorreu a partir dos anos 2000, para então chegarmos na compreensão do Sujeito Periférico.

D'Andrea explora o que aqui me referirei diversas vezes como parte do estigma e o estereótipo que recai sobre os moradores da periferia e como se deu a sobreposição destes pelo Sujeito Periférico, e de que maneira esta identidade pode se encontrar com a do ser nerd.

O autor revisita em sua dissertação alguns dos mais importantes nomes nos estudos urbanos que se debruçaram sobre a compreensão da periferia até o final dos anos 90. Segundo o autor, o discurso acadêmico perdeu chão para organizações

críticas propriamente periféricas que buscavam um entendimento das dinâmicas que vivenciavam.

No entanto, com o decorrer do tempo e o fortalecimento de outros atores sociais, os enunciados sobre o que seria periferia passaram a se multiplicar. Concomitante às interpretações das ciências sociais, coletivos juvenis da periferia passam a se firmar como outro campo discursivo que iria lançar outras referências e outras figurações da cidade e das periferias. No correr dos anos 1990, esse campo de atuação e enunciação iria ganhar uma importância cada vez maior, na própria medida em que conquistava visibilidade e passava a se impor como referência para uma reinvenção do discurso crítico sobre a cidade e, especificamente, sobre a condição periférica. O discurso acadêmico iria perder o monopólio do discurso legítimo e também do discurso crítico sobre a periferia (D'ANDREA, 2012, p. 43).

Havia uma disputa entre a visão das periferias a partir da falta de infraestrutura, pela pobreza, violência e criminalidade, e a visão das potências e possibilidades dentro das realidades periféricas. Soma-se também a indústria do entretenimento, que produzia obras cinematográficas com o intuito de retratar as periferias do Brasil, dando enfoque ao lançamento do filme “Cidade de Deus” (2002), adaptação da obra de Paulo Lins¹². Isso ocorria entre academia e coletivos e também dentre os coletivos periféricos, entre artistas. D'Andrea delineia a trajetória artística dos Racionais MC's como atores políticos essenciais para a mudança do paradigma no (auto) entendimento das periferias, e também como um recorte para a compreensão dessa mudança, usando os temas abordados em cada álbum lançado pelo grupo.

Gabriel Feltran (2013) também destaca que o álbum “Nada como um dia após o outro dia” foi uma quebra nos temas das músicas dos Racionais, trazendo uma positividade maior em relação aos trabalhos anteriores, que denunciavam de forma muito enfática a violência policial, o encarceramento, o racismo e a criminalidade das periferias. Não que o tema tenha se perdido, mas as músicas passaram a trazer uma visão de futuro e prosperidade.

Firmeza total, mais um ano se passando aí
Graças a Deus a gente tá com saúde aí, morô?
Muita coletividade na quebrada, dinheiro no bolso
Sem miséria, e é nós
Vamo brindar o dia de hoje
Que o amanhã só pertence a Deus
A vida é loka
(Vida Loka Parte 2, Nada como um dia após o outro dia, Racionais MC's, 2002)

¹² Paulo Lins é um escritor carioca, um dos precursores do gênero Literatura Marginal. Paulo foi um morador da favela da Cidade de Deus e desenvolveu sua obra enquanto cursava Letras na UFRJ. Portanto, está dentro de duas esferas da disputa, pois é um Sujeito Periférico e também um acadêmico.

D'Andrea justifica o escopo de sua análise partir dos Racionais MC's mas também enfatiza o movimento cultural periférico na constituição do orgulho periférico.

Todavia, se é bem verdade que o Racionais MC's foram um elemento catalisador que propiciou a movimentação de uma engrenagem baseada no *orgulho* de ser periférico e nos *sujeitos periféricos* e cujos desdobramentos sociais e políticos são os temas desta tese, cabe ressaltar que o grupo nunca esteve só. Sua existência foi acompanhada de um movimento cultural imenso e ainda pouco estudado, e cuja reverberação artística e política ainda não é possível mensurar (D'ANDREA, 2012, p. 26).

Também enfatiza a aliança da reafirmação do orgulho negro, sem a qual seria impossível para o fortalecimento do orgulho periférico, e também tema recorrente na obra dos Racionais MC's e nos coletivos culturais. O denominador *periférico* abarca marcadores importantes para os indivíduos moradores da periferia como o pertencimento à classe trabalhadora, a pobreza, a negritude, carregado de orgulho em fazer parte desta comunidade, desta territorialidade.

De acordo com a formulação desta tese, falar *periferia* no começo da década de 1990 era criticar a sociedade, enfatizando os elementos *violência* e *pobreza* nela contidos. No entanto, como o objetivo da população dos bairros populares era o de superar essas condições, o primeiro significado de *periferia continha e negava* os elementos *violência* e *pobreza*. A partir de toda uma luta para superar essa situação, e da criação na periferia de variados processos sociais visando essa superação (...), o termo *periferia* se alargou, de modo que pensar *periferia* hoje não pode ser feito somente pela existência dos elementos *violência* e *pobreza*. Para esta tese, falar em *periferia* hoje denota a existência em seu interior de quatro elementos: *pobreza*, *violência*, *cultura* e *potência* (D'ANDREA, 2012, p.177).

É primordial que tenhamos entendimento das dinâmicas espaciais e econômicas das periferias, mas sem estabelecer suas relações com o centro isso torna-se impossível. A cidade se organiza contraditoriamente dividida em termos da infraestrutura, das distâncias, da arquitetura e até mesmo da paisagem urbana, e ao mesmo tempo intimamente interligada através dos fluxos de pessoas, recursos e, principalmente, de capital. Embora as periferias pareçam completamente apartadas das regiões mais ricas em infraestrutura e da população que possui a maior renda, a dinâmica espacial, social, econômica e do trabalho da sociedade capitalista contemporânea e, principalmente, das grandes cidades e metrópoles, obriga que estes *mundos* se encontrem.

É também importante que façamos aqui um parênteses para chegarmos num olhar mais econômico e geográfico, através da caracterização do circuito inferior, o que será abordado, dos territórios periféricos. Embora nos ajude a entender de forma generalizada algumas das dinâmicas econômicas e sociais que encontramos predominantemente nesses territórios, isso não significa reduzi-los à tal, conforme critica o autor Tiarajú D'Andrea. Aqui podemos entender resumidamente a discrepância:

Portanto, não há oposição entre favela e centro, mas oposição entre circuito inferior e circuito superior. Enquanto certos habitantes das favelas em parte escapam do primeiro circuito, outros que não residem nela, pelo contrário, estão completamente ligados a ele. Por conseguinte, toda abordagem que não leve em conta esta realidade está cheia de armadilhas e perigos (SANTOS, 2004, p. 76).

Neste trabalho, o entendimento do conceito de periferia também enquanto multiplicidade de realidades sociais, econômicas e geográficas é fundamental. É dessa forma que enxergo na periferia um potencial de consumo e uma efetiva participação desta parcela da população na cultura nerd. Mas também há a necessidade de esclarecer que a popularização dessa cultura é capilarizada também através do circuito inferior e para aqueles de classes menos abastadas. Como diriam os amantes da cultura pop, *spoiler alert*: é justamente através dessa compreensão que busco desmistificar a noção de que as periferias estão tão distantes assim da cultura nerd e que seriam identidades tão segregadas como aparece em cada um destes nichos e na representação midiática, conforme discutiremos mais à frente.

2.1 O consumo nas periferias

O que tiver que ser, será meu
Tá escrito nas estrelas, vai reclamar com Deus
Imagina nós de Audi ou de Citroen
Indo aqui, indo ali, só pam, de vai e vem
(Vida Loka Pt. 2, Racionais MC's, 2002)

Existe um papel fundamental na modernização para essa separação entre um centro avançado e periferias atrasadas. No momento atual, definido por Milton Santos como período técnico-científico informacional. O consumo e a informação estão no centro de sua lógica, e ambos, como já discutimos, estão no cerne do que constitui a cultura nerd - não à toa o conceito de periferia estaria tão distanciado.

A difusão da informação e a difusão das novas formas de consumo constituem dois dados maiores da explicação geográfica. Por intermédio das suas diferentes repercussões, elas são ao mesmo tempo geradoras de forças de concentração e de forças de dispersão, cuja atuação define as formas de organização do espaço. (SANTOS, 2004, p. 36).

Em *O espaço dividido* (2004), Milton Santos discute os significados da palavra e do conceito de periferia em sua discussão sobre a cidade e nos ajuda a entender:

Em termos geográficos, a periferia não será definida pela distância física entre um pólo e as zonas tributárias, mas antes em termos de acessibilidade. Esta depende essencialmente da existência de vias e meios de transporte e da possibilidade efetiva de sua utilização pelos indivíduos, como o objetivo de satisfazer necessidades reais ou sentidas como tais. Mas a incapacidade de acesso aos bens e serviços é, em si mesma, um dado suficiente para repelir o indivíduo, e também a firma, a uma situação periférica (SANTOS, 2004, p. 290).

Santos nos explica que o resultado dessa forma de modernização e reorganização espacial dá origem ao fenômeno da economia urbana dividida em dois circuitos, o inferior e o superior, conforme trecho acima.

Um dos dois circuitos é o resultado direto da modernização tecnológica. Consiste nas atividades criadas em função dos progressos tecnológicos e das pessoas que se beneficiam deles. O outro é igualmente um resultado da mesma modernização, mas um resultado indireto, que se dirige aos indivíduos que só se beneficiam parcialmente ou não se beneficiam dos progressos técnicos recentes e das atividades a eles ligadas (SANTOS, 2004, p. 38).

Ao caracterizar os dois circuitos, Milton Santos enfatiza que embora o circuito superior traga inovações tecnológicas de ponta e de maneira regular, com lançamentos a todo momento, mas de forma mais limitada pelo conjunto de regras que controlam o processo inovativo, que perpassam grandes investimentos, importações, etc. Enquanto isso, no circuito inferior há uma originalidade maior, uma capacidade inventiva com potencial criativo de fato, e não apenas “reciclável”, como ocorreria no circuito superior, dada até mesmo a escassez de recursos aliada à necessidade que impulsiona tal criatividade.

O circuito superior utiliza uma tecnologia importada e de alto nível, uma tecnologia "capital intensivo", enquanto no circuito inferior a tecnologia é "trabalho intensivo" e freqüentemente local ou localmente adaptada ou recriada, o primeiro é imitativo, enquanto o segundo dispõe de um potencial de criação considerável (SANTOS, 2004, p. 43).

Assim como a lógica dividida da cidade, os dois circuitos, embora pareçam muito distantes, estão também interligados. A bem da verdade, quando é notada essa congruência entre os circuitos e os diferentes recortes urbanos, entende-se que o circuito inferior, e também a periferia urbana, convivam com a superior, o centro, numa relação de dependência. O que Milton Santos nos elucida é que trata-se de uma relação de interligação.

Durante o capítulo “Bipolarização, não dualismo”, Milton Santos explica que, no momento em que vivemos, "seria ingênuo (Theodorson, 1971, p.204) imaginar que os efeitos da modernização pudesse ser parciais" (SANTOS, 2004, p. 54). Os acontecimentos recentes da crise mundial, cujo estopim foi em 2008 nos Estados Unidos, e a pandemia da Covid-19, com epicentro inicial na China, elucidam muito bem a ideia do impacto amplamente extensivo de alguns dos fenômenos locais e ligados ao circuito superior. Embora amplos, esse impacto nunca acontece de forma igualitária, afetando pobres e ricos, países desenvolvidos e subdesenvolvidos, e os circuitos da economia distintamente.

Embora exista uma relação imbricada, mesmo através do consumo é muito claro que o circuito inferior subsiste das condições criadas pelas inovações tecnológicas, pela infraestrutura, a capacidade de absorção da mão de obra, e o capital que estão obviamente concentrados no circuito superior.

Assim, não há dualismo: os dois circuitos têm a mesma origem, o mesmo conjunto de causas e são interligados. Contudo, é necessário precisar que, apesar de sua aparente interdependência, o circuito inferior aparece como dependente do circuito superior, do mesmo modo que as atividades rurais tradicionais dependem das atividades modernas (SANTOS, 2004, p. 56).

Precisamos, portanto, entender de que forma esta modernização reorganiza a economia urbana especificamente nos territórios entendidos como periferias, principalmente em relação ao trabalho e, conforme será discutido a seguir, no consumo, que é central na edificação da cultura nerd.

Não é incomum aparecer na mídia e no discurso popular a noção de que a vida do pobre custa muito barato, ou então, ao tratar de favelas, a ideia de que seus moradores não têm nenhum custo de ocupação e para utilização dos serviços precários fornecidos pelo Estado, quando eles existem. Ao contrário disso, sabemos que o potencial de mercado da periferia é enorme, e existem evidências de que a periferia é massivamente consumidora, de uma forma ou de outra.

Devemos nos debruçar sobre esse questionamento se quisermos entender porque existe uma pré-concepção de que o indivíduo da periferia não poderia se enquadrar como um nerd.

A partir do momento que entendemos que grande parte da população moradora das periferias é trabalhadora, a entendemos também enquanto consumidora. Não seria equivocado assumir que para muitos esse consumo está limitado à esfera da sobrevivência.

O desejo de consumo, no entanto, não está ausente. A publicidade é a maior ferramenta de impulsionamento de demanda das grandes marcas do circuito superior. Milton Santos discute a publicidade do circuito superior da economia em relação ao consumo:

O funcionamento do circuito superior está baseado nas necessidades de uma produção "capital intensivo" local ou exógena. O consumo, ligado ao poder de compra, é seletivo, mas as firmas do circuito superior dispõem de meios de publicidade suficientes para criar novos gostos e para atrair a clientela, ou seja, elas impõem a demanda. O circuito inferior, ao contrário, apoia-se no consumo; ele resulta da demanda, mesmo que esta esteja deformada pelo efeito-demonstração (SANTOS, 2004, p.47).

Essa capacidade de impor demanda não atinge somente aqueles que têm poder de consumo, obviamente. Apesar de ser uma estratégia com um alvo, que são aqueles com maior poder aquisitivo, atinge amplamente qualquer um que tenha

acesso à informação nos dias de hoje, dado que o marketing hoje sustenta os meios de comunicação, bem como redes sociais, e somos bombardeados todo o tempo por ela também nas ruas, nas telas, nas conversas cotidianas, e cada dia existem mais objetos que “precisamos” ter. Talvez por isso, o desejo do consumo seja ainda mais latente dentre aqueles que têm pouco acesso concreto.

Porém, agências especializadas em análises de potencial de mercado voltadas para empresas financeiras e de serviços têm voltado seus olhos cada vez mais para as periferias brasileiras. A Outdoor Social, empresa fundada por Emilia Rabello, nasceu de um pequeno empreendimento de carros de som que elaborava estratégias de negócios para “classes populares”. A empresa se diz uma mídia OOH (*Out of home*, “fora de casa” em inglês), ou seja, em espaços públicos. Segundo pesquisa realizada pela Outdoor e divulgada pela ValorInveste em 2019, as dez maiores comunidades do Brasil teriam um potencial de mercado de R\$1,23 bilhões.

Tabela 1 - Ranking das 10 maiores comunidades do Brasil, classificadas pelo potencial de consumo.

Potencial de consumo nas 10 maiores comunidades

Comunidade	Potencial de consumo em 2019
Rocinha (Rio de Janeiro)	R\$ 1,23 bilhão
Rio das Pedras (Rio de Janeiro)	R\$ 1,04 bilhão
Sol Nascente (Brasília)	R\$ 910 milhões
Baixadas da Estrada Nova Jurunas (Belém)	R\$ 729 milhões
Casa Amarela (Recife)	R\$ 706 milhões
Paraisópolis (São Paulo)	R\$ 706 milhões
Heliópolis (São Paulo)	R\$ 685 milhões
Coroadinho (São Paulo)	R\$ 662 milhões
Baixadas da Condor (Belém)	R\$ 555 milhões
Cidade de Deus (Manaus)	R\$ 549 milhões

Segundo a matéria da ValorInveste¹³, “a pesquisa cruzou informações sobre hábitos de consumo da Pesquisa de Orçamento Familiar, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com dados de endividamento das famílias da Serasa Experian e do Banco Central”. A pesquisa também aponta que há um abismo entre as ditas comunidades e as empresas, pois as estratégias de negócio não as levam em consideração. Em entrevista neste mesmo artigo, Emília diz:

A maioria das empresas foca no público das classes A e B e ignora o público da classe C, 65% da população brasileira. Muitas que dizem se comunicar com a classe C, na verdade, não se comunicam, porque têm preconceito. Uma miopia impede as empresas de olharem para esse público como uma oportunidade de negócio, com as suas características. Essa comunicação está mudando, já vemos mais negros nas campanhas de publicidade, mas ainda há um universo a ser trabalhado. As empresas já vendem para esse público, seus produtos estão em todo lugar nas grandes comunidades, mas elas ainda não entendem o potencial desse mercado.

A cultura do rap e do hip hop nos traz de forma muito clara essa ligação da quebrada com o desejo do consumo e o consumo em si, bem como a literatura marginal brasileira. É comum a citação de marcas de roupas, carros e relógios de grife nas letras de música de rap e de funk, principalmente do eixo São Paulo-Rio. A música Vida Loka Part. 2 dos Racionais MC's¹⁴ trata disso em diversos trechos:

Não é questão de luxo, não é questão de cor
É questão que fartura alegra um sofredor
Não é questão de preza, nego, a ideia é essa
Miséria traz tristeza e vice-versa
Inconscientemente vem na minha mente inteira
Na loja de tênis, o olhar do parceiro
Feliz de comprar o azul, o vermelho
O balcão, o espelho, o estoque, a modelo
Não importa, dinheiro é puta e abre as porta
Dos castelo de areia que quiser

¹³ Periferias brasileiras devem girar mais de R\$ 7 bilhões só este ano. Por Julio Lewgoy, Valor Investe, 2019. Link em: <[https://valorinveste.globo.com/objetivo/emprenda-se/noticia/2019/08/28/periferias-brasileiras-devem-girar-mais-de-r-7-bilhoes-so-este-ano.ghtml](https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreenda-se/noticia/2019/08/28/periferias-brasileiras-devem-girar-mais-de-r-7-bilhoes-so-este-ano.ghtml)>. Acesso em 08 de Agosto de 2022.

¹⁴ Vida Loka Part. 2. Racionais MC's. Produção: Racionais MC's, DJ Zegon. Gravadora Cosa Nostra, 2002.

Nos dias de hoje, após a ascensão dos rolezinhos, do funk ostentação e do trap, isso está cada vez mais presente. A música “Lui Lui”¹⁵ ¹⁶ das rappers Tasha & Tracie trás essa temática de maneira muito explícita. Seu videoclipe foi produzido pela revista Elle junto ao editorial de moda com as gêmeas, já citado anteriormente. Eles usam o termo “bonde do tá portando” para falarem sobre poderem ter artigos de vestuário e hábitos de consumo desejados. A gíria “portar”, nesse caso, significa que a pessoa está vestida com roupas, tênis e jóias caras e de marca. Esse conjunto de vestuário também é chamado de kit. Um funk do MC Nego Blue¹⁷ que ficou muito popular nos anos 2000 fala também sobre o kit:

Se liga só no naipe dessas minas
Forga de Camaro, Audi e Capitiva
Mas quando chega final de semana
Pesada de kit, ouro e muita grana
Bota o Puma Disk no pé
Que delícia de mulher
Tem Air Max, Flak Jacket
Tem Lui Lui e também Juliette
Bolsa da Louis Vuitton
Vermelho combina o batom
Chama as amiga, bate no rádio
No baile em Leblon

Em “Lui Lui”, o trecho do rapper Febem fala sobre sua ascensão social e a possibilidade de consumir:

Saco de lixo, com uma pá de roupa usada
De primo rico, no cortiço alegrava geral
Nem via o mal, só achava legal
Agora adivinha quem enche de caixa de tênis
A árvore todo Natal?
O filho da tia que não estudou
Mas tem patrocínio internacional
Passo no débito, elas passam mal
Na maioria das vezes, na moral
De golf sapão, na 18 orbital
'Tá tudo em dia, 'tá tudo normal
Kaxeta pocando nas caixas
Pra não esquecer que é louco e sonhador

¹⁵ Tasha & Tracie feat. ONIKA e FEBEM. Lui Lui. Produção: Ceia Ent, 2021.

¹⁶ O título da música é oriundo de uma marca de calçados que era muito popular entre as garotas da periferia nos anos 2000.

¹⁷ DJ Batata, MC Nego Blue. As Mina do Kit. Produção: Pop Funk Produções, 2011.

Pouco pra entender, pouco pra nois
O que fazendo rap playboy conquistou
As ideia é dura e ninguém dá valor
Mas a firma trabalha a todo vapor
Avisa lá quem desacreditou
Que geral 'tá hulk e ninguém caguetou
Aquele que várias vezes não jantou
'Tá Masterchef, de a réu a ref
Mesmo bairro, mesmo CEP

Em seguida, o verso das gêmeas, assim como o do Febem, faz uma comparação entre o antes e depois de seu sucesso:

Sempre quis ter uma Lui Lui
Agora com vários Adidas
Eu revezava dois boot
Hoje eu só pago à vista
Da WH queria blusinha
Plasma 911, comprei meu jaco da Onbongo Staff
Agora uso Ivy Park com saia da Cyclone
Eu era do sharadas surf
Zona norte, vários bonde
Nóis era novin
Quando cê era fã do Justin
Eu era fã do K9
Antes era pista de bico seco
Agora fecha camarote
Quatro mina, whisky, gelo, droga e drink

Notadamente, o tema consumo no rap e no funk aumentou exponencialmente a partir dos anos 2010, durante o segundo mandato do presidente Lula e também com os governos Dilma. Com políticas desenvolvimentistas de acesso ao crédito, distribuição de renda e desoneração de impostos sob a cesta básica e de bens essenciais como, por exemplo, eletrodomésticos, ocorreu uma ampliação do consumo por parte da população mais pobre. André Singer analisa:

Sem falar nos programas específicos, o aumento do salário mínimo, a expansão do crédito popular com aumento da formalização do trabalho (o desemprego caiu de 10,5% em dezembro de 2002 para 8,3% em dezembro de 2005) e a transferência de renda, aliados à contenção de preços, sobretudo da cesta básica (e em alguns casos deflação, como de ocorrência da desoneração fiscal), constituem uma plataforma no sentido de traçar uma direção política para os anseios de certa fração de classe. Não apenas porque objetivamente foram capazes de aumentar a capacidade de consumo de milhões de pessoas de baixíssima renda, como atesta o acesso em grande escala à "classe C", mas também porque sugerem um caminho a

seguir: manutenção da estabilidade com expansão do mercado interno, sobretudo para os setores de baixa renda. Nesse sentido, tais ações colocam Lula à frente de um projeto, que é compatível com aspectos de sua biografia (SINGER, 2009, p. 94).

Foi durante esse período que se popularizaram os chamados “rolezinhos”. No auge das discussões sobre direito à cidade, as manifestações pela redução do valor da passagem do transporte coletivo e críticas ao prefeito Fernando Haddad, que rapidamente se estenderam ao governo federal, comandado por Dilma, os rolezinhos consiste em passeios de jovens periféricos em shoppings da cidade e da região metropolitana de São Paulo, inicialmente, mas que se espalharam por diversas regiões urbanas do Brasil. À época, também era discutida na Câmara uma lei que propunha a proibição dos bailes funk de rua, vetada por Fernando Haddad.¹⁸ Combinados previamente através do Facebook, os rolezinhos incomodaram a classe média paulistana, que viu com estranhamento a aglomeração de jovens que ouviam funk e vestiam-se de forma única. Rapidamente as administrações de shoppings organizaram seus seguranças privados para controlar a presença destes jovens.

O assunto foi amplamente explorado na mídia e ocasionalmente retorna dada às polêmicas em torno dos eventos, que giram em torno principalmente de casos de discriminação e ações desmedidas por parte ainda das administrações de shoppings, seus frequentadores e até mesmo da Polícia Militar. Em entrevista recente concedida para a BBC¹⁹, o pesquisador do Centro de Formação e Pesquisa do Sesc São Paulo, Danilo Cymrot declara que os rolezinhos têm uma centralidade no consumo como forma de integração. Ainda explica que “embora não tivessem um discurso político explícito, os rolezinhos expressavam o direito de circular pela cidade, contra o assédio policial e contra o racismo”. Cymrot destaca que os rolezinhos foram criticados por diversos setores da sociedade, desde os mais conservadores por considerarem os “rolezeiros” arruaceiros, até alguns setores da esquerda que viam a onda dos funk ostentação como uma forma de enaltecer uma lógica de mercado. Em ambos os casos, houve estranhamento e resistência em relação ao uso de artigos de luxo e marcas de grife por parte dos MCs de funk e dos rolezeiros.

¹⁸ Câmara de SP aprova projeto de lei que proíbe bailes funk em via pública. G1 São Paulo, 2013. Link: <<https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/12/camara-de-sp-aprova-projeto-de-lei-que-proibe-bailes-funk-em-publica.html>>. Acesso em 27 de julho de 2022.

¹⁹ Funk faz sucesso no exterior, mas continua a ser atacado no Brasil, diz pesquisador. MACHADO, Leandro para BBC Brasil, 2022. Link em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62355983>>. Acesso em 21 de julho de 2022.

Antes mesmo dos rolezinhos, os Racionais MC's já tratavam do assunto em suas músicas. No monólogo ao fim de Negro Drama, do álbum “Nada como um dia após o outro dia” (2001), Mano Brown afirma, como se falasse com o interlocutor: “Aê, você sai do gueto, mas o gueto nunca sai de você, morou irmão? Cê tá dirigindo um carro, o mundo todo tá de olho em você, morou? Sabe por quê? Pela sua origem, morou, irmão?”. A frase basicamente se refere a forma como é visto o consumo por parte de indivíduos periféricos, pois, ainda que estes possuam poder de compra, o estigma por conta de onde reside, ou ainda pela cor da pele, tema central da música, persiste.

Em casos de racismo, essas queixas são ainda mais comuns, sendo uma pauta de diversos setores do Movimento Negro dado à quantidade de situações em que pessoas pretas, pobres ou não, são abordadas em lojas de forma violenta, acusadas de furto. Em Porto Alegre, no ano de 2020 um jovem negro foi espancado até a morte em um supermercado da Rede Carrefour por um grupo de seguranças de forma covarde e desmedida²⁰. Ainda este ano, a pesquisadora, cientista da computação e influencer Nina Da Hora denunciou, ainda este ano, um caso de racismo na Livraria Travessa na Zona Sul do Rio de Janeiro enquanto comprava livros para a irmã²¹. Ela foi abordada por um segurança que a questionou onde ela morava. Ainda que a jovem fosse cliente assídua da loja, conforme comprovou através de notas fiscais das últimas compras, e tivesse poder de compra, ainda assim foi colocada numa posição estigmatizada por conta de sua identidade racial, que também foi automaticamente associada à uma localidade marginalizada, expressa no questionamento de onde ela moraria.

Os rolezinhos nos mostram as ligações dos jovens das periferias com o lazer e a cultura, especialmente aquela nascida na periferia. Além disso, elucida bem a questão do consumo e do acesso ao poder aquisitivo e o modo que o restante da cidade lida com essa suposta integração. O traço independente na produção do funk e seus bailes e a autonomia na organização dos rolezinhos se choca com educadores e projetos sociais com perspectivas assistencialistas e funcionalista. Para Alexandre

²⁰ Caso João Alberto: o que se sabe um ano depois do assassinato em supermercado de Porto Alegre. G1 RS, 2021. Link em: <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2021/11/19/caso-jao-alberto-o-que-se-sabe-um-ano-depois-do-assassinato-em-supermercado-de-porto-alegre.ghml>>. Acesso em 21 de julho de 2022.

²¹ Rio: cientista Nina da Hora denuncia racismo em livraria no Leblon. DUTRA, Daniele. Metrópoles, 2022. Link em: <<https://www.metropoles.com/brasil/rio-cientista-nina-da-hora-denuncia-racismo-em-livraria-no-leblon>>. Acesso em 21 de julho de 2022.

Barbosa Pereira, “um dos grandes erros desse enfoque é o de não dialogar de nenhuma forma, ou o fazer muito pouco, com os jovens e ignorar a rica produção cultural contemporânea de diferentes localidades periféricas” (BERTELLI, 2017, p. 171).

Entendemos, portanto, que o consumo nas periferias é particular de sua realidade, e que este é estigmatizado em várias situações, através de vários instrumentos sociais. Os moradores da periferia não são uma massa homogênea economicamente falando e existem famílias em diferentes estratos sociais. O tema consumo é recorrente nas produções artísticas e basal na dinâmica em que os indivíduos periféricos se relacionam com sua cultura.

Mas, ao se tratar especificamente da cultura nerd, cujo nascimento é de outra origem: qual a relação desta e as periferias?

2.2 Afinal, as periferias consomem cultura nerd?

Não é surpreendente que haja um estranhamento ao juntarmos essas duas palavras: nerd e periferia. Para além do consumo, o estereótipo associado ao sujeito periférico em nada se relaciona com o estereótipo nerd. Quando falamos de nerds periféricos, nerds pobres, os nerds e geeks que não estão em nenhum estereótipo, de nenhum marco, da identidade nerd. Esse grupo sequer *consome* essa cultura?

Para nos ajudar a entender a penetração da cultura nerd dentro das realidades periféricas, me utilizarei do Ferréz, escritor paulista, criado no Capão Redondo, extremo-sul de São Paulo, nerd autodeclarado e um dos maiores nomes da Literatura Marginal. Sua maior obra, “*Capão Pecado*” (2000), traz uma narrativa que elucida aquilo que viveu durante sua juventude: um ambiente permeado pela violência e pelo crime, pela violência policial e o racismo. Alguns elementos da cultura pop e nerd transparecem ao longo da obra. O personagem principal, Rael, é um garoto que gosta muito de ler, principalmente histórias em quadrinhos. Também há cenas de Rael e seus colegas jogando videogames e falando de super heróis. Várias vezes ao longo da narrativa isso - o apreço de Rael pela literatura - aparece como um motivo de estranhamento e afastamento entre ele e seus colegas. Talvez haja uma similaridade entre Rael e o próprio Ferréz, que relata em diversas entrevistas concedidas à mídias

independentes o quanto as pessoas de seu convívio o viam como alguém louco por gostar tanto de ler, por passar longas horas dentro de casa escrevendo seus livros.

Na nota a 6^a edição de Capão Pecado, Ferréz descreve:

Na vizinhança, o apoio era raro. Diziam que o filho do Raimundo estava ficando louco, o dia todo naquele quartinho, que quem estudava demais dava nisso, virava “bicha”, talvez crente, ou, pior ainda para eles, professor (FERRÉZ, 2020, p. 15).

E em outro trecho, fala dos amigos que, embora não compartilhassem o interesse com a literatura, o apoiaram mesmo assim:

Sempre vai ficar na minha memória a empolgação do Alex (Ratão) quanto o livro saiu. E a do Fábio Martins (Cebola), que durante uma semana direto foi comigo até a pequena sala da editoria para que eu usasse o computador de lá, e dormia no chão enquanto eu digitava o final do livro. E depois, durante anos, carregou a bolsa com os livros, e tantos bares e eventos em que fomos vender e o tanto de ônibus que passamos por baixo da catraca... A Marisa Moura e manos como Nego Du, comentando página por página, o Jorge (Santista) se preparando para filmar as festas na quebrada, o Marquinhos gritando na minha janela: “Nal, e o livro, já acabou?”.

Sim, irmão! O livro ficou pronto, e vocês estão aqui comigo, em cada linha, em cada vírgula. Ninguém vai apagar mais nossa história (FERRÉZ, 2020, p. 16).

De família pobre, Ferréz conta em entrevista concedida ao Canal do LØAD²² no Youtube sobre sua vivência nerd enquanto jovem de periferia.

Cara, eu passei minha infância toda, minha juventude toda com os caras falando que eu tava errado. Então se alguém tá falando que cê tá errado, continua. (...) Não vá pela massa. A massa é problemática. Eu tive uma infância pobre, muito pobre. Meu pai sempre foi motorista de ônibus, minha mãe sempre foi faxineira (...). Dali, mano, eu peguei as principais coisas. Meu pai sempre falou “seja honesto”, “meu filho, estuda, conhecimento ninguém vai te roubar”. Cresci com essa frase; “conhecimento ninguém rouba”. Um tênis rouba, relógio rouba, mas o que eu aprender, não. Daí comecei a me dedicar nos quadrinhos, comecei a ler livros, nunca abandonei os quadrinhos. (FERRÉZ, 2018).

Em Capão Pecado, o pai de um dos meninos usa a mesma frase com frequência: “Estude, meu filho”. A educação, em diversos momentos, aparece como um meio para sair da lógica, do ciclo vicioso de violência e crime. Também aparece o desejo pelo consumo como um dos motores para esse ciclo. Ferréz conta em

²² Ferréz. [jun. 2018]. Entrevistador: LØAD. São Paulo, 2018. Entrevista na íntegra disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=M3Jks56_pKM>.

entrevista com a Super Libris²³ que sua relação com o consumo não inclui relógio, tênis, carros, mas sim os já citados *action-figures*, livros e histórias em quadrinhos.



Figura 5 - Frame da entrevista supracitada “Como a cultura pop influenciou Ferréz”, onde podemos ver atrás dos dois algumas estantes da coleção de livros e quadrinhos do escritor. Recorte do Youtube.

Ferréz também relaciona essa tendência do colecionismo à sua experiência empreendedora. Além de escritor, também é dono de uma marca de roupas muito famosa na Zona Sul de São Paulo, chamada 1dasul. A marca é utilizada por MCs de rap e funk da metrópole, e estes são referências de estilo e moda para outros periféricos, o que a coloca em grande destaque.

²³ Ferréz | Episódio completo: Quando a periferia está no centro | Super Libris. SescTV, 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Rs-v4YMRXqw&t=391s>>. Acesso em ab. 2022.



Figura 6 - Rapper Criolo, nascido e criado no Grajaú, usando uma camiseta com logo da 1dasul.

Na mesma entrevista, o autor relata que seu interesse por quadrinhos veio de muito novo e que persistiu até os dias de hoje. Ele conta que, quando mais novo, trabalhava em “bicos” e gastava todo o dinheiro livre nestes dois elementos constituintes do imaginário nerd: HQs e *action-figures*.

Todo dinheirinho que eu tinha eu pedia pro meu pai: ‘Pai, me dá dinheiro pra comprar gibi’ (...) E fui crescendo assim, cara. Quando eu entrei no meu primeiro trampo com 12 anos, todo o meu salário todo mês era gibi. Eu deixava todo meu dinheiro na banca. Eu cheguei a ter conta em banca de jornal. (...) Ajudava minha mãe um pouquinho e meu pai um pouquinho, mas o resto ficava tudo com gibi. Passei a vida toda lendo gibi (Ferréz, 2018).

Também comenta sobre o gosto pelos brinquedos ter começado por presentes que a mãe dava, quando criança, de versões pirateadas das *action-figures* compradas na feira.

A pirataria aparece como um grande possibilitador do consumo nas periferias de diversos objetos, e na cultura nerd ele aparece de forma massiva. Como moradora de periferia paulistana, não posso deixar de citar até mesmo uma certa nostalgia sobre o tema. No final dos anos 2000, meados de 2010, quando algumas famílias conseguiram adquirir uma TV e um aparelho de DVD, não era raro avistar várias barraquinhas de camelôs vendendo filmes e videogames pirateados.

A pirataria e sua circulação inclusive podem ser exemplos de como os circuitos inferiores presentes nas periferias paulistas supriram a dificuldade em acessar o entretenimento nerd. Assim como explicado por Milton Santos na sua teoria dos circuitos da economia urbana, as técnicas utilizadas na pirataria advém de um avanço tecnológico-informacional do grande capital. O conteúdo pirateado é também fruto da grande indústria do entretenimento. A originalidade está nas formas de distribuição e, muitas vezes, de tratamento e utilização do material adquirido através da pirataria. O uso da técnica na cópia de materiais audiovisuais e literários com ampla distribuição da Internet é também um desvio das funções às quais foram desenvolvidas.

A pirataria de filmes, desenhos e videogames distribuída através da venda ambulante ou camelôs torna-se um nicho de mercado do circuito inferior urbano brasileiro.

Com isso, esses conteúdos que estariam restritos àqueles que podem pagar os altos custos de um original, tornam-se mais acessíveis e o nicho de mercado dessa indústria do entretenimento se alarga sem que haja nenhum tipo de investimento direto. A distribuição de cópias torna-se, portanto, uma das maiores publicidades de sucesso destes materiais. É interessante pensar que a maior das publicidades deste nicho passa a ser perseguida e criminalizada.

A popularização do PlayStation 2, videogame da Sony e o mais vendido do mundo todo, se deu muito provavelmente graças à pirataria²⁴. Além do custo do console, os games em si saíam muito caros. O GTA (*Grand Theft Auto*) se tornou o jogo mais vendido do mundo e se tornou muito procurado no Brasil, bem como o PES (*Pro Evolution Soccer*). Era possível encontrar um CD com estes jogos gravados em qualquer camelô a 2 por R\$ 10,00.

A tentativa de combate à pirataria se escora no argumento de que a indústria estaria perdendo dinheiro, perdendo um mercado que passa a consumir suas produções por um valor baixíssimo e que não retornaria em lucro. Mas, conforme enfatizei acima, a pirataria funciona como uma espécie de publicidade. Além do mais, quem compra pirata é justamente por não ter como acessar estes conteúdos pelas maneiras oferecidas por seus distribuidores originais.

²⁴ Como a pirataria popularizou os jogos no Brasil. Por Guilherme Sommadossi para o Canaltech. Outubro de 2021. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/games/como-a-pirataria-popularizou-os-jogos-no-brasil-198789/>>. Acesso em 19 jun. 2022.

Embora o custo seja baixo e as formas de acessar o material cada vez mais facilitadas (primeiro através da cópia em CD, depois em *adwares* de instalação gratuita, sites, *softwares* livres, conforme a população foi tendo acesso a computadores e celular com internet), nem sempre a reprodução desse conteúdo possui grande qualidade - ainda mais quando muito próximo ao seu lançamento. No caso do acesso online, as plataformas de *download* de conteúdos gratuitos se tornaram ninhos de propaganda de sites adultos e de vírus com potencial de prejudicar o funcionamento do sistema operacional dos equipamentos, bem como clonar ou deletar dados pessoais armazenados.

No caso dos nerds nos dias de hoje, que atribuem enorme valor simbólico aos seus bens e possuem apreço pelo colecionismo, há ainda menos sentido na preferência por objetos pirateados. O que acontece, a bem da verdade, é que muitas vezes esta é a única forma de sequer ter contato com estes conteúdos. No âmbito dos games, também podemos citar o *Counter Strike*, que foi febre nos anos 2000 no Brasil e trouxe diversos jovens, inclusive de periferia, para dentro das *lan houses*²⁵, no auge da popularização dos computadores e da internet no país. Embora o jogo oferecesse a opção de jogar em multiplayers, isso requeria uma licença paga. Essas *lan houses* utilizavam redes locais para que seus clientes pudessem se divertir em grupo. O *League of Legends*, apesar de gratuito, teve sua popularização já no período em que estes locais já estavam em declínio, com o aumento do uso de smartphones e de um aumento na popularização dos computadores dentro das casas brasileiras.

²⁵ Estabelecimentos comerciais com diversos computadores para uso pago por hora.

2.3 A presença da cultura nerd na cultura periférica

Desde os anos 90, as redes abertas de televisão têm importado para a programação infantil diversas animações canônicas da cultura nerd. Desenhos de heróis, animes japoneses, franquias de blockbuster aclamados no mundo nerd. Não raramente a menção a essas histórias aparece em obras periféricas. No próprio *Capão Pecado*, Rael fala sobre os programas que assistia e tanto gostava na TV:

O Zorro chamava seu amigo Tonto, os Flinstones e os Jetsons aprontavam no passado e no futuro, o Pica-Pau nunca se dava mal, o gato Félix continuava engenhoso e tirando de tudo de sua bolsa mágica, o gorila Maguila pedia para ser adotado, o Manda-Chuva sempre tapeava a polícia local; ele nunca gostou de *Eu Amo Lucy*, achava que era para menininha. Seus preferidos mesmo eram os heróis de ponta de desenhos e seriados como *Super-Homem*, *Batman*, *Flipper*, *Patrulha Estelar*, *Speec Racer*, *Jonny Quest*, *Combat*, *Bonanza*, *Daniel Boone*, *Rin Tin Tin*, e os superseriados japoneses, *Robô Gigante*, *Vingadores do Espaço*, *Spectreman*. O fenomenal Ultraman parecia fraco quando a luz em seu peito começava a piscar, mas com o Ultraseven não tinha nada de frescura não, ele cortava os monstros no meio, arrancava-lhes a cabeça e depois voltava para base como o humano Kenji, sem nenhum remorso. A série era tão pesada que só passava à noite, e foi proibida em quase todos os estados americanos, sendo liberada só para o Havaí (FERRÉZ, 2000).

As referências à cultura nerd já apareceram no funk, no rap e no axé brasileiros mais de uma vez. Em 1998 Marcelo D2 lançou música com Black Alien que levava o título *O Império contra ataca*²⁶, em referência ao Episódio V da franquia de *Star Wars* (2004). Em *O Rei da Montanha* do grupo Facção Central (2006) há uma referência à Marvel, a maior editora de história em quadrinhos do mundo nos dias de hoje, falando dos mutantes, os heróis das revistas *X-Men*.

Nos Estados Unidos, essa união parece ainda mais presente e funciona de forma bilateral. Ela nasce também da iniciativa das editoras. No documentário *Marvel 75 Years: from pulp to pop!* (2014) é contada a história de origem da editora, e um de seus maiores sucessos. Nos anos 1960, com a expansão das discussões sobre direitos humanos nos EUA, a editora se alinhou junto à diversas pautas como a por equidade racial e de gênero, e incluiu os temas nas narrativas de seus quadrinhos,

²⁶ Guerra nas Estrelas: O Império Contra-Ataca. Direção: Irvin Kershner. Produção: Gary Kurtz. Lucasfilm. Ltda, 1980.

tendo lançado as histórias do herói *Pantera Negra* (primeira aparição em 1966), e os próprios *X-Men* (primeiro lançamento em 1963), que têm como pano de fundo a luta contra um preconceito de maneira metafórica.

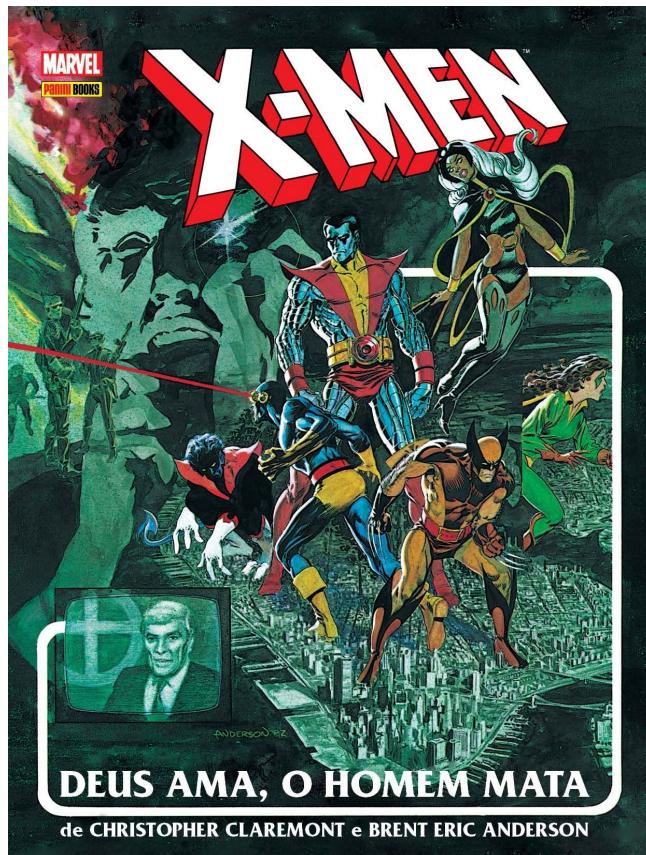


Figura 7 - Capa do Volume 1 da Série X-Men: Deus Ama, o Homem Mata (1982). Fonte: Amazon.

São vários os quadrinhos, para além da Marvel Comics, que já homenagearam nomes do hip hop estadunidense, sendo um título de destaque o quadrinho *Hip Hop Genealogia*. Em seguida, Ed Piskor, o autor, foi convidado para compilar e ilustrar uma versão cronológica das histórias de *X-Men*, o que resultou no *X-Men: Grand design* em três volumes.

Mano Brown recentemente participou de uma campanha do jogo Free Fire junto do cantor e ator Jottapê, com uma música chamada *Zé Guaritinha*. Na letra, Brown fala sobre as *lan houses*:

Cruzamos favelas, passamos em telas
Desde o tempo da *lan house*
Eram sonhadores com um mouse

Planejando impérios em escombros
Flutua igual Mohammed Ali
Com peso do mundo sobre os ombros²⁷.

Emicida, um dos compositores da música, é um dos rappers da atualidade que mais faz referência à cultura pop e um nerd assumido, fazendo parcerias com produtoras de games. Ele dublou o personagem Ekko, do jogo *League of Legends*, na sua skin *True Damage*²⁸.



Figura 8 - *Splash art* do personagem Ekko na skin *True Damage*. Riot Games, 2019.

²⁷ “Zé Guarinha”. Interpretada por: Mano Brown e MC Jottapê. Composição: Emicida, Ezequiel, Felipe Junqueira e Samuel Ferrari. Produção Garena Free Fire.

²⁸ Do inglês “pele”, refere-se a um visual alternativo para um personagem virtual. *True Damage* significa “dano verdadeiro” e

2.4 A Perifacon e o nerd periférico em foco

As fundadoras do projeto são Andreza Delgado, Gabrielly Nogueira, Igor Nogueira e Luíse Tavares, jovens negras e periféricas. Segundo a entrevista concedida por Igor Nogueira, uma das fundadoras da PerifaCon, o pontapé inicial do projeto foi um sonho individual que se mostrou coletivo. Em entrevista com uma das fundadoras do Perifacon, Igor Nogueira, fica muito óbvio que essa é uma visão compartilhada. Quando perguntei o que pensava sobre a periferia enquanto consumidora de conteúdo nerd, respondeu:

O que acontece para quem é de periferia, é o interrompimento desse conteúdo, né? Acontece que a experiência de você consumir a cultura pop, ela é interrompida no momento em que existe o continuar da experiência. Ela começa no que? Num quadrinho, numa série, num filme, e ela termina ali. Você não tem contato com mais nada além disso. E a periferia consome demais, sempre assistiu filme, sempre gostou de séries, sempre deu um jeito de assistir tudo, nem que seja com a pirataria. Sempre deu um jeito, sempre esteve presente no consumo de tudo dentro da cultura pop. Só que aí você poder [...] conhecer o autor do livro, os atores da série, enfim, o diretor [...] Ter a experiência total do material, ela é interrompida porque você não consegue acessar os lugares onde essa experiência acontece. Então, é por isso que o PerifaCon existe, para poder dar acesso a esse tipo de conteúdo, a essa experiência completa pras pessoas, esse conteúdo que ela já consome. E o que a gente fala muito é que a gente precisa aproximar a cultura pop da periferia, porque a gente já consome, só que a gente quer ela perto da nossa casa. A gente não quer que a gente tenha que se deslocar durante duas horas e meia pra ir em um evento, sabe? Ainda ter que pagar um ingresso, ainda ter que se sentir [não] pertencente àquele lugar, e tudo o mais. A gente quer trazer isso para a porta da casa das pessoas. Tanto que o PerifaCon é a prova disso. A gente coloca dentro do nosso evento um espaço de lojas, né, de quadrinhos, lojas geek, editoras e tudo o mais, e esse espaço simplesmente acaba em horas. As

pessoas consumiram tudo, as editoras não estavam nem prontas pra aquilo, estavam achando inclusive que não ia vender. E tudo acaba muito rápido! A Companhia das Letras tava vendendo Game of Thrones a dez reais, eles esgotaram em 15 minutos! [...] Todo mundo consome Game of Thrones, só que você ter o livro na porta da sua casa a dez reais é muito diferente (Igor).

Quando questionei à Igor como ela via a questão do nerd periférico, ela responde:

Por muito tempo o termo foi pejorativo e ele ainda é [...] pra certos corpos [...] porque ele é está ligado ao consumo. E aí como as marcas entenderam que “nerd” tá muito ligado ao consumo, então hoje ser nerd tá sendo muito mais legal. Porque as marcas estão querendo cada vez mais buscar esse público. Logo, o público de periferia não consegue chegar a esse consumo. Antes nerd não era ser legal, agora ser nerd não é para todo mundo. Você precisa chegar a um certo patamar de classe social pra você poder alcançar. Sendo que ser nerd, no nosso entendimento de ser nerd, é simplesmente as pessoas que são aficionadas a alguma coisa, e isso pode ser qualquer coisa. Então você lê um livro e você quer buscar mais informações sobre ele, sabe? Quem são os autores, quem é a editora, quem é não sei o que, e tal. E você pesquisar sobre isso, isso é ser nerd. E isso pode ser sobre qualquer assunto, não precisa ser necessariamente só sobre super-herói. Pode ser sobre ciência, pode ser sobre literatura, pode ser sobre qualquer tipo de assunto. E aí o que eu vejo [...], é que ser nerd deixou de ser tanto pejorativo, mas ao mesmo tempo ainda é excludente. Porque as empresas, a indústria hoje enxerga o potencial nesse público, mas não é exatamente o público, o público “classe A”. Então pra ser nerd você ainda precisa ter dinheiro (Igor).

Para entender a dimensão da Perifacon: a Comic Con das Favelas como um sonho, devemos entender, primeiramente, o que é a Comic Con San Diego e sua versão brasileira, a CCXP.

O evento somente se expandiu desde sua criação, nos anos 60, e se tornou mundialmente famoso principalmente a partir dos anos 2000, graças às redes sociais. Hoje a Comic Con é um painel de diversas marcas do ramo do entretenimento e da cultura pop, e vai para além de uma pequena convenção. É o evento-chefe para divulgação de novos lançamentos do mundo dos quadrinhos, jogos, filmes, séries, animações, etc. Não é realizado somente na Califórnia, onde surgiu, mas também em Nova Iorque, Salt Lake City e em São Paulo, desde 2014. A convenção de São Paulo ganhou a marca de maior Comic Con Experience do mundo em 2016, pelo volume de seu público: a CCXP.

Neste mesmo ano o valor do ingresso para o primeiro dia do evento custava R\$69,99 com meia-entrada no primeiro lote. O pacote para os quatro dias de evento foi disponibilizado por R\$319,90. Um valor alto para a realidade brasileira, até mesmo a paulistana. O salário mínimo no Estado havia acabado de alcançar a marca de R\$1 mil. Os valores dos ingressos foram encontrados numa matéria do R7²⁹ do mesmo ano, que salientam também a possibilidade da compra do ingresso com cartão de crédito e parcelamento. Sabemos, portanto, que o evento torna-se acessível somente para uma determinada classe, e aspiração de uma outra, que chega a se endividar para realizar seu desejo de consumo.

A importância do evento não é somente para quem consome, mas para quem vende. Para além de grandes marcas, uma atração de grande importância da CCXP é o *Artist Alley* (“Beco dos Artistas” em tradução literal), um espaço da feira reservado para a exposição do trabalho de quadrinistas, ilustradores, artesãos, entre outros que têm seu trabalho voltado para cultura pop. Esses artistas são convidados pela administração e curadoria do evento, e a CCXP também abre inscrições, bastante disputadas, para os artistas interessados em ocupar os stands (ou banquinhas). A disputa se dá pelo alcance do *Artist Alley*, para além das vendas, a possibilidade de estabelecer contatos com grandes nomes do mercado do quadrinho e ilustração, e o prestígio de compor a maior feira de cultura pop do mundo. Sendo assim, como o público consumidor, também é limitado o acesso dos artistas. Esses artistas são geralmente trabalhadores autônomos e freelancers.

²⁹ Ingressos para a Comic Con estão à venda! Veja os preços. Felipe Gladiador para Portal R7. 11 de Abril de 2016. Portal R7. Disponível em: <<https://entretenimento.r7.com/pop/ingressos-para-a-comic-con-experience-2016-ja-estao-a-venda-veja-os-precos-04102019>>. Acesso em jun. 2021.

Apesar do termo nerd e a construção do estereótipo ter sua origem na classe média suburbana estadunidense, a forma como a cultura nerd se difundiu nos mostra que, até então, ela não havia sido propriamente elitizada, restrita à uma classe ou outra. Na verdade, o estereótipo residia justamente na exclusão dos indivíduos e na estigmatização de seus interesses. Até por isso, faziam parte de uma cultura exclusiva, de nicho. Obviamente isso mudou, com a identidade nerd sendo associada quase que exclusivamente a objetos, ao consumo, dificilmente será vista em espaços e indivíduos com menor poder aquisitivo da mesma forma (MATOS, 2014).

Além disso, há a problemática de origem do estereótipo nerd que exclui minorias raciais, de gênero e sexualidade. Somadas, o ambiente nerd - esses eventos sendo grandes encontros de indivíduos que se reafirmam e que positivam os traços romantizados do ser nerd - são um prato cheio para a exclusão de todos os outros grupos.

A questão do ser nerd como algo pejorativo ou romantizado, e como o mercado do entretenimento recontextualiza sua estratégia de negócios, e afeta até mesmo outros mercados. A ressignificação do fã de ficção científica, quadrinhos, anime e mangá tem se mostrado bastante lucrativa. Cada dia mais surgem produções da indústria do entretenimento voltadas para cultura pop com elementos clássicos das obras nerds.

Na segunda edição da Perifacon, realizada em 31 de julho, a Ponte Jornalismo entrevistou alguns dos jovens de periferia presentes no evento para responder à seguinte pergunta: como é ser nerd na quebrada? O resultado foi um material em formato de stories no Instagram e publicado no site da Terra³⁰. Dentro das respostas, há uma recorrência nas falas sobre o acesso a eventos e às obras que são amantes. Cíntia, do Jardim Umarizal, na Zona Sul de São Paulo, diz:

A localidade, a raça e a condição social diferenciam os jovens nerds da periferia dos demais. A gente não consegue ir em outros eventos desse tipo porque é caro e a gente não consegue acessar. É importante também

³⁰ Como é ser nerd na quebrada? Por Daniel Arroyo para Ponte Jornalismo. 31 de julho de 2022. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/amp/story/comunidade/visao-do-corre/role-de-quebrada/perifacon/como-esser-nerd-na-quebrada,5fb0a1b5de2cea0b775dff3186e768bccx970m6.html>>. Acesso em 1 de Agosto de 2022.

a gente ocupar o nosso espaço e esse tipo de conteúdo chegar na periferia, porque já vai ser diferente para as novas gerações (Cíntia).

Nuno Jr., da Chácara Santana, na Zona Sul, fala sobre o quanto a cultura nerd permeou sua realidade, mas que nunca se viu como um nerd por parecer algo tão distante.

Hoje é mais fácil ter acesso a mais animes e games do que antigamente, mas a quebrada sempre foi nerd e geek, mas nunca se tocou. Todo mundo já assistiu Dragon Ball Z alguma vez na vida ou está jogando Free Fire (Nuno Jr.).

Yorhan Araújo, de Osasco, comenta também sobre a interrupção do consumo pela falta do acesso.

É não ter acesso a todos os conteúdos que gostaria. Às vezes pega a primeira edição de uma revista, mas não tem acesso à segunda e só vai conseguir voltar pra história na edição três ou quatro. Eventos como esse aqui são importantes por trazer a cultura pop para a quebrada (Yorhan).

Durante a entrevista que conduzi com Igor, sugeri que a pirataria teria um importante papel em conseguirmos acessar aquilo que está tão distante. Algumas coisas como filmes e séries, nos dias de hoje, parecem muito mais próximas graças à internet. Igor responde: “*É isso que as marcas não conseguem entender, que a gente consome de qualquer jeito. A gente vai consumir, a gente vai baixar o Torrent pra assistir o filme d’Os Eternos*³¹”.

Nos dias de hoje, com a crescente dos streamings e após alguns anos de legislações e ações de combate à pirataria, principalmente nos EUA, onde a maior parte dos conteúdos copiados são postados, cada vez mais soluções de distribuição gratuita de conteúdo são disponibilizadas. A capilarização da internet nas periferias brasileiras, principalmente nos grandes centros urbanos, através dos smartphones (BERTOLLO, 2019) permite que, por um baixo custo, quem não tem acesso aos

³¹ Os Eternos. Direção: Chlöe Zhao. Produção: Kevin Feige. Marvel Studios, 2021.

cinemas e aos streamings, continue consumindo conteúdos nerd. Em entrevista com Load, Ferréz também fala sobre a cultura nerd estar tão presente graças, justamente, aos filmes. Segundo ele, “o cara, ele gosta por causa dos filmes, mas ele também não lê, não se aprofunda na obra. Então a gente continua meio sozinho”. Como apontado por Igor, a interrupção do consumo está aí, o aprofundamento da obra não acontece devido a falta de acesso à experiência completa.

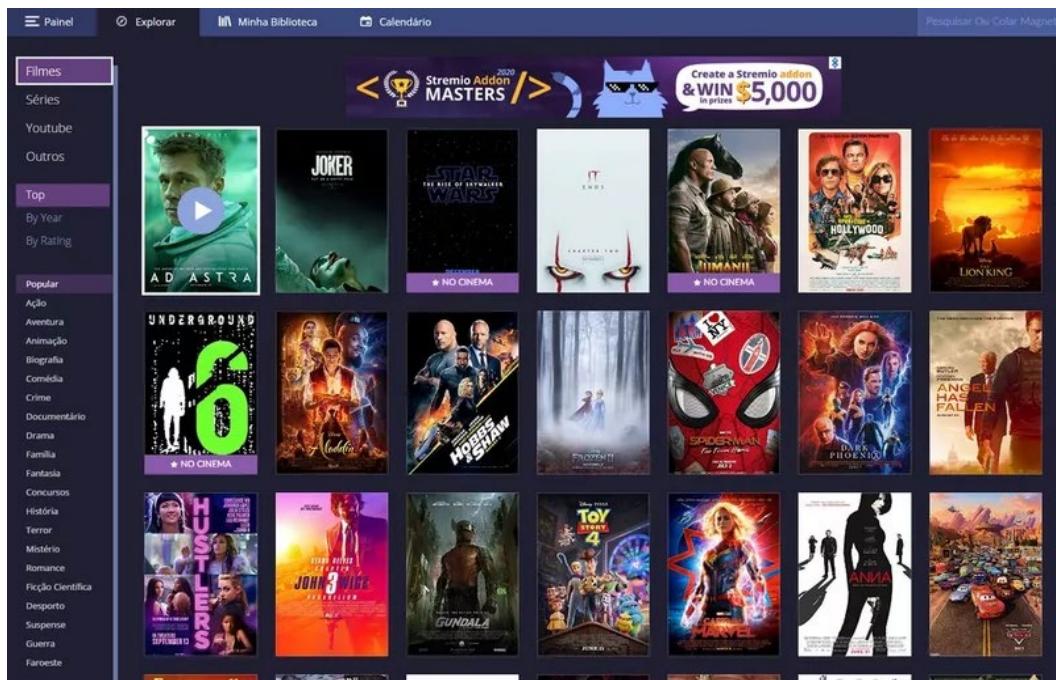


Figura 9 - Captura de tela da plataforma Stremio, interface criada para facilitar o download e a exibição de arquivos Torrent.

Em suma, podemos concluir que as periferias têm meios alternativos, fora da esfera proposta pela indústria do entretenimento, para consumir cultura nerd e que esta faz parte do seu cotidiano, do seu arcabouço cultural, e está referenciada nas produções periféricas. Mas este consumo não é legitimado, pois ele não participa da experiência, ele não conversa com a comunidade nerd que têm acesso ao cinema, aos quadrinhos e aos livros. Além disso, o consumo deste jovem é essencialmente imaterial, ou seja, ele assiste a um filme, lê um quadrinho, mas não exibe os objetos que seriam bens simbólicos e caracterizadores da identidade nerd nos dias de hoje (MATOS, 2014). O jovem de periferia é, portanto, frequentemente excluído desta comunidade.

Apesar disso, nascem cada dia mais iniciativas no sentido de reafirmar a identidade nerd também nas periferias e por corpos marginalizados, pois hoje há um aumento gradativo do espaço para os nerds no mercado de trabalho, formal e informal, e o ser nerd segue em disputa.

O sonho coletivo da Perifacon de acessar eventos e locais onde a experiência e imersão no mundo nerd é oferecida foi muito bem sucedido. Em sua primeira edição, a Perifacon trouxe ao extremo-sul de São Paulo um gostinho do que seria ter no quintal de casa uma loja Geek³², uma convenção de quadrinhos e um pouquinho da CCXP.

Pensando justamente no fato da periferia ter sim esse interesse, e vivenciar essa cultura, é que surge a Perifacon. O questionamento inicial: por que nunca fomos à CCXP? Por que aqui não temos uma livraria, uma loja de quadrinhos, uma exposição de ilustrações?

A Perifacon nasce como uma iniciativa para trazer um evento com a mesma temática, mas acessível a um público que também tem a afeição pela cultura pop - que, como já discutimos, se relaciona de forma muito intrínseca com a cultura nerd - mas que não tem acesso a tais encontros, sequer se encaixa em tal estereótipo aos olhos do senso comum, por serem pessoas pobres, moradores de favelas ou das periferias da cidade.

Surge como ideia de ser somente um evento de feira de quadrinhos na periferia. Embora se tenha notícia de produções do gênero de artistas periféricos - um grande exemplo é “Os Inimigos Não Mandam Flores” (2015) com roteiro do Ferréz e ilustrado por Alexandre de Mayo -, de rodas de conversa em feiras e eventos sobre cultura e literatura na periferia, não há registros de um encontro voltado exclusivamente para o tema, o que já coloca o Perifacon num ponto fora da curva. Mas o formato do evento, baseado em financiamento coletivo, e a divulgação nas redes sociais, que alcançou os jornais, e em seguida a TV, foram essenciais para que fosse muito mais, assim como a Comic Con é mais que uma feira de quadrinhos, contando com exposições, workshops, mesas de discussão e até mesmo um concurso de cosplay. A ideia que criou o Perifacon foi aproximar a cultura pop das periferias de São Paulo. Convencionar que a cada ano o evento rotacionasse entre

³² Antiga loja da Livraria Cultura voltada para obras, acessórios e jogos nerd e geek.

as principais zonas da cidade provavelmente faria com que esse objetivo ficasse mais próximo ainda de se concretizar.

O objetivo do evento é que ele seja itinerante, que ele aconteça em cada edição em uma periferia diferente. Exatamente porque a gente vê que as periferias são plurais, cada região tem suas peculiaridades. Tanto que a gente ia fazer na Cidade Tiradentes em 2020, e aí por conta da pandemia não fez. A gente vai fazer na Brasilândia agora, mas a gente quer muito voltar para a Cidade Tiradentes depois.

Mas o evento muda completamente, sendo na Zona Leste, sendo na Zona Norte. Até porque a gente constrói o evento junto com a comunidade local. A gente abre edital para várias áreas do nosso evento, principalmente a área de alimentação. A praça de alimentação (...) é construída com os gastronômicos da região. Com as pessoas que fazem o serviço de culinária e vendem alimentos na região. Então na Brasilândia a gente não pode chamar o pessoal da Cidade Tiradentes, a gente se preocupa com a economia local de onde a gente vai fazer (Igor).

O evento ocorreu na Fábrica de Cultura do Capão Redondo em março de 2019 e recebeu um público de mais de 4 mil pessoas, maior do que o esperado. Não entram na conta as pessoas que acabaram ficando do lado de fora, por conta da capacidade de lotação do edifício. Contou com jovens para além do bairro do Capão Redondo, pois era um evento único, com convidados estimados como a loja 4P - Poder Para o Povo Preto do DJ KL Jay, com preços de oferta (e o próprio, é claro), integrantes da Chiaroscuro Studios, uma das maiores agências de quadrinistas e ilustradores do Brasil, o MC Rashid, etc.

Já no ano seguinte foi marcado para ocorrer na Zona Leste de São Paulo, no Centro de Formação Cultural da Cidade Tiradentes, mas foi cancelado por conta da pandemia, e foi realizado um evento digital chamado “Brotando nas Redes”, com painéis, concurso de cosplay premiado e um ciclo de formação de quadrinistas e ilustradores no formato de lives, todo o conteúdo aberto e gratuito.



Figura 10 - Flyer do evento virtual Brotando nas Redes realizado pela Perifacon.

Após a primeira edição, as portas que se abriram foram ainda maiores, e a Perifacon passou a oferecer serviços de consultorias de artistas, de forma a conectar marcas a trabalhadores periféricos, lançou editais para publicação de artistas independentes junto a editoras, cursos e até mesmo um podcast. Um modelo similar de empreendimento que se baseia na economia solidária, especificamente das comunidades do Capão Redondo e Campo Limpo, é a Agência Solano Trindade³³.

Quando a gente olha na internet e vê o público falando como aquilo era incrível, inovador, como precisava, e como tinha uma demanda, e que o nosso sonho, era o sonho de muita gente, a gente falou “peraí, a gente tem um negócio aqui, a gente tem alguma coisa, vamos fazer”. E foi o que a gente fez. Só que a gente era, enfim, muito mais jovens, com muito menos experiências de empreendedorismo, de administração de empresas, de produção de eventos. A gente não tinha nada disso, só que a gente fez acontecer, na medida que deu pra fazer. Com crowdfunding, (...) com a

³³ “O nosso trabalho é chegar antes do fuzil na vida dos jovens. Por isso trabalhamos com empreendedorismo”. Por Maisa Ifante para o Projeto Draft, 2019. Link em: <<https://www.projetodraft.com/o-nosso-trabalho-e-chegar-antes-do-fuzil-na-vida-dos-jovens-por-isso-trabalhamos-com-empreendedorismo/>>. Acesso em 26 de Agosto de 2022.

construção de um evento com muita gente ajudando. E foi assim que o Perifacon aconteceu. A gente apostou todas as fichas. Eu perdi meu emprego, a Andreza perdeu o emprego dela, foi nesse nível. A gente apostou tudo numa coisa que em momento algum a gente esperava um retorno financeiro. Até porque a gente não buscou isso. A gente não cobrou entrada, a gente não cobrou dos artistas pagarem mesa, a gente não cobrou absolutamente nada de ninguém. A gente fez um crowdfunding e a gente pediu patrocínio, a gente nem conseguiu, a gente conseguiu um patrocínio só pro evento, da Chiaroscuro Studios (Igor).

A edição online teve um público expressivamente menor, talvez pelo formato de *lives*, ou pelos os temas serem mais voltados para artistas e produtores culturais de periferia, talvez pela significativa parcela do público infantil da primeira edição que acaba deixada de fora em um evento sem a interatividade com jogos, exposições e os próprios cosplayers. A própria CCXP realizou um evento online que teve um retorno bastante negativo dos fãs e marcas, e um público menor. A finalidade destes festivais reside justamente no encontro e na experiência, uma ambientação específica que faz com que o público sinta-se em outro lugar, mais próximo dos universos da ficção e da fantasia os quais é fã, que talvez a internet não possa proporcionar. Além disso, a experiência online distancia o público dos produtos oferecidos nos eventos presenciais. No caso da CCXP, há queda de vendas, e no da Perifacon, impossibilita que as atividades do que seria uma economia solidária se efetivem.

É inegável, no entanto, que a primeira edição da Perifacon mudou o jogo, e que a cultura nerd hoje se aglutina cada vez mais no mundo pop. Se antes quase tudo era extremamente inacessível e nichado, inclusive os objetos de consumo nerd, nos dias de hoje encontramos sessões em lojas de departamento populares somente desta temática, lançamentos de chinelos Havaianas e lanches de fast-food.



Figura 11 - Chinelo Havaianas do anime e mangá One Piece³⁴.



Figura 12 - Anúncio do lanche temático da série Stranger Things, em parceria do Burger King com a Netflix.

³⁴ Mangá publicado pela primeira vez em 1997 por Eiichiro Oda, One Piece é ainda hoje um dos maiores, tendo chegado à décima posição dentre as obras com maior número de cópias publicadas no mundo este ano.

Igor nos falar sobre o crescimento dessa demanda como uma oportunidade de crescimento da Perifacon:

Hoje a gente é uma empresa, a gente expandiu os negócios da Perifacon pela demanda no mercado, inclusive, porque as empresas nos procuraram. E eu vejo o Perifacon como um marco inclusive da indústria do entretenimento e da indústria criativa do país. Eu vejo o Perifacon real como um marco que mudou muito como as marcas enxergam a periferia. Eu posso provar pra você aqui por 'A' mais 'B' que o Perifacon mudou [isso]. Uma prova disso é a própria CCXP, que hoje, dos últimos anos pra cá, tem colocado um monte de gente no espectro da diversidade na Artist Alley nas apresentações, nos painéis. A própria CCXP começou a se rever. Então a gente tá vendo essa mudança acontecer a partir do Perifacon. É um peso, sabe? É difícil ao mesmo tempo que é maravilhoso (Igor).

A entrevista que aqui transcrevo foi realizada em novembro de 2021, quando ainda não havia ocorrido a segunda edição presencial da Comic Con das Favelas. Ela ocorreu na Fábrica de Cultura da Brasilândia no dia 31 de julho de 2022. Em contraste com a primeira edição, que teve patrocínio somente da Editora Chiaroscuro, somou-se a essa outras oito editoras. A edição também contou com o patrocínio do Laboratório Fantasma, empresa cujo principal nome é Emicida, rapper, letrista e compositor da Zona Norte de São Paulo. Além disso, grandes marcas como a Iron Studios³⁵, a MSP (Maurício de Souza Produções), a Intel e o Nubank participaram da segunda edição da Perifacon³⁶.

Junto ao incentivo privado de grandes marcas, as duas edições do evento contaram com o apoio de Organizações Sociais e do setor público. Igor explica:

[O contato] com a Fábrica de Cultura do Capão foi muito de boa, muito simples. A gente simplesmente bateu lá, falou com os gerentes da Fábrica, foi isso, assinamos um termo e tava tudo certo. Depois disso, agora com a

³⁵ Loja especializada na comercialização de artigos colecionáveis como estatuetas, action-figures e afins.

³⁶ Perifacon 2022; confira o que rolou no evento. Por Eddy Venino para Portal Adrenaline. Julho de 2022. Link em: <<https://adrenaline.com.br/noticias/v/77581/perifacon-2022-confira-o-que-rolou-no-evento>>. Acesso em 27 de Agosto de 2022.

nossa organização e tudo mais, a nossa forma de lidar com o espaço público é diferente. A gente hoje com a Fábrica de Cultura da Brasilândia tem um contrato, a gente tem conversas com a Secretaria de Cultura, com a prefeitura de São Paulo. Então a gente tem uma conversa com o setor público, inclusive para poder falar sobre o transporte no dia do evento, o Wi-Fi, coisas que a gente não conseguiu fazer antes. Hoje a gente tem uma aproximação muito maior com o setor público, até porque é muito do interesse do setor público que o nosso evento aconteça no espaço deles, então é uma questão política até. Falando assim, dos espaços públicos. Nosso evento é praticamente uma política pública que o Estado não cumpre. Por isso é de interesse público que ele exista, que ele aconteça nos espaços públicos também, porque a gente tá fazendo um trabalho que o Estado não faz, que o Governo não faz (Igor).

Esta edição, portanto, contou com uma infraestrutura muito mais completa, englobando 200 trabalhadores no dia do evento. Andreza Delgado, uma das fundadoras, em entrevista para a Forbes, reafirma o intuito do evento:

Nosso objetivo com o evento é democratizar a cultura nerd e geek para a periferia e auxiliar na conexão das marcas com esse universo. E, assim, conseguir dar vazão a toda essa criatividade que acontece na quebrada, porque depois que a PerifaCon passou a existir surgiram diversos criadores de conteúdo querendo se desafiar nesse mundo geek (DELGADO, Andreza. Como a PerifaCon tornou-se um hub de inovação na periferia paulistana. [Entrevista concedida a] Andressa Barbosa. Forbes, julho de 2022).

Capítulo 3. Relações de trabalho na cultura nerd: o trabalho cultural e digital

Os rumos do trabalho no mundo globalizado vêm sendo amplamente debatidos nas últimas décadas. O desenvolvimento tecnológico-informacional paralelo às tendências neoliberais dos Estados, a internacionalização do capital, a automatização do trabalho, são alguns dos aspectos mais debatidos desde os anos 90. A importância da obra de Milton Santos ainda hoje reside no olhar para os processos como desiguais e contraditórios para diferentes formações territoriais numa perspectiva multiescalar. Seus estudos ainda reverberam e, na última década, auxiliaram teóricos do trabalho a compreender o que se chamou de plataformação do mesmo (GROHMANN, 2021).

Antes de entrarmos no tema do capitalismo de plataforma, devemos entender de que maneira se dá o trabalho cultural nas periferias de São Paulo. Tendo em vista a importância da cultura para a constituição do sujeito periférico e dos movimentos de luta desde os anos 1980, trata-se de uma atividade com enorme peso social. Realizada por diversos atores, periféricos ou não-periféricos, os trabalhos culturais ocorrem na esfera formal e informal, de maneira assalariada ou voluntária, com capital público e privado - com ênfase numa crescente presença do capital privado em tempos mais recentes.

As atividades culturais periféricas passaram por uma espécie de legitimação dos anos 2000 em diante, com a entrada de atores importantes na luta pelo incentivo cultural nas periferias no campo institucional graças aos governos petistas federais e municipais (no último caso, podemos citar até iniciativas anteriores a este período).

Neste trabalho, pretende-se, portanto, entender os modos que o trabalho cultural impacta as periferias, as particularidades dos trabalhadores periféricos da área e como vêm sendo afetados - tanto trabalhadores quanto projetos culturais - pelas transformações nas dinâmicas do trabalho.

3.1 O trabalho cultural nas periferias paulistanas

Conforme exploramos na compreensão do Sujeito Periférico a partir de Tiarajú D'Andrea, a cultura é uma das bases que constrói o orgulho em pertencer à uma comunidade que existe às margens sociais - e na maioria das vezes geográfica - da cidade. Conforme o autor, na década de 90 houve uma explosão no número de coletivos culturais de periferia, que já existiam, mas não em tão grande número.

São saraus, cineclubes, posses de hip-hop, comunidades do samba, grupos teatrais, dentre outras manifestações, de modo que não se pode retratar e pensar a *periferia* nos dias de hoje sem levar em consideração todas essas produções artísticas - um dos elementos que compõem a prática social e as representações atuais sobre a periferia (D'ANDREA, 2012, p. 182).

D'Andrea também enfatiza a importância do contexto político da época, com a ascensão da nova ordem mundial e mudanças no espectro político da esquerda e sua visão da identidade e do coletivo, a relação com a arte, etc. De acordo com o autor, "*A Cultura virou saída e resposta para tudo*" (2012, p. 183). Foi nesta onda também que nasceu a Literatura Marginal. Sobre a importância dos coletivos culturais, afirma: "A visibilidade desta nova produção cultural da periferia também pode ser observada nos espaços reservados a essa produção em grandes veículos midiáticos".

O autor aponta que nos anos 1990 a cultura passou a ter um investimento graças a esse contexto sociopolítico e uma visibilidade como consequência. Este expõe quatro teses centrais para a expansão da produção cultural periférica:

(...) a produção cultural como forma de pacificar um contexto violento; a produção cultural como forma de sobrevivência econômica; a produção cultural como emancipação política; a produção cultural como emancipação humana (D'ANDREA, 2012, p. 185).

Trataremos aqui com maior detalhamento da *produção cultural como forma de sobrevivência econômica*. Para D'Andrea

(...) é interessante verificar como a explosão de coletivos artísticos nas periferias remete à imperiosa necessidade material de muitos jovens que haviam bairros populares. Hoje, com maiores possibilidades de apoio de agências financeiras privadas, semiprivadas e públicas, muitos jovens observam na produção artística uma forma de obterem renda em

contraposição às explorações ocorridas no mundo do trabalho e às contradições advindas da prática de atividades ilícitas (D'ANDREA, 2012, p. 185).

Devo acrescentar para além da especificação em relação ao mundo do crime, a situação trabalhista dos jovens das periferias de São Paulo. A precarização é massiva e, embora tenha havido um aumento dos postos de trabalho formais, não deixam de ser realizados em condições precárias. Dentre as maiores ocupações destes jovens no mercado de trabalho está o *operador de telemarketing* (SINGER, 2009). Com baixos salários e poucos benefícios, estudos recentes demonstram que os trabalhadores do telemarketing apresentam índices preocupantes em relação à saúde psicológica e mental, estando entre as profissões com maior risco para síndrome de *burnout*.

Fato é, o trabalho cultural é muito mais atrativo para estes jovens do que passar o dia numa baia minúscula, realizando ligações de cobrança e venda a quem não quer recebê-las. Isso não significa, no entanto, que esta relação de trabalho seja menos precarizada.

Conforme já citado, a expansão da produção cultural periférica foi engatilhada pelo investimento público e privado nos coletivos. Este investimento se realizou no formato de editais, que consistem nas inscrições dos coletivos para que a proposta deste seja avaliada e, caso esteja de acordo com o edital, receba verba para a realização do mesmo. Acontece que este formato de editais traz a estes jovens uma insegurança financeira e outras formas de precarização.

Foi então possível detectar um dentre muitos *diferentes modos de informalidade e precariedade* nas dobraduras da ação do Estado, um primeiro sentido das relações informais de trabalho como parte do leque de informalidade do Estado presente nas periferias das grandes cidades brasileiras, a partir dos seus mecanismos de funcionamento e intersecções com outras relações sócio espaciais, outros modos de ordenar e territorializar sociabilidades. Trata-se de constatar que a presença do Estado chegasse a ocorrer, essa presença não institucionalizaria necessariamente situações de trabalho 'virtuosas', isto é, formalizadas e devidamente cobertas pelos direitos - descanso remuneradas, férias, fundo de garantia, 13º salário, etc (RIZEK, 2016, p. 5).

A instabilidade também faz parte da realidade dos agentes culturais e trabalhadores de coletivos. Os editais fomentam a duração de apenas um ano de edital, tendo os produtores que estarem sempre buscando o próximo edital e criando novas propostas de atividades artísticas. Outra problemática é o acesso à estes

editais: nos primeiros anos do Programa de Valorização de Iniciativas Culturais, o VAI, alguns dos coletivos participantes dos movimentos de luta pela cultura da periferia denunciaram a concentração dos projetos aprovados nas regiões centrais da cidade de São Paulo³⁷. Somente ao longo dos anos que essa realidade se inverteu e a Secretaria da Cultura do município agiu para inverter esse resultado, com as bolsas de edital priorizadas para projetos de periferia.

No âmbito privado dos investimentos para a produção e as atividades culturais periféricas temos um ator principal: as Organizações Sociais (ou OS). Muitas vezes elas aparecem como uma forma de parceria público-privada, ficando responsáveis pela gestão de um equipamento público onde oferecem atividades culturais de forma voluntária ou de baixo custo, por exemplo. Esse é o caso do Museu Catavento, no Centro de São Paulo, e das Fábricas de Cultura, onde ocorreram os eventos da Perifacon.

Rizek afirma que a partir da criação de programas federais e municipais, o Estado criou condições para que o trabalho cultural fosse precarizado e “informalizado”. Tanto através dos editais quanto trabalhando para as OS, um agente cultural não receberia mais de 3 salários mínimos.

Podemos citar alguns submotivadores para a produção cultural enquanto sobrevivência material, sendo eles: 1) a possibilidade de profissionalizar-se; 2) a produção independente; 3) uma alternativa ao mundo do trabalho (especificamente o trabalho formal, pois este também não oferece as melhores condições); 4) uma alternativa às atividades ilícitas (D'ANDREA, 2012).

Especificamente sobre a repulsa dos jovens em relação ao mundo do trabalho (formal):

A experiência histórica dos moradores da periferia tem provado que o mundo do trabalho tal como ele está organizado não é uma experiência satisfatória. Na imensa maioria dos casos, ganha-se de maneira insuficiente para trabalhar muito, em más condições e enriquecendo outros indivíduos. A partir dessa percepção, muitos moradores da periferia visualizam na produção cultural uma forma de auferir renda e se manter financeiramente, seja por meio de editais e de patrocínios, seja por meio de produções independentes (D'ANDREA, 2012, p. 189).

³⁷ ABREU, James de Lemos. Cultura e Política: O caso do Programa “VAI” em São Paulo – 2004-2008

Talvez também por isso, não somente nas periferias, observamos um crescimento nas formas autônomas de trabalho cultural. A fuga do papel de funcionário em uma empresa e a possibilidade de estourar no mundo artístico como já fizeram outros periféricos a partir do aumento da visibilidade desta cultura. Especificamente nas periferias, esse crescimento acompanhou o aumento da visibilidade midiática.

No ano de 2008 o governo Lula sancionou a lei complementar 128/2008 que regulamentou o microempreendedorismo individual (MEI). Com a criação deste programa, diversas atividades profissionais foram formalizadas, inclusive no setor cultural. Isso abriu portas para que produtores culturais atuassem enquanto prestadores de serviços. O microempreendedorismo individual é uma forma de trabalho autônoma. Sobre o emprego no circuito inferior, Milton Santos comenta:

O emprego, no circuito inferior, raramente é permanente, e sua remuneração situa-se com frequência no limite ou abaixo do mínimo vital. O contrato frequentemente assume a forma de um acordo pessoal entre patrão e empregado, mas a importância do trabalho familiar, como nos lembra McGee (1972a), e do trabalho autônomo ou *self employment*, é grande. A média de ocupados por unidade de produção é baixa; mas, em compensação, o número global de pessoas ocupadas é considerável. Esse circuito é o verdadeiro fornecedor de ocupação para a população pobre da cidade e os migrantes sem qualificação. Tudo isso está ligado às condições tecnológicas e financeiras das atividades desse setor e a suas relações com o conjunto da economia urbana (SANTOS, 2004, p. 43).

Embora o MEI tenha aberto portas, o *self employment* por si só é uma relação de trabalho que pode ser problemática. Empresas aproveitam-se da possibilidade de contratação de um prestador de serviços para estabelecer vínculos de patrão/empregado sem o pagamento dos impostos como manda a CLT. Este fenômeno ficou conhecido como *pejotização* e têm aparecido cada vez mais na mídia e na esfera do direito trabalhista.

Há relatos de trabalhadores contratados pelas Organizações Sociais em regime de Pessoa Jurídica, ou seja, a junção da privatização através de parcerias público-privadas e o *self employment*.

Os trabalhadores artísticos/culturais puderam ver benefícios na possibilidade de prestar serviços sem depender de grandes empresas, mas este regime de trabalho exclui todos os direitos de uma contratação CLT. Outra reclamação recorrente é o

calote: até mesmo grandes empresas acabam por não pagar prestadores de serviços após a entrega da demanda (um evento, uma performance, uma arte física ou digital).

Durante o auge da pandemia do coronavírus, com a suspensão de eventos presenciais, a classe trabalhadora artística foi muito lesada. A periférica, mais que as outras. Enquanto a grande indústria do entretenimento e artistas possuíam capital e acesso às tecnologias necessárias para realizar algumas ou todas as atividades de forma digital, os coletivos não contavam com os mesmos recursos, muito menos seus espectadores. Isso serve para nos mostrar que, ainda nos dias de hoje, embora a difusão da tecnologia pareça maior e mais homogênea, existem recortes desiguais.

Em relação à fuga das atividades ilícitas, a atividade cultural aparece de forma interna e para o resto da sociedade enquanto um remédio para a violência, o crime e as drogas. Não à toa vemos com frequência as frases “o rap salva”, “o funk salva”. Essas atividades estão ligadas a ambientes estruturados, onde indivíduos “perdidos” para o crime e a droga são acolhidos. O próprio Ferréz, nos agradecimentos de Capão Pecado explica que estava cada vez mais próximo da correria do bairro, entrando “numas”, e que foi escrever seu livro que o tirou disso. Nisso também entra a ideia de “gestão” (RIZEK, 2016) periférica, a forma como alguns programas de incentivo à produção cultural vêm do estado, OS e iniciativas privadas como uma forma de “desriminalizar” o território. Feltran (2013) mostra que não raramente o “crime” está vinculado à arte. Não só nas letras de rap, também a forma de fazer arte dentro da periferia é vinculada ao crime por outras visões, por jornalistas, pelo Estado. Exemplos não faltam, mas os mais óbvios são o pixo e o baile funk. Outro, menos visto, é o skate. Mas até a expressão da estética periférica, que advém de uma certa arte, é taxada como crime. A moda de “cria”, por exemplo. Hoje, no entanto, a periferia é cada vez mais o centro e essa estética vem sendo apropriada. Elementos desta estão em lojas de marca, e cada vez mais os “playboys” usam as mesmas vestimentas, penteados, ouvem música que vem das margens. A ligação ao crime parece depender de mais alguma coisa. Há um forte acirramento das tensões raciais nos dias de hoje, fazendo com que muito mais a cor da pele de quem usa um “disfarce” e uma “lupa” importem na hora do enquadro. Na música Vingativa, as rappers Tasha & Tracie falam sobre a popularização da cultura e estética periférica no meio *mainstream* sem o devido crédito:

No toque Atllanta
Kit não muda CEP, trouxa
Conversa paia
Cê não é, você tem
Fala pra mim, cê acha que é quem?
Tênis de mola, convence ninguém
Desembaca a visão e repara na vista
Córrego não é piscina
Essa porra
Não é playground de turista
Que assinar, mas não quer criar
É brega e de favelado, até vocês copiar
E fia, quando eu cobro meu crédito, não tô falando do Visa
Para, você não é cria

A estética que Tasha & Tracie são precursoras dialogam muito com a presente nos rolezinhos no shopping e foi motivo de perseguição e preconceito mas, hoje, parece estar entre as maiores tendências não só no nicho periférico. As garotas falam sobre o tema em várias de suas músicas. Uma delas é Poco (2020):

Cravo minha espada nos seus livros
Clareia o preto
Além e muito a frente
Tipo pirâmide
É, eu entendo
Prefere acreditar que foi alien do que um preto
Tiro auto estima
Não me amo, se não me vejo
Criminaliza e suga existência ao mesmo tempo
Empatia só pra vender seu marketê³⁸
Fala pra mim, por mim não fala
Cês deixa claro que
Noiz é público alvo
Alvo de bala
Alvo de bala
Público alvo de bala

A produção cultural na periferia existe a todo vapor e, diferente da grande indústria do entretenimento, parece não gerar grandes riquezas para seus criadores - ou ao menos, em menor quantidade - mas sim para aqueles que utilizam suas estéticas.

³⁸ De marketing.

3.2 O mundo nerd e o trabalho: mercado de atuação e relações trabalhistas

A popularização da cultura nerd e a transformação do estereótipo nerd em uma identidade, e não em uma denominação pejorativa, abriu as portas para o crescimento da indústria que publica e lança histórias em quadrinhos, mangás, animes, filmes de ficção científica e de heróis, games, e todas as obras do imaginário nerd. Junto a isso, uma nova estratégia de mercado tomou conta de outras indústrias - conforme já citado no caso dos chinelos, lanches de fast-food e afins.

Em um passeio no shopping fica muito claro que o meio cinematográfico venceu e tornou-se o carro chefe das produções nerds. Nos quiosques de doces, livrarias, lojas de vestuário e de brinquedos se vêem referências aos filmes e séries do momento, quase todos contendo elementos da cultura nerd de maneira inconfundível. Ferréz fala para Load:

O cara defende o quadrinho hoje só porque ganhou prêmio, mas o quadrinho nunca precisou de prêmio. O quadrinho é a criação de toda a indústria de cinema que a gente tá respirando hoje. [...] toda parte narrativa, gráfica que surgiu veio dos quadrinhos [...] Grandes cineastas, grandes diretores de marketing hoje das empresas, bebem dessa fonte. Por isso que é uma fonte rentável, principalmente no Brasil. Vende quadrinho, as editoras conseguem vender, elas conseguem sobreviver disso. E às vezes consegue vender muito mais que livro (FERRÉZ, 2018).

Além do trabalho ligado especificamente às obras nerd, temos também a valorização do trabalho técnico-científico - especificamente voltado para o mundo digital e a computação. Os geeks adaptaram-se muito bem ao mundo digital. Os exemplos Bill Gates, Steve Jobs e Mark Zuckerberg auxiliaram na mudança da visão do mercado de trabalho em relação aos jovens considerados esquisitos e com dificuldades em socializar. Acontece que as tendências do mundo do trabalho não pouparam ninguém e encontramos problemas por todos os lados. O fenômeno da pejotização também pode ser encontrado no mundo do trabalho *high tech*.

Do fim primeiro trimestre de 2022 em diante temos visto diversas *startups* realizarem demissões grandes demissões de funcionários altamente qualificados³⁹.

³⁹ Demissões em startups aumentam nove vezes no 2º trimestre. Angelica Mari para Dinheiro em dia do Portal Terra. Agosto de 2022. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/economia/dinheiro-em-dia/demissoes-em-startups-aumentam-nove-vezes-no-2-trimestre-1.290031>>

Dentro do nicho específico da indústria do entretenimento (que engloba filmes, quadrinhos, games, etc) surgiram nos últimos cinco anos queixas que jamais se sonhava em existir. Acontece que estas novas empresas tecnológicas sempre vendem uma ideia de um ambiente de trabalho completamente diferenciado, jovial, que respeita seus funcionários em diversas esferas, inclusive no respeito da diversidade e geração de oportunidades. A Google talvez seja o maior exemplo deste ideal, sendo muitas vezes citada como a empresa dos sonhos para se trabalhar.⁴⁰

Este sonho parece estar se desfazendo. A Riot Games, criadora do fenômeno mundial League of Legends, protagonizou a primeira greve da indústria dos games do mundo em sua sede, em Los Angeles. A empresa foi protagonista de um escândalo envolvendo assédio sexual e pagamento de salários divergentes entre homens e mulheres.

Artistas terceirizados do audiovisual expuseram na rede social *Reddit* as condições em que prestavam serviço para a Marvel Studios. Estes eram responsáveis pela edição dos efeitos visuais e a produtora foi acusada de trabalhar com prazos e exigências impossíveis, ou seja, basicamente em relação às condições de trabalhar com a Marvel, tendo alguns deles solicitado para as empresas contratadas que não fossem mais selecionados para tais projetos⁴¹. No trecho do artigo escrito por Leo Gravena para o portal Legião dos Heróis, podemos ver a descrição de um funcionário que trabalhou nos projetos em relação à carga de trabalho:

O usuário Raistlinuk também falou sobre sua experiência, “Levei quase seis meses para me recuperar do crunch de WandaVision. Não vale a pena. Não quando existem projetos melhor administrados que são tão bons quanto por ai”. O “crunch”, ao que ele se refere, é uma prática cada vez mais comum em que desenvolvedores de jogos e efeitos visuais são submetidos a uma cultura tóxica de trabalho extremo para cumprir prazos e trabalhar horas extras sem receber por isso.

Como já dito, muitos dos profissionais que desempenham estas funções trabalham em regimes *freelance*, no Brasil e no mundo, ou seja, através do

[dia/meu-negocio/demissoes-em-startups-aumentam-nove-vezes-no-2-trimestre.a02881b9d75d772f75b757cace59e356wwfuzsbz.html](https://www.legiaodosherois.com.br/2022/artistas-efeitos-visuais-recusando-trabalhar-marvel.html)>. Acesso em 28 de Agosto de 2022.

⁴⁰ How to Get a Dream Job in Google? (Tradução livre: Como conseguir o emprego dos sonhos na Google?) Sneha Arora. In: <https://medium.com/@meetsneha/how-to-get-a-dream-job-in-google-5109bd322d9d>. Set. de 2019.

⁴¹ Artistas de efeitos visuais estão se recusando a trabalhar com a Marvel. Por Leo Gravena para o Portal Legião dos Heróis. Julho de 2022. Disponível em: <<https://www.legiaodosherois.com.br/2022/artistas-efeitos-visuais-recusando-trabalhar-marvel.html>>. Acesso em 28 de Agosto de 2022.

empreendedorismo individual. Recentes estudos sobre as dinâmicas do neoliberalismo a partir das revoluções tecnológicas trouxeram a classificação de alguns mecanismos da exploração do trabalho. Trata-se da plataformaização do trabalho e, embora nestes casos específicos citados não haja a intervenção de uma plataforma, mais à frente exploraremos outros tipos de trabalho cultural ligados à cultura nerd que poderíamos encaixar nesses padrões.

Embora também não se enquadrem nas mesmas condições de trabalho que entregadores de delivery e motoristas de aplicativo, a lógica por trás da gestão (ou falta dela) destes trabalhos muito se assemelha, ou seja, extrapolam as plataformas digitais. As desregulamentações dos direitos trabalhistas, muito presentes nos modos de trabalho dos países subdesenvolvidos, propiciam que isto ocorra. Alguns autores apontam que o que ocorre até os dias de hoje é, na verdade, uma ampliação do modo de exploração nos países subdesenvolvidos para o restante do mundo e das relações trabalhistas (GROHMANN, 2021). Dentre as características identificadas, as que destacamos são:

- o auto gerenciamento da própria sobrevivência;
- o Estado e a empresa/empresário (patrão) isento de suas responsabilidades em relação a reprodução social do trabalhador - e, consequentemente, da força de trabalho - conquistadas historicamente por movimentos de trabalhadores, que passa a ser transferida para o próprio trabalhador;
- torna-se inacessível o descanso, o envelhecimento, e as necessidades básicas;
- a efetivação do sonho capitalista: a remuneração do trabalhador e uso dele como se fosse um mero fator de produção;
- a consolidação, legalização de trabalhador “on demand”;
- o autogerenciamento subordinado, onde o trabalhador não tem jornada de trabalho definida, não tem local de trabalho e nem tem salário estabelecidos (no caso dos produtores de conteúdo digital, a demanda é o algoritmo);
- trabalho excessivo por conta disso;
- processo de transferência de riscos e custos, e custos relacionados ao próprio gerenciamento do trabalho pro próprio trabalhador;

- crescente dependência de plataformas digitais e seus mecanismos, infraestruturas, lógicas econômicas empresariais para conseguir oportunidades de trabalho.

As plataformas também estão inseridas no trabalho ligado à cultura nerd, principalmente em relação à criação de conteúdo. As plataformas Twitch e Youtube são as de maior destaque. A ideia de uma pessoa com apenas Internet e uma câmera falando seus assuntos favoritos para outros fãs do mesmo assunto, de forma monetizada, rapidamente se espalhou e tornou-se o sonho de muitos das novas gerações. Cursos de *youtuber* (como são chamados os criadores de conteúdo na plataforma) e de *streamer* (abrange também os que fazem *lives* na Twitch e em outras plataformas) rapidamente se espalharam por aí.

O stream é particularmente atrelado ao mundo nerd pois, dentre os maiores streamers do mundo, estão jogadores profissionais e casuais. Estes transmitem seus jogos online para um público de milhões de espectadores por horas. A pandemia do Covid-19 também acelerou e intensificou os processos de consolidação destas formas de trabalho de maneira remunerada. Além disso, a Twitch bateu recordes de audiência. Pessoas que antes não tinham tempo, ou então o utilizavam de outras maneiras, tornaram-se espectadoras. Em agosto de 2021, a Twitch bateu o recorde de audiências com streaming de jogos⁴².

Tive uma vez a oportunidade de conhecer, durante um processo seletivo, uma escola de inglês que estava se especializando para a profissionalização de jovens programadores e *streamers*, pois acredita-se em alguns nichos que estas sejam as profissões do futuro.

Embora brilhe os olhos de muitos jovens, a carreira de streamer tem sido assunto para diversas polêmicas. A Twitch também passou por uma greve dos trabalhadores da plataforma, os streamers⁴³. Criadores ao redor do mundo denunciaram a imobilidade da Twitch em resolver casos de assédio, racismo, LGBTfobia e preconceitos no geral. A greve também aconteceu no Brasil e dentre as

⁴² Pandemia impulsiona streaming de games, e Twitch bate recorde de audiência. 2021. <https://www.istoedinheiro.com.br/pandemia-impulsiona-streaming-de-games-e-twitch-bate-recorde-de-audiencia/>.

⁴³ Twitch: views despencam após greve mundial de streamers e fãs; entenda. Por Amanda Fleure, do Start. Uol. 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2021/09/03/twitch-views-despencam-apos-boicote-de-streamers-e-fas-entenda-o-caso.htm>>. Acesso em 28 de Agosto de 2022.

reivindicações também havia cobranças em relação ao repasse do valor das inscrições (a forma como os espectadores apoiam os criadores de conteúdo). “a Twitch diminuiu o valor das inscrições do subs em canais da plataforma, passando de R\$ 22,99 para R\$ 7,99. Porém, isso afetou também a renda dos streamers, que caiu drasticamente”, diz reportagem da Start/Uol. O valor de repassou diminuiu de R\$ 7,59 por inscrição para R\$ 2,50. O argumento da empresa é que, com um valor menor da assinatura, haveriam mais assinantes. Acontece que muitos streamers pequenos possuem apenas um público leal e fixo, tendo dificuldade de ampliá-lo e de competir com os maiores, cujas visualizações ultrapassam milhares e milhões de viewers. No caso de vários destes pequenos streamers, a atividade representava a única forma de obter renda, ainda que pequena, pois não demanda grandes investimentos. Quem já possui um computador, um fone com microfone e uma câmera pode streamar sem um custo de manutenção alto. Durante a pandemia, com o aumento do desemprego e as dificuldades econômicas, este foi o refúgio de muitos jovens. No Brasil, para a organização da greve, foi criado até mesmo uma espécie de sindicato dos streamers da plataforma.

A criação de conteúdo é um trabalho não apenas mediado por uma plataforma digital, mas que em grande parte se realiza nesta plataforma. Existe hoje uma problemática do engajamento orgânico do público através dessas redes. O algoritmo dessas plataformas também apresenta problemas para quem trabalha com elas, pois gera demandas exaustivas de produção de conteúdos em vídeo, fotos, a fim de gerar interação com os seguidores. Quanto mais o usuário posta, quanto mais pessoas comentam, mais chances ele tem de ser promovido pela rede social. Isso chega a tal ponto que alguns criadores, quando não seguem o ritmo de postagem que essas redes induzem, relatam sofrer uma espécie de boicote, onde a rede social simplesmente não “entrega” aos seguidores as publicações, abaixando brutalmente seu número de visualizações (SOUZA, 2021). Além disso, estão se amplificando debates também em torno da lógica por trás destes algoritmos que privilegiam conteúdos que exibam certos tipos de pessoas e ambientes, culminando em uma exclusão racial explícita.

3.3 Cultura nerd periférica e as novas formas de trabalho

Embora haja precarização, o trabalho associado à cultura nerd é extremamente qualificado e técnico. Na periferia, a possibilidade de especialização é rara. O acesso às novas tecnologias, como já abordado, é limitado por parte dos coletivos culturais existentes. Muitos na periferia trabalham em empregos precarizados, fora do nicho da cultura, e mais fora ainda do eixo nerd e geek, mas são consumidores desses produtos culturais, como já abordado anteriormente.

Os que trabalham com cultura muitas vezes têm que dedicar-se também a outras atividades para suprir suas necessidades materiais, uma vez que o retorno financeiro deste trabalho ou não existe ou é insuficiente. As fundadoras da Perifacon são exemplos desta dinâmica. Quando questionei à Igor sobre suas dinâmicas de trabalho, sua resposta foi: “A gente não trampa só com Perifacon. Isso é uma das coisas que ainda não alcançamos, um dia talvez a gente consiga fazer somente a Perifacon. Viver de Perifacon. Ainda não dá”.

Das quatro fundadoras, apenas Andreza Delgado trabalha integralmente e diretamente com cultura nerd. A jovem além de influencer é a Diretora de Criação da Perifacon, colunista, produtora de conteúdo, streamer, curadora e podcaster. Além da Perifacon, ela fundou o PerifaGamer, “uma iniciativa que busca dar visibilidade para quem produz e consome games nas periferias do Brasil”, de acordo com a biografia do Twitter do Projeto.

Igor fala sobre a visão dela e das fundadoras em relação ao seu trabalho no setor cultural:

Sim, a gente se considera trabalhadoras da cultura, do entretenimento. Não somente. A Perifacon nos deu muitos outros aprendizados, tanto que a gente se divide em áreas na nossa empresa. Somos quatro, a gente faz tudo e eu sou designer, então eu também faço a questão de arte visual e tudo o mais. A Luize é de comunicação mas ela faz o administrativo. Então a gente se divide no que dá pra fazer. [...] A gente não consegue se manter com o Perifacon hoje, e estamos lutando pra que isso aconteça um dia.

Então a gente tem que fazer outros trabalhos. Nós quatro temos vários outros trabalhos além da Perifacon (Igor).

Em relação às outras pessoas que participavam da Perifacon à época, explica:

A gente já teve momentos melhores, onde tinha mais pessoas que trabalhavam com a gente. E hoje a gente não está nesse momento. Somos nós quatro e mais três pessoas, somos sete no total. Que é a Rogéria, que trabalha na produção com a gente de tudo, ela meio que faz tudo um pouco com a gente. A Fernanda que - no momento que eu falei que teve muita gente que ajudou a gente e tal, nos salvaram, a Fernanda é uma dessas pessoas que salvou o Perifacon a uns anos atrás - ela faz a gestão executiva com a gente. Ela não cobra nada da gente, ela trabalha com a gente assim, porque ela ama a gente. E ela faz uma gestão do negócio como um todo. A gente faz uma reunião, ela tá lá pra dar opiniões sobre o mercado, enfim. E tem a Le, que faz a questão jurídica, administrativa toda. E aí a gente tem os serviços que são terceirizados que é contabilidade, tudo mais. Então somos em sete pessoas, nós quatro que somos as sócias-diretoras e mais três pessoas além de nós. Hoje, mas já tivemos um time maior. Mas no momento como a gente tá sem dinheiro, buscando patrocínio pro ano que vem, pro evento do ano que vem, a gente reduz a equipe, vamo que vamo, depois a gente volta (Igor).

O projeto também possui uma frente chamada Perifacon Emprega, descrito no site como “uma iniciativa que visa conectar pessoas periféricas a oportunidades de empregos através de bancos de dados e parcerias com grandes marcas”.

Na realização da segunda edição do evento, Andreza conta a visão do futuro que a Perifacon têm para o projeto e a empresa:

Esperamos que a PerifaCon esteja presente em todas as zonas da capital, nossa ideia é que a terceira edição aconteça na zona leste de São Paulo. Mas antes de expandir de fato o evento, pretendemos testá-lo de diversas formas e se der certo levaremos a convenção para outros estados. Manter o evento de forma gratuita, tanto para quem irá

acompanhar ou se apresentar é importante. Pois acreditamos que daqui a 5 anos a PerifaCon esteja enorme e com mais de 100 colaboradores, esperamos fazer uma revolução dentro da indústria e fortalecer a cena de games independente (Andreza)⁴⁴.

Esta segunda edição, bem como a primeira, contou com a colaboração de voluntários, que também é uma das grandes formas de participação na produção cultural periférica⁴⁵. A Nubank patrocinou um painel de nome “*Arte, Território Digital, Futuro e Impacto*”⁴⁶ que discutiu o papel da tecnologia no avanço social de pessoas negras e periféricas, uma possibilidade de um outro futuro.

Para além do trabalho empregado na realização do evento, temos o trabalho que o evento busca impulsionar. Trata-se da produção de conteúdo nerd das periferias. O Beco dos Artistas é o Artist Alley da Perifacon. Segundo Igor, “[...] pra você estar no Artist Alley na CCXP você tem que pagar caríssimo, e o cara ainda vai reclamar do que você está comercializando ali”⁴⁷. Esse valor torna para diversos artistas periféricos a divulgação de seus trabalhos impossível, e isto os coloca muito atrás dos criadores do centro. A ideia do evento é aproximar esses criadores de seu público alvo de maneira gratuita para ambos.

O conteúdo criado por artistas de periferia também se diferencia muito dos outros apresentados pelo grande mercado. Embora existam histórias até mesmo de grandes editoras que exploram narrativas de personagens pobres, pretos, indígenas e de diversas origens geográficas, assim como a Literatura Marginal, o conteúdo que parte das margens trata disso de uma forma muito mais legítima. Igor corrobora:

Eu acho sim que tem uma diferença, principalmente nas narrativas. A gente conheceu inclusive pelo PerifaCon muitos artistas, ilustradores,

⁴⁴ DELGADO, Andreza. [Entrevista concedida a] Forbes. Como a PerifaCon tornou-se um hub de inovação na periferia paulistana, São Paulo, 2022. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/08/como-a-perifacon-tornou-se-um-hub-de-inovacao-na-periferia-de-sao-paulo/>>. Acesso em 29 de Agosto de 2022.

⁴⁵ PerifaCon 2022: Evento conta com a participação de voluntários. Redação op Portal Perifacon, 2022. Disponível em: <<https://portalperifacon.com/2022/07/31/perifacon-2022-evento-conta-com-a-participacao-de-voluntarios/>>. Acesso em 29 de Agosto de 2022.

⁴⁶ PerifaCon 2022: como foi a convenção geek das favelas, evento patrocinado pelo Nubank. Blog do Nubank, 2022. Disponível em: <<https://blog.nubank.com.br/perifacon-2022-destaques/>>.

⁴⁷ Igor refere-se ao caso de um youtuber, ilustrador e quadrinista que postou em seu canal do Youtube um vídeo que foi alvo de diversas críticas. O artista se queixava dos trabalhos expostos nas feiras, referindo-se à artesanatos, prints de ilustrações com referências nerd, pois estes estariam desvirtuando o propósito das feiras de quadrinhos. Suas críticas se dirigiam principalmente à mulheres artesãs que vendiam seus trabalhos em estandes nas mesmas feiras que ele.

quadrinistas que tem as suas histórias de quadrinhos, o próprio ambiente dessas histórias é outro, a narrativa dessas histórias são outras. E isso é muito legal, a gente conhecer esse universo. (...) Tem uns amigos nossos que lançaram um livro que chama Kauira Dorme, e o cenário de toda a história da personagem é o Grajaú, sabe? Isso é muito legal, e isso você não vê em outros lugares. Então eu acho que tem uma peculiaridade, sim, na produção dos artistas de periferia que é ótima, exímia como qualquer outro artista de qualquer lugar. Inclusive eu acho que abrange narrativas muito mais reais, muito mais brasileiras, muito mais de verdade, do povo de verdade, de quem realmente é esse Brasil.



Figura 13 - Ilustração da campanha de arrecadação de fundos para publicação da HQ Kauira Dorme, de autoria de Diego Torres e Lucas Andrade. Fonte: Catarse.

Para além da Perifacon, o mundo nerd vem sendo cada vez mais tomado por um movimento de reafirmação de sujeitos periféricos, pessoas pretas, indígenas, pobres e LGBTQIA+. E, com certeza, a Perifacon abriu portas para isso.



Figura 14 - Campanha da coleção de vestuário do Laboratório Fantasma em colaboração com a Garena Free Fire. Na foto vemos Emicida, Load (youtuber que fala sobre quadrinhos a partir de sua perspectiva enquanto jovem negro e morador da Zona Leste de São Paulo) e Sher Machado.

Este ano ocorreu a primeira edição do CCXP Awards, evento que premia criadores de conteúdo, autores de obras literárias e audiovisuais, artistas e jogadores profissionais de e-sports⁴⁸, concedeu à Sher Machado o título de Melhor Streamer Feminina. Sher é streamer de League of Legends pela INTZ⁴⁹, mulher trans e negra. Além disso, outras duas mulheres trans foram premiadas nas categorias Melhor Atriz de Séries e TV (Liniker, cantora e multiartista) e Melhor Atriz em Filmes (Renata Carvalho).

⁴⁸ Os jogos eletrônicos competitivos são considerados esportes virtuais, com campeonatos formais. Exemplos destes são o League of Legends e o Free Fire.

⁴⁹ Clube do cenário competitivo de e-sports, nasceu com o League of Legends e hoje também atua com equipes de Free Fire, PUBG, FIFA e Rainbow Six, além de ter uma equipe de streamers patrocinados, como a Sher.



Figura 15 - Momento em que Sher Machado recebe seu troféu e discursa para o público do CCXP Awards sobre sua vitória. Fonte: Omelete.

Esse movimento de mudança é considerado por Igor como algo que ocorre em todo o mundo como fruto de uma luta coletiva e histórica:

Existe um movimento mundial, principalmente depois que teve o Black Lives Matter - a gente exporta muito essas demandas, né? - as empresas mundialmente estão tendo hoje que se posicionar com as coisas que acontecem. [...] Elas não podem mais ficar em cima do muro. Nossa atual sociedade demanda muito de opinião pública das empresas. Então elas precisam se posicionar cada vez mais, elas estão enxergando isso, e estão cada vez mais buscando a diversidade dentro da sua comunicação. Tem muito o que melhorar, muito o que fazer, muito trabalho a ser feito ainda, tem que ser feito ainda de forma legítima, natural, com as pessoas de verdade, com as pessoas que estão nos locais de fala - ainda existe isso, esse problema - mas é nítido que as marcas estão pensando, estão até meio que sendo obrigadas a olhar de verdade, e fazer algo que seja realmente de mudança social. Então a gente vê isso muito, principalmente com a tendência nos Estados Unidos, que é óbvio; depois da morte do

George Floyd, deu pra você ver nitidamente como as empresas aqui do Brasil se posicionaram sobre as pessoas negras, mudou muito. De repente na Rede Globo a cada intervalo tinha quatro comerciais com pessoas negras sendo que isso nunca acontecia, sabe? Então existe uma onda mundial sobre isso, e é comercial, óbvio, e a gente tá fazendo parte disso, inclusive. Essas campanhas que a gente tem feito de curadoria (McDonalds e Disney Plus) tem muito sobre isso, como a gente tá conseguindo mostrar pro mercado que eles tem um público e eles precisam olhar para esse público, que esse público é consumidor. Então se aproxime dele, fale com ele, não somente venda pra ele. Porque vender já vende. Contrate ele para trabalhos. *A gente é essa ponte. A gente se vê muito como essa ponte* (Igor Nogueira).

Conclusão

O desenvolvimento desta pesquisa pretendeu entender algumas dinâmicas das periferias urbanas da metrópole de São Paulo a partir de suas intersecções com a cultura periférica e nerd, tendo como escopo a Perifacon: A Comic Con das Favelas.

Partindo da contextualização da importância da cultura nestes territórios, da compreensão da identidade e da cultura nerd/pop apresentada por Patrícia Matos (2014), e da constituição do Sujeito Periférico a partir da teoria de Tiarajú D'Andrea (2012), buscou-se compreender os conflitos e encontros destas comunidades e vivências. Os processos econômicos espaciais tomaram papel fundamental para compreensão das categorias consumo, do trabalho e dos circuitos da economia urbana de Milton Santos (2004) dentro da produção da cultura periférica e nerd. As particularidades da dinâmica de criação, divulgação, distribuição e consumo desta cultura nos mostram problemáticas próprias do capitalismo contemporâneo e técnico-informatizado. Ao entendermos que a cultura nerd está atrelada a um grupo e uma identidade, fica mais fácil compreendermos o que sua massificação através do consumo significa. À medida que têm se vinculado cada vez mais a lógica de mercado, não apenas de histórias, filmes, ilustrações, mas de uma gama de objetos etiquetados como nerds, podemos entender o porquê de uma segregação dentro desta cultura, grupos de pessoas que não são aceitos ou simplesmente não possuem condições materiais de realizar atividades relacionadas à tal cultura.

Os atores públicos e privados têm uma centralidade ausente-presente na edificação da cultura periférica, inclusive a que não se enquadra no nicho da cultura nerd, uma vez que aparecem enquanto investidores e provedores de condições para que esta se realize, mas também como barreiras na realização plena deste potencial, da inclusão efetiva, atuando diretamente inclusive na exclusão e repressão das formas de expressão cultural, da apropriação de seus frutos, da discriminação e da manutenção de mecanismos e estigmas preconceituosos e marginalizadores.

As condições de trabalho e o acesso à cultura nerd hegemônica permanecem distantes, apesar da elaboração de maneiras alternativas e fora das normas e regras, no caso da pirataria, ou então independentes. Apesar disso, avaliamos que projetos importantes têm tomado frente no combate destas estruturas, fornecendo àqueles

que estão às margens modos de inserção em uma vida digna, com acesso ao lazer e uma possibilidade de escolha para o futuro, *construindo pontes e derrubando muros*, como é o caso da Perifacon e tantos outros.

Bibliografia

Abreu, James de Lemos. Cultura e política: o caso do Programa "VAI" em São Paulo (2004-2008). 2010. 259 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

Baudrillard, J. A Sociedade de Consumo. Lisboa: Edições 70 Lda. 2006.

Bertelli, G. & Feltran, G (org.). Vozes à margem: periferias, estética e política. Editora EDUFSCAR. 2017.

Bertollo, Mait. A capilarização das redes de informação no território brasileiro pelo smartphone. Orientação: Professor Dr. Ricardo Mendes Antas Jr. Dissertação (Pós-Graduação em Geografia Humana) - Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo (USP). 2018.

Brasil. Lei complementar nº 128, de 19 de Dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Brasília, 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm>.

Caldeira, P. T. Qual a novidade dos rolezinhos? Revista Novos Estudos, CEBRAP, Edição 98, vol. 33, n. 1, p. 13-20, mar. 2014.

D'Andrea, T. P.. A formação dos sujeitos periféricos: cultura e política na periferia de São Paulo. 2013. Tese (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. doi:10.11606/T.8.2013.tde-18062013-095304. Acesso em: 03 ago. 2021.

Feltran, G. S.. Desvelar a política na periferia: histórias de movimentos sociais em São Paulo. 278p. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. 2003. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/279843>>. Acesso em: 3 ago. 2021.

Ferréz. Capão Pecado. 6. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

_____ & Mayo, Alexandre de. Os Inimigos Não Mandam Flores. São Paulo: Ediouro, 2007.

Grohmann, Rafael (org.). Os Laboratórios do Trabalho Digital: entrevistas. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2021.

Haesbaert, R. O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

Lencioni, Sandra. Concentração e centralização das atividades urbanas: uma perspectiva multiescalar. Reflexões a partir do caso de São Paulo. Rev. geogr. Norte Gd., Santiago, n. 39, p. 7-20, Maio 2008. Disponível em: <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34022008000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 18 de Jan de 2022.

Lopes, José Rogério. COLEÇÕES E AGÊNCIAS PATRIMONIAIS: Da formalidade à informalidade das experiências de colecionismo contemporâneas. REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS SOCIAIS - VOL. 32 N° 94. Jun/2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbc soc/a/Bbsn3rtXrh9mx5ZfgdzTrpk/?format=pdf&lang=pt>>.

Lacombe, A. C. R. O mundo é dos nerds: A representação midiática dos jovens deslocados no Brasil. Anagrama, 5(4), 1-14. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35653>>. 2012.

Lopes, R. José. COLEÇÕES E AGÊNCIAS PATRIMONIAIS: Da formalidade à informalidade das experiências de colecionismo contemporâneas. Artigo publicado pela RBCS, Vol. 32, n° 94, jun 2017, p. 10. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbc soc/a/Bbsn3rtXrh9mx5ZfgdzTrpk/?format=pdf&lang=pt>>.

Matos, Patrícia. O NERD VIROU COOL: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2014.

Michette, Miquele & Burgos, Fernanda. Fazedores de cultura ou empreendedores culturais? Precariedade e desigualdade nas ações públicas de estímulo à cultura. Políticas Culturais em Revista, Salvador, v. 9, n.2, p. 582-604, abr. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/17782/14250>>.

Miranda, A. P M. & Netto, L. R. G . Geografia do Ciberespaço: Novos Territórios da Informação em Rede. Appris, 1^a edição, jun. 2014.

Rizek, Cibele Saliba. Um balanço de pesquisa: 10 anos na zona leste e um social reconfigurado. Cidades, v. 13, n. 22, p. 94-140, 2016. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/view/5375/3958>. Acesso em: 29 ago. 2022.

Santos, Milton. O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. P. 36. São Paulo: Edusp. 2004.

Singer, André. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. Novos Estudos CEBRAP (85), novembro de 2009, pp. 83-102. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0101-33002009000300004>>.

Silveira, M. L. Modernização contemporânea e nova constituição dos circuitos da economia urbana. Geousp – Espaço e Tempo (Online), v. 19, n. 2, p. 246-262, ago. 2015. ISSN 2179-0892. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/geousp/article/view/102778>>.

Silveira, M. L.. Da pobreza estrutural à resistência: pensando os circuitos da economia urbana. Associação dos Geógrafos Brasileiros, Ciência Geográfica; XVII; 1; 1-2013; 64-71. Disponível em: <https://www.agbbauru.org.br/publicacoes/revista/anoXVII_1/agb_xvii1_versao_internet/agb_05_jandez2013.pdf>.

Sousa, Helen Fernandes de. A TATUAGEM NO INSTAGRAM - As mediações que se estabelecem entre tatuadores e o aplicativo e como a associação modifica as práticas da tatuagem. Orientador: André Luiz Martins Lemos. Dissertação de Mestrado para o Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, UFBA, 2021.

Piskor, Ed. Hip Hop Genealogia 1: Volume 1. São Paulo: Editora Veneta. 2016.

Yokote, Guilherme Kazuo Lopes. O mundo dos nerds: imagens, consumo e interação. 2014. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-19052015-133604/>. Acesso em: 22 de jun. 2022.

Filmes e Séries

Os Eternos. Direção: Chlöe Zhao. Produção: Kevin Feige. Marvel Studios, 2021.

Guerra nas Estrelas: Episódio IX. Direção: J. J. Abrams. Produção: Kathleen Kennedy, J. J. Abrams & Michelle Rejwan. Lucasfilm Ltd, Bad Robot Productions. 2019.

Guerra nas Estrelas: O Império Contra-Ataca. Direção: Irvin Kershner. Produção: Gary Kurtz. Lucasfilm. Ltd, 1980.

Marvel 75 Years: From Pulp to Pop! Direção: Zak Knutson. Produção: John Cerilli. Marvel Studios, 2014.

Pantera Negra. Criação de Stan Lee e Jack Kirby. Marvel Comics. [Primeira publicação em] 1966.

Todo Mundo Odeia o Chris. Criação de Chris Rock e Eli Leroi. Direção: Andrew Orenstein. CR Enterprises, Inc; 3 Arts Entertainment; Paramount Television; CBS Paramount Television. 2005-2009.

X-Men. Criação de Stan Lee e Jack Kirby. Marvel Comics. [Primeira publicação em] 1963.

Músicas

DJ Batata, MC Nego Blue. As Mina do Kit. Produção: Pop Funk Produções, 2011.

Racionais MC's. Vida Loka Part. 2. Produção: Racionais MC's, DJ Zegon. Gravadora Cosa Nostra, 2002.

- Tasha & Tracie feat. Cristal. Vingativa. Produção: Attlanta, 2021.
- _____ feat. ONIKA e FEBEM. Lui Lui. Produção: Ceia Ent, 2021.
- _____. Poco. Produção: AmandesNoBeat, 2021.
- Mano Brown feat. MC Jottapê. Zé Guaritinha. Interpretada por: Mano Brown e MC Jottapê. Composição: Emicida, Ezequiel, Felipe Junqueira e Samuel Ferrari. Produção Garena Free Fire.
- Marcelo D2. O Império Contra Ataca. Produção: Marcelo D2, Rodrigo Nut's, Zé Gonzales. Sony Music. 1998.
- Facção Central. O Rei da Montanha. Facção Central Produções Fonográficas. 2006.
- Os Seminovos. O nerd de hoje é o cara rico de amanhã. Produção: Maurício Ricardo. 2013.
- ## Artigos e Reportagens
- 2 anos após fazer história no Capão, Perifacon usa internet para “abraçar” geeks da quebrada. Por Julia Vitoria para o Blog Periferia em Movimento. 2021. Disponível em: <<http://periferiaemmovimento.com.br/perifacon21/>>. Acesso em: jun. 2021.
- Artistas de efeitos visuais estão se recusando a trabalhar com a Marvel. Por Leo Gravina para o Portal Legião dos Heróis. Julho de 2022. Disponível em: <<https://www.legiaodosherois.com.br/2022/artistas-efeitos-visuais-recusando-trabalhar-marvel.html>>. Acesso em 28 de Agosto de 2022.
- Câmara de SP aprova projeto de lei que proíbe bailes funk em via pública. G1 São Paulo, 2013. Link: <<https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/12/camara-de-sp-aprova-projeto-de-lei-que-proibe-bailes-funk-em-publica.html>>. Acesso em 27 de julho de 2022.
- Caso João Alberto: o que se sabe um ano depois do assassinato em supermercado de Porto Alegre. G1 RS, 2021. Link em: <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2021/11/19/caso-joao-alberto-o-que-se-sabe-um-ano-depois-do-assassinato-em-supermercado-de-porto-alegre.ghtml>>. Acesso em 21 de julho de 2022.
- Como a pirataria popularizou os jogos no Brasil. Por Guilherme Sommadossi para o Canaltech. Outubro de 2021. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/games/como-a-pirataria-popularizou-os-jogos-no-brasil-198789/>>. Acesso em 19 jun. 2022.
- Como a PerifaCon tornou-se um hub de inovação na periferia paulistana. Por Andressa Barbosa para a Revista Forbes. Julho de 2022. Disponível em:

<<https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/08/como-a-perifacon-tornou-se-um-hub-de-inovacao-na-periferia-de-sao-paulo/>>. Acesso em 27 de agosto de 2022.

Como é ser nerd na quebrada? Por Daniel Arroyo para Ponte Jornalismo. 31 de julho de 2022. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/amp/story/comunidade/visao-do-corre/role-de-quebrada/perifacon/como-esar-nerd-na-quebrada,5fb0a1b5de2cea0b775dff3186e768bbcx970m6.html>. Acesso em 1 de Agosto de 2022.

Demissões em startups aumentam nove vezes no 2º trimestre. Angelica Mari para Dinheiro em dia do Portal Terra. Agosto de 2022. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/economia/dinheiro-em-dia/meu-negocio/demissoes-em-startups-aumentam-nove-vezes-no-2-trimestre,a02881b9d75d772f75b757cace59e356wwfuzsbz.html>. Acesso em 28 de Agosto de 2022.

Entenda os tipos de ingressos da CCXP 2019. Portal Omelete. 2019. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/ccxp/entenda-os-tipos-de-ingressos-da-ccxp-2019#4>. Acesso em: jul. 2021.

Entretendo. Saiba como surgiu o maior evento de Cultura Pop do mundo, a Comic Con! - 16 de dez. de 2017. Disponível em: <<http://www.entretendo.com.br/noticias/834/Saiba-como-surgiu-o-maior-evento-de-Cultura-Pop-do-mundo-a-Comic-Con>

Funk faz sucesso no exterior, mas continua a ser atacado no Brasil, diz pesquisador. MACHADO, Leandro para BBC Brasil, 2022. Link em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62355983>

How to Get a Dream Job in Google? (Tradução livre: Como conseguir o emprego dos sonhos na Google?) Sneha Arora. In: <https://medium.com/@meetsneha/how-to-get-a-dream-job-in-google-5109bd322d9d>. Set. de 2019.

Ingressos para a Comic Con estão à venda! Veja os preços. Por Felipe Gladiador para o Portal Entretenimento R7. 11 de abr. de 2016. Portal R7. Disponível em <<https://entretenimento.r7.com/pop/ingressos-para-a-comic-con-experience-2016-ja-estao-a-venda-veja-os-precos-04102019>

JornalCast #9 – A Cultura Pop no marketing: como essa estratégia tem beneficiado empresas. Por Fernanda Garcia, Jornal Jr. 29 de out. de 2020. Disponível em <<https://jornaljr.com.br/2020/10/29/jornalcast-9-a-cultura-pop-no-marketing-como-essa-estrategia-tem-beneficiado-empresas/>

“O nosso trabalho é chegar antes do fuzil na vida dos jovens. Por isso trabalhamos com empreendedorismo”. Por Maisa Ifante para o Projeto Draft, 2019. Link em: <<https://www.projetodraft.com/o-nosso-trabalho-e-chegar-antes-do-fuzil-na-vida-dos-jovens-por-isso-trabalhamos-com-empreendedorismo/>

Ok, ‘boomers’, explicamos a Comic Con Experience, a festa ‘geek’ milionária que arrebata São Paulo. Por Joana Oliveira para El País. 07 de dez. de 2019. Publicado no El País. Disponível em <<https://brasil.elpais.com/cultura/2019-12-07/ok-boomers-explicamos-a-comic-con-experience-a-festa-geek-milionaria-que-arrebata-sao-paulo.html>> . Acesso em: jun. 2021.

Pandemia impulsiona streaming de games, e Twitch bate recorde de audiência. 2021. <https://www.istoeidinheiro.com.br/pandemia-impulsiona-streaming-de-games-e-twitch-bate-recorde-de-audiencia/>.

PerifaCon 2022: Evento conta com a participação de voluntários. Redação op Portal Perifacon, 2022. Disponível em: <<https://portalperifacon.com/2022/07/31/perifacon-2022-evento-conta-com-a-participacao-de-voluntarios/>>. Acesso em 29 de Agosto de 2022.

Perifacon 2022; confira o que rolou no evento. Por Eddy Venino para Portal Adrenaline. Julho de 2022. Link em: <<https://adrenaline.com.br/noticias/v/77581/perifacon-2022-confira-o-que-rolou-no-evento>>. Acesso em 27 de Agosto de 2022.

Periferias brasileiras devem girar mais de R\$ 7 bilhões só este ano. Por Julio Lewgoy, Valor Investe, 2019. Link em: <[https://valorinveste.globo.com/objetivo/emprenda-se/noticia/2019/08/28/periferias-brasileiras-devem-girar-mais-de-r-7-bilhoes-so-este-ano.ghtml](https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreenda-se/noticia/2019/08/28/periferias-brasileiras-devem-girar-mais-de-r-7-bilhoes-so-este-ano.ghtml)>. Acesso em 08 de Agosto de 2022.

Por que Comic Con na favela? 1 de jan. 2020. Por Andreza Delgado para Folha de São Paulo. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/01/por-que-comic-con-na-favela.shtml>>. Acesso em: maio 2021.

Por que o Artists' Alley é o coração da CCXP 2016? Por Carol Costa para o Portal IGN Brasil. Disponível em: <<https://br.ign.com/comic-con-experience-2016/43082/feature/por-que-o-artists-alley-e-o-coracao-da-ccxp-2016>>. Acesso em jun. de 2021.

Quem são os consumidores de cultura geek das periferias de São Paulo? Por Eduardo Silva para o Mural da Folha de São Paulo. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://mural.blogfolha.uol.com.br/2019/03/22/quem-sao-os-consumidores-de-cultura-geek-das-periferias-de-sao-paulo/>>. Acesso em: jun. 2021.

Rio: cientista Nina da Hora denuncia racismo em livraria no Leblon. DUTRA, Daniele. Metrópoles, 2022. Link em: <<https://www.metropoles.com/brasil/rio-cientista-nina-da-hora-denuncia-racismo-em-livraria-no-leblon>>. Acesso em 21 de julho de 2022.

Saiba como a Perifacon incentiva a pluralidade de vozes na produção de quadrinhos nas periferias. Por Tamires Rodrigues para Blog Desenrola e Não Me Enrola. Disponível em: <<https://desenrolaenomenrola.com.br/territorios-criativos/saiba-como-a-perifacon-incentiva-a-pluralidade-de-vozes-na-producao-de-quadrinhos-nas-periferias>>. Acesso em: jul. 2021.

Salário mínimo estadual em SP sobe para R\$ 1 mil. G1 São Paulo. 14 de mar. de 2016. Disponível em <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/03/salario-minimo-estadual-em-sp-sobe-para-r-1-mil.html>>. Acesso em: jun. 2021.

Twitch: views despencam após greve mundial de streamers e fãs; entenda. Por Amanda Fleure, do Start. Uol. 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2021/09/03/twitch-views-despencam-apos-boicote-de-streamers-e-fas-entenda-o-caso.htm>>. Acesso em 28 de Agosto de 2022.

Entrevistas

Ferréz. [jun. 2018]. Entrevistador: LØAD. São Paulo, 2018. Entrevista na íntegra disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=M3Jks56_pkM>.

_____. | Episódio completo: Quando a periferia está no centro | Super Libris. SescTV, 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Rs-v4YMRXqw&t=391s>>. Acesso em ab. 2022.