



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE
CAMPUS AVANÇADO DE NATAL
BACHARELADO EM TURISMO

ANGELO AUGUSTO MENDES BARBOSA

CULTURA GEEK: UM POTENCIAL PARA O TURISMO DE NATAL/RN

Natal/RN

2024

ANGELO AUGUSTO MENDES BARBOSA

CULTURA GEEK: UM POTENCIAL PARA O TURISMO DE NATAL/RN

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof^ª Dra Michele Galdino Câmara Signoretti

Natal/RN

2024

© Todos os direitos estão reservados a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do(a) autor(a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu(a) respectivo(a) autor(a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

Catálogo da Publicação na Fonte.
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

M538c Mendes Barbosa, Angelo Augusto
Cultura Geek: um potencial para o turismo de Natal-
RN. / Angelo Augusto Mendes Barbosa. - Natal/RN, 2024.
58p.

Orientador(a): Profa. Dra. Michele Galdino Câmara
Signoretti.

Monografia (Graduação em Turismo). Universidade do
Estado do Rio Grande do Norte.

1. Cultura geek. 2. Turismo. 3. Diversificação da oferta
turística. 4. Natal/RN. I. Câmara Signoretti, Michele
Galdino. II. Universidade do Estado do Rio Grande do
Norte. III. Título.

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pela Diretoria de Informatização (DINF), sob orientação dos bibliotecários do SIB-UERN, para ser adaptado às necessidades da comunidade acadêmica UERN.

ANGELO AUGUSTO MENDES BARBOSA

CULTURA GEEK: UM POTENCIAL PARA O TURISMO DE NATAL/RN

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Aprovado em ____/____/____

Banca Examinadora

Profª Dra Michele Galdino Câmara Signoretti (Orientadora)
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN

Prof. M.a. Tatiana Moritz
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN

Prof. Esp. Janaina Mikarla Dantas da Costa
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar primeiramente minha profunda gratidão a Deus por todas as bênçãos concedidas ao longo de toda minha vida, por Sua orientação e por ser a fonte de minha força.

Aos meus pais, Maria Elanilda Mendes de Oliveira Barbosa e Angelo Estevam Barbosa Neto, por me criarem com carinho, por sempre acreditarem em mim e por me incentivarem no hábito da leitura e do estudo. Sem o apoio de vocês, este trabalho não seria possível.

À Professora Dra. Michele Galdino Câmara Signoretti, por aceitar o desafio de ser minha orientadora. Agradeço pelo seu apoio, orientação, instrução e dicas valiosas ao longo deste processo. Seu auxílio foi fundamental para a realização deste trabalho.

Estendo meus sinceros agradecimentos às professoras Tatiana Moritz e Janaina Mikarla Dantas da Costa, que gentilmente aceitaram fazer parte da minha banca. Agradeço pela atenção dedicada, pelas críticas construtivas e pelos valiosos conselhos que contribuíram para o aprimoramento deste trabalho.

À Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, pela oportunidade de realizar este trabalho acadêmico e pelo ambiente propício ao aprendizado e à pesquisa.

Que nossos caminhos continuem a se cruzar e que possamos seguir buscando o conhecimento e contribuindo para o avanço da ciência e da sociedade.

RESUMO

A cultura geek é um termo que se refere a um grupo de pessoas apaixonadas por temas relacionados à tecnologia, ficção científica, fantasia, jogos de vídeo game, quadrinhos, filmes e séries de TV, entre outros interesses relacionados à cultura pop. Com o avanço da tecnologia e o advento da globalização, essa cultura passou a ter um papel cada vez mais significativo na sociedade contemporânea. Este trabalho possui como objetivo identificar o potencial que a cultura geek possui para diversificar a oferta turística da cidade de Natal/RN, que desde sempre dependeu do turismo de sol e praia. Após a coleta de dados, pode-se constatar que esta cultura influencia diversos hábitos de seus seguidores, incluindo seus hábitos de viagem e turismo. A análise dos resultados indica o potencial real da cultura geek para diversificar a oferta turística na capital potiguar, pois mostra que a comunidade geek possui o hábito de viajar, e apresenta forte interesse em visitar destinos que oferecem atrações ligadas a essa cultura.

Palavras chave: Cultura geek, turismo, diversificação da oferta turística, Natal/RN.

ABSTRACT

Geek culture is a term that refers to a group of people passionate about subjects related to technology, science fiction, fantasy, video games, comics, movies, and TV series, among other interests related to pop culture. With the advancement of technology and the advent of globalization, this culture has come to play an increasingly significant role in contemporary society. This study aims to identify the potential that geek culture has to diversify the tourism offerings of Natal, Brazil, which has traditionally relied on sun and beach tourism. After data collection, it was observed that this culture influences various habits of its followers, including their travel and tourism habits. The analysis of the results indicates the real potential of geek culture to diversify the tourism offerings in the capital of Rio Grande do Norte, as it shows that the geek community has a strong habit of traveling and a keen interest in visiting destinations that offer attractions related to this culture.

Keywords: Geek culture, tourism, diversification of tourism offering, Natal/RN.

LISTA DE FIGURAS

Imagem 1 - Apresentação de cosplays no palco da GGCON.....	13
Imagem 2 - Decoração do restaurante Fascínio Medieval.....	20
Imagem 3 - Entrada do Evento Digicom Experience (DCXP).....	23
Imagem 4 - Palco da Digicom Experience (DCXP).....	24

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa Etária.....	30
Gráfico 2 - Gênero.....	32
Gráfico 3 - Raça.....	32
Gráfico 4 - Renda mensal (em número de salários).....	33
Gráfico 5 - Nível de escolaridade.....	34
Gráfico 6 - Estado de Nascimento.....	35
Gráfico 7 - Cidade onde mora.....	36
Gráfico 8 - Produtos geek que você consome com mais frequência.....	37
Gráfico 9 - Com que regularidade adquire produtos geek.....	38
Gráfico 10 - Meio de preferência para adquirir os produtos geek.....	39
Gráfico 11 - Viaja durante as férias.....	40
Gráfico 12 - Com que frequência viaja.....	41
Gráfico 13 - Possui o desejo de visitar atrações e produtos geek nas viagens.....	41
Gráfico 14 - Caso a resposta anterior tenha sido "sim", quais atrativos/produtos gostaria de consumir.....	42
Gráfico 15 - Frequência com que consome atrações e produtos geek nas viagens.....	44
Gráfico 16 - Foi ou iria para um destino apenas pelo atrativo da cultura geek.....	45
Gráfico 17 - Caso a resposta anterior tenha sido "sim", quais destinos visitou ou deseja visitar com esse atrativo.....	46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
1.1 Objetivos.....	11
1.1.1 Objetivo Geral.....	11
1.1.2 Objetivos Específicos.....	11
1.2 Justificativa.....	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1 Cultura Geek.....	15
2.2 Produto turístico.....	18
2.3 Mercado Turístico em Natal/RN.....	20
3 METODOLOGIA.....	25
3.1 Natureza da Pesquisa.....	25
3.2 Abordagem do Problema.....	25
3.3 Abordagem dos Objetivos.....	25
3.4 Sujeito da Pesquisa.....	25
3.5 Procedimentos Técnicos de Pesquisa.....	26
4 COLETA DE DADOS.....	28
5 ANÁLISE DE RESULTADOS.....	30
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
REFERÊNCIAS:.....	48
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO - CULTURA GEEK: ATRAÇÃO TURÍSTICA POTENCIAL PARA O DESTINO NATAL/RN.....	53

1 INTRODUÇÃO

A palavra cultura abrange um amplo sistema de significações que engloba a comunicação, reprodução, vivência e estudo de uma sociedade, conforme afirma Williams (1992). Neste conceito encontramos uma vertente denominada cultura geek. Essa cultura é uma ramificação da cultura pop que se encontra cada vez mais em evidência.

Matos (2011) afirma que o termo nerd surgiu em meados da década de 1950, e era usado para se referir a jovens considerados inteligentes, porém deslocados e sem muito tato social. A palavra nerd sempre acompanhou uma conotação pejorativa. Porém, com o passar das décadas, o significado da palavra nerd foi mudando e se atualizando.

Destacamos que a denominação nerd ficou conhecida quando foi usada para denominar jovens pouco populares da *high school* estadunidense. (Matos, 2011). Porém, a primeira significação do termo nerd teria mudado com o tempo e, neste início de século XXI, teria ganho um significado mais positivo em função do lugar privilegiado que vêm recebendo as tecnologias virtuais e digitais. Juntamente com essa possível mudança de significado, o termo nerd foi associado a outro termo – geek – para referir as pessoas interessadas em tecnologia buscando escapar da conotação pejorativa inicial. (Bicca, 2013, p.3)

A palavra "Geek", de acordo com Louise (2021), surgiu no século XVI, na Europa, com origem nos idiomas inglês e alemão, e tratava-se de um sinônimo para "bobo" ou "louco". Esta palavra também era usada para se referir aos artistas de rua conhecidos por executarem apresentações consideradas bizarras e incomuns.

Conforme pontifica Brasil (2018), a partir da década de 1990, o termo geek passou a representar uma comunidade que compartilha o interesse em comum por um nicho da cultura pop focado em tecnologia, jogos, ficção científica, animes, histórias em quadrinhos, séries, cinema *blockbuster* e assuntos *mainstream* em geral. Apesar de atualmente o termo nerd ser visto de forma menos ofensiva e pejorativa, ainda é utilizado para se referir à pessoas com pouca desenvoltura social. Assim, a palavra geek segue como uma maneira amigável de se referir a quem possui os mesmo interesses que os nerds, mas é visto como mais popular e possui maiores habilidades interpessoais.

Segundo Galvão (2009), com avanço da tecnologia, dos meios de comunicação e da globalização, o entretenimento passou a ser muito mais acessível, causando a expansão da comunidade geek em todo o mundo. A

expansão e popularização da cultura geek estimulou o surgimento de uma indústria de entretenimento de massa que tem crescido exponencialmente nos últimos anos, oferecendo uma ampla gama de produtos e serviços que contribui significativamente para a economia global, gerando bilhões de dólares em receita anualmente.

A cultura geek tem sido cada vez mais influente no Brasil e é considerada por associações ligadas a indústria de entretenimento uma forte economia. Filmes baseados em histórias em quadrinhos de super-herói chegaram a gerar uma bilheteria bilionária para seus estúdios. De acordo com a Abral (2023), o setor de licenciamentos movimentou mais de R\$21,5 bilhões no ano de 2021, com produtos relacionados a quadrinhos, games, filmes, séries e etc.

Conforme pontificam Bastos e Elicher (2021), paralelo a esse crescimento, o turismo encontrou na cultura geek uma forte maneira de motivar pessoas a viajar. Uma vez que o turismo tem como um de seus maiores motivadores a diversão e o lazer, uma cultura que possui como alicerce o consumo de entretenimento apresenta um enorme potencial para atrair visitantes. Desta forma, pessoas apaixonadas pela cultura geek podem ter muito mais satisfação em um destino se o roteiro levar em consideração atrativos que remetem a esta cultura.

Levando em consideração essa temática, vários destinos pelo Brasil e pelo mundo já atraem pessoas a destinos utilizando essa cultura. Como apontam Bastos e Elicher (2021), a cidade de São Paulo é considerada o maior reduto nerd e geek do Brasil. Na cidade pode-se encontrar diversas atrações voltadas para esse público, atrações estas que despertam o interesse e a curiosidade tanto dos turistas quanto do público local. Na capital paulista pode-se encontrar roteiros que contemplam histórias em quadrinhos, games, RPG, tecnologia, filmes e séries, incluindo o maior evento anual de cultura geek do mundo: a Comic Con Experience (CCXP).

No município de Natal, embora existam empreendimentos voltados para o comunidade geek, isso ainda acontece de maneira muito pontual.

De acordo com Matos (2011):

A cultura nerd é construída com base no consumo midiático e, neste contexto, o consumo constitui um aspecto fundamental da formação da identidade pessoal e social. O conceito de capital simbólico (Bourdieu, 1983) se mostra essencial para compreender como, na cultura nerd, o consumo atua de forma a construir identidades e gerar identificação” (Matos, 2011, p.8).

Esta citação anterior permite compreender que a cultura geek apresenta um caráter dinâmico, pois não está atrelada a uma localização geográfica específica, o que permite que ela seja explorada pela indústria turística em qualquer localidade que disponha de tecnologia e que os meios de propagação alcancem. Afinal esta cultura está ligada à tecnologia e às diversas formas de consumo de entretenimento.

Diante deste cenário apresentado, surgiu o interesse deste pesquisador em estudar esta temática, tendo como seguinte questão problema do trabalho: Seria a cultura geek uma alternativa para diversificar a oferta turística da cidade do Natal/RN?

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

Com base nesse questionamento citado anteriormente, este pesquisador define como principal objetivo deste trabalho analisar o potencial que a cultura geek apresenta para a diversificação da oferta turística em Natal/RN.

1.1.2 Objetivos Específicos

1. Descrever o perfil sociodemográfico da comunidade geek, com base nos participantes do evento geek Digicon Experience 2023, em Natal/RN.
2. Identificar, através de um estudo de caso realizado no evento Digicom Experience 2023, o potencial que a cultura geek possui para diversificar a oferta turística da cidade de Natal/RN.

1.2 Justificativa

Conforme pontifica Medeiros (2014), o turismo na cidade de Natal sempre esteve marcado pelo turismo de Sol e Praia. Esta reputação não é apenas uma casualidade, mas sim o resultado de uma combinação única de fatores, como o clima privilegiado caracterizado por temperaturas agradáveis durante todo o ano e pouca variação sazonal e as praias deslumbrantes de águas cristalinas.

Porém, este pesquisador enxerga na cidade um potencial turístico além do turismo de Sol e Praia, e reconhece na cultura geek um potencial para gerar uma maior diversidade de atrativos turísticos e atrair diferentes tipos de visitantes, ampliando assim o alcance do turismo em Natal.

Adicionalmente, o mercado nerd e geek está ganhando cada vez mais espaço, gerando bilhões na economia em todo o mundo. De acordo com o Segs (2019), um estudo realizado pelo conglomerado tecnológico japonês Rakuten Digital Commerce, entre 2018 e 2019, mostrou que os integrantes dessa comunidade costumam gastar 40% a mais do que a média nacional. Abral (2023) revelou que o Licensing International divulgou que no ano de 2021 a venda de produtos voltados para a comunidade geek gerou um faturamento de cerca de US\$300 bilhões globalmente. Esses dados demonstram quão promissora é essa temática e como o turismo pode se beneficiar ao atender esse público.

Durante o desenvolvimento deste trabalho foi identificado que empreendedores têm se utilizado dessa cultura para atrair esse público e trazer um diferencial para seus produtos e serviços.

No Brasil, São Paulo tem-se mostrado um expoente de empreendimentos geek no Brasil. A capital paulista é a mais populosa do Brasil, com 11,4 milhões de habitantes, segundo o IBGE (2023). Essa densidade populacional reflete num público consumidor extremamente diversificado, e em empreendimentos que buscam cada vez mais trazer inovações e abordagens diferentes para se destacar no mercado. Como afirma Bentes (2011), São Paulo também é culturalmente diversificada, devido ao fato da cidade receber imigrantes de vários países e demais regiões do Brasil desde sua fundação. Bastos e Elicher (2021) apontam que a capital paulista está na vanguarda da criação e desenvolvimento de atrações e produtos geek no Brasil. Dentre esses produtos e atrações, destaca-se o maior evento de cultura geek do mundo, a Comic Con Experience (CCXP).

Porém os produtos turísticos geek no Brasil não se resumem aos da capital paulista. Como afirma Oliveira (2022), no estado de Belo Horizonte acontece a cada dois anos o Festival Internacional de Quadrinhos (FIQ), que reúne artistas e fãs de quadrinhos do mundo inteiro.

A cidade de Natal já apresenta alguns empreendimentos nessa temática. Como por exemplo um Escape Room, que consiste em um jogo presencial em que os integrantes entram em uma sala temática imersiva, cheia de enigmas e desafios, onde o jogador é o personagem que precisa escapar (Geekspot, 2023). A cidade também sedia eventos de cultura geek de tamanho considerável, como a Good Game Convention (GGCON) que ocorreu no Centro de Convenções de Natal nos

dias 7 e 8 de outubro de 2023 e reuniu mais de 15 mil pessoas, conforme revela o site do jornal Tribuna do Norte (2023).

Imagem 1 - Apresentação de cosplays no palco da GGCON.



Fonte: Tribuna do Norte (2023)

Adicionalmente a essa justificativa, este pesquisador compartilha da tese de Mascarenhas (2018), que afirma que a cultura geek possui um forte apelo midiático. Isso acontece devido a sua forte conexão com a tecnologia, a globalização e as mídias de entretenimento, fazendo com que essa cultura seja acessada e compartilhada por pessoas do mundo inteiro. Isto a torna uma fonte de interesse comum entre diversos públicos e, como escrito anteriormente, passível de atrativos e produtos fabricáveis.

Complementarmente, este trabalho se justifica pelo interesse do pesquisador que faz parte desse movimento e reconhece a forte paixão que a cultura geek gera em seu público, resultando no enorme crescimento da comunidade geek no Brasil e no mundo.

Além disso, este pesquisador é cidadão natalense e estudante de turismo, e assim como descrito na introdução deste trabalho, o mesmo se questiona sobre as oportunidades e soluções que a cidade pode considerar para diversificar sua oferta turística.

Em suma, o pesquisador encontrou nessa característica diversificada da cultura geek e seu enorme e constante crescimento no Brasil e no mundo, justificativas adicionais para desenvolver esse trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Cultura Geek

Aprofundando o que já foi descrito na introdução deste trabalho, se faz necessário compreender os termos individualmente.

O termo cultura é muito amplo, e abrange diversas visões e interpretações acerca de seu significado. Por conseguinte, é muito comum se encontrar debates acalorados a fim de definir se algo pode ser considerado cultura ou não. Um exemplo são as críticas de T. Adorno (1989) à “música ligeira”, cuja o autor declarou alienante e superficial, em comparação à tradição das denominadas músicas de vanguarda.

Uma definição muito completa é a sugerida por Velho (2009) em que diz:

Cultura é memória não-genética, um conjunto de informações que os grupos sociais acumulam e transmitem por meio de diferentes manifestações do processo da vida, como a religião, a arte, o direito (leis), formando um tecido, um “continuum semiótico” sobre o qual se estrutura o mecanismo das relações cotidianas. A cultura é [...] inteligência coletiva, um sistema [...] que molda a dinâmica da vida social, mas leva em consideração não só os aspectos do socius, mas todos os fenômenos que incidem sobre a consciência coletiva. São programas de comportamento que permitem converter acontecimentos em conhecimento (Velho, 2009, p. 2).

Partindo desta definição, pode-se entender que o termo cultura possui uma característica dinâmica e está sempre em transformação, pois a cultura é fruto da interação do ser humano com a sua sociedade e realidade, e esta realidade passa por constantes mudanças com o passar do tempo.

Do mesmo modo, Kellner (2001) define que a cultura envolve uma prática altamente participativa, na qual indivíduos colaboram para formar comunidades e construir identidades. Adicionalmente, Kellner (2001) estabelece que a cultura, hoje, possui dispositivos de propagação e disseminação, que são mídias como a televisão, rádio, internet, quadrinhos e cinema. Essas mídias reforçam a cultura e estimulam novas manifestações culturais, fazendo surgir novas tendências, o que deu início a denominada cultura nerd e geek.

De acordo com Matos (2011), a origem do termo nerd é bastante imprecisa, porém se tornou popular nos Estados Unidos à partir da década de 1950, e no início era usada para se referir às pessoas (geralmente homens jovens) que eram considerados inteligentes e com dificuldade em estabelecer relacionamentos interpessoais. Conforme Galvão (2009, pg. 2), “Nerd, na versão mais antiga, é uma

pessoa que nutre um grande fascínio pelos estudos, ou que possui uma inteligência maior que a média e tem alguma dificuldade em se relacionar socialmente”.

Com o passar dos anos a definição de nerd mudou. De acordo com Galvão (2009), a palavra nerd passou a ser utilizada para caracterizar uma pessoa que nutre uma obsessão por um determinado assunto a ponto de se tornar um *expert* deste tema. Geralmente esses interesses variam por áreas como tecnologia, quadrinhos, ficção científica, fantasia, cinemas, TV e games.

Segundo esta nova definição, o nerd não é necessariamente um sujeito anti social, mas sim um indivíduo que costuma interagir e conversar sobre esses assuntos que estão se tornando cada vez mais populares.

Já o termo “geek”, como afirma Backe (2014), surgiu no século XVI e era usado para se referir a uma pessoa considerada simplória ou tola. O termo mudou para a palavra de grafia “geek” na Escócia, no século XIX, desta vez sendo utilizada para denominar artistas de rua que realizavam números incomuns, como comer insetos vivos, por exemplo.

Porém, a utilização do termo mudou no século 20.

Já em 1983 o termo geek era utilizado por adolescentes para se referir a outros que não “se encaixavam” socialmente e que eram obcecados por tecnologia e computadores. O termo sugeriria que não só a pessoa geek era viciada em tecnologia, mas ela pagava o preço de abrir mão de uma vida social normal para se dedicar laboriosamente a vida tecnológica em busca de conhecimentos na área. A identidade de ser um geek possui uma forte ligação com a condição de estigma, exclusão e não conformidade. Por muitos anos os geeks foram ridicularizados pelo seu jeito considerado peculiar de ser e viver. Estereótipos como a pessoa que usa óculos, com um péssimo senso de estilo, e raros atributos sociais foram difundidos. Fato este que não perdura (Brasil, 2018, p. 41).

Mediante a isto, pode-se afirmar que os termos nerd e geek são intercambiáveis. Porém, apesar, de poderem ser utilizados vistos como sinônimos, também são usados para ser mais específico, pois algumas vezes a palavra geek é utilizada para classificar um nerd que é visto como “popular” e mais sociável, enquanto o termo nerd ainda pode ser visto de maneira pejorativa, conforme afirma Matos (2011).

Segundo Matos (2012), essa cultura se tornou tão forte com o passar dos anos que em 2006 foi criado o “Dia do Orgulho Nerd”. A data escolhida foi 25 de maio, a mesma data de estreia do primeiro filme da franquia geek multimilionária Star Wars. Desde então esta data é comemorada pela comunidade geek no mundo inteiro

A popularidade da cultura geek fez com ela fosse utilizada como produto local e atração turística. De acordo com Marasciulo (2019), o considerado primeiro evento geek, a San Diego Comic Con, surgiu como um evento local organizado por três amigos. Este trio era formado pelo desenhista Shel Dorf, o dono de uma loja de quadrinhos Richard Alf, e o publisher Ken Krueger. Essa primeira edição ocorreu em 1972 e foi nomada San Diego's Golden State Comic-Con.

Na primeira edição, mais de 300 pessoas passaram três dias no U.S. Grant Hotel acompanhando a programação – que, em proporções menores, já era muito parecida com a atual, com exibições de filmes, palestras e estandes das principais marcas da indústria [...] Em 1991, a convenção oficialmente se mudou para o San Diego Convention Center, com capacidade para milhares de pessoas. Nos últimos anos, o público ficou sempre na casa dos 130 mil (exceto em 2015, quando chegou a 167 mil). Em 2016, todos os ingressos foram vendidos em uma hora. Isso traz uma boa receita para a cidade – o evento faz circular cerca de US\$170 milhões durante os quatro dias. (Marasciulo, 2019, online).

Com o passar dos anos o modelo de Comic-Con passou a ser reproduzido em várias cidades dos Estados Unidos, e com a globalização e popularização da cultura geek, esse formato de evento começou a ser utilizado em outros países, incluindo o Brasil, onde o maior evento de cultura geek do mundo acontece anualmente, denominado Comic-Con Experience.

O evento foi criado pelos mesmos idealizadores do site de entretenimento geek “Omelete”. Mais uma vez, fãs de cultura geek se juntaram com uma proposta empreendedora e desenvolveram um evento de sucesso, conforme pontifica Arcuri (2017).

De acordo com Šegota (2018), outro exemplo em que é possível observar a cultura geek se multiplicando e gerando atrações locais e turísticas é o Game of Thrones Tour, que ocorre em Dubrovnik, na Croácia. A cidade foi utilizada como cenário para a série de sucesso bilionário Game of Thrones, do canal de TV à cabo americano HBO. A série Game of Thrones é baseada na série de livros do escritor George R. R. Martin, chamada no Brasil de As Crônicas de Gelo e Fogo. O site Sky History TV Channel (2015) informa que o escritor já declarou ser um geek assumido, apaixonado por livros e quadrinhos de fantasia e inclusive ter participado da primeira edição da San Diego's Golden State Comic-Con, citada anteriormente.

Conforme apontam De Almeida Brazo e Filho (2016), a cultura geek é extremamente relevante até mesmo do outro lado do mundo. Os japoneses utilizaram dessa cultura para fazer com que seus produtos se tornassem

competitivos no mercado mundial, que até então era comandado pela hegemonia da cultura pop estadunidense. Vários destinos no Japão são dedicados aos desenhos animados e quadrinhos japoneses, chamados respectivamente de animes e mangás. Destinos dedicados à cultura pop japonesa estão em diversas cidades. Nesses locais é possível encontrar lojas especializadas em animes e mangás, além de cafés e restaurantes temáticos e casas de jogos.

Com estes exemplos, pode-se identificar como a cultura geek tem potencial para ser utilizada no fomento da atividade turística. Como afirma Da Silva Regis (2022), a cultura geek possui um enorme potencial de atrair turistas, e eventos dessa temática chegam a mobilizar uma enorme variedade de serviços e infraestrutura turística. Desde transporte até acomodações, centros de convenções, shoppings e restaurantes. Todos esses setores são beneficiados com o aumento do fluxo de visitantes que esses eventos geek atraem.

2.2 Produto turístico

De acordo com Barreto (1995, pg. 12), turismo é “a soma de relações e serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais”. Além dessa definição, Barretto (1991) ressalta o fator humano, mostrando que o turismo trata-se de um fenômeno que parte da interação do ser humano, denominado turista, com locais além de sua habitação, chamado de núcleo receptor. Trata-se de uma atividade multidisciplinar decorrente dessa interação.

Moesch (2000) expande essa definição e agrega nela os empreendimentos gerados pela atividade turística:

“Turismo é, de um lado, conjunto de turistas; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve habilitar, para atender às correntes (...). Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem, para fomentar a infra-estrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda (...). Também são os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras.” (Moesch, 2000, p. 11)

De acordo com o MTUR (2007, p. 17), produto turístico é “o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço”. Essa definição foi esmiuçada por Cruz (2021, pg. 29) que explica que

produtos turísticos “são bens e serviços que estão disponíveis para atender às necessidades do turista ou visitante, este produto pode ser uma região, país, serviço ou equipamento turístico”.

Adicionalmente, Cruz (2021) afirma que para conseguir captar um público diferente de turistas o destino precisa estudar a implementação de um determinado segmento de produto turístico específico, se especializar nesse segmento para assim conseguir produzir um produto turístico consistente e de qualidade. Desta forma, é imprescindível que o produto seja adequado à oferta e corresponda às expectativas do consumidor, fazendo com que o consumidor atue indiretamente como uma espécie de coautor do produto turístico.

Cooper (2013), discorre acerca da complexidade dos produtos turísticos e corrobora com essa perspectiva de co autor do turista:

Os produtos turísticos são complexos e multifacetados, proporcionando experiências benéficas para o consumidor. Sobre o conceito de “experiência” assenta a visão contemporânea de produtos turísticos. Nesta perspectiva, o turista é coautor do produto. Na sua interação com este, advém complementarmente a experiência que, vivida sensorialmente, o transforma e o marca, conferindo-lhe relevância suficiente para o tornar memorável. Os produtos existem em simultâneo com o território, pelo que não deverão ser vistos isoladamente, mas numa perspectiva dialética com o meio. Nesta perspectiva, podem-se identificar alguns aspetos essenciais e interligados, no próprio território, que contribuem para suporte dos produtos (Cooper, 2013, p. 35).

De acordo com Acerenza (1991) o produto turístico trata-se de um conjunto de prestações ofertadas com o intuito de satisfazer os desejos ou as expectativas dos turistas. Nessa definição o autor abrange os aspectos materiais e imateriais, mostrando que a própria cultura de um povo, como por exemplo a cultura geek, pode ser utilizada para a promoção do turismo, pois ela cria um atrativo e um diferencial naquela localidade, possibilitando que este local atraia visitantes.

Um exemplo interessante no Nordeste do Brasil é o restaurante temático Fascínio Medieval, localizado na cidade de João Pessoa, no estado da Paraíba. Segundo o site Polêmica Paraíba (2023), o restaurante é um ponto de encontro para os amantes da cultura geek. O Fascínio Medieval mergulha seus visitantes em uma atmosfera inspirada em grandes universos de fantasia, como Game of Thrones e Harry Potter. Cada detalhe, desde a decoração até o cardápio, foi cuidadosamente concebido para proporcionar uma experiência imersiva e única. Sua atmosfera envolvente e sua abordagem única atrai não apenas os fãs de cultura geek, mas

também aqueles que buscam uma experiência gastronômica verdadeiramente memorável.

Imagem 2 - Decoração do restaurante Fascínio Medieval.



Fonte: G1 - TV Cabo Branco (2023).

O restaurante Fascínio Medieval é um exemplo de como a cultura geek pode ser utilizada para gerar empreendimentos de sucesso em qualquer lugar, incluindo na cidade de Natal/RN, objeto de estudo deste trabalho.

2.3 Mercado Turístico em Natal/RN

O turismo tem se destacado como uma importante atividade econômica e social no mundo inteiro. Conforme Theobald (2002), o setor de viagens e turismo tem se expandido significativamente nos últimos anos, sendo reconhecido como um dos maiores segmentos do setor de serviços. O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (1996) corrobora com essa afirmação ao informar que o turismo constitui na maior indústria global, e contribui fortemente para o fortalecimento das economias locais e para geração de emprego e renda.

De acordo com Furtado (2007) nos últimos vinte anos do século XX, a cidade de Natal, capital do estado do Rio Grande do norte, experimentou um enorme crescimento no setor do turismo, graças à implementação de infraestruturas e equipamentos que buscavam posicionar a capital potiguar no competitivo circuito turístico do Nordeste brasileiro. Porém, como o autor complementa, foi na década de

1960 que Natal deu os primeiros passos rumo ao desenvolvimento turístico com a construção do Hotel Internacional dos Reis Magos, localizado na Praia do Meio.

Adicionalmente, Furtado (2007) afirma que o Hotel Internacional dos Reis Magos era considerado o único estabelecimento com qualidade suficiente para receber visitantes. O edifício se tornou uma referência para quem visitava a capital potiguar e um símbolo de glamour da época, com sua famosa boate Babelô, frequentada pelos poucos turistas e pela alta sociedade local. A partir da implantação da atividade turística, a economia da cidade foi impactada pelas políticas implementadas pela Empresa de Turismo do Rio Grande do Norte (Emprotur), criada em 1971 com o objetivo de promover o setor turístico no estado e, principalmente, em Natal.

Com três grandes linhas de ação, sendo elas o estudo das potencialidades turísticas, a promoção das belezas de Natal e o investimento em infraestrutura para o turismo, a Emprotur buscou dinamizar o segmento turístico na região, fazendo com que o turismo se consolidasse como uma atividade econômica relevante. (Furtado, 2007).

Segundo Lopes Júnior (2000), Natal passou por grandes transformações no final dos anos 1970 e início dos anos 1980. Mesmo já possuindo uma configuração espacial moderna, com amplas avenidas, essas mudanças ocorreram de maneira intensa, tornando evidente o constante processo de adaptação e renovação da cidade para atender às demandas turísticas que já estavam em constante crescimento.

[...] as paisagens urbanas de Natal antes da emergência da atividade turística, foram fortemente moldadas pela espacialização social derivada da ocupação militar [...] e pelos espasmos de industrialização da década de setenta. Nessas paisagens, a cultura do funcionalismo público e a apropriação espacial militar coexistiam com o velho poder oligárquico, cuja reprodução apoiava-se nas atividades econômicas tradicionais no interior do Rio Grande do Norte [...] e na secular captura dos aparatos locais do Estado (Lopes Júnior, 2000, p. 37).

De acordo com Semurb (2008), a partir de 1978, com uma iniciativa da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur), o turismo na região Nordeste teve um significativo crescimento, impulsionando também o turismo no Rio Grande do Norte. Com isto, os gestores da capital potiguar passaram a

explorar com ênfase os atrativos naturais de Natal, buscando consolidar a cidade como um destino turístico de destaque.

Segundo Semurb (2008), a cidade de Natal, com sua beleza e atrativos naturais, se tornou rapidamente uma cidade turística, fazendo com que tanto as instituições públicas como as privadas passassem a investir nessa indústria. Com esse intuito, foi criado o projeto de construção da Via Costeira, uma obra essencial para o desenvolvimento da rede hoteleira da cidade, através do Decreto nº 7.237, de 1977. Com a implementação dessa infraestrutura, Natal começou a atrair um fluxo significativo de turistas, impulsionando assim a economia da cidade e do estado do Rio Grande do Norte.

Adicionalmente, Semurb (2008), explica que por muitos anos, a divulgação de Natal se concentrou principalmente em suas belezas naturais. No entanto, pesquisas revelaram que os visitantes desconheciam o patrimônio histórico e cultural da cidade. Diante disso, tornou-se imperativo destacar os atrativos culturais de Natal, valorizando seu patrimônio histórico, partindo do conceito de que a identidade de uma cidade se define pela sua história e cultura, que são verdadeiros biógrafos da sua trajetória urbana.

Mediante a isto é possível perceber que é fundamental que os turistas encontrem diversidade na oferta turística da cidade, possibilitando o alcance de diversos públicos. Segundo o Fernandes (2010), o segmento de eventos se destaca como uma das principais alternativas para diversificar a oferta turística da capital potiguar, pois a cadeia de eventos envolve milhões de participantes e gera empregos diretos e indiretos, beneficiando diversos setores da economia. Os eventos em Natal devem ser vistos como atividades econômicas e sociais que trazem diversos benefícios para empreendedores, a cidade promotora, o comércio local e a comunidade. Além de movimentar os meios de transporte e hospedagem, os eventos também impulsionam restaurantes, bares, lojas e contribuem para a distribuição de renda e o efeito multiplicador do turismo.

É através desse segmento de eventos que a cultura geek tem mostrado sua força na capital potiguar. De acordo com Tribuna do Norte (2015), isso ocorre desde 2005 com o evento geek chamado Saga Entretenimento, que ocorre

anualmente durante dez anos e chegou a reunir o expressivo número de dez mil participantes em uma de suas edições.

Desde então, como pontifica a matéria jornalística do Blog Marcos Dantas (2023) , o município de Natal/RN seguiu com a tradição de eventos geek. Como por exemplo o Invasão Geek em 2023, organizado pelo Sesc RN como parte do projeto Ação Sesc Literatura. Esse evento gratuito estendeu-se durante três dias em que os participantes puderam desfrutar de atrações voltadas a temáticas geek como cosplays, videogames, jogos de tabuleiro, mangás, desenhos animados e quadrinhos

O Digicom Experience (DCXP) foi um evento organizado pela Liga Digicom com o objetivo de proporcionar uma experiência marcante para os fãs do universo gamer, incluindo os esportes eletrônicos, e para os fãs da cultura geek. O evento ocorreu nos dias 18 e 19 de novembro de 2023. O evento foi realizado no Estádio Arena das Dunas, em Natal/RN, e contou com uma série de atrações que movimentou não só a região local, mas também todo o Nordeste.

Imagem 3 - Entrada do Evento Digicom Experience (DCXP).



Fonte: Instagram - @ligadigicom (2023).

De acordo com Tribuna do Norte (2023) a variedade de atividades oferecidas no DCXP demonstra sua abrangência e o desejo de atender a diferentes gostos e faixas etárias. O evento ofereceu atrações desde jogos eletrônicos até gincanas, passando por divertidos duelos de cotonete inflável e túnel de airsoft. Este pesquisador esteve presente no evento pôde observar que se tratou de um evento

para toda a família. Além disso, elementos característicos da cultura geek, como desfiles Cosplay e apresentações de K-pop, foram destaque na programação, agregando ainda mais diversidade ao evento.

Imagem 4 - Palco da Digicom Experience (DCXP)



Fonte: Instagram - @ligadigicom (2023).

O site do jornal Tribuna do Norte (2023) entrevistou a organizadora do evento Tábata Diniz, que afirmou:

A Digicom entrou no universo geek para levar a Cultura Pop do RN a um novo patamar. Teremos dubladores de personagens famosos de filmes e canais de youtube e jogos, como Bianca Alencar, Ricardo Juarez e o Charles Emmanuel. É muito talento atraindo um público expressivo, apaixonado por esse mundo (Tribuna do Norte, 2023, online).

Adicionalmente, conforme pontifica Tribuna do Norte (2023) a DCXP se configurou com uma excelente oportunidade para empreendedores geek locais, pois o evento "promove ativações e vendas em estandes e lojas de souvenirs, com chaveiros, itens de colecionador, camisas, canecas, botons, bolsas, mochilas, entre outros artigos raros para os amantes de séries, filmes e animes".

Mediante a amplitude do DCXP, e o evento não se limitar apenas a ser um evento de entretenimento, mas também se apresentar como uma plataforma para promover a cultura geek do Rio Grande do Norte, este pesquisador encontrou no evento o uma boa oportunidade para aplicar os questionários do seu estudo de caso, que será esmiuçado nos próximos tópicos deste trabalho.

3 METODOLOGIA

3.1 Natureza da Pesquisa

Para contribuir para a geração de conhecimento científico acerca da relação da cultura geek e o turismo, foi escolhida a pesquisa de natureza básica. Essa modalidade foi escolhida por possuir o reconhecido potencial de ampliar a fronteira do conhecimento a respeito do objeto de estudo escolhido.

Como afirma Avila-Pires (1987) a pesquisa básica trata-se de um estudo que não está primariamente preocupado com a aplicação direta dos resultados em soluções imediatas. Ao contrário, seu foco reside na ampliação do conhecimento fundamental em uma determinada área. A pesquisa básica em geral também trabalha com recursos limitados, o que pode restringir o escopo e a profundidade da investigação.

3.2 Abordagem do Problema

No que diz respeito à abordagem do problema, esse trabalho utiliza uma pesquisa quali quantitativa, pois de acordo com Figueiredo, Chiari e De Goulart (2013) essa abordagem permite uma compreensão mais profunda e abrangente do fenômeno estudado. A pesquisa quali quantitativa combina a pesquisa qualitativa, cujo foco é analisar os significados, motivos, aspirações, crenças e valores por trás das experiências humanas, e a pesquisa quantitativa, que permite medir e quantificar esses fenômenos.

3.3 Abordagem dos Objetivos

Quanto à abordagem dos objetivos, o trabalho realizado se caracteriza como descritivo. Segundo Prodanov e de Freitas (2013) definem: “Nas pesquisas descritivas, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira sobre eles”. Desta forma, o presente trabalho busca descrever, analisar e comparar informações sobre a elaboração de produtos turísticos de temática geek, sem interferência deste autor.

3.4 Sujeito da Pesquisa

O sujeito de pesquisa é a comunidade geek. Essa comunidade é definida pela paixão de seus participantes em consumir cultura pop em geral, como música,

livros, games, histórias em quadrinhos, mangás, animes, séries de tv e streaming e cinema. Trata-se de uma comunidade enorme que está em cada vez mais ascensão.

3.5 Procedimentos Técnicos de Pesquisa

Além disso, esse trabalho trata-se de um estudo de caso da edição de 2023 do evento Digicom Experience (DCXP) na cidade de Natal, capital do estado brasileiro Rio Grande do Norte.

Esse local foi escolhido primeiramente devido ao interesse do pesquisador, por ser um cidadão natalense, e por este pesquisador perceber como a capital potiguar está aos poucos se abrindo para o desenvolvimento de empreendimentos geek. O autor identifica que essa temática pode ser utilizada para futuramente diversificar a oferta de produtos turísticos da cidade de Natal.

De acordo com Becker (1999), o método de estudo de caso visa estabelecer o conhecimento de um determinado fenômeno a partir da exploração em profundidade de um único caso. Esse método surgiu da pesquisa médica, e buscava diagnosticar um determinada patologia através de uma análise profunda de um caso individual. Depois de algumas décadas o método passou então a ser empregado nas ciências sociais.

Esse método foi escolhido pois, conforme afirma Yin (2015), o estudo de caso é uma estratégia para pesquisa empírica, e é utilizado para a investigação de um fenômeno contemporâneo, em seu contexto real. Isso possibilita a explicação de ligações causais de situações singulares.

Como método de pesquisa, o estudo de caso é usado em muitas situações, para contribuir ao nosso conhecimento dos fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados. Naturalmente, o estudo de caso é um método de pesquisa comum na psicologia, sociologia, ciência política, antropologia, assistência social, administração, educação, enfermagem e planejamento comunitário (Yin, 2015, p. 4).

De Souza Costa (2013) corrobora com o conceito de Yin ao explicar que a ideia do estudo de caso é examinar minuciosamente um caso específico para entender melhor como ele funciona e o que ele pode ensinar sobre um fenômeno mais amplo.

Além disso, De Souza Costa (2013) pontifica que em um estudo de caso, o pesquisador observa o caso em seu ambiente natural, sem realizar intervenções

significativas. Isso significa que o pesquisador observa o caso conforme ele ocorre na vida real, sem tentar alterar ou influenciar o que está sendo estudado.

Dessa forma, trata-se de um método eficiente de recolher dados sobre a cidade de natal e sua comunidade geek, pois permite identificar as nuances, padrões e tendências dessa comunidade.

Outro método escolhido para levantar dados para esse trabalho foi a pesquisa bibliográfica, pois como Prodanov e Freitas (2013) afirmam, essa modalidade de pesquisa é:

[...] elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Na pesquisa bibliográfica, é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos, observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar (Prodanov; Freitas, 2013, p. 54).

Em suma, a pesquisa bibliográfica foi uma etapa fundamental deste trabalho, pois fornece ao pesquisador uma base sólida de conhecimento já existente sobre a cultura geek e o turismo, provendo embasamento e credibilidade ao mesmo.

4 COLETA DE DADOS

Os dados que serão apresentados e analisados a seguir foram coletados através de um questionário. Este questionário, que consiste no apêndice A deste trabalho, possui 17 perguntas, abertas e fechadas. Essas perguntas foram elaboradas pelo autor com o objetivo de obter dados específicos dos participantes, como idade, sexo, nível de escolaridade, faixa salarial, hábitos de consumo, entre outros.

Segundo Manzato e Santos (2012), a aplicação de questionários é uma ferramenta valiosa em diversos campos de estudo e áreas profissionais, pois permite coletar informações diretamente dos participantes, oferecendo insights sobre suas percepções, sentimentos, opiniões e necessidades.

Neste trabalho em específico, o questionário possui o papel importante de identificar como os aspectos sociais, culturais e comportamentais dos participantes da comunidade geek podem influenciar no seu hábito de viagem e na escolha de atividade turística.

Como foi apresentado anteriormente na metodologia, esse trabalho possui uma análise quantitativa acerca dos dados coletados através do questionário, buscando auxiliar na identificação do perfil sociodemográfico da comunidade geek, com base no público do evento.

A amostra da pesquisa deste trabalho foi definida de forma arbitrária de 60 pessoas. Os participantes foram escolhidos aleatoriamente no evento geek local Digicom Experience (DCXP), que ocorreu nos dias 18 e 19 de novembro de 2023.

O evento foi realizado no Estádio Arena das Dunas, em Natal/RN. Os participantes responderam o questionário de maneira anônima e voluntária. O questionário foi acessado pelos participantes através de um QR Code e respondido com o Google Forms, uma ferramenta online gratuita.

Conforme pontifica Da Silva Mota (2019), o Google Forms é uma ferramenta poderosa e eficaz na pesquisa acadêmica, pois oferece praticidade, agilidade e facilidade de uso tanto na coleta quanto na análise de dados. O Google Forms proporciona uma visualização clara e concisa dos dados coletados, facilitando a interpretação e análise dos resultados quantitativos, pois os resultados da pesquisa são automaticamente organizados em forma de gráficos e planilhas.

O número de participantes da Digicom Experience não foi divulgado em nenhum meio de comunicação e não pôde ser obtido através do contato com os organizadores do evento. Mediante a isto, não foi possível estabelecer um cálculo amostral da pesquisa.

Entretanto, apesar da ausência de um cálculo amostral formal, este trabalho mantém sua relevância por fornecer insights valiosos sobre a cultura geek e sua relação com o turismo, através da descrição e análise dos dados coletados. Adicionalmente, este trabalho captura uma variedade de opiniões, percepções e experiências verdadeiras da comunidade geek presente no evento.

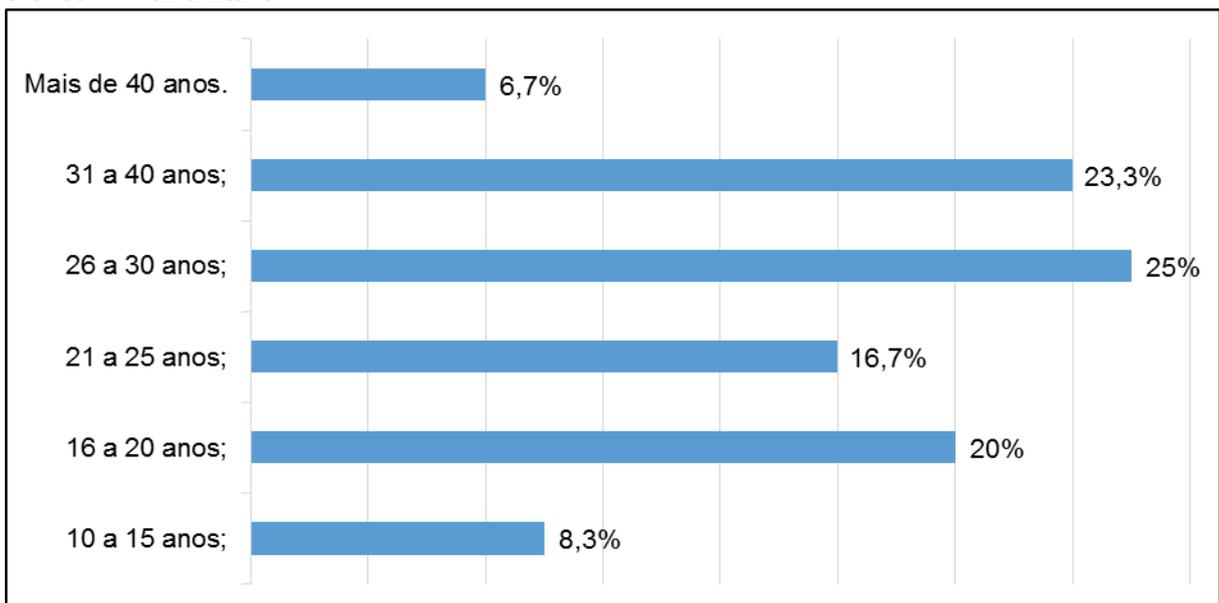
5 ANÁLISE DE RESULTADOS

Conforme mencionado anteriormente na coleta de dados, os dados que serão apresentados foram coletados através da aplicação de questionário. O questionário, que consta na íntegra no Apêndice A deste trabalho, foi aplicado na Digicom Experience 2023 e foi respondido por 60 participantes.

Após a coleta desses dados, foi realizada uma análise e interpretação dos resultados obtidos. Foram utilizadas ferramentas gráficas, como gráficos de barras e gráficos de colunas, para visualizar e representar de forma clara e objetiva as informações. Esses gráficos proporcionaram uma análise visual dos padrões, tendências e relações presentes nos dados, permitindo uma compreensão mais profunda e abrangente das respostas dos participantes.

Conforme pode-se observar no gráfico 1, a faixa etária da comunidade geek está em sua maior parte concentrada nos públicos jovem e adulto. Fato esse que corrobora com Bicca (2013) e sua afirmação de que a palavra geek no fim do século XX foi perdendo o seu estigma e caráter depreciativo, e gera uma comunidade forte que se identifica com o termo. O público jovem ressalta o aspecto citado por Kellner (2001) que afirma que a cultura geek se expandiu com a democratização do acesso à tecnologia e a internet.

Gráfico 1 - Faixa Etária



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Também é possível citar a questão geracional identificada por Viana, Santos e Loures (2022), que identifica que a geração geek anterior influencia seus filhos a consumirem essa cultura, fazendo com que a comunidade geek se renove. Esse aspecto possui enorme relevância para o turismo, pois um público consumidor que se renova trata-se um público consumidor constante, e que se mantém apesar do passar dos anos.

Torna-se relevante pontificar que o pesquisador observou que um considerável número de participantes do evento, incluindo respondentes, tratava-se de casais e famílias. Esta observação se reflete no considerável número de 28,3% dos respondentes terem nascido no século XXI.

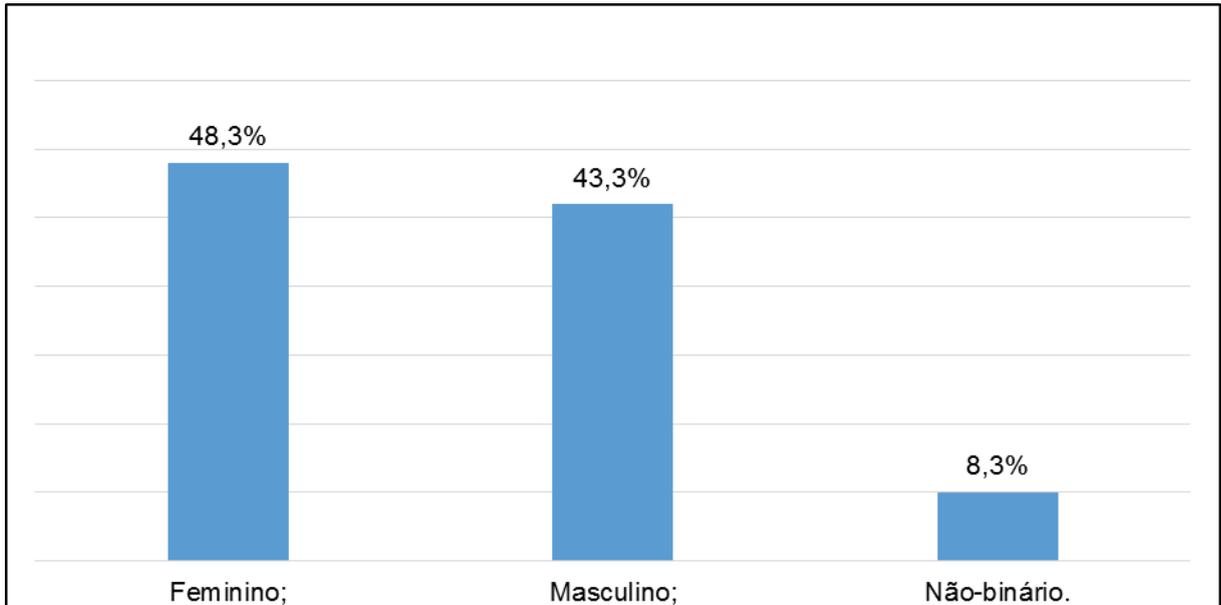
Esta renovação do público possui alta probabilidade de se refletir no consumo de produtos turísticos que utilizam da cultura geek, pois conforme aponta Matos (2013), a cultura geek possui um perfil altamente consumista.

A diversidade e representatividade tem sido uma temática forte no universo geek nos últimos anos. De acordo com Venancio e Farbiarz (2016) as obras de entretenimento passaram a ser protagonizadas por uma variação maior de etnias e gêneros, saindo do padrão branco-hétero que estrelavam a maior parte das histórias no século passado.

Adicionalmente, Venancio e Farbiarz (2016) destacam que a inclusão de uma variedade maior de etnias, gêneros e identidades nas produções geek torna essas obras mais acessíveis e relevantes para um público mais diversificado.

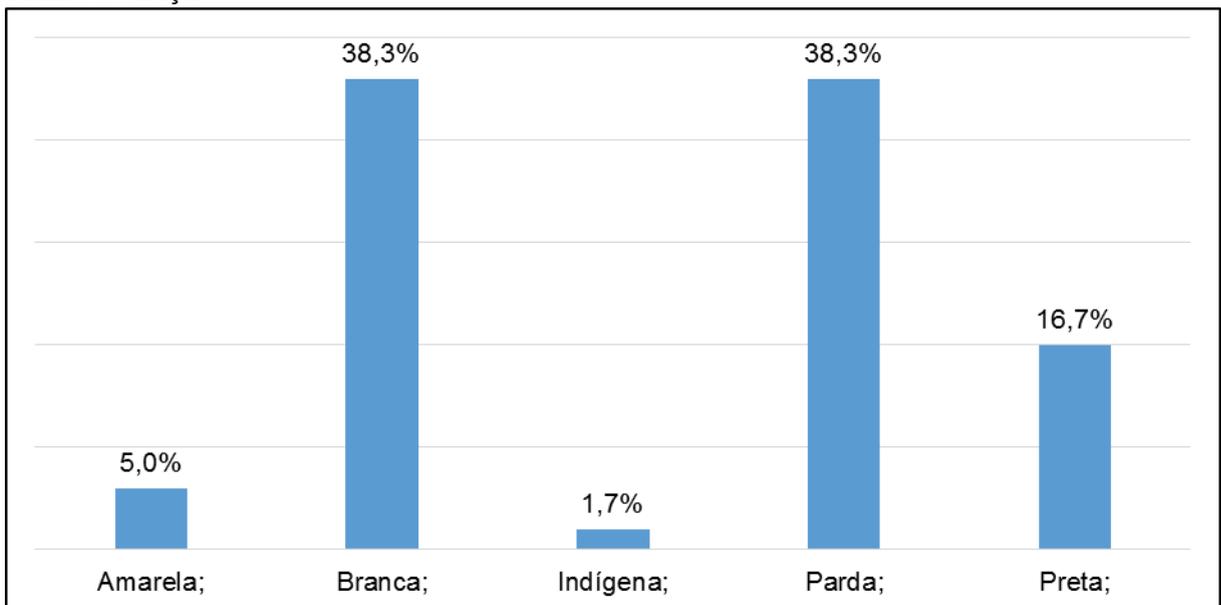
Os gráficos 2 e 3 mostram como essa representatividade resulta em uma base de fãs mais ampla e diversificada, contribuindo para um sucesso comercial maior.

Gráfico 2 - Gênero



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Gráfico 3 - Raça



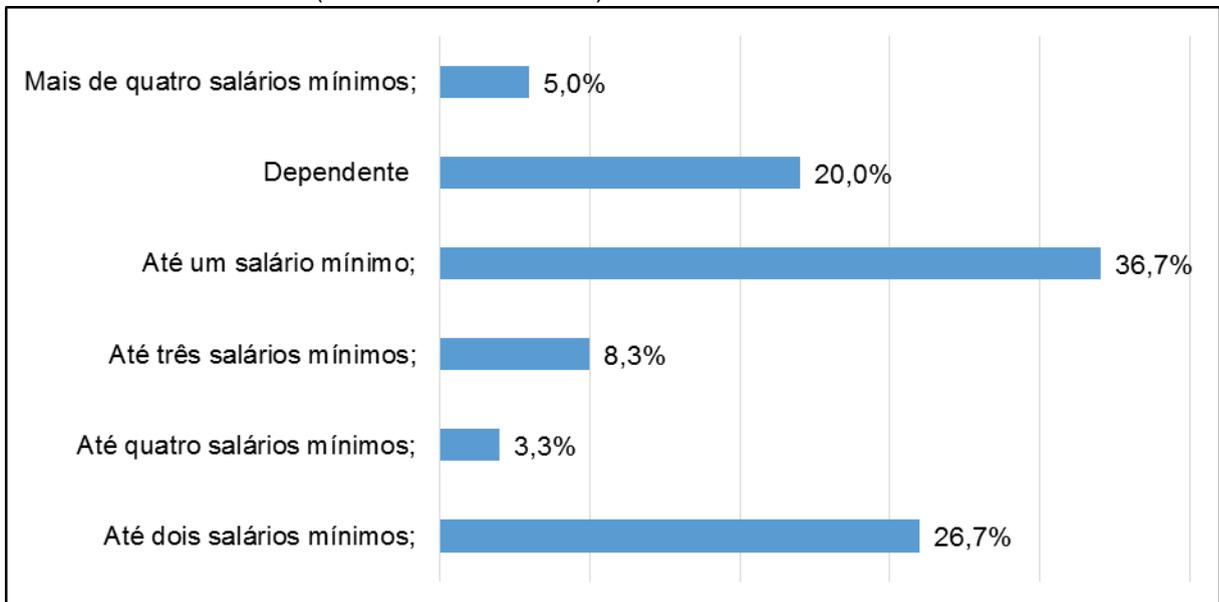
Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Além de ser uma estratégia de mercado interessante, pois expande o público consumidor, a representatividade possui um papel social muito relevante. Segundo Venancio e Farbiarz (2016), ao verem personagens que refletem suas próprias identidades, os espectadores podem se identificar mais profundamente com as histórias apresentadas. Isso não apenas aumenta o engajamento e a conexão emocional com o conteúdo, mas também cria um ambiente mais inclusivo e amigável para todos os fãs. Destaca-se o papel que a ficção possui de apresentar

um reflexo da nossa sociedade. As obras ficcionais têm o poder de fazer seu público refletir a sua própria realidade. Inserir minorias como protagonistas e heróis na ficção passa a mensagem de que essas minorias também possuem o direito e poder de serem protagonistas e heróis no mundo real.

Ao analisar o gráfico 4 a seguir, é possível identificar que os respondentes, independentemente de sua renda mensal, possuem o hábito de consumir serviços e produtos da temática geek com regularidade. Ou seja, assim como Branco (2020) fala sobre o turismo de massa, a cultura geek também possui um caráter altamente consumista.

Gráfico 4 - Renda mensal (em número de salários)

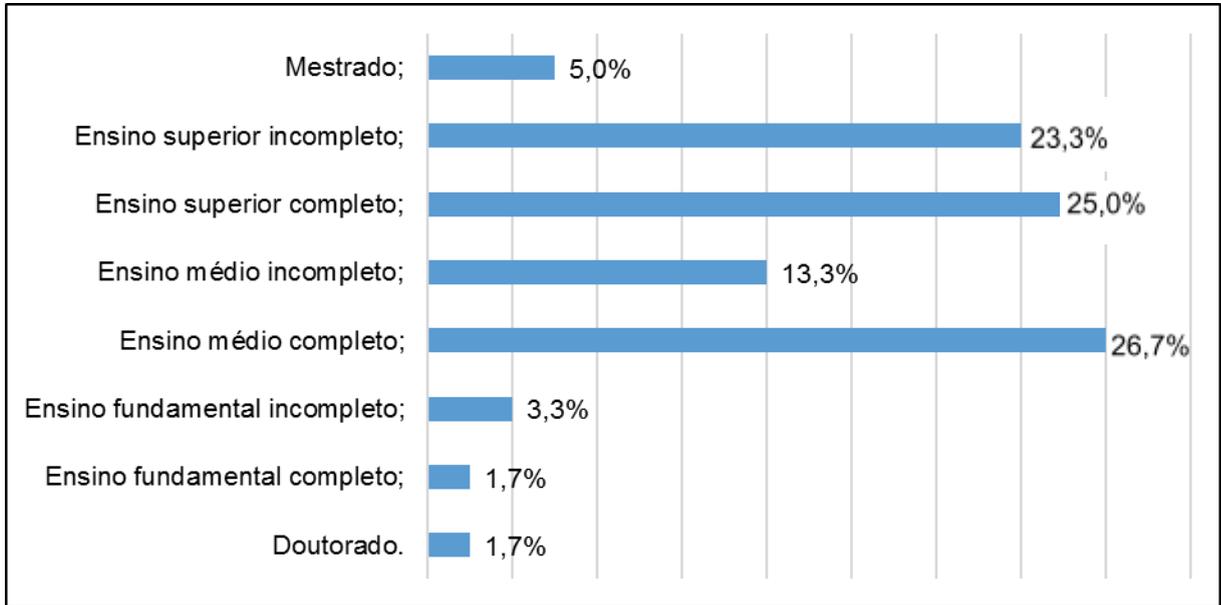


Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Traçar esse paralelo é essencial para compreender como a cultura geek pode ser aproveitada para a promoção de atividade turística, e assim atrair milhares de pessoas pertencendo a comunidade geek para a cidade de Natal. São evidências de que a comunidade configura-se como um público consumidor fiel, e ao atrair esse perfil, além do perfil adepto do turismo de sol e praia, a capital potiguar poderia tornar-se um destino turístico mais completo e atrativo para diferentes tipos de viajantes, o que aborda o objetivo específico 2 proposto por esse pesquisador, que é o de “Identificar o potencial que a cultura geek possui de diversificar a oferta turística da cidade de Natal/RN”.

O nível de escolaridade dos respondentes, apresentado no gráfico 5 também traz informações relevantes para se traçar um perfil do indivíduo geek.

Gráfico 5 - Nível de escolaridade

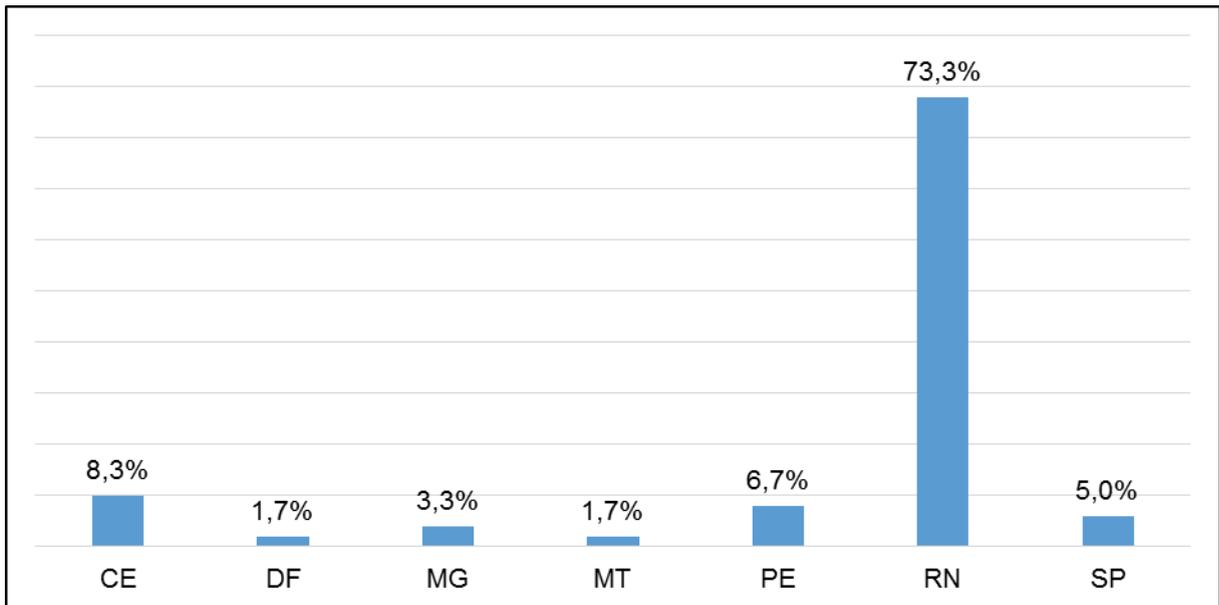


Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Como citado anteriormente no referencial teórico deste trabalho, a cultura geek está atrelada à obras de ficção, e muitas delas são consumidas através da leitura, como no caso de mídias como quadrinhos, mangás e livros. Esse fato reflete nos dados mostrados no gráfico 5, que mostra que 95% dos respondentes possuem um nível de escolaridade acima do ensino fundamental, sendo que 13,3% possuem o ensino médio incompleto, 26,7% completaram o ensino médio, 23,3% cursam o ensino superior, e 25,0% possuem o ensino superior completo, além dos 5,0% que possuem mestrado e 1,7% que concluíram o doutorado.

No gráfico 6 pode-se observar que naturalmente há uma enorme porcentagem de respondentes que nasceram no Rio Grande do Norte, estado de realização do DCXP.

Gráfico 6 - Estado de Nascimento



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

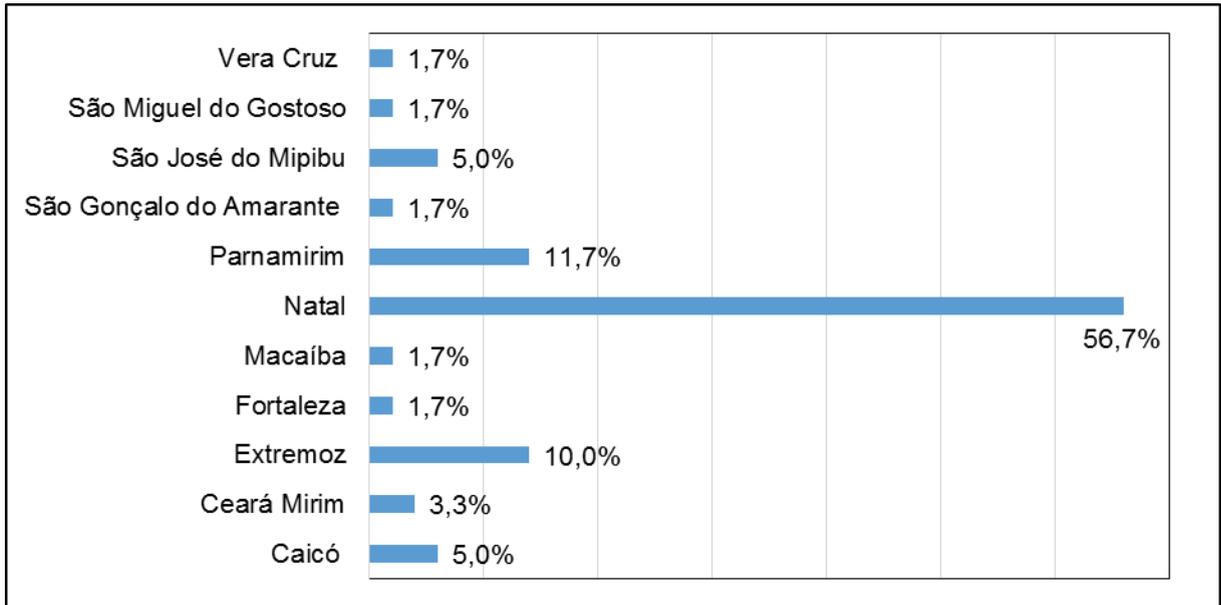
Entretanto, também é possível observar que parte da comunidade geek presente no evento nasceu em estados de diferentes regiões do Brasil. Esse dado é relevante pois corrobora com a afirmação de Mascarenhas (2018) que pontifica que a cultura geek transcende fronteiras geográficas, pois a mesma é compartilhada através de mídias de entretenimento, que graças a globalização e a tecnologia, é transmitida para pessoas em todo o mundo.

Essa observação aborda o objetivo específico 2 estabelecido deste trabalho, por apresentar uma informação relevante para o turismo.

Ao apresentar que a cultura geek não está ligada a uma localidade específica, indica-se a possibilidade de que empreendimentos que utilizam dessa cultura, como eventos, parques e restaurantes temáticos, atraiam turistas de diferentes lugares do Brasil e do mundo para a capital potiguar.

Em seguida, o gráfico 7 também explora o objetivo específico 2 deste trabalho, pois evidencia que 56,7% dos respondentes são moradores de Natal. O que revela que a expressiva porcentagem de 43,3% saíram de sua cidade de residência para comparecer no DCXP. A presença desse número significativo de visitantes de fora da cidade ressalta a relevância e o alcance do DCXP, e de atrações geek, para além das fronteiras locais.

Gráfico 7 - Cidade onde mora

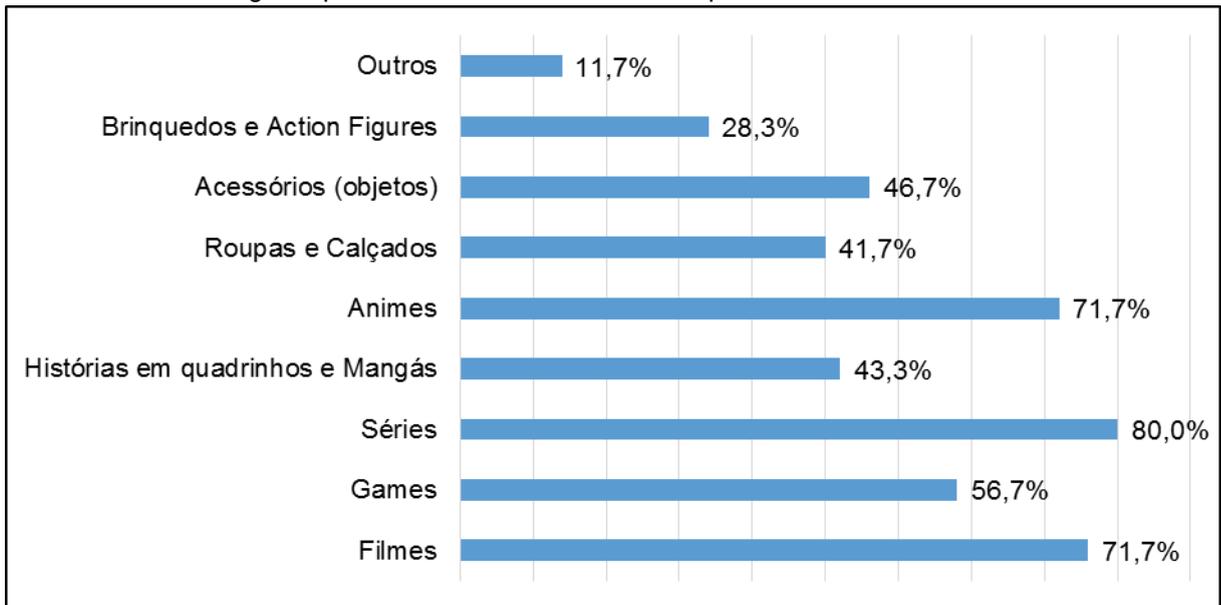


Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Essa informação enfatiza o potencial que a cultura geek possui de atrair turistas à cidade de Natal, e a oportunidade que ela oferece de aumentar a visibilidade de Natal como destino turístico diversificado.

O gráfico 8 apresenta uma característica distinta em relação aos gráficos examinados previamente. Esta distinção reside no fato de que, nesta questão, os respondentes tinham a opção de assinalar mais de uma alternativa. Esta abordagem foi adotada pelo pesquisador nesta questão pois o mesmo reconhece a natureza multifacetada do consumo por parte da comunidade geek. Compreende-se que os consumidores engajados nessa cultura não se limitam a um único produto, mas, ao contrário, frequentemente consomem uma variedade de produtos relacionados.

Gráfico 8 - Produtos geek que você consome com mais frequência

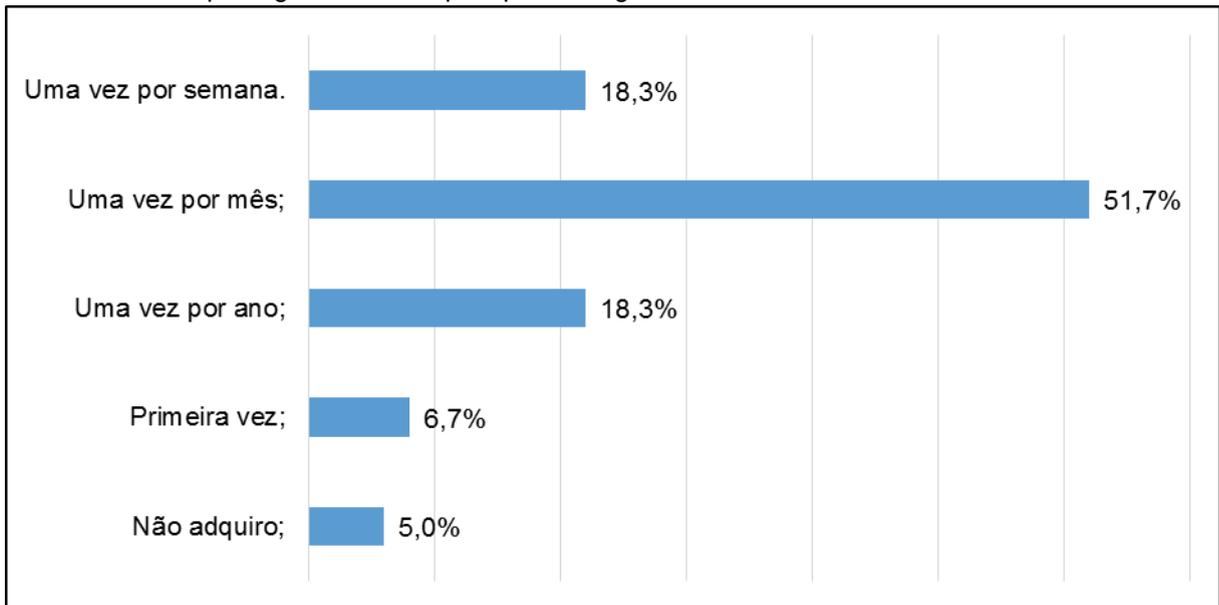


Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Adicionalmente, é importante ressaltar que muitos dos produtos consumidos pela comunidade geek apresentam similaridades e inter-relações. Por exemplo, a sobreposição entre filmes e séries, assim como entre animes e mangás, demonstram como essas formas de entretenimento frequentemente se complementam e interagem de maneiras significativas. Esta constatação reforça a assertividade na escolha de permitir que os respondentes selecionassem múltiplas alternativas, reconhecendo que essa seria a melhor forma de capturar adequadamente a amplitude e a complexidade do consumo dessa cultura.

O gráfico 9 prossegue com a análise dos hábitos de consumo observados na comunidade geek, utilizando como base o público presente no evento DCXP. Este gráfico revela que 51,7% dos participantes consomem produtos geek todo mês, indicando que a cultura geek ocupa uma parcela significativa de seus orçamentos mensais, esta observação evidencia novamente o caráter consumista inerente à cultura geek, conforme pontificado por Matos (2013) e anteriormente citado neste trabalho.

Gráfico 9 - Com que regularidade adquire produtos geek

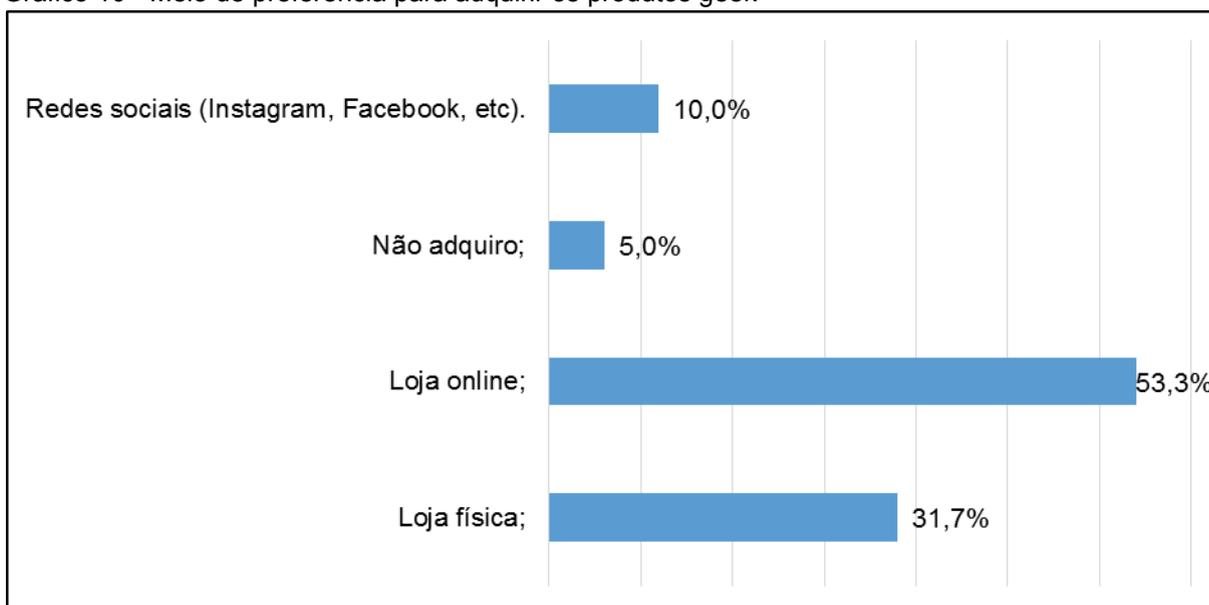


Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

A frequência mensal com que a maioria dos respondentes consome produtos geek reforça a importância econômica dessa cultura, tanto no contexto local quanto global. O mercado de produtos geek abrange uma ampla gama de itens, desde quadrinhos e jogos de vídeo game até produtos colecionáveis e vestuário temático, conforme demonstra o gráfico 8. Este fato reforça o argumento de que a cultura geek representa uma indústria significativa, capaz de gerar empregos, investimentos e receitas consideráveis.

Conforme pode-se observar no gráfico 10, a afirmação de Galvão (2009) acerca da considerável influência da internet e das mídias digitais sobre a comunidade geek se confirma, estendendo-se também aos seus padrões de consumo. No que tange ao meio preferencial para compra dos produtos dessa cultura, observa-se que 53,3% dos respondentes optaram por realizar suas compras em lojas online, enquanto 10,0% manifesta predileção por adquirir os produtos por meio das redes sociais.

Gráfico 10 - Meio de preferência para adquirir os produtos geek



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

A partir da coleta e análise dos dados apresentados até o momento, este trabalho atinge o seu objetivo específico 1, o qual consiste em descrever o perfil sociodemográfico da comunidade geek, com base nos participantes do evento DCXP no ano de 2023.

O perfil demográfico dessa comunidade revelou-se predominantemente composto por jovens e adultos, caracterizados por um nível de instrução educacional expressivo e uma faixa salarial considerável.

Os membros dessa comunidade demonstram um hábito regular de consumo de produtos geek, sendo que mais da metade dos participantes indicaram a preferência por adquirir tais produtos por meio de plataformas online, como lojas virtuais e redes sociais.

É relevante notar que esses indivíduos apresentam uma diversidade significativa em relação a características como raça e gênero. Apesar das diferenças sociodemográficas, todos compartilham uma paixão comum por esse universo cultural.

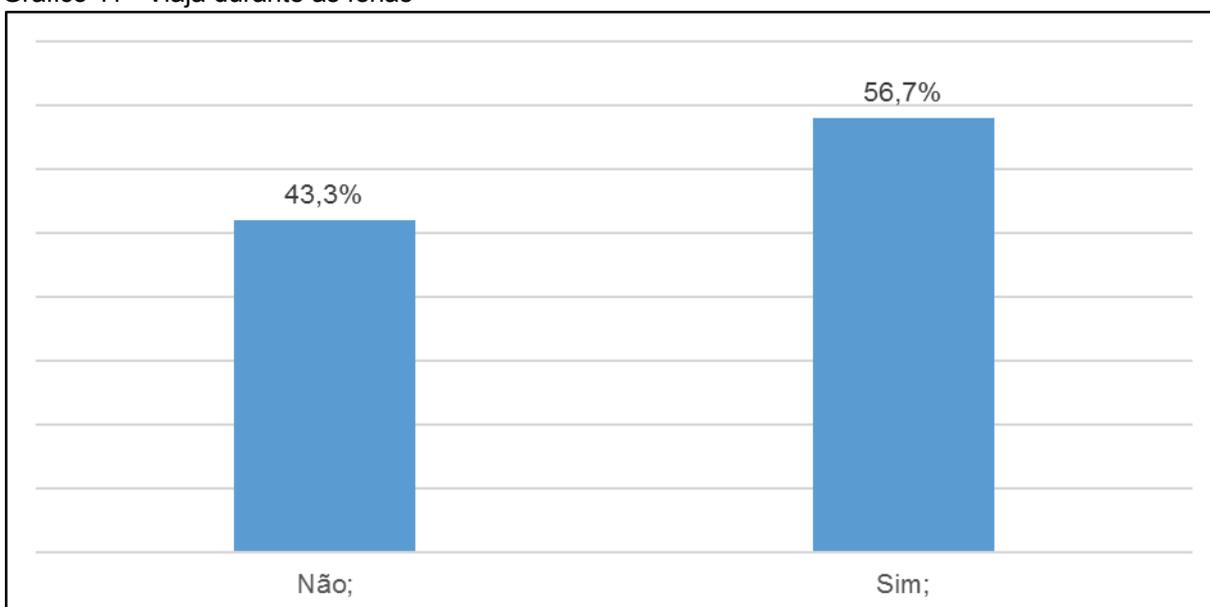
Essas conclusões ressaltam o caráter diverso da comunidade geek, bem como a sua capacidade de unir pessoas de diferentes origens e identidades em torno de interesses compartilhados. Essa compreensão do perfil sociodemográfico da comunidade fornece insights valiosos para uma melhor compreensão dos

desejos e das necessidades desse público, auxiliando na geração e propagação de conhecimento acerca desse tema..

No que concerne ao turismo, a comunidade geek revelou-se altamente engajada com essa atividade, conforme evidenciado pelos resultados apresentados neste estudo. Esse fato está alinhado com o êxito dos eventos geek mencionados anteriormente no referencial teórico deste trabalho.

De acordo com os dados apresentados no gráfico 11, 56,7% dos participantes afirmaram ter o hábito de viajar durante as férias. Essa constatação ressalta a observação de Galvão (2009), que argumenta que o estereótipo de reclusão associado à comunidade geek está ultrapassado.

Gráfico 11 - Viaja durante as férias

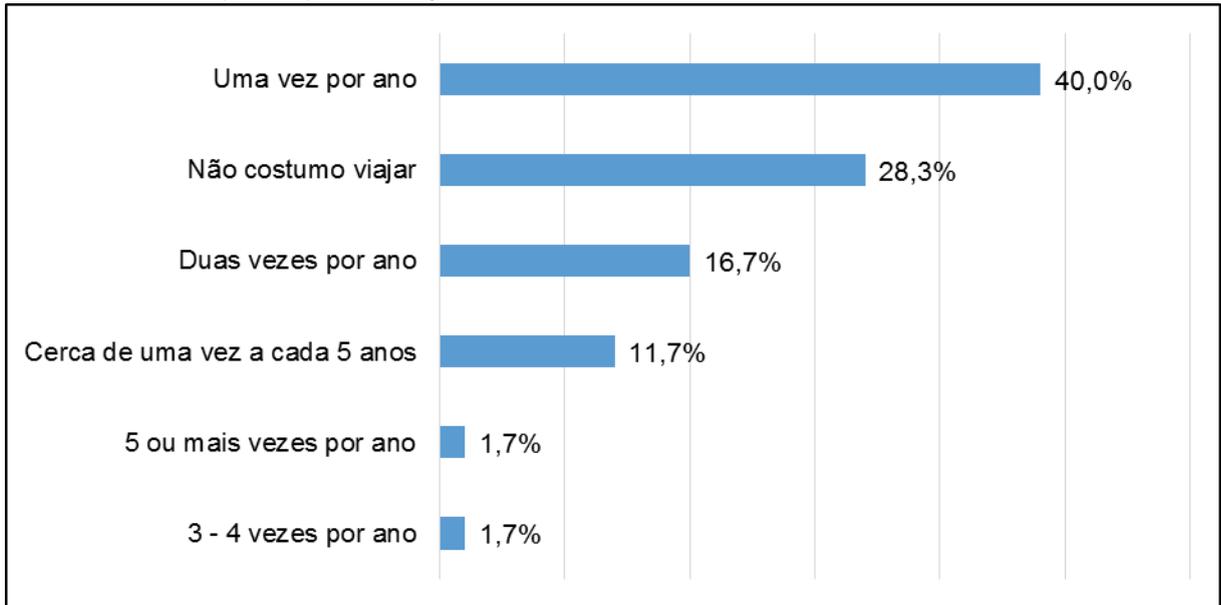


Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Com base nos resultados demonstrados no gráfico 12, é possível observar que uma parcela significativa dos participantes da comunidade geek possui o hábito de realizar viagens durante suas férias, com uma frequência expressiva.

De acordo com os dados coletados, 1,7% dos respondentes afirmaram viajar cinco ou mais vezes por ano, assim como também 1,7% declararam viajar três ou quatro vezes ao ano. Adicionalmente, os dados revelam que 16,7% dos respondentes costumam viajar duas vezes por ano, enquanto 40,0% relataram realizar uma viagem anualmente. Isso significa que 60,1% dos respondentes são viajantes assíduos em suas férias.

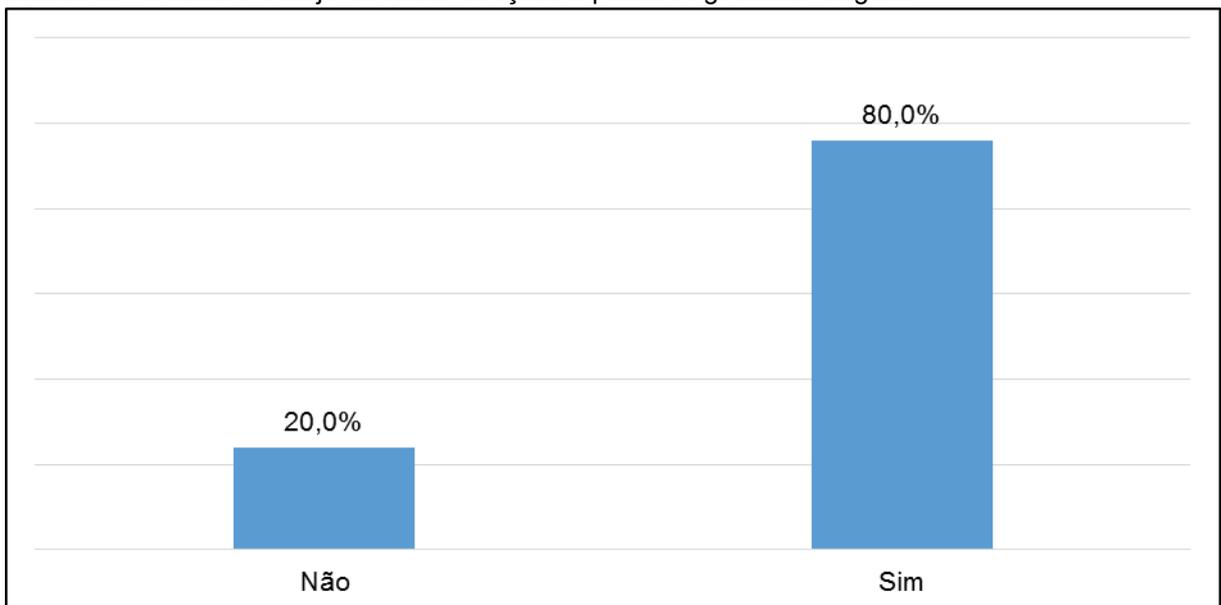
Gráfico 12 - Com que frequência viaja



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

O impacto dessa informação é reforçado pelo que é demonstrado no gráfico 13 a seguir, que informa que 80% desses viajantes assíduos possuem o desejo de consumir a cultura geek em suas viagens. Esse dado indica que a identidade geek dos indivíduos influencia diretamente suas escolhas e práticas turísticas.

Gráfico 13 - Possui o desejo de visitar atrações e produtos geek nas viagens



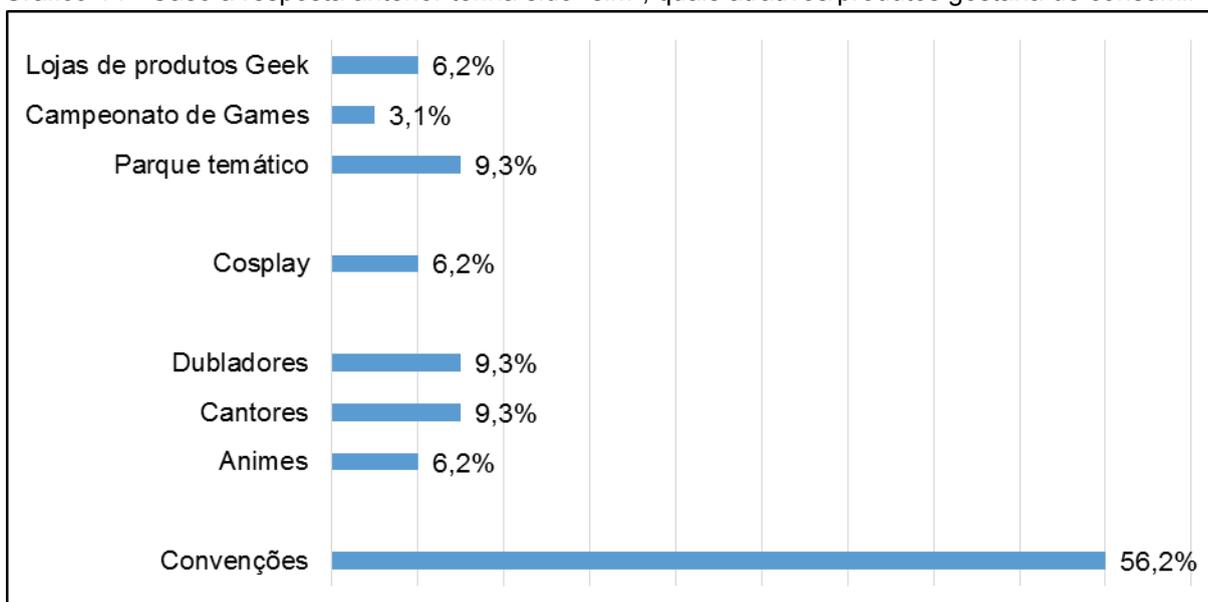
Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Com base nessas informações coletadas, este pesquisador aborda novamente o objetivo específico 2 deste trabalho e identifica que empreendedores e gestores públicos da cidade de Natal têm a oportunidade de capitalizar esse interesse da comunidade geek e oferecer uma gama diversificada de experiências turísticas com essa temática. Experiências essas, que poderiam incluir o desenvolvimento de empreendimentos turísticos temáticos, como lojas especializadas, restaurantes, parques, competições de videogames, sessões de cosplay, eventos e convenções a nível nacional, entre outros.

Iniciativas como essa não apenas tornaria possível atrair turistas regulares da comunidade geek, mas também ajudariam a posicionar Natal como um destino turístico inovador e diversificado, capaz de oferecer experiências únicas e memoráveis para todos os seus visitantes, contribuindo para o crescimento e desenvolvimento do setor turístico na região.

O Gráfico 14 surgiu a partir de uma questão singular, destacando-se das perguntas anteriores do questionário. Essa questão, de número 14, está intrinsecamente vinculada à questão anterior, a de número 13. Seu propósito é determinar, no caso de uma resposta afirmativa à questão 13, qual atrativo ou produto relacionado à cultura geek o respondente deseja consumir em uma viagem. O pesquisador organizou as respostas em categorias, as quais são representadas no gráfico a seguir:

Gráfico 14 - Caso a resposta anterior tenha sido "sim", quais atrativos/produtos gostaria de consumir



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

É interessante observar a divergência de interpretações entre os respondentes acerca do conceito de atração ideal. Cerca de 56,2% dos entrevistados expressaram o desejo de participar de eventos ou convenções de cultura geek durante suas viagens. Conforme aponta Lopes (2022), estes eventos ou convenções desempenham um papel central como catalisadores de uma variedade de atrações geek, abrangendo todas as outras atividades específicas mencionadas pelos outros respondentes.

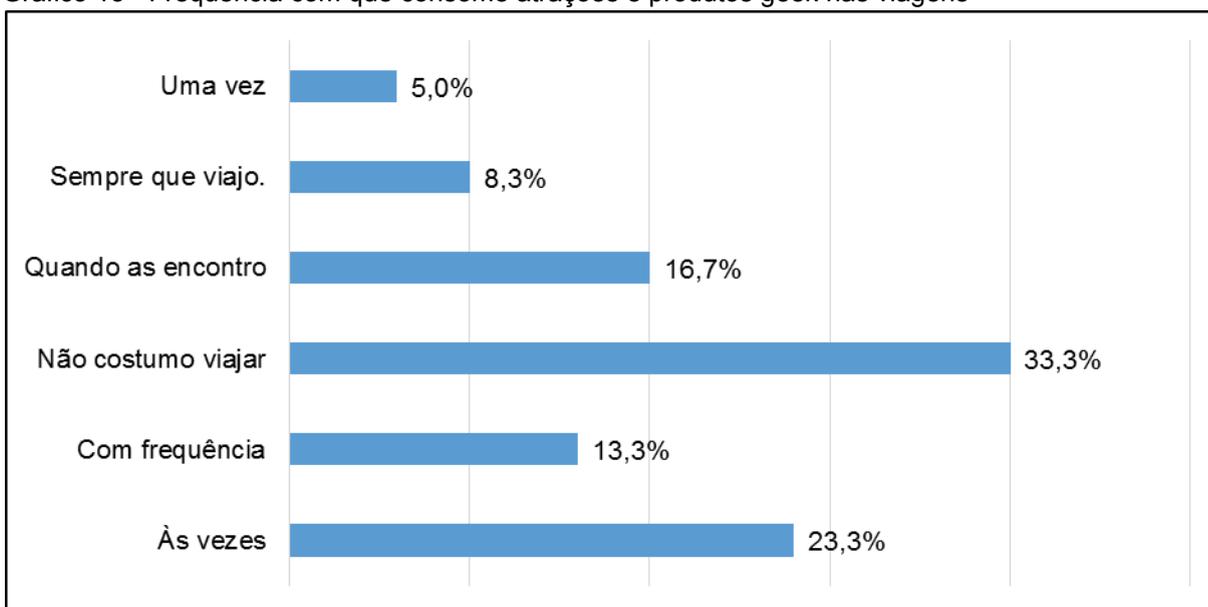
Este dado ressalta a importância dos eventos para o estabelecimento de um turismo geek, em qualquer localidade. O DCXP caracteriza-se como um desses eventos que funciona como um “ímã” que atrai fãs e entusiastas da cultura geek de diversas regiões.

participando de eventos, as pessoas educam seus sentidos, aprimoram seu olhar, adquirem uma nova visão do mundo, absorvem novos conhecimentos e vivem novas experiências. Enfim, ultrapassam os limites da vida particular (Melo neto, 2000, p.14)

Ao continuar sediando convenções e eventos como o DCXP, Natal/RN pode se posicionar como um destino atrativo para os amantes de videogames, quadrinhos, filmes, séries, cosplay e outros elementos da cultura geek.

Tendo abordado nos gráficos anteriores os desejos da comunidade geek por atrações turísticas com essa temática, o gráfico 15 reflete a frequência com que os respondentes consomem a cultura geek em suas viagens.

Gráfico 15 - Frequência com que consome atrações e produtos geek nas viagens

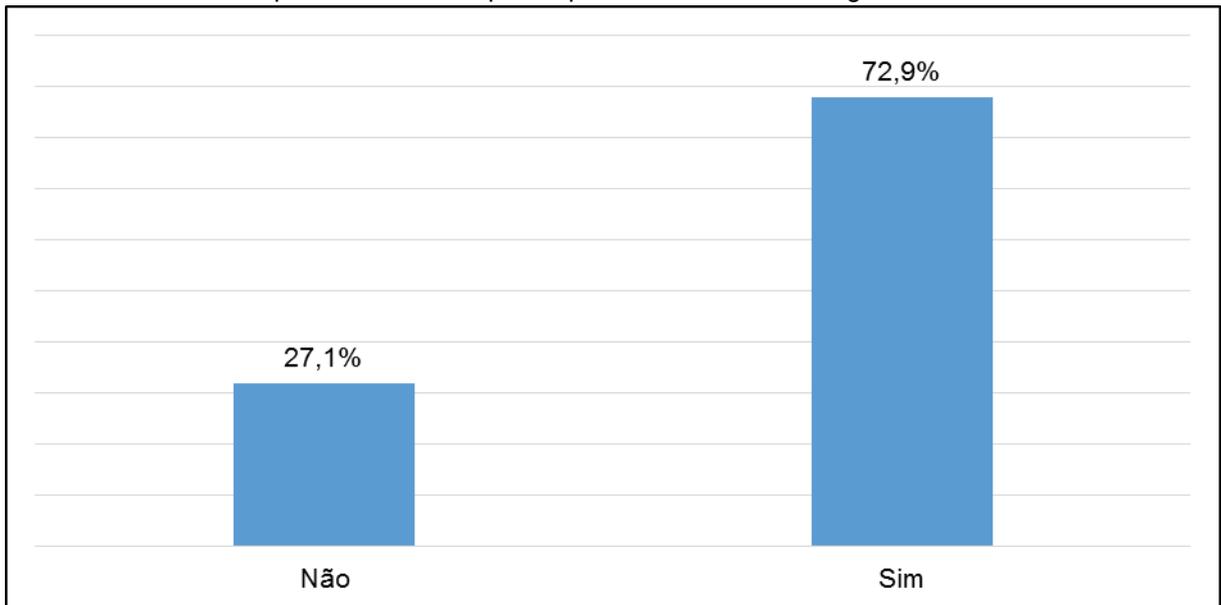


Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao compararmos a diversidade de respostas, com a afirmação apresentada no gráfico 13 em que os 80,0% dos respondentes declararam o desejo de consumir a cultura geek em suas viagens. Pode-se inferir que muitos dos destinos visitados pelos mesmos não utilizavam da cultura geek para diversificar sua oferta turística. Isso evidencia que, em diversos destinos turísticos, o potencial da cultura geek para o turismo é frequentemente subestimado, ou mesmo desconhecido.

Dos dados analisados, um dos que mais evidencia o enorme potencial que essa cultura possui e as oportunidades que ela pode gerar para diversificar a oferta turística da capital potiguar, é a destacada no Gráfico 16, que revela que 72,9% dos entrevistados já viajaram ou consideram viajar para um destino exclusivamente para consumir a cultura geek. Esse pesquisador considera esse dado de enorme relevância para seu trabalho e pesquisa, pois demonstra que as atrações turísticas que utilizam da cultura geek por si só possuem o poder de motivar a viagem de uma enorme parcela de membros dessa comunidade, o que novamente aponta essa cultura como uma opção a ser considerada para diversificar a oferta turística na cidade de Natal.

Gráfico 16 - Foi ou iria para um destino apenas pelo atrativo da cultura geek

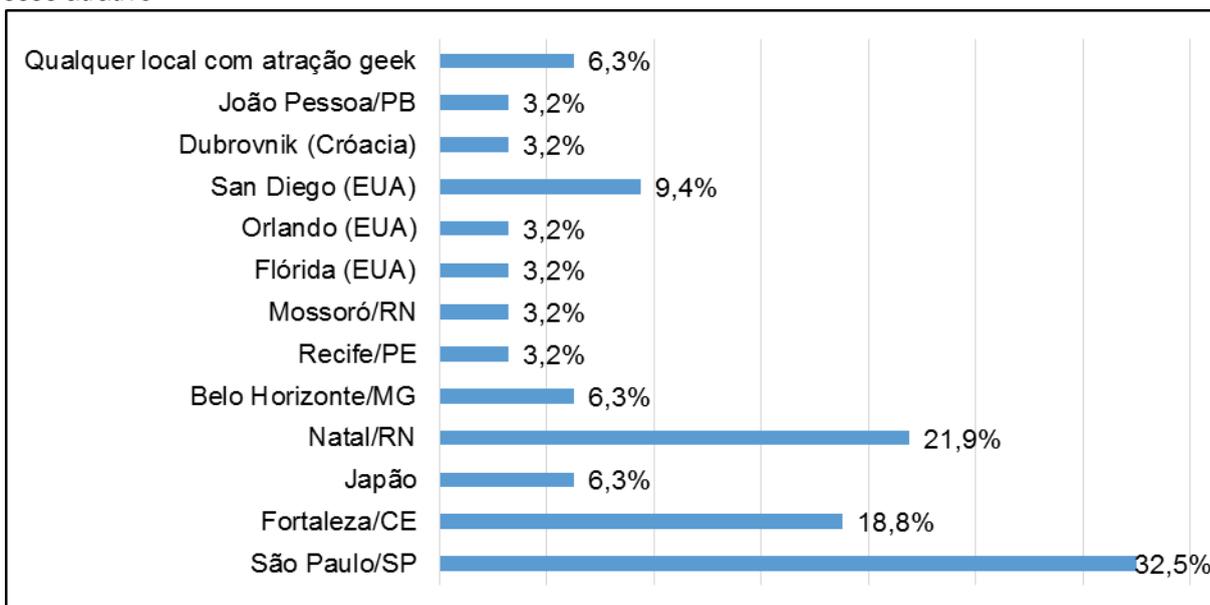


Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

O fator motivacional é essencial para a promoção da prática turística, pois conforme explica Sabbag et al (2004) a motivação é o impulso que leva as pessoas a agirem e a buscarem experiências de viagem. Sendo assim, compreender essa motivação é de suma importância para que os gestores e empreendedores do setor turístico de Natal percebam a oportunidade que a cultura geek oferece de diversificar a oferta turística, e fazer com que a cidade seja reconhecida como um destino rico e inovador.

O gráfico 17 complementa os dados apresentados no gráfico 16. Seu propósito é identificar, caso a resposta à questão 16 seja “sim”, qual localidade o respondente viajou ou deseja viajar motivado pela cultura geek.

Gráfico 17 - Caso a resposta anterior tenha sido "sim", quais destinos visitou ou deseja visitar com esse atrativo



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Dos dados apresentados, faz-se necessário destacar a cidade de São Paulo sendo citada pela maior parte dos respondentes. Fato esse que corrobora com a tese de Bastos e Elicher (2021) que declararam que os empreendimentos geek o expressivo número, somados com o maior evento geek do mundo, a Comic Con Experience (CCXP) configuram a capital paulista como sendo o maior reduto geek no Brasil e no mundo.

Adicionalmente é interessante perceber Natal sendo a segunda localidade mais citada, mencionada por 21,9% dos respondentes como o lugar que visitou ou visitaria apenas para desfrutar de atrações geek. Mas uma vez demonstra que existe uma demanda por atrações turísticas geek e que a cidade de Natal, devido aos eventos citados anteriormente, já começou a ser reconhecida por membros desta comunidade.

Por fim, são citados diversos destinos no Brasil e no mundo, que apesar de alguns serem completamente distintos são reconhecidos e motivam a viagem dessa comunidade geek cada vez mais tem provado a sua força e o quanto é relevante e afeta enormemente diversos setores e segmentos da economia, incluindo o turismo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho, constatou-se que o potencial que a cultura geek possui para diversificar a oferta turística na cidade de Natal superou as suas prévias expectativas. Ao longo do desenvolvimento do trabalho, foi possível analisar e compreender como os aspectos únicos desta cultura podem ser utilizados para atrair uma gama diferente de turistas e impulsionar o desenvolvimento econômico e cultural da capital potiguar.

Este estudo revelou que a cultura geek não apenas tem o poder de transportar metaforicamente seus adeptos para mundos imaginários por meio de narrativas fantásticas, mas também possui a capacidade de incutir em seu público o desejo de explorar novos destinos e vivenciar suas próprias jornadas e aventuras. Os dados coletados e analisados evidenciam o interesse e a participação ativa dos adeptos da cultura geek no turismo, destacando a relevância desse nicho para o turismo em Natal.

No entanto, é importante ressaltar que este estudo apresenta algumas limitações, como a abrangência geográfica restrita ao evento Digicom Experience (DCXP) 2023 e a falta de uma análise mais aprofundada sobre o impacto econômico específico da cultura geek no turismo local. Adicionalmente, este pesquisador foi surpreendido pelo grande número de famílias presentes no evento, e considera uma seu questionário não ter perguntas específicas que abordam esse aspecto.

Portanto, para trabalhos futuros, sugere-se a realização de estudos mais abrangentes que incluam diferentes eventos e contextos geográficos, bem como análises detalhadas sobre o retorno econômico gerado por atrações geek no turismo de Natal, além da questão familiar e geracional observada por este pesquisador.

Em suma, as conclusões deste estudo apontam para a importância de reconhecer e valorizar a cultura geek como um recurso estratégico para impulsionar e diversificar o turismo na cidade de Natal. Ao incorporar elementos da cultura geek em sua oferta turística, a cidade poderia atrair um público diversificado e diferenciado, oferecendo experiências memoráveis e enriquecedoras para seus visitantes.

REFERÊNCIAS:

ACERENZA, Miguel. **Promoção turística**: um enfoque metodológico. São Paulo: Pioneira, 1991.

ACEVEDO, Cláudia Rosa. Motivos para viajar: um estudo com turistas maduros no contexto brasileiro. *Facep pesquisa*, v. 6, n. 3, p. 78-87, 2003.

ADORNO, Theodor W. Kierkegaard: **Construction of the aesthetic**. 1989.

ARCURI, MARIANA CONDE MORAES. Quadrinhos e febre geek: relato de uma ida à Comic Con Experience. **Revista escrita**, v. 2017, n. 22, 2017.

Arena das Dunas recebe maior evento geek do Nordeste em novembro; confira. *Tribuna do Norte*, 2023. Disponível em: <https://tribunadonorte.com.br/tecnologia/arena-das-dunas-recebe-maior-evento-geek-do-nordeste-confira>. Acesso em: 16 fev. 2024.

AVILA-PIRES, Fernando Dias de. Por que é básica a pesquisa básica. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 3, p. 505-506, 1987.

BACKE, Emma Louise. **Violence and victimization**: Misogyny in geek culture (and everywhere else). *The Geek Anthropologist*, 2014.

BARRETO, Margarita. **Planejamento e Organização em Turismo**. Campinas, SP. Papyrus, 1991.

BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP. Papyrus, 1995.

BASTOS, Rodrigo Moraes; ELICHER, Maria Jaqueline. Comic Con Experience: cultura pop e turismo de eventos na cidade de São Paulo. *Ateliê do Turismo*, v. 5, n. 2, p. 92-108, 2021.

BENTES, Júlio Cláudio da Gama. **São Paulo**, por Raquel Rolnik. 2011.

BICCA, Angela Dillmann Nunes et al. Identidades Nerd/Geek na web: um estudo sobre pedagogias culturais e culturas juvenis. *Conjectura: Filos. Educ. Caxias do Sul, RS*, v. 18, n. 1, p. 87-104, 2013.

BRASIL, Isabela Oliveira de Moura. **A mulher no mundo geek**. TCC (Graduação)-Curso de Direito, Faculdade Nacional de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

BRANCO, Patrícia M. Castelo; MAGALHÃES, Leandro Henrique. Turismo de Massa: Uma construção do capitalista. *Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa*, v. 21, n. 41, p. 23-29, 2020.

CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO. **Pesquisa e Dados Estatísticos**. 1996. Disponível em: <http://www.wttc.org>. Acesso em 10 fev. 2024.

CRUZ, Ligia Conceição Oliveira da et al. **Turismo e cultura pop**: o potencial

turístico do evento Universo Geek Museu para a cidade de Manaus. 2021.

DA SILVA MOTA, Janine. Utilização do Google Forms na pesquisa acadêmica. *Humanidades & Inovação*, v. 6, n. 12, p. 371-373, 2019.

DE ALMEIDA BRAZO, Dionísio; FILHO, Ari da Silva Fonseca. **Turismo Otaku: Cultura Mundializada e Motivações**, 2018.

DE OLIVEIRA ROSA, Renato; CASAGRANDA, Yasmin Gomes; SPINELLI, Fernando Elias. A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. *Revista de tecnologia aplicada*, v. 6, n. 2, 2017.

DE SOUZA COSTA, Alexandre et al. O uso do método estudo de caso na Ciência da Informação no Brasil. *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*, v. 4, n. 1, p. 49-69, 2013.

DE SOUZA, Bruna da Veiga; ROST, Laura Roncaglio. **Front Line: machismo nos campos de justiça do League of Legends**. Anais... XVIII SBGames—Rio de Janeiro—RJ—Brasil , v. 28, 2019.

Dez anos de Saga. *Tribuna do Norte*, 2015. Disponível em: <https://tribunadonorte.com.br/fim-de-semana/dez-anos-de-saga>. Acesso em: 12 fev, 2024.

DOS SANTOS, Débora Isis Martins; LOPES, Adriana Carvalho. **O Império Contra-Ataca: Práticas de Letramentos da Resistência Nerd**, 2019.

FERNANDES, Gleydciane Alexandre. **Segmentação do Mercado Turístico: Uma Análise da Realidade do Turismo de Eventos na Capital Potiguar**. Rio Grande do Norte, 2010.

FIGUEIREDO, Marília ZA; CHIARI, Brasília M.; DE GOULART, Bárbara NG. **Discurso do Sujeito Coletivo: uma breve introdução à ferramenta de pesquisa qualiquantitativa**. *Distúrbios da Comunicação*, v. 25, n. 1, 2013.

FURTADO, Edna Maria. O Turismo no espaço urbano de Natal/RN: das primeiras iniciativas a intensificação da atividade. *Ateliê Geográfico*, v. 1, n. 2, p. 119-147, 2007.

GALVÃO, Danielle Pini. Os nerds ganham poder e invadem a TV. *Revista científica Intr@ ciência*, v. 1, n. 1, p. 34-41, 2009.

George R.R. Martin was the first person to sign up for the first ever Comic Con. *History.co.uk*. Disponível em: <https://www.history.co.uk/shows/superheroes-decoded/articles/game-of-thrones-george-rr-martin-first-comic-con>. Acesso em: 02 dez, 2023.

GGCON consolida o RN como polo da cultura geek e gamer. *Tribuna do Norte*, 2023. Disponível em: <https://tribunadonorte.com.br/viver/ggcon-consolida-o-rn-como-polo-da-cultura-geek-e-gamer/>. Acesso em: 08 dez, 2023.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. São Paulo: EDUSC, 2001

LOPES, André. CCXP, 2022: para onde vai o evento nerd feito no Brasil que se tornou o maior do mundo. Exame, 2022. Disponível em: <https://exame.com/pop/ccxp-2022-para-onde-vai-o-evento-nerd-feito-no-brasil-que-se-tornou-o-maior-do-mundo>. Acesso em: 26 jun. 2023.

LOPES JÚNIOR, Edmilson. **A Construção social da cidade do prazer**. Natal-RN: EDUFRN, 2000.

MARASCIULO, Marília. Comic-Con: 4 curiosidades sobre a história do evento. Revista Galileu, 2019. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2019/07/comic-con-4-curiosidades-sobre-historia-do-evento.html>. Acesso em: 17 ago, 2023.

MASCARENHAS, Guilherme Anderson. **Cultura geek**: analisando o consumidor nerd. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2018.

MATOS, Patrícia. **O nerd virou cool**: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. In: XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste–Intercom. 2011.

MATOS, Patrícia. **De vergonha a orgulho**: Consumo, capital simbólico e a ressignificação midiática da cultura nerd. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, CE. 2012.

MATOS, Patrícia. **Consumo, curadoria e a construção de mapas de importância na cultura nerd**. POSCOM–SEMINÁRIO DOS ALUNOS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PUC-RIO, v. 10, 2013.

MACHADO, Lara. FIQ 2022: Mais importante evento de quadrinhos do Brasil, evento retorna em tom de celebração. Revista o Grito, 2022. Disponível em: <https://revistaogrito.com/fiq-2022-mais-importante-evento-de-quadrinhos-do-brasil-evento-retorna-em-tom-de-celebracao/>. Acesso em: 11 dez, 2023.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa. **Departamento de Ciência de Computação e Estatística–IBILCE–UNESP**, v. 17, 2012.

Mercado geek: 5 dados e insights sobre o nicho nerd. Pagar, 2023. Disponível em: <https://pagar.me/blog/mercado-geek> Acesso em: 26 jun. 2023.

MOESCH, Marutschka Martini. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, p. 127-130, 2000.

Novidade em João Pessoa: Restaurante temático Fascino Medieval inaugura com cardápio e ambientação única na cidade. Polêmica Paraíba, 2023. Disponível em: <https://www.polemicaparaiba.com.br/paraiba/novidade-em-joao-pessoa-restaurante-tematico-fascino-medieval-inaugura-com-cardapio-e-ambientacao-unica-na-cidade>. Acesso em: 13 fev. 2024.

O Dia do Orgulho Nerd está chegando: Venha com a gente e saiba o que fazer para vender mais! **LinkedIn**, 2023. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/o-dia-do-orgulho-nerd-est%C3%A1-chegando>. Acesso em: 24 jun. 2023.

Paixão pelo universo geek e ativações de marcas movimentam milhares durante a CCXP 2023. **Abрал**, 2023. Disponível em: <https://abral.org.br/paixao-pelo-universo-geek-e-ativacoes-de-marcas-movimentam-milhares-durante-a-ccxp-2023>. Acesso em: 13 fev. 2024.

PIRES, Breadelyn. Pesquisadores, jovens. cultura nerd no ifsp–sertãozinho: Influência, práticas e consumo durante a pandemia. Pareceristas que atuaram nesta edição: Dr. Mario Marcello Neto-Universidade Federal de Pelotas (UFPeL).Universidade Federal do Rio Grande (FURG), p. 73, 2021.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

Rakuten Digital Commerce divulga pesquisa sobre o perfil geek no e-commerce brasileiro. **Segs**, 2019. Disponível em: <https://www.segs.com.br/info-ti/172569-rakuten-digital-commerce-divulga-pesquisa-sobre-o-perfil-geek-no-e-commerce-brasileiro>. Acesso em: 13 fev, 2024.

SABBAG, Omar Jorge; SILVA, JJ da; SAVY, J. Turismo rural e motivação. Revista Científica Eletrônica Turismo, n. 2, 2004.

SEMURB. Natal: história, cultura e turismo, 2008. Disponível em: https://www.natal.rn.gov.br/storage/app/media/sempla/Natal_Historia_Cultura_Turismo.pdf. Acesso em: 10 fev. 2024.

SEMURB. Natal Zoneamento Ambiental, 2008. Disponível em: https://www.natal.rn.gov.br/storage/app/media/sempla/Zoneamento_Ambiental.pdf. Acesso em: 10 fev. 2024.

Sesc RN leva Invasão Geek para Natal e Caicó, 2023. Disponível em: <https://marcosdantas.com/sesc-rn-leva-invasao-geek-para-natal-e-caico>. Acesso em: 12 fev, 2024.

THEOBALD, William F. (org.). **Turismo global**. 2. ed. SENAC: São Paulo, 2002.

TROQUEZ, Marta Coelho Castro. **Conceituações de Raymond Williams sobre Cultura como fundamento para o currículo comum**. Interletras: Revista Transdisciplinar de Letras, Educação e Cultura da UNIGRAN. Dourados, v. 2, n. 13, 2011.

VELHO, Ana Paula Machado. **A semiótica da cultura**: apontamentos para uma metodologia de análise da comunicação. Revista de Estudos da Comunicação, v. 10, n. 23, 2009.

VENÂNCIO, Milena de Azeredo Pacheco; FARBIARZ, Alexandre. **A importância da representatividade na cultura pop**: os casos Star Wars e Harry Potter. Anais do Interprogramas Secomunica, v. 1, 2016.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: Planejamento e métodos, RS, Bookman editora, 2015.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO - CULTURA GEEK: ATRAÇÃO TURÍSTICA POTENCIAL PARA O DESTINO NATAL/RN

Esta pesquisa tem como objetivo conhecer e identificar o perfil sociodemográfico dos consumidores de cultura geek e seus hábitos de consumo e viagem.

* Indica uma pergunta obrigatória

1 - Qual sua faixa etária?*

- 10 a 15 anos;
- 16 a 20 anos;
- 21 a 25 anos;
- 26 a 30 anos;
- 31 a 40 anos;
- Mais de 40 anos.

2 - Qual o seu gênero?*

- Masculino;
- Feminino;
- Não-binário.

3 - Como você se declara de acordo com a raça?*

- Branca;
- Preta;
- Parda;
- Amarela;
- Indígena;
- Outro.

4 - Qual sua faixa de renda mensal?*

- Até um salário mínimo;
- Até dois salários mínimos;
- Até três salários mínimos;
- Até quatro salários mínimos;
- Mais de quatro salários mínimos;
- Dependente (Não possui renda própria).

5 - Qual o seu grau de escolaridade?*

- Não estudou;
- Ensino fundamental incompleto;
- Ensino fundamental completo;
- Ensino médio incompleto;
- Ensino médio completo;
- Ensino superior incompleto;
- Ensino superior completo;
- Mestrado;
- Doutorado.

6 - Informe seu estado de nascimento.*

- AC
- AL
- AP
- AM
- BA
- CE
- ES
- GO
- MA
- MT
- MS
- MG
- PA
- PB
- PR
- PE
- PI
- RJ
- RN
- RS
- RO

- RR
- SC
- SP
- SE
- TO
- DF

7 - Atualmente, aonde você mora? (cidade)*

_____.

8 - Dentre as opções abaixo, quais produtos relacionados à cultura pop que você consome com mais frequência? (Pode marcar mais de uma alternativa).*

- Filmes;
- Séries;
- Animes;
- Histórias em quadrinhos e/ou mangás;
- Games;
- Brinquedos ou action figures;
- Roupas e calçados;
- Acessórios (objetos);
- Outros.

9 - Com que regularidade você adquire produtos geek?*

- Não adquiero;
- Primeira vez;
- Uma vez por ano;
- Uma vez por mês;
- Uma vez por semana.

10 - Qual o meio de sua preferência para adquirir os produtos geek?*

- Não adquiero;

- Loja física; Loja online;
- Redes sociais (Instagram, Facebook, etc).

11 - Você viaja durante as férias?*

- Sim;
- Não;

12 - Com que frequência você viaja?*

- Não costumo viajar;
- Cerca de uma vez a cada 5 anos;
- Uma vez por ano;
- Duas vezes por ano;
- 3 - 4 vezes por ano;
- 5 ou mais vezes por ano.

13 - Você possui o desejo de visitar atrações e produtos geek em suas viagens?*

- Sim;
- Não;

14 - Caso a resposta anterior tenha sido "sim", quais atrativos/produtos você gostaria de ver/consumir?

15 - Nas suas viagens, com que frequência você consome atrações ou produtos geek?*

- Não costumo viajar;
- Uma vez;
- Às vezes;
- Com frequência;
- Sempre que viajo.
- Quando as encontro;

16 - Você já foi ou iria para um destino só pelo atrativo da cultura geek?*

- Sim
- Não

17 - Caso a resposta anterior tenha sido "sim", quais destinos você já visitou ou sente o desejo de visitar com esse atrativo?
