

**FACULDADE DE FILOSOFIA, CIÊNCIAS E LETRAS DE IBITINGA –
FAIBI**

CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO

Ian Ricardo Brito Barbosa

**A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS *NERDS* E *GEEKS* PARA O
TURISMO.**

IBITINGA/SP

2019

Ian Ricardo Brito Barbosa

**A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS *NERDS* E *GEEKS* PARA O
TURISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora do Curso de Turismo da Universidade, como requisito parcial para a obtenção do grau de turismólogo.

Orientador: Ana Lia Silva Souza Dentillo

IBITINGA/SP

2019

Barbosa, Ian Ricardo Brito.

B238i A importância dos eventos nerds e geeks para o turismo / Ian
Ricardo Brito Barbosa. – Ibatinga, 2019.
51 f.

Orientadora: Ana Lia Silva Souza Dentillo.
Monografia de Conclusão de Curso (Bacharelado - Turismo) –
Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ibatinga, 2019.

1. Nerd. 2. Geek. 3. Eventos Turísticos. I. Título.

CDD 658.456

Ficha catalográfica elaborada por Mayara Nunes

Bibliotecária - CRB-8/10461

Biblioteca Prof. Dr. Alberto Tosi Rodrigues da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras
de Ibatinga.

Ibatinga/SP

A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS *NERDS* E *GEEKS* PARA O TURISMO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Avaliadora do Curso
de Turismo da Faculdade FAIBI, como
requisito para a obtenção do grau de
turismólogo.

BANCA EXAMINADORA:

Esp. Ana Lia Souza

Professor orientador
FAIBI

Esp. Fabiana L. Bellanda

Professor Avaliador
FAIBI

Ms. Sérgio Roberto Deri

Professor Avaliador
FAIBI

IBITINGA/SP

2019

Dedico este trabalho em 1º lugar a minha amada mãe, a qual sempre me quis ver formado, gostaria muito, mais muito mesmo que ela estivesse aqui para ver essa minha conquista. Em 2º lugar a meu querido amigo Willian que teve a enorme paciência de me ajudar a terminar este trabalho, além de me motivar sempre que possível a seguir em frente e concluir o curso e a Deus por tê-los posto na minha jornada pela vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, que tudo sabe e colocou em meu caminho pessoas capacitadas com bons corações e paciência e me fazer seguir em frente, superar todos os obstáculos, vencer todas as dificuldades e tornar esse trabalho uma realidade.

Minha amada mãe, saudade é pouco, não existem palavras para essa guerreira, que me criou praticamente sozinha após a separação de meu pai aos meus 10 – 12 anos, com alguma ajuda de minha avó e avô maternos, por todo amor, paciência e principalmente por sempre tentar de uma maneira meiga e as vezes enérgica, colocar um pouco de juízo na minha cabeça dura e fazer com que eu percebesse a importância do estudo para o bom caminhar da vida.

A Professora Ana Lia, por toda dedicação, atenção e paciência para comigo. Tais atributos merecem destaque, pois através deles esta monografia de conclusão de curso se tornou possível.

Ao meu querido amigo Willian que conheci nesta nobre instituição e acabamos criando um vínculo de amizade inesperada, porém gratificante. Sua ajuda e seus conselhos foram de grande valia, além de suas palavras de ânimo e perseverança, sem as quais dificilmente seguiria em frente, ou sequer pensaria em voltar após a morte de minha amada mãe, palavras de animo, motivação que me ajudaram a levantar e seguir meu caminho até ao final.

A todos os professores que transmitiram de forma clara e objetiva seus conhecimentos, fazendo com que nosso desenvolvimento como alunos e principalmente pessoas fosse o melhor possível.

Aos colegas de classe, sendo impossível esquecer cada um deles, visto que marcaram essa etapa de nossas vidas. Sem eles, com certeza não teria chegado até aqui.

A todos cujo nome não está explícito aqui, mas de alguma maneira contribuíram para essa inesquecível conquista.

“Só sei que nada sei, e o fato de saber isso,
me coloca em vantagem sobre aqueles
que acham que sabem alguma coisa. ”

Sócrates

RESUMO

O universo *nerd* e *geek* sofreram profundas transformações em sua significância ao longo das últimas décadas, seja por conta dos avanços tecnológicos, seja pela globalização e pela facilidade em se transmitir e compartilhar conteúdos. Conceitos que outrora eram considerados pejorativos, hoje são dignos de orgulho e difusão pelo mundo. Dessa maneira, diante de um crescente e progressivo mercado de consumo de produtos voltados ao público *nerd* e *geek*, revela-se a necessidade de se abordar a importância do turismo local ao se realizar eventos voltados para estes públicos em cidades interioranas, como é o caso de Ibitinga, São Paulo. Assim, as principais questões problema se formam: com as frequentes transformações da sociedade contemporânea, como se manifestam, atualmente, os eventos turísticos organizados para os públicos *nerd* e *geek* em cidades interioranas? Como seria a aplicação desses eventos em Ibitinga? À luz da perspectiva da progressiva auto segregação social em grupos específicos, é possível, sob o viés financeiro, organizar e amplificar os eventos geeks e nerds em cidades interioranas? Quais os (possíveis) benefícios para estas comarcas? Objetivou-se, com esta temática, apresentar as principais conceituações sobre a matéria e realizar uma abordagem sintética da evolução histórica dos grupos sociais nerds e geeks em contexto mundial para, posteriormente, destacar as progressivas manifestações que tais grupos promoveram, ao longo dos anos, no campo do turismo no exterior e em nosso país e, por fim, ponderar as informações levantadas para estabelecer a importância que tais eventos possuem para o turismo em cidades interioranas do Brasil, como é o caso de Ibitinga-SP.

Palavras-chave: Nerds. Geeks. Eventos turísticos.

ABSTRACT

The nerd and geek universe have undergone profound transformations in their significance during the last decades, due to the technological advances, the globalization and the ease in transmitting and sharing contents. Concepts that were once considered pejorative, today are worthy of pride and diffusion throughout the world. In this way, faced with a growing and progressive market of products aimed at the nerd and geek public, there is an urgent need to address the importance of local tourism when holding events aimed at these audiences in inner cities, like Ibatinga, São Paulo. Thus, the main problem issues are formed: with the frequent transformations of contemporary society, how do the organized tourist events for the nerd and geek audiences in inner cities manifest themselves today? How would the application of these events in Ibatinga? In light of the prospect of progressive self-segregation in specific groups, is it possible, under the financial bias, to organize and amplify the geeks and nerds events in inner cities? What are the (possible) benefits to these regions? The objective of this theme was to present the main concepts on the subject and to make a synthetic approach to the historical evolution of the social groups nerds and geeks in a world context to later highlight the progressive manifestations that such groups have promoted over the years, in the field of tourism abroad and in our country, and finally, to ponder the information raised to establish the importance that such events have for tourism in inner cities of Brazil, As is the case of Ibatinga-SP.

Keywords: Nerds. Geeks. Tourist events.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Senso demográfico do Município de Ibitinga –SP, bem como do Estado de São Paulo e do Brasil, em 2010.....	21
Gráfico 2 – Viagens turísticas domésticas, realizadas por brasileiros no período entre 2005 a 2009	15
Gráfico 3 – Quantidade aproximada de frequentadores nas maiores convenções <i>nerds</i> nos Estados Unidos ocorridas em 2013	35

LISTA DE ABREVIATURAS

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas.

MIT – Instituto de Tecnologia de Massachusetts.

NERD – Northern Electric Research and Development.

OMT – Organização Mundial do Turismo.

PIB – Produto Interno Bruto.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	122
1 O TURISMO E SEUS FENÔMENOS: CONCEITOS E PREMISSAS	155
1.1 O TURISMO ATUAL NO BRASIL: ABORDAGENS CONCEITUAIS E SITUACIONAIS A RESPEITO DE SUA PRÁTICA CONTEMPORÂNEA.....	155
1.2 O TURISMO DE EVENTOS EM PERSPECTIVA: CONCEITOS E SUAS PRÁTICAS	18
1.3 O TURISMO NA CIDADE DE IBITINGA – SP.....	18
1.4 COMO O TURISMO DE EVENTOS NERD E GEEK PODERIA CONTRIBUIR COM A ECONOMIA E COM A CULTURA NO MUNICÍPIO DE IBITINGA – SP	15
2 EVENTOS <i>GEEKS</i> E <i>NERDS</i>	211
2.1 EVENTOS E FEIRAS VOLTADAS AO TURISMO DE GRUPOS ESPECÍFICOS: CONCEITOS, MOTIVAÇÕES E CLASSIFICAÇÕES.....	211
2.2 EVENTOS E FEIRAS <i>NERDS</i> : SÍNTESE HISTÓRICA DE ORIGEM E DESENVOLVIMENTO	266
2.3 EVENTOS E FEITAS <i>GEEKS</i> : SÍNTESE HISTÓRICA DE ORIGEM E DESENVOLVIMENTO	300
2.4 AS PRINCIPAIS FEIRAS E EVENTOS <i>NERDS</i> E <i>GEEKS</i> INTERNACIONAIS NA ATUALIDADE.....	322
2.5 AS PRINCIPAIS FEIRAS E EVENTOS <i>NERDS</i> E <i>GEEKS</i> NACIONAIS NA ATUALIDADE.....	344
3 O UNIVERSO NERD E GEEK EM PERSPECTIVA	36
3.1 A CULTURA OCIDENTAL NOS SÉCULOS XIX AO XXI: SÍNTESE PANORÂMICA DAS TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS	37
3.2 O SUJEITO <i>NERD</i> AO LONGO DAS ÚLTIMAS DÉCADAS	39
3.3 O SUJEITO <i>GEEK</i> AO LONGO DAS ÚLTIMAS DÉCADAS	422
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	Erro! Indicador não definido. 4
REFERÊNCIAS.....	46

INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso intitulado A importância dos eventos nerds e geeks para o turismo, voltou-se para pesquisar a importância que eventos, como feiras tecnológicas, reuniões sobre abordagens do universo popular *nerd*, encontros temáticos, exposições, apresentações possuem no contexto mercadológico, econômico e social para as cidades interioranas do Brasil.

Os profissionais que planejam, desenvolvem e coordenam os projetos e atividades turísticas, tal qual os que transmitem o conteúdo, auxiliam e guiam o público abrangido, são os verdadeiros protagonistas destes meios, vez que contribuem com o próprio desenvolvimento cultural e informacional da sociedade da informação.

Assim, nesta conjuntura, observa-se que o papel do turismólogo fundamentalmente se desenvolve como legítimo agente produtor e condutor de transmissões significativas de cultura, entretenimento e informação durante os eventos organizados em cidades interioranas.

Destarte, justifica-se a importância da presente temática vez que se trata de matéria com fundamental relevância social, econômica e mercadológica para os envolvidos na produção e organização dos eventos, bem como para o público alvo, além de ser, como já verificado, campo atual e significativo de operação do turismólogo.

A globalização, a revolução tecnológica e os rápidos avanços da informática, dos meios de comunicação e dos formatos de transmissão de informações transformam e alteram, constante e progressivamente, a vida do homem contemporâneo. Acontecimentos que, em um passado nem tão remoto, demorariam dias ou semanas para se propagarem ao conhecimento de um amplo público (e, dependendo do espaço onde determinados indivíduos se localizavam geograficamente, tais ocorrências sequer seriam possíveis de se notificar/noticiar), hoje estão disponíveis ao toque em uma tela.

Neste cenário de ampla difusão de informações e produtos culturais variados, originou-se e se difundiu as mais diversas categorias sociais, como, por exemplo, o chamado universo *nerd* e o universo *geek*.

O universo *nerd*, neste contexto, pode ser definido, segundo Bueno (2009, p. 83), como um conjunto de habilidades, conhecimentos e hábitos interligados à produção midiática como a televisão, o cinema, o *podcast*, o videogame e à internet, e à cultura de massa disponíveis à indivíduos comuns, que se identificam com o material disponível e se autodenominam integrantes deste universo.

De tal maneira, o universo *geek*, para Yokote (2014), sintetiza toda a aproximação do público com os aparatos tecnológicos de maior complexidade ou inovação, destinados a um público que, tal qual o *nerd*, se autodenomina *geek* pelo interesse demonstrado a essas novidades.

Dessa maneira, com a solidificação desses tipos de público, observou-se oportunidades deveras interessantes para a propagação de eventos turísticos voltados à essas categorias sociais.

Mostra-se, por conseguinte, as seguintes questões problemas, que serão abordadas e respondidas ao longo do desenvolvimento desta pesquisa: com as frequentes transformações da sociedade contemporânea, como se manifestam, atualmente, os eventos turísticos organizados para os públicos *nerd* e *geek* em cidades interioranas? Como seria a aplicação desses eventos na cidade de Ibitinga – São Paulo? À luz da perspectiva da progressiva auto segregação social em grupos específicos, é possível, sob o viés financeiro, organizar e amplificar os eventos *geeks* e *nerds* em cidades interioranas? Quais os possíveis benefícios para Ibitinga?

Objetiva-se, com esta temática, apresentar as principais conceituações sobre a matéria e realizar, em primeiro momento, uma abordagem sintética da evolução histórica dos grupos sociais *nerds* e *geeks* em contexto mundial para, posteriormente, destacar as progressivas manifestações que tais grupos promoveram, ao longo dos anos, no campo do turismo tanto no exterior quanto no Brasil e, por fim, ponderar as informações levantadas para estabelecer a importância que tais eventos possuiriam na cidade interiorana de Ibitinga, concebida, até atualmente, longe dos grandes centros comerciais, com grande

parte de seus habitantes exercendo, segundo o Plano Diretor de Turismo de Ibitinga (FEITOSA, 2018), economicamente, atividades voltadas à área têxtil. .

Fundamentalmente, o presente trabalho pretende embasar as definições conceituais aqui apresentadas utilizando-se do método qualitativo de análise, reunindo, como norteamento, importantes conteúdos frutos de pesquisa bibliográfica e tomando-se por preferência, ao longo do desenvolvimento, pesquisadores já consagrados, bem como tratativas e abordagens recentes sobre o tema.

Conforme preceitua Gil (2002), quando a resolução de uma indagação ou de um conflito pode ser observada, analisada ou respondida por meio de um material já concebido por outros autores ou pesquisadores, a metodologia mais efetiva a ser trabalhada é a pesquisa bibliográfica, pautada pela coleta do material em artigos ou livros renomados, dados produzidos como resultado de pesquisas recentes e consagradas nos meios acadêmicos.

1 O TURISMO E SEUS FENÔMENOS: CONCEITOS E PREMISSAS

Este capítulo aborda um pouco sobre conceitos e práticas do turismo no Brasil e em Ibitinga, além de uma rápida mostra da importância econômica e cultural dos eventos *Nerds*.

1.1 O TURISMO NO BRASIL: ABORDAGENS CONCEITUAIS E SITUACIONAIS A RESPEITO DE SUA PRÁTICA CONTEMPORÂNEA

O turismo no Brasil é considerado, nos dias de hoje, como um dos fatores mais importantes para o desenvolvimento social, cultural e econômico do local, segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010). Assim, quando bem efetivado, por meio de uma preparação e organização eficaz, “é gerador de empregos e riqueza, via de intercâmbio cultural, caminho para a conservação das belezas naturais e culturais e gerador de positivas mudanças sociais”, como bem apontam Barros et al (2008, p. 1).

Contudo, é claro que a evolução do turismo em nosso país ocorreu de maneira lenta e gradativa, como Lohmann (2011) expõe, considerando, atualmente, como um acontecimento *latecomer*¹ e, portanto, ensejaria grandes e contínuos investimentos e incentivos em sua propagação. De acordo com a pesquisadora,

Ao analisar esse cenário de forma mais ampla, pode-se considerar que, no contexto da indústria do turismo, o Brasil é um *latecomer*, desafiando empresas e destinos a estruturarem-se para que possam ser capazes de atrair clientes nesse mercado competitivo. Essa corrida por mercados, inerente ao processo competitivo, exige uma série de medidas dos destinos turísticos, incluindo a necessidade de integração e investimento contínuo dos diferentes entes envolvidos (empresas privadas, órgãos públicos, entre outros), na busca de vantagens no mercado. (LOHMANN, 2011, p. 4).

¹ Em uma tradução própria da língua inglesa, algo que se desenvolveu de maneira tardia ou demorada.

Assim, observa-se que o desenvolvimento de políticas públicas e estratégias para proporcionar uma descentralização na administração do turismo, seja através do planejamento participativo, aproximando a sociedade e o verdadeiro público alvo de eventos turísticos à organização e realização dessas cerimônias, seja por meio de contribuições às pequenas e médias empresas organizadoras de eventos turísticos, revela-se fundamental para a própria propagação das atividades turísticas em nossa sociedade, como apontam, neste sentido, Silva et al (2013).

Neste feito, as autoras ainda consideram que os eventos turísticos cuidadosamente elaborados representam:

[...] uma oportunidade de aumento das receitas, não somente para o país, mas também para a população. Por isso, os esforços desempenhados no sentido de estruturar e promover essa atividade constituem-se em perspectivas de desenvolvimento socioeconômico para todos. (SILVA et al, 2013, p. 2).

Destarte, a doutrina dominante considera o turismo como uma verdadeira fonte de atrativos econômicos quando bem-disposto em determinada região.

Por esse motivo, alguns autores, como é o caso de Beni (2003, p. 101), compreendem que as políticas públicas voltadas para o fortalecimento do turismo, seja respeitando as diretrizes básicas de fortalecimento do turismo, seja refletindo a respeito de fatores pontuais de consagração, revelam-se como uma das principais medidas a serem tomadas para que o turismo em nosso país continue se desenvolvendo progressivamente.

Conforme os apontamentos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o valor adicionado bruto, a preços constantes do ano anterior e do ano corrente, do total da economia e das atividades características do turismo no Brasil, ao longo dos anos de 2004 a 2009, já demonstrava as sucessivas progressões econômicas proporcionadas pelas atividades turísticas, conforme se observa pela tabela a seguir:

Atividades	Valor adicionado bruto, a preços constante do ano anterior e corrente (1000 000 R\$)					
	2004		2005		2006	
	Constante	Corrente	Constante	Corrente	Constante	Corrente
Total da economia	1 553 062	1 666 258	1 715 619	1 842 253	1 909 976	2 034 421
Atividades Características do Turismo	56 541	59 117	61 880	66 044	68 952	73 868
Serviços de alojamento	3 115	3 476	3 920	4 273	4 415	4 533
Serviços de alimentação	18 051	19 364	20 172	21 396	23 086	26 856
Transporte ferroviário	13	15	13	15	16	19
Transporte rodoviário	12 145	11 956	11 836	13 294	13 301	14 231
Transporte aéreo	4 519	4 418	4 981	4 344	4 706	4 159
Transporte aquaviário e serviços auxiliares dos transportes	4 527	5 408	5 430	6 107	6 339	6 914
Atividades de agências e organizadores de viagens	1 393	1 467	1 566	1 780	1 680	1 812
Aluguel de bens móveis	1 163	1 291	1 379	1 626	1 673	2 006
Atividades recreativas, culturais e desportivas	11 615	11 722	12 583	13 209	13 736	13 338

Atividades	Valor adicionado bruto, a preços constante do ano anterior e corrente (1000 000 R\$)					
	2007		2008		2009	
	Constante	Corrente	Constante	Corrente	Constante	Corrente
Total da economia	2 152 798	2 287 858	2 396 957	2 580 449	2 571 598	2 794 379
Atividades Características do Turismo	77 404	82 744	85 791	90 473	94 668	103 656
Serviços de alojamento	4 806	5 136	5 716	6 592	6 581	7 403
Serviços de alimentação	26 430	28 945	31 554	31 878	33 616	38 815
Transporte ferroviário	25	23	20	24	30	33
Transporte rodoviário	15 937	17 370	16 331	17 035	17 669	18 001
Transporte aéreo	5 162	4 044	4 314	4 719	4 837	4 951
Transporte aquaviário e serviços auxiliares dos transportes	7 276	7 979	7 676	8 690	8 994	10 265
Atividades de agências e organizadores de viagens	1 881	2 030	2 396	2 472	2 576	2 834
Aluguel de bens móveis	2 241	2 456	2 347	2 477	2 369	2 771
Atividades recreativas, culturais e desportivas	13 646	14 761	15 437	16 585	17 998	18 584

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais.

Tabela 1. Valor adicionado bruto, a preços constantes do ano anterior e do corrente, do total da economia e das atividades características do Turismo, segundo as atividades no Brasil, nos anos de 2004 a 2009.

Ademais, conforme os dados levantados pela Rádio Câmara (2017) a respeito da movimentação financeira proporcionada pelo turismo no Brasil, no ano de 2017, verifica-se que o desenvolvimento do turismo é bastante florescente, progredindo-se a cerca de 3,5% de todo o Produto Interno Bruto – PIB, de nosso país, são referentes aos mais diversos tipos de turismo realizados, empregando atualmente, direta e indiretamente, em torno de 10 milhões de trabalhadores.

1.2 O TURISMO DE EVENTOS EM PERSPECTIVA: CONCEITOS E SUAS PRÁTICAS

O conceito de turismo de eventos pode ser entendido como uma das mais diversificadas áreas dentro da ampla gama de caminhos que o segmento do turismo pode seguir. Para Brito & Fontes (2002), turismo de eventos são todos os acontecimentos temporários e atrativos, normalmente direcionados para um grupo pré-determinado de pessoas, onde se realizam palestras, demonstrações, exposições, cursos, congressos, entrevistas, shows, premiações, enfim, as mais diversificadas atividades voltadas para um nicho específico.

O turismo de eventos é um dos mais importantes atrativos para o mercado econômico de venda de produtos culturais e tecnológicos, como consideram Brito & Fontes (2002), já que ocasionam, em decorrência das atividades, uma aproximação entre os indivíduos pertencentes a um mesmo nicho, como é o caso dos *nerds* e *geeks*, fatos estes que serão demonstrados no capítulo a seguir,

A própria Organização Mundial do Turismo – OMT (2003), considerou a relevância crescente do turismo de eventos, ao dispor que vem se tratando de um fator recorrente na elaboração de projetos e demandas turísticas:

Cada vez mais, as empresas estão refletindo sobre a realização de encontros através de um processo de avaliação de necessidades. Este procura garantir que haja a compreensão de todos os participantes quanto às questões e aos objetivos dos encontros propostos e que fiquem claramente definidos os critérios para avaliar o sucesso ou a eficácia dos eventos. (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT, 2003, p. 145).

1.3 O TURISMO NA CIDADE DE IBITINGA – SP

O Plano Diretor de Turismo do Município de Ibitinga – SP (2016-2020) é o documento responsável por planejar, organizar e orientar o desenvolvimento das atividades turísticas realizadas na comarca durante o intervalo de quatro anos, com início em 2016 e término em 2020, momento em que um novo plano será apresentado.

Considerada pelos próprios munícipes como a capital do bordado, graças à movimentação da economia em torno da produção e da comercialização dos produtos, o próprio Plano Diretor de Turismo reconhece a importância que tal titularidade possui para o comércio e para o turismo de compras no local.

Segundo Rosa (2000) Ibatinga vivia de agricultura e criação de animais até 1970, sendo o segundo produtor de ovos e frangos no Brasil. Entre 1969 e 1970 a cidade de Ibatinga passava por uma crise junto com o país. Com o término da usina hidrelétrica, houve a dispensa de mais de mil funcionários. A criação de ovos, animais e agricultura passou grande queda por causa da crise já citada anteriormente. Por causa disso buscou-se indústrias para trazer novos postos de trabalho para a cidade. Uma multinacional portuguesa até tentou, mas não teve êxito. Nem o fato da cidade estar em uma posição geográfica privilegiada em pleno centro do estado, contando com malha viária e navegação fluvial ajudou a vinda de uma nova indústria ou fábrica.

Rosa (2000) ainda fala que as indústrias caseiras da cidade estavam crescendo e se multiplicando há anos. Mulheres que queriam trabalhar aprendiam e repassavam esse conhecimento a outras. Graças ao conhecimento inicial dos bordados portugueses. Conhecimento esse que iria mudar a cidade.

Ainda segundo Rosa (2000), pessoas da cidade saíam pelo Brasil vendendo esses bordados. Comerciantes de São Paulo começaram a vir e adquiriram a maior parte da produção, denominando assim os produtos da cidade como Capital Nacional do Bordado.

O título veio através da rádio defendendo a industrialização do bordado em forma de emprego para população local. Cerca de 70% do que era produzido era consumido por outras cidades.

A partir de 1974 após a primeira Feira do Bordado a Folha de São Paulo e outras publicações divulgaram um display com os dizeres: "Visite Ibatinga – Capital Nacional do Bordado. (ROSA, 2000).

Outros eventos turísticos locais de relevante apreço social, graças às suas tradições, estão intimamente relacionados com a questão religiosa, vez que se tratam da comemoração católica apostólica romana *Corpus Christi* e a *Via Sacra* ao vivo.

1.4 COMO O TURISMO DE EVENTOS *NERD* E *GEEK* PODEM CONTRIBUIR COM A ECONOMIA E COM A CULTURA NO MUNICÍPIO DE IBITINGA – SP

Segundo o senso demográfico de 2010, extraído da consulta ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, à época, a variação segundo o gênero e segundo a faixa etária, na cidade de Ibitinga, acompanhava a média estadual e a média nacional, restando-se, em sua maior parte, por jovens de 20 a 29 anos de idade:



Gráfico 1. Senso demográfico do Município de Ibitinga –SP, bem como do Estado de São Paulo e do Brasil, em 2010. Fonte: IBGE: Senso demográfico, 2010.

Despiste o fato de que a faixa etária acompanha a proporção de jovens – tal qual será observado nos próximos capítulos do presente trabalho, como a maior parte do público *nerd* e *geek* atual, o Plano Diretor de Turismo do Município de Ibitinga – SP (2016) ainda revela outras informações importantes que corroborariam com o sucesso de eventos *nerds* e *geeks* na cidade de Ibitinga, como o fato de que a maior parte (96,10%) da população se encontra no grande centro urbano da cidade, com grau de instrução e amplo acesso à informação, entretenimento e cultura.

2 EVENTOS GEEKS E NERDS

Fica, a critério deste capítulo, proposta a apresentação da conceituação e da verificação da importância dos eventos turísticos para a sociedade, bem como expor eventos *geeks* e *nerds* importantes e emblemáticos para o desenvolvimento cultural, financeiro e comercial de nosso país, buscando-se verificar, ainda, a presença e a participação gradativa do público atingido ao longo dos anos.

Procura-se, ainda, solidificar tal entendimento por meio de uma breve exploração sobre as principais ocorrências de eventos *nerds* e *geeks* em outros países, de modo a se traçar um ponderamento a respeito da crescente evolução de tais acontecimentos.

2.1 EVENTOS E FEIRAS VOLTADAS AO TURISMO DE GRUPOS ESPECÍFICOS: CONCEITOS, MOTIVAÇÕES E CLASSIFICAÇÕES

A relevância do turismo e a importância econômica, cultural e de lazer pautada nas atividades turísticas estão em constante progressão nos dias de hoje. O turismo contemporâneo prevê que a boa recepção de um público específico atrai o interesse de investidores, promovendo, ainda, a distribuição de renda com a geração de empregos fixos ou temporários graças à realização de eventos específicos, de acordo com Albuquerque (2004, p. 11)

É importante destacar o quanto o turismo de eventos vem crescendo no mundo [...], deixando bem claro a sua vital colaboração para a vinda de mais e mais turistas. Tendo em vista que, normalmente, as pessoas vêm, geralmente, para participar de um evento, mas ao serem bem recebidas e terem ao seu dispor todas as informações necessárias, voltam depois com suas famílias, além de recomendarem a cidade para os parentes e amigos. Tudo isto, resultado de eventos e recepções bem sucedidos. (ALBUQUERQUE, 2004, p. 11).

Assim, segundo a autora, verifica-se, desde o presente momento, que os benefícios econômicos e sociais promovidos por eventos bem

estruturados e efetivamente organizados se mostram de longo alcance, perpetuando na propagação de novos turistas mesmo após a finalização do evento ocasionado.

Ademais, é preciso se pensar que a importância da estruturação, da organização e da manutenção de feiras e eventos mantém, a seu contraponto, um aspecto negativo – da mesma maneira que eventos primorosamente organizados promovem a vinda de novos turistas mesmo ao término do evento, eventos desorganizados adotam a perspectiva contrária, causando um distanciamento do público na região onde foi organizado, o que, por consequência, causaria problemas econômicos locais.

Dada à importância da temática, a própria conceituação do termo “eventos turísticos”, bem como suas diversas classificações, carecem de uma definição consensual por parte dos teóricos e doutrinadores.

Para Andrade (1998),

Os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente as exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas outras motivações. (ANDRADE, 1998, p. 31).

Já conforme expõe Araújo (2016), muitos são os benefícios pontuais e de longa duração que um bom evento pode ocasionar, como é o caso, por exemplo, da geração de empregos temporários ou fixos, da construção e manutenção de estruturas e espaços físicos e da distribuição de capitais, conforme explica:

Os eventos turísticos são transitórios e cada um é único, na medida em que apresentam uma duração, uma definição, uma gestão e um público próprio. Os eventos turísticos são acontecimentos planejados no tempo e no espaço, têm objetivos que pretendem atingir e envolvem um grupo de indivíduos que procuram integração. Atualmente, devido à diversidade de produtos e serviços que a sociedade contemporânea dispõe, existem eventos turísticos para todos os gostos, onde os mesmos podem ser dos mais variados possíveis de acordo a sua natureza (empresariais; feiras; artísticos; desportivos; entre outros) e da criatividade da equipa organizadora de cada um. Os eventos turísticos são encarados como um complemento da oferta turística do território, promovendo o aumento de visitantes, dos gastos médios por turistas e dos períodos de permanência no destino. Desta forma, os eventos turísticos potenciam a criação de emprego no território, promovem a melhoria de equipamentos e/ou infraestruturas, fomentam

a captação de investimentos e incentivam o desenvolvimento económico e social do destino. (ARAÚJO, 2016, on-line?).

Neste feito, o entendimento de Araújo (2016) não se opõe ao de Tenan (2002), que explana a respeito da classificação internacional das atividades turísticas atribuídas pela Comissão de Estatística das Nações Unidas. Segundo Tenan (2002, p. 11), a classificação internacional das atividades turísticas identifica seis fatores capazes de ocasionar a visita turística de um indivíduo a determinado local: atividades de lazer e diversão; visitas a parentes e amigos em um local adverso de sua habitualidade; visitas por motivos religiosos ou de peregrinação; visitas motivadas por questões de saúde ou tratamento estético; visitas a negócios ou outras questões profissionais; por fim, visitas por outros motivos específicos.

Os eventos e feiras voltados para o público *nerd* e *geek* se enquadram, especificamente, no primeiro e no quinto fator mencionado: por motivo de atividades de lazer e diversão, vez que aproxima o público ao mercado específico de elementos populares ou tecnológicos e a motivo negócios ou outras questões profissionais, já que os eventos *nerds* e *geeks* são desenvolvidos para nichos consolidados conhecidos pelo consumo desses materiais, o que facilitaria a captação de novos clientes e a geração de novas oportunidades.

A relevância da temática é tamanha que, em 2010, o Ministério do Turismo lançou a cartilha intitulada *Marketing de destinos turísticos*, onde debatia os métodos e benefícios da realização de atividades turísticas, como feiras e eventos voltados a um nicho específico. Em relação aos benefícios econômicos alcançados por essas atividades, a cartilha demonstra que:

Refletir sobre a realização da atividade turística na sua totalidade pode ser um importante exercício a ser feito em conjunto pelos fornecedores de produtos e serviços turísticos de um destino. Isto porque a atividade turística implica em uma extensa cadeia de elementos que envolvem desejos, sentimentos, intenções e expectativas do cliente que compra um produto sem antes ter experimentado. Neste aspecto, há também os fornecedores de produtos e serviços, que possuem uma diversidade de elos (transporte, hospedagem, alimentação, atrações, etc.) necessários para a composição do produto e que, conjuntamente, precisam atender com qualidade ao esperado pelo cliente, antes, durante e ao final da viagem, preferencialmente superando suas expectativas. (BRASIL, 2010, p. 22).

A própria cartilha lançada pelo Ministério do Turismo traz interessantes observações a respeito da crescente procura por viagens e eventos nacionais. Quando colocada em perspectiva às viagens domésticas realizadas no Brasil por cidadãos natos ou naturalizados, verifica-se que, desde 2005, quando se iniciaram os levantamentos pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE/MTur, progressivamente, os brasileiros estão realizando mais viagens turísticas:

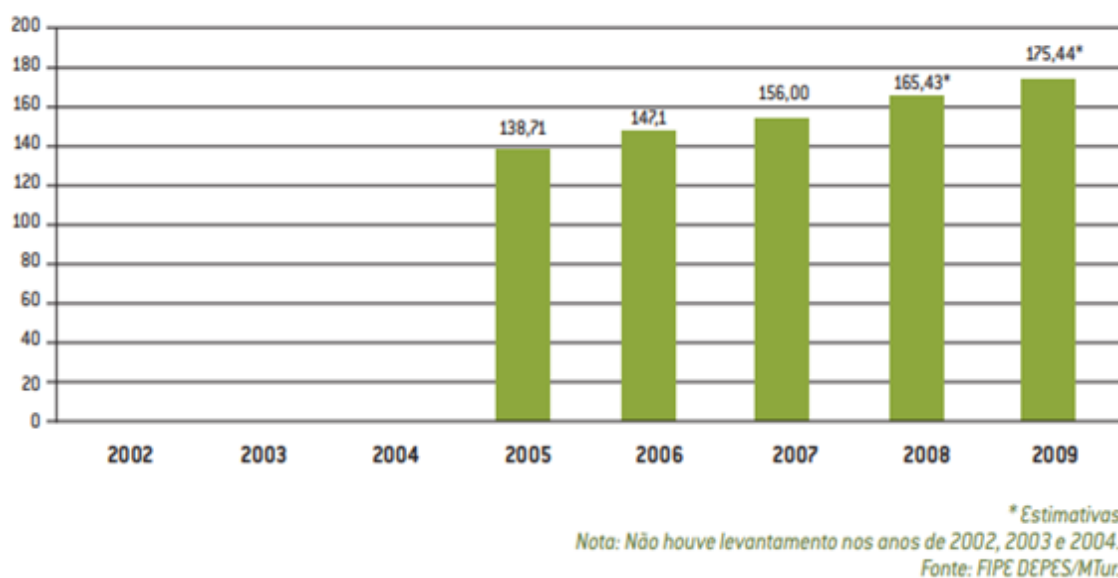


Gráfico 2. Viagens turísticas domésticas, realizadas por brasileiros no período entre 2005 a 2009. Fonte gráfica: Brasil (2010, p. 19).

A pesquisa realizada por meio de amostras domiciliar constatou que, à época, o período de permanência média do brasileiro no destino escolhido foi de 8 (oito) dias e meio, havendo o gasto monetário médio de R\$ 58,60 (cinquenta e oito reais e sessenta centavos), despendidos em cada dia de viagem.

Em relação à hospedagem, a pesquisa (Brasil, 2010, p. 19) verificou que os turistas, em sua maioria (cerca de 56,3%), preferem se abrigar nas residências de parentes e amigos a ter que despender valores com hotéis ou

pousadas, ao passo em que cerca de 30,8% dos entrevistados preferem a hospedagem profissional.

A respeito do meio de transporte utilizado, é também observado que, à época, a forma de se viajar preferida pelos turistas (cerca de 45,1%) foi a que consistia de um meio de locomoção própria, como um veículo particular.

Em relação às transformações no consumo turístico e no modo de viajar com o passar dos anos sob a ótica internacional, Nascimento (2017) informa que o ano de 2016 foi, até então, o ano com o maior número de eventos internacionais realizados, com cerca de 12.212 eventos globais, 136 a mais do que 2015.

Quando observado localmente, Nascimento (2017) expõe que o Brasil é considerado o país da América Latina que mais realizou eventos internacionais até o momento, sendo o 15º país, na medição global, das nações que mais sediaram eventos no mundo. Conforme Nascimento (2017) ainda explica,

De acordo com o estudo Demanda Internacional, do Ministério do Turismo, 20,2% dos turistas estrangeiros que estiveram ao Brasil em 2015 vieram motivados por negócios, eventos e convenções. As cidades mais procuradas foram: São Paulo (45,1%), Rio de Janeiro (24,5%) e Curitiba (4,2%). O gasto médio per capita do turista foi de US\$ 82,48, valor superior ao dos turistas a lazer - US\$ 67,12. Para ser contabilizado no ranking da ICCA, os eventos internacionais devem seguir alguns critérios: serem organizados por associações, ter uma periodicidade fixa, contar com ao menos 50 participantes e terem sido realizados em pelo menos três países. (NASCIMENTO, 2017, on-line).

Faz-se bastante expressiva, então, a presença dos turistas estrangeiros que viajam para nosso país em busca de eventos e convenções. Apesar das principais feiras turísticas voltadas para as subsociedades *nerd* e *geek* se localizarem nos grandes centros comerciais, como Nascimento (2017) afirma, destacando a presença na cidade de São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Curitiba (PR), pelas possibilidades comerciais e sociais alcançadas pela presença de tais atividades, é possível se justificar a instauração de eventos e convenções do tipo em cidades interioranas, como é o caso de Ibitinga (SP), conforme foi abordado no primeiro capítulo.

2.2 EVENTOS E FEIRAS *NERDS*: SÍNTESE HISTÓRICA DE ORIGEM E DESENVOLVIMENTO

Historicamente, o primeiro evento considerado exclusivo para o público *nerd* já registrado é o chamado *Philcon*, sigla de “Philadelphia Science Fiction Conference”², cuja ocorrência se deu, em sua primeira versão, em 1936, na cidade da Filadélfia, estado da Pensilvânia, com a singela reunião de pouco menos de dez fãs de ficção científica, conforme dispõe Moskowitz (1954, p. 82). Desde então, a conferência se tornou anual, ocorrendo, comumente, a cada mês de novembro, e reúne, até então, diversas atividades voltadas para o público *nerd* e se utiliza de diversas plataformas diferentes, como jogos, livros, história em quadrinhos, filmes, anime e apresentações de projetos científicos.

Três anos mais tarde, em 1939, encorajados pela reunião de *nerds* na terceira conferência *Philcon*, e graças ao seu expoente sucesso, um grupo de aficionados por ficção científica também administrou o surgimento de uma segunda feira de ficção científica voltada para o público *nerd*, chamada de *Worldcon*.

Ao contrário da *Philcon*, a *Worldcon* não manteria fixamente uma cidade sede do evento, decidindo que o mesmo ocorreria anualmente e, a cada ano, um local novo seria estabelecido. Desde então, países como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Japão, Austrália e Irlanda já sediaram o evento internacional³.

A década de 1940 é marcada pelo surgimento de três emblemáticas feiras *nerds*, chamadas de *Boskone*, com seu surgimento em 1941, *Eastercon*, que se originou em 1948 e *Westercon*, também de 1948.

Tanto a convenção *nerd Boskone*, quanto as demais surgidas na década de 1940, são também exemplos de que as feiras anuais se propagavam pelos Estados Unidos nessas duas décadas, movidas pela ficção científica, tema em amplo crescimento na época, movido pela “fantasia de um futuro distante –

² Em uma tradução própria, Conferência de Ficção Científica da Filadélfia.

³ Segundo o site oficial da *Worldcon*, <<http://www.worldcon.org>>, o evento já é considerado o de maior duração já realizado, tendo sido interrompido apenas durante a Segunda Guerra Mundial.

viagens espaciais, seres alienígenas e hecatombes” conforme aponta Goés (2007, p. 14). Para Tavares (1992),

Cada narrativa de ficção científica nos mostra, por baixo das aventuras que conta e dos ambientes que descreve, uma tensão permanente entre o conhecido e o desconhecido. Em termos de enredo, isso se manifesta muitas vezes através da chegada de um personagem estranho em nosso mundo, ou da viagem de um de nós a um espaço (ou tempo) diferente do nosso. Tais situações forçam os personagens (e o leitor) a se depararem com situações “além da imaginação”, nas quais ele é obrigado a identificar, prever e controlar fenômenos inexplicáveis – mais ou menos a situação do cientista diante de um problema de laboratório (TAVARES, 1992, p.17).

Na década seguinte, outras três convenções se mostraram muito importantes para a subsociedade *nerd*. São elas: a *Disclave*, datada de 1950, perdurando suas edições até 1997, na cidade de Washington, Estados Unidos, a *Midwestcon*, também de 1950 e a *Lunacon*, de 1957.

Entre as três, a *Disclave* é considerada a de maior importância para a década, graças ao seu grande público, sendo reconhecida, conforme afirma Warner (1992, p. 13), como a terceira maior convenção de ficção científica dos Estados Unidos. Uma das características mais importantes que concede maior relevância à *Disclave*, inclusive, se localiza no fato de que, em cada edição, uma personalidade popular ou acadêmica é considerada patrona da feira.

Os anos de 1960 foram estampados por grandes revoluções na cultura de massa popular, com o surgimento de uma das mais marcantes séries *nerds* de todos os tempos – a televisiva *Star Trek*, em tradução para língua portuguesa, *Jornada nas Estrelas*, pautada na ficção científica e demonstrando ser um verdadeiro fenômeno de público, conforme explica Regina (2013):

A série *Star Trek*, “Jornada nas Estrelas”, criada por Gene Rodenberry, foi resultado de sua imaginação e de vários trabalhos escritos. Apresentada na televisão como a série original “clássica (1966-1969)”, traz uma história que se passa entre os anos de 2265 a 2270. (REGINA, 2013, p. 43).



Figura 1. Imagem de divulgação da série televisiva *Star Trek* (1966-1969), com grande parte do elenco original. **Fonte:** <<https://www.karwansaraypublishers.com/ahblog/star-trek-and-the-classical-world/>>. Acesso em 16 abr. 2018.

Ao mesmo passo em que o espaço das séries televisivas voltadas ao público *nerd* ganhava notoriedade e crescentes adeptos, os anos de 1960 também presenciaram o surgimento dos maiores eventos turísticos para a subsociedade *nerd* até então, destacando-se, entre os muitos, a *Academy Con – Academy of Comic-Books Fans and Collectors*⁴, surgida em 1965, se tratando, segundo Lopes (2009, p. 94), da primeira organização oficial de um evento turístico voltado para *nerds* fãs de histórias em quadrinhos já realizada na história.

As próximas três décadas prosseguiram com o fenômeno da mídia televisiva e do cinema conquistando cada vez mais o público *nerd*, fazendo com que se migrassem narrativas para outras plataformas comerciais.

Assim, como é observado, por exemplo, ao longo do surgimento dos primeiros longas de *Star Wars* (em tradução em língua portuguesa, Guerra nas Estrelas), filmes símbolos da cultura *nerd*, expandiram-se universos narrativos para outras possibilidades de vendas, conforme explica Lima (2014):

⁴ Em uma tradução própria, Academia de fãs e colecionadores de histórias em quadrinhos.

O cinema contemporâneo em Hollywood acabaria surgindo após uma crise ao final dos anos de 1960 e seria responsável pelo atual domínio dos Estados Unidos no mercado externo a partir de reconfigurações estéticas e de marketing do *blockbuster*. Os grandes estúdios passariam a dominar não apenas a produção e distribuição de filmes como também segmentos secundários de entretenimento. [...] A geração *baby boomer* parecia não querer mais a proposta de diversos diretores, um cinema de arte, o ativismo de diversas camadas da sociedade sobre o que estava acontecendo no mundo, muitos apenas queriam encontrar no entretenimento uma forma de se desligar da realidade. Filmes como *Tubarão* e *Star Wars* se consagraram por trazer de volta as emoções dos primeiros filmes, o cinema de puro entretenimento. O tema do consumo não pode ser visto apenas como algo supérfluo, deve ser entendido em sua totalidade buscando entender também a influência que tem para a afirmação de identidades. (LIMA, 2014, p. 10 - 27).

A amplificação das possibilidades de lucro, aliado a um grande *marketing* de vendas, tornou possível a venda de produtos baseados em universos escritos ou cinematográficos. Dessa maneira, ainda no entendimento de Lima (2014), foi possível se utilizar do consumo de elementos e personagens de filmes e séries para a venda de produtos baseados nestes universos cinematográficos, como ocorreu, sobretudo, com *Star Wars*. Concebido originalmente para o cinema, os estúdios observaram a oportunidade de lucrar com a venda de brinquedos, enfeites, jogos, vestiários, móveis e demais materiais colecionáveis.

Diante deste fenômeno consumerista, as feiras e eventos *nerds* que reuniam, até então, exposições, palestras e rodas de conversas sobre assuntos específicos do universo *nerd*, passaram a visualizar uma possibilidade bastante interessante de lucrar sobre a venda de conteúdos específicos. Neste contexto, surge em San Diego, estado da Califórnia, nos Estados Unidos, em 1970, a *San Diego Comic-Con Book Convention*⁵, hoje considerada uma das mais prestigiadas convenções do universo *nerd*, da qual será abordada em subcapítulo próprio.

Em relação ao seu histórico, Swapna e Adarsh (2016) conceituam a *Comic-Con* como se tratando de um:

⁵ Em uma tradução própria, a Convenção de livros Comic-Con, em San Diego.

[...] festival cultural educativo que reúne os fãs (vestidos principalmente como personagens de quadrinhos favoritos), atores, produtores de conteúdo e propagandas em um cenário emocionante. É um evento que um dia foi iniciado, em 1970, com a presença de 100 pessoas em San Diego, Califórnia, e que cresceu até hospedar 130.000 fãs nos últimos anos. Shel Dorf, Ken Krueger, Mike Towry e Richard Alf apresentaram a *San Diego Comic Con* ao mundo. A missão internacional da *Comic-Con* lança luz sobre sua razão de ser: [...] criar consciência e apreço por quadrinhos e formas de arte popular relacionadas, principalmente através da apresentação de convenções e eventos que celebram o histórico e contribuam continuamente com os quadrinhos para a arte e a cultura. As formas de arte popular representadas incluem histórias em quadrinhos, filmes, animes, jogos, ficção científica e literatura de fantasia. (SWAPNA & ADARSH, 2016, p. 4).⁶

De fato, este ambiente previamente estruturado para a recepção do público *nerd* não permite apenas a aproximação da subsociedade com as novidades da área, proporcionando uma extensiva interação do público com a mídia originária, mas também propicia, no entendimento de Swapna e Adarsh (2016, p. 5), uma verdadeira valorização e percepção das formas de cultura popular, permitindo uma continuidade da adoração a estes conteúdos com o passar dos anos.

2.3 EVENTOS E FEIRAS GEEKS: SÍNTESE HISTÓRICA DE ORIGEM E DESENVOLVIMENTO

As feiras tecnológicas, onde cientistas, investidores e expositores apresentavam as mais recentes descobertas e os mais inovadores aparatos, não se tratam, ao contrário senso, de fenômenos atuais. Pelo contrário, conforme justificam Gomes, Piccolo & Rey (2011), as exposições tecnológicas são eventos

⁶ Tradução própria do original, em inglês: [...] cultural festival which brings together fans (mostly dressed as their favorite comic characters), actors, content producers and merchandisers in an exciting setting. A one day event started in 1970 attended by 100 people in San Diego, California has grown to host 130,000 fans in recent years. Shel Dorf, Ken Krueger, Mike Towry and Richard Alf introduced the world to the San-Diego Comic Con. Comic-Con International's mission statement throws light on their *raison de etre*: creating awareness of, and appreciation for, comics and related popular art forms, primarily through the presentation of conventions and events that celebrate the historic and ongoing contribution of comics to art and culture. The popular art forms represented include comic books, films, anime, games, science fiction and fantasy literature. (SWAPNA & ADARSH, 2016, p. 4)

comumente elaborados e desenvolvidos desde o século XIX, quando eram conhecidas como exposições universais, graças às grandes transformações provocadas pelo avanço científico e acadêmico na época, que proporcionaram evoluções consideráveis nos campos da indústria e do comércio.

Assim, com a consolidação da Revolução Industrial na Europa e nos Estados Unidos e com o uso cada vez mais constante da eletricidade nos mais diversos mecanismos ao redor do mundo, invenções e novidades eletrônicas foram se tornando cada vez mais comum. Ainda como informam Gomes, Piccolo & Rey (2011),

As Exposições Universais, ou Feiras Mundiais, foram auto representações populares da elite industrial, ricas em ideias e plenas em criatividade, uma demonstração da transformação nas relações comerciais do mercado mundial, do progresso visível e do início de um processo de auge econômico dos países industrializados tanto na Europa quanto nos Estados Unidos. [...] Essas exposições eram ponto de interseção de setores que não costumavam mesclar-se: autoridades estatais e representantes da economia, da indústria, da ciência, da pedagogia, artes plásticas, religião e etnologia, de forma interdisciplinada. [...] Mostravam tudo o que diz respeito à atividade humana, mas as máquinas e os novos inventos eram a atração principal. (GOMES, PICCOLO & REY, 2011, p. 2).

Compartilhando deste entendimento, G. Júnior (2012) explica que as maiores invenções da época eram apresentadas e difundidas para o grande público consumerista e fãs de tecnologia graças a estas feiras:

No século 19 as exposições universais foram megaeventos com a tendência de o desenvolvimento aproximar-se intimamente de inovações tecnológicas. Desenvolvimentos que agora integram o cotidiano, como telefone (o telégrafo já foi aposentado) e elevador, entre outros, foram lançadas em exposições universais. Referências do mundo contemporâneo como a Torre Eiffel, em Paris, e o Palácio de Cristal, em Londres, foram construídos para as exposições universais. As principais exposições universais do século 19 e alguns dos seus legados são: Palácio de Cristal, projeto do Canal de Suez e prensas hidráulicas (Londres 1851); telefone de Graham Bell e máquina de escrever Remington (Filadélfia 1876); construção da Estátua da Liberdade e máquina de costura (Paris 1878); Torre Eiffel, que servia de entrada para a exposição, (Paris 1889). No século 20 as exposições universais passaram a ter caráter mais cultural e formador, em lugar de concepção comercial e mercantil que caracterizavam as exposições do século anterior. (G. JÚNIOR, 2012, on-line).

Neste feito, ainda segundo o autor, porquanto as feiras tecnológicas do século XIX mantinham a inovação e a curiosidade como as principais características para atrair investidores e possibilidades mercadológicas, as convenções de tecnologia do século XX, já com o mercado de tecnologia consolidado, propunha um viés cultural e informativo.

Dessa maneira, os grandes eventos de tecnologia foram ganhando um público cada vez maior e mais interessado nas novidades científicas, *gadgets* e demais aparatos eletrônicos. Nascia-se, por conseguinte, o conceito do sujeito *geek*, indivíduo que desenvolve grande apressamento para os aparatos tecnológicos mais recentes, pertencentes a esta subsociedade que será abordada no capítulo subsequente.

2.4 AS PRINCIPAIS FEIRAS E EVENTOS *NERDS* E *GEEKS* INTERNACIONAIS NA ATUALIDADE

Os Estados Unidos não é apenas o país detentor de grande parte da indústria cultural *geek* e *nerd*, seja por meio dos grandes estúdios de cinema, quadrinhos e televisão, seja por seu polo tecnológico, como também é o que mantém o maior número de convenções e eventos *nerds* e *geeks* atualmente, atraindo milhares de turistas às suas feiras e exposições. De acordo com MacDonald (2013):

Os últimos dois anos assistiram a um aumento no crescimento das exposições, com várias atraindo agora mais de 50.000 pessoas. Enquanto a Comic-Con de San Diego continua a ser a maior [...], e com a Comic-Con de Nova York chegando bem de perto, os shows mais recentes em Phoenix, Denver e Seattle tiveram um crescimento explosivo [...]. A Denver Comic-Con está apenas em seu segundo ano, mas uma forte lista de convidados e o que muitos chamaram de demanda reprimida na região se combinaram para atrair surpreendentes 61.000 pessoas. (MACDONALD, 2013, on-line).⁷

⁷ Tradução própria do original, em inglês: The last two years have seen a surge in comic-con growth, with several now drawing in excess of 50,000 people. While the San Diego Comic-Con remains the biggest [...], and the New York Comic-Con is coming up close behind, newer shows in Phoenix, Denver, and Seattle have all seen explosive growth [...]. The Denver Comic-Con is

Segundo a Publisher Weekly (2013), revista semanal americana focada na publicação de livros e textos internacionais sobre negócios, as principais feiras e eventos *nerds* e *geeks* no espaço contemporâneo, medidas pela quantidade de público ao longo dos eventos, se dispõem da seguinte maneira:

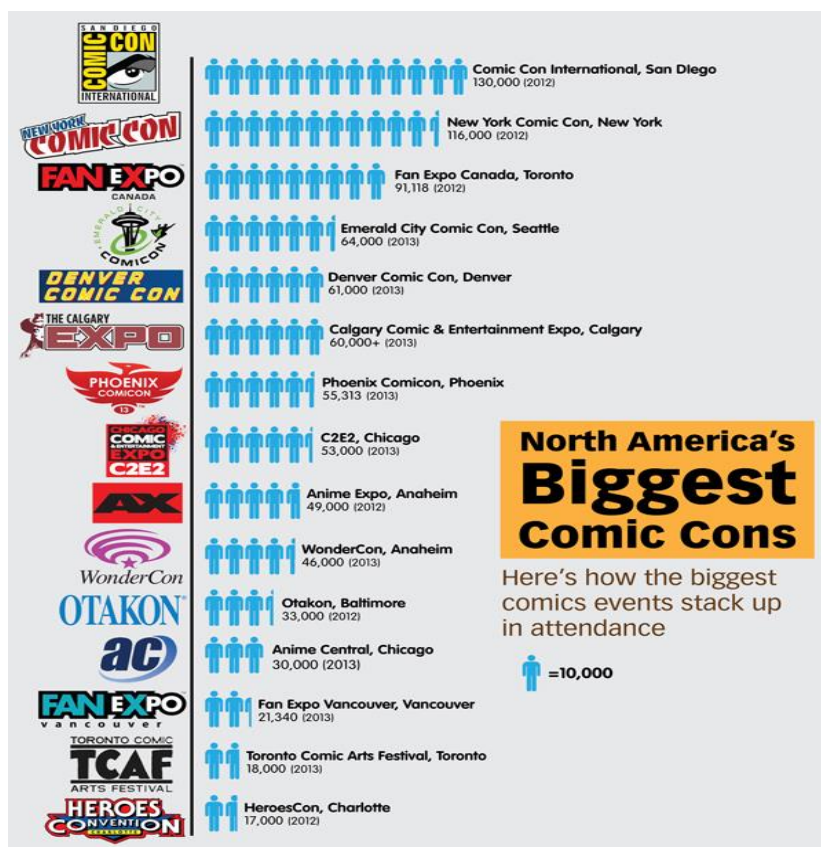


Gráfico 3. Quantidade aproximada de frequentadores nas maiores convenções nerds nos Estados Unidos ocorridas em 2012 e 2013. Fonte gráfica: Publisher Weekly (2013, on-line). Disponível em: <<https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/trade-shows-events/article/57837-comic-con-culture-on-the-rise.html>>. Acesso em 23 abr. 2018.

Destarte, os quinze maiores eventos turísticos voltados para o público *nerd* e *geek*, nos primeiros anos da década, se localizam em apenas dois países norte-americanos: Estados Unidos e Canadá.

only in its second year, but a strong guest list and what many called pent-up demand in the region combined to draw a surprising 61,000 people.

A *Comic Con International*, com sede em San Diego, Califórnia, Estados Unidos, continua sendo considerada, ao longo dos anos, como a convenção *nerd* de maior sucesso de público, atingindo, em 2012, a notável marca de mais de 130.000 (cento e trinta mil) visitantes, seguido pela *New York Comic Con*, localizada em Nova Iorque, Estados Unidos, com 116.000 (cento e dezesseis mil) frequentadores, em 2012. Em terceiro posto, a *Fan Expo*, de Toronto, Canadá, atingiu, também em 2012, mais de 90.000 (noventa mil) participantes, conforme revela o Gráfico 3.

Revela-se interessante, ademais, que algumas das maiores feiras internacionais realizadas para estas subsociedades se encontram, como se nota, em cidades interioranas, como é o caso de Anaheim, localizada no estado da Califórnia.

2.5 AS PRINCIPAIS FEIRAS E EVENTOS *NERDS* E *GEEKS* NACIONAIS NA ATUALIDADE

No Brasil, algumas das maiores e mais conhecidas convenções sobre o universo *nerd* e *geek* se dispõem nas cidades de Fortaleza – CE, Salvador – BA, Santos – SP, Belo Horizonte – MG, Rio de Janeiro – RJ, e São Paulo – SP.

Dentre as mais relevantes feiras voltadas a essas subsociedades brasileiras, destaca-se a exposição *geek* anual *Gamepólitán* (Salvador – BA), evento que reúne competições, palestras e debates sobre os avanços tecnológicos.

Ademais, a *Campus Party* é também uma das mais relevantes feiras tecnológicas da América Latina, reunindo milhares de turistas e frequentadores ao longo de todos os dias do evento, que ocorre, desde 2008, em São Paulo - SP. Segundo os organizadores,

Ao longo do evento, palestras, debates e oficinas fazem da *Campus Party* uma experiência única: neste período, ela se transforma no principal ponto de encontro das mais importantes comunidades digitais do país. É um ecossistema que permite que os frequentadores consigam interagir, compartilhar conhecimento, produzir novidades e acompanhar as principais tendências de um universo onde inovar é a palavra chave. (INSTITUTO CAMPUS PARTY, 2008, on-line).

Em São Paulo – SP, comarca onde se reúne a maior quantidade de turismos de eventos no país, a convenção de maior destaque é a *Comic Con Experience*, sendo considerada, pelos idealizadores, como a maior das feiras *Comic Con* realizada em toda a América Latina. O evento anual reúne exposições, convidados, palestras, mini cursos, vendas, sorteios e divulgações.

Destaca-se, ademais, a presença de uma cidade interiorana, ainda que litorânea, a sediar, em nosso país, uma feira *nerd*: trata-se de Santos – SP, local onde ocorre anualmente a *Anime Summer*, evento voltado para *cosplays*, com a participação de famosos e *youtubers*, atrações internacionais, jogos, sorteios e exposição de fantasias, quadrinhos e palestras.

3 O UNIVERSO *NERD* E *GEEK* EM PERSPECTIVA

No presente capítulo, por meio da coleta e da análise de célebre bibliografia, realizar-se-á uma breve exposição conceitual da temática, além da necessária apresentação de uma sintética evolução da matéria, tanto em contexto global quanto nacional, tão fundamental para a compreensão da importância de se estabelecer eventos voltados especificamente para os públicos *nerd* e *geek*. Assim, em termos gerais, o universo *nerd*, aqui trabalhado, pode ser definido, segundo Bueno (2009, p. 83), como um conjunto de habilidades, conhecimentos e hábitos interligados à produção midiática como a televisão, o cinema, o *podcast*, o videogame e à internet, e à cultura de massa disponíveis à indivíduos comuns, que se identificam com o material disponível e se autodenominam integrantes deste universo, porquanto o universo *geek*, para Yokote (2014), sintetiza toda a aproximação do público com os aparatos tecnológicos de maior complexidade ou inovação, destinados a um público que, tal qual o *nerd*, se autodenomina *geek* pelo interesse demonstrado a essas novidades.

A construção desse capítulo se apresenta no sentido de o mesmo se constituir em uma referência histórico-conceitual, enquanto parte do quadro teórico sobre a nomenclatura e o desenvolvimento do universo *nerd* e *geek*, fundamental para a compreensão básica da importância do tema.

3.1 A CULTURA OCIDENTAL NOS SÉCULOS XIX AO XXI: SÍNTESE PANORÂMICA DAS TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS

Indubitavelmente, as constantes transformações socioeconômicas proporcionadas pela Revolução Industrial ao longo dos séculos XIX e XX, pela progressiva descoberta e aperfeiçoamento de ferramentas, métodos e práticas de comunicação, de transmissão de conteúdo e de notícias, bem como pelos avanços nas áreas da informática, causaram um impacto significativo na maneira como o ser humano se relaciona com o mundo.

Com o avanço da globalização, culturas locais, outrora limitadas a um povo específico, dadas às questões geográficas, passaram a ser facilmente transmitidas e ampliadas através dos meios de comunicação, proporcionando-se uma evidente mistura de costumes, crenças e hábitos em habitantes de diversos países. Neste sentido, a tratativa do vocábulo cultura pode ser definida como:

[...] a soma de atitudes, costumes e crenças que distingue um grupo de pessoas dos demais, transmitida através de uma linguagem, objetos materiais, rituais, instituições e expressões artísticas, de uma geração à seguinte. (HIRSCH et al., 2002, apud Andrade, 2004, p.32).

Conforme explica Santos (2000), a evolução tecnológica permitiu a ampliação do conhecimento e da cultura no planeta, vez que o compartilhamento de informações se tornou algo banal e corriqueiro nos dias de hoje.

Neste mesmo contexto, Silva et al (2010) partilham do entendimento de que a sociedade contemporânea pode ser nominada como uma sociedade da informação, já que, nos hábitos comuns do cotidiano, as tecnologias e as transmissões e compartilhamento de dados e de informações se mostram presentes a todo o momento.

Assim, a livre informação não apenas deve ser defendida, mas também priorizada como um certo bem social. Conforme defendem,

A informação deve ser vista como um bem social e, portanto, coletivo, interligada com a universalização das tecnologias de informação e comunicação, a qualificação dos indivíduos e o processo educativo como forma de “aprender a aprender”. Compreendemos a informação como um processo que sempre acontece num contexto situacional, dependente das experiências anteriores, entre sujeitos cognitivos e sociais, gerando significações e novos conhecimentos. (SILVA; CORREIA; LIMA, 2010, p. 219).

Este ambiente de amalgama de culturas e de rápidas e sucessivas transformações tecnológicas e sociais, além do consumismo desenfreado dos mais diversificados meios de propagação de entretenimento, proporcionou o surgimento de novos hábitos de vida, fazendo com que indivíduos buscassem a se relacionar com outros que absorviam das mesmas fontes.

Dessa maneira, o espaço urbano pôde testemunhar, desde meados do século XX, a associação de pessoas que compartilhavam dos mesmos interesses, unindo-se em grupos cada vez mais diversificados, também conhecidos como tribos urbanas ou, conforme entende Maffesoli (1998), subsociedades, como os rockeiros, os emos, os otakus, os hipsters, os góticos, os *nerds*, os *geeks*, etc., inúmeros grupos, enfim, que também se alteram e se transformam na mesma velocidade em que o ser humano transmuta seu consumo.

A formação de grupos específicos de pessoas que se relacionam de acordo com interesses próprios e comuns não apenas facilita a propagação, entre seus membros, do objeto de consumo que partilham, mas também propicia o surgimento e o desdobramento de uma identidade social partilhada por estes sujeitos, conforme defende Castells (2002). O autor ainda sustenta que:

A construção de identidades vale-se da matéria prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso. Porém, todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/ espaço. (CASTELLS, 2002, p.23).

A questão da identidade social das subsociedades contribui para a autovalorização de seus integrantes, conforme Fochi (2006, p. 14) expõe, legitimando-os frente ao coletivo, vez que a identidade de cada grupo social se difere do outro, e é facilmente identificada por meio de trejeitos, vestimentas, atitudes, comportamento, etc.

Além disso, a construção da identidade social de uma subsociedade permite que seus membros possam assumir papéis até então impraticáveis, como a autopromoção e a autojustificativa de seu grupo, bem como facilita a defesa dos interesses coletivos.

3.2 O SUJEITO *NERD* AO LONGO DAS ÚLTIMAS DÉCADAS

A nomenclatura *nerd* nem sempre possuiu a valoração positiva que lhe é atribuída atualmente. Resquícios de valores negativos podem ser encontrados, ainda hoje, em definições como as do dicionário americano Oxford, que explicita o vocábulo *nerd* como sendo “uma pessoa tola ou desprezível que carece de habilidades sociais ou é aborrecidamente estudiosa. Um especialista mental em um campo técnico particular”.⁸ (OXFORD DICTIONARY, 2018, trad. própria).

De certo, até o final dos anos 1990, era comum considerar *nerd* o indivíduo que dominava alto grau de sabedoria em determinada disciplina nas escolas.

Neste sentido, Matos (2011) elucida que a própria origem da denominação *nerd*, a princípio, era comumente utilizada nos Estados Unidos de maneira pejorativa, voltada para jovens que não eram populares nas escolas de nível intermediário.

Conforme se observa, esta classificação ganhou popularidade nos anos 1980, com o lançamento do longa-metragem *A vingança dos Nerds*⁹, cujo protagonista e personagens principais carregavam todas as características negativas atribuídas a um *nerd*: indivíduos isolados da sociedade, inocentes, não raramente com sobrepeso ou abaixo do peso, usuários de grandes óculos, com capacidade de raciocínio elevada perante os demais, assíduos leitores de livros e quadrinhos, portadores de moda duvidável e penteados fora de época, como analisa Bicca et al (2013).

Apesar de se tratar de uma película, cujo propósito notadamente é o de ocasionar diversão aos espectadores, a força da construção de um estereótipo nos meios de comunicação possui grande impacto à sociedade, conforme defende Santos (2002, p. 2), já que, apesar de traçar com exageros a conduta das personagens, os telespectadores acabam por associar os trejeitos aos indivíduos do dia a dia, valorando-os pejorativamente.

⁸ Na versão original, em língua inglesa, o dicionário Oxford assim expõe a respeito do vocábulo *nerd*: “A foolish or contemptible person who lacks social skills or is boringly studious. A single-minded expert in a particular technical field.” (OXFORD DICTIONARY, 2018).

⁹ Do inglês, *Revenge of the Nerds* (1984), filme de comédia dirigido por Jeff Kanew.

Para o entendimento da pesquisadora, a construção do estereótipo negativo do sujeito *nerd*, apesar de gerar efeitos negativos, pôde contribuir, a contrario sensu, como matéria de observação para que fossem determinados caminhos capazes de alterar esta visão deturpada:

É possível, através de tais filmes, perceber como o estereótipo do nerd foi construído, notadamente através de recursos de estilo como roupas e acessórios fora de moda e também o comportamento anti-social – ambos aspectos caricaturizados e, portanto, exagerados – e como tais elementos são utilizados para reproduzir e reforçar valores da sociedade em que estão inseridos. Logo, observar tais narrativas e como elas refletem quais valores são exaltados e rejeitados pelas mesmas ao longo do tempo se mostra como um dos caminhos para observar mudanças sociais mais amplas. (SANTOS, 2012, p. 2).

Neste feito, esta definição negativa de *nerd* é notadamente bastante desatualizada, dada as transformações na cultura e na própria construção da autovalorização de seus integrantes, conforme se observará.

Assim, o sujeito nerd, sobretudo durante as últimas duas décadas, passou a considerar, aos poucos, sua própria subsociedade como algo favorável, intrinsecamente relacionado com o consumo de entretenimento e de cultura popular.

Destarte, graças aos avanços tecnológicos e ao imediatismo proporcionado pela internet e pelos demais meios de comunicação, a cultura nerd se expande rapidamente, atingindo cada vez mais pessoas.

A tratativa atual do conceito de sujeito *nerd* pelo cinema e pela televisão, segundo Bueno (2009, p. 82), expõe o integrante desta subsociedade como uma pessoa normal, rodeada de amigos, com interesses românticos e altamente invejadas por suas habilidades tecnológicas, já que dominam as redes sociais, os computadores e todo o tipo de aparato eletrônico.

Para o especialista em segurança de computadores Rohr (2018), o desenvolvimento da tecnologia aliado com as novas ferramentas de entretenimento proporcionou a difusão da cultura *nerd* para um público que até então condenava as atitudes desta subsociedade. Para ele,

Embora o termo “*nerd*” tenha possivelmente surgido no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), onde, como o nome sugere, só se fala em tecnologia, pelo menos desde a década de 90 aceita-se que *nerds* vão da biologia à comunicação [...]. Admite-se hoje, inclusive, que um *nerd* não seja um especialista no uso de computadores [...]. Além da própria tecnologia, que cada vez mais muda nossas vidas – quase ninguém usava celular há 10 anos –, animes e videogames estão entrando na rotina de quem antes desconhecia essas formas de entretenimento. Basta ver a popularidade do Nintendo Wii entre aqueles que não se interessavam por videogames. Com isso, o *nerd* consegue encontrar um “chão comum” mais facilmente com outras pessoas, pelo menos para iniciar uma conversa. (ROHR, 2018, online).

O entendimento de Rohr (2018) de que as transformações tecnológicas proporcionaram maior recepção à subsociedade *nerd* é compartilhado por Katz (2000), vez que, para este autor, a ressignificação do estereótipo do sujeito *nerd* se fundamentou em três pilares: a popularização da internet, com as transformações sociais proporcionadas pelo imediatismo na transmissão de informações, além das transformações econômicas proporcionadas pelo novo mercado cada vez mais digital.

Assim, para o autor, o domínio de habilidades consideradas *nerds* se mostrou como uma necessidade latente do homem médio contemporâneo. Dessa maneira, muitas das amarras e preconceitos solidificados até a década de 1980 precisaram ser desconstruídos.

Frente às imposições do mercado de trabalho nos dias de hoje, o processo de desconstrução da valoração negativa atribuída ao sujeito *nerd* foi tamanha que, atualmente, o indivíduo que não domina as propriedades básicas da informática é facilmente ultrapassado.

Ademais, cresce-se, cada vez mais, demandas por profissionais nas áreas de Tecnologia da Informação, Linguagens de Programação para computadores e *gadgets* e Estrutura de Dados Informáticos.

No campo do convívio humano, o sujeito que também não se mostra atualizado com o entretenimento do universo *nerd* é naturalmente isolado socialmente em rodas de conversa – seja por não acompanhar as séries televisivas do momento, seja por não conhecer algum aplicativo novo para o celular, ou ainda por não entender sobre o universo de super-heróis que dominaram o cinema.

3.3 O SUJEITO GEEK AO LONGO DAS ÚLTIMAS DÉCADAS

O vocábulo *geek* foi eleito a palavra do ano de 2013 para o Dicionário americano Collins. Segundo Fernandes (2013), tal importância dada ao termo *geek*, à época, diz respeito às mudanças na definição do conceito, outrora advindo do alemão *geek*, cujo significado diz respeito a alguém tolo ou desprovido das faculdades mentais.

Assim, a atualização formalizada pelo dicionário Collins, em 2013, permitiu que a significância da subsociedade *geek* pudesse acompanhar os efeitos de valorização positiva tal qual a subsociedade *nerd* recebia. Hoje, o termo *geek* é explicado como sendo “alguém que é hábil em computadores e que parece mais interessado neles do que nas pessoas”¹⁰ (COLLINS DICTIONARY, 2018, trad. própria).

Não é incomum, em uma rápida análise, a confusão entre as subsociedades *nerds* e *geeks* como se fossem apenas uma. De certo, conforme se observa, ambos os grupos possuem a informática e os meios de comunicação como importantes aliadas.

Contudo, a principal diferença entre essas subsociedades está no fato de que, para o *nerd*, a tecnologia é utilizada como ferramenta para se consumir o produto que se almeja, como um filme, uma série, um livro ou uma história em quadrinhos, enquanto que, para o *geek*, a própria ferramenta tecnológica é o *animus* de seu desejo, conforme explana Yokote (2014). Para o pesquisador, o termo *geek*:

[...] É um dos mais comuns termos relacionados ao meio *nerd*. Em muitos casos, é utilizado como sinônimo do termo *nerd*, sobretudo nos Estados Unidos, onde atualmente ambos se encontram igualmente difundidos. Se procurarmos um significado mais específico para a expressão, veremos que a palavra “*geek*”, em certos casos, é utilizada [...] com especial interesse em tendências tecnológicas, computadores e dispositivos eletrônicos em geral. De um modo geral, pode-se observar a prevalência de profissionais (ou aspirantes a profissionais, no caso dos mais jovens) ligados às áreas de comunicação, ciência e tecnologia. (YOKOTE, 2014, p. 60).

¹⁰ Na versão original, em língua inglesa, o dicionário Collins assim expõe a respeito do vocábulo *geek*: “You can refer to someone who is skilled with computers, and who seems more interested in them than in people, as a *geek*.”. (COLLINS DICTIONARY, 2018, trad. própria).

Dessa maneira, ao sujeito *geek* lhe interessa acompanhar as principais novidades tecnológicas, descobrindo novos *gadgets*, novas funções em aparelhos eletrônicos, conhecer a fundo o funcionamento de todos os aparatos e componentes que formam cada ferramenta, etc.

Assim, a subsociedade *geek* é capaz de identificar facilmente as novas referências no mercado tecnológico, tornando-se, assim, interessantes consumidores de todo o tipo de aparelho eletrônico.

Afinal, tal qual o *nerd*, o sujeito *geek* também se mostra bastante receptivo ao consumo, o que se comprova, conforme se observou no capítulo passado, pelas crescentes realizações de feiras e eventos específicos voltados a estes públicos, aquecendo as vendas locais e desenvolvendo planos mercadológicos e econômicos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se, ao longo do desenvolvimento desta pesquisa, a resolução das seguintes questões: com as frequentes transformações da sociedade contemporânea, como se manifestam, atualmente, os eventos turísticos organizados para os públicos *nerd* e *geek* em cidades interioranas? Como seria a aplicação desses eventos na cidade de Ibitinga – São Paulo? À luz da perspectiva da progressiva auto segregação social em grupos específicos, é possível, sob o viés financeiro, organizar e amplificar os eventos *geeks* e *nerds* em cidades interioranas? Quais os (possíveis) benefícios para Ibitinga?

A princípio, como resultado prático, é possível se observar que o turismo de eventos está em constante e progressiva expansão tanto em nosso país quanto internacionalmente, vez que o consumo de tais materiais pelas subsociedades *nerd* e *geek* aumentam ao longo dos anos.

Assim, acredita-se se tratar apenas de questão temporária até que outras cidades interioranas brasileiras, além de Santos – SP, possam seguir os exemplos internacionais e organizar e presidir feiras e convenções culturais e comerciais voltadas a estes públicos.

Um evento de tamanho aporte poderia trazer, como já analisado, inúmeros benefícios para a cidade de Ibitinga – SP, tanto na esfera econômica, vez que a economia da comarca se mantém, atualmente, sobretudo pela indústria de produção e da comercialização de produtos na área têxtil, quanto na área do desenvolvimento cultural aos habitantes da região.

Ademais, sob o viés financeiro, eventos *geeks* e *nerds* poderiam potencializar ainda mais o turismo de eventos na cidade de Ibitinga – SP, tendo em vista que, na microrregião, não se fala em outras feiras ou exposições a estes públicos. Cabe, então, tanto ao interesse público quanto ao particular, esta atraente possibilidade.

Além do que, este trabalho objetivou realizar uma abordagem sintética tanto da evolução histórica do desenvolvimento das culturas *nerd* e *geek* quanto da realização das próprias convenções turísticas nestas temáticas, tanto internacionalmente quanto nacionalmente.

Neste feito, a presente pesquisa buscou embasar as definições conceituais aqui apresentadas utilizando-se do método qualitativo de análise, reunindo, como norteamento, relevantes conteúdos frutos de pesquisa bibliográfica e doutrinária, tomando-se por preferência, ao longo do desenvolvimento, pesquisadores e doutrinadores já afamados.

Notadamente, as principais pesquisas realizadas ao longo do desenvolvimento do presente trabalho se nortearam por conceitos de materiais escritos na língua inglesa. Apesar de se tratar de tema de relevante interesse social, econômico e cultural, vez que mostra profundas alterações em cada uma dessas três esferas, as principais fontes de conteúdo em língua portuguesa a respeito do tema se encontram em artigos científicos ou matérias jornalísticas sobre turismo de eventos. Ao que pese o fato de que o governo federal se interessa pela temática, vez que lançou, em 2010, a cartilha *Marketing de Destinos Turísticos* (2010) para ajudar na promoção do turismo de eventos em nosso país, conclua-se que se carece, em nosso momento atual, de material bibliográfico capaz de acrescentar relevantes informações sobre a realização de eventos *nerds* e *geeks* em cidades interioranas brasileiras, revelando, de maneira prática e imediata, quais os possíveis impactos da organização desses eventos em cidades de pequeno porte, como é o caso de Ibitinga – SP.

Assim, além do presente trabalho se propor a servir como fonte de pesquisa e de inspiração para os turismólogos estudiosos e interessados na aplicação do turismo de eventos voltados para a cultura *geek* e *nerd*, como sugestão de pesquisas futuras, indica-se a realização de uma verdadeira pesquisa de campo na cidade onde se deseja realizar eventos de tamanho aporte, procurando entrevistar tanto os habitantes, pessoas que serão afetadas diretamente pela realização do evento, quanto investidores, comerciantes locais e possíveis indivíduos que se deslocariam de suas regiões para prestigiar o evento local.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Soraya Sousa de. **Turismo de eventos: a importância dos eventos para o desenvolvimento do Turismo**. Brasília: Universidade de Brasília, 2004. Disponível em:

<http://bdm.unb.br/bitstream/10483/438/1/2004_SorayaSousaAlbuquerque.pdf> . Acesso em 10 abr. 2018.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo – Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Editora Ática, 1998.

ANDRADE, Josmar. **O Global e o Local: Diferenças de percepções entre o cliente e a agência de propaganda**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo - FEA/USP -, 2004.

ARAÚJO, João. **Eventos Turísticos**. Disponível em:

<<http://knoow.net/terraselocais/turismo/eventos-turisticos/>>. Acesso em 09 abr. 2018.

BARROS, Marcelo Oliveira. et al. **O desenvolvimento do turismo: uma visão sistêmica**. IV Congresso Brasileiro de Sistemas – Centro Universitário de Franca, Unifacef. 2008. Disponível em: <

http://legacy.unifacef.com.br/quartocbs/artigos/F/F_158.pdf>. Acesso em 18 abr. 2018.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 8ª ed. São Paulo: SENAC, 2003.

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, v. 18, n. 1, p. 87-104, jan. abr. 2013. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conjectura/article/download/2040/1203>>. Acesso em 11 abr. 2018.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **O Turismo no Brasil**. Rádio Câmara. 2017. Disponível em: <

<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/radio/materias/REPORTAGEM-ESPECIAL/535803-O-TURISMO-NO-BRASIL-BLOCO-1.html>>. Acesso em 22 abr. 2018.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Consumo intermediário, a preços correntes, das Atividades Características do Turismo, segundo as atividades - Brasil - 2003-2009**. Disponível em: <

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/multidominio/turismo/9081-economia-do-turismo.html?=&t=resultados>>. Acesso em 20 abr. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Marketing de Destinos Turísticos**. Brasília, DF, 2010.

BRASIL. Prefeitura Municipal da Estância Turística de Ibitinga – SP. **Plano Diretor de Turismo: 2016 – 2020**. 2016. Disponível em: <<http://www.ibitinga.sp.gov.br/ckfinder/userfiles/files/Turismo/1-Diagnóstico%20do%20Municipio.pdf>>. Acesso em 23 abr. 2018.

BRITTO, Janaína; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: Uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BUENO, Renato. **Preconceito é coisa do passado, dizem nerds assumidas**. 25/05/09. São Paulo: G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1166257-6174,00-PRECONCEITO+E+COISA+DO+PASSADO+DIZEM+NERDS+ASSUMIDAS.html>>. Acesso em 16 mar. 2018.

CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. Tradução: Kaluss Brandini Gerhardt. v. II. 3 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

FEITOSA, Antonio. **LEI Nº 4544, DE 29 DE NOVEMBRO DE 2017**. 24/01/2018. Legislação municipal de Ibitinga. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a2/sp/i/ibitinga/lei-ordinaria/2017/454/4544/lei-ordinaria-n-4544-2017-dispoe-sobre-a-politica-municipal-de-turismo-define-as-atribuicoes-do-governo-municipal-no-planejamento-desenvolvimento-e-estimulo-ao-turismo-no-ambito-do-municipio-da-estancia-turistica-de-ibitinga-e-da-outras-providencias> . Acesso em 04/11/2018

FERNANDES, André. **Geek é eleita a palavra do ano pelo dicionário Collins**. 16/12/2013. São Paulo: Exame. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/geek-e-eleita-a-palavra-do-ano-pelo-dicionario-collins/>>. Acesso em 16 mar. 2018.

FOCHI, Marcos Alexandre Bazeia. **Cultura hip hop e marcas alternativas: a presença da ideologia e das estratégias mercadológicas**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Programa de pós-graduação em comunicação social, Faculdade Cásper Líbero, 2006.

G. JÚNIOR, Arthur. **O legado das Exposições Universais**. Revista Scientific American Brasil. 2012. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/sciam/noticias/o_legado_das_exposicoes_universais_imprescindir.html>. Acesso em 27 abr. 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOÉS, Maria das Graças Teixeira de Araújo. **Ficção Científica, cibercultura e pós-modernidade: velocidade e religião no discurso cinematográfico de David Cronenberg**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Programa de estudos de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2007.

GOMES, Ana Carolina; PICCOLO, Priscilla; REY, Ricardo. **Exposições Universais: Sociedade no século XIX**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <http://www.historia.uff.br/nec/sites/default/files/Exposicoes_Universais__Sociedade_no_seculo_XIX_0.pdf>. Acesso em 26 abr. 2018.

IGNARRA, Luiz Renato. **Dinâmica dos eventos turísticos e seus impactos na hotelaria paulista**. Tese de Doutorado. São Paulo: Programa de pós-graduação do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2007.

INSTITUTO CAMPUS PARTY. **Sobre nós: CP Instituto**. 2008. Disponível em: <<http://brasil.campus-party.org/sobre-nos/>>. Acesso em 27 abr. 2018.

KATZ, Jon. **Geeks: How two lost boys rode the internet out of Idaho**. New York: Villard, 2000.

LIMA, Natália Ghignone de. **Cinema norte-americano: a franquia *Star Wars* e o consumo**. Brasília: Universidade de Brasília, 2014. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7950/1/2014_NataliaGhignonededeLima.pdf>. Acesso em 16 abr. 2018.

LOHMANN, Paola. **A inovação do turismo no Brasil: os desafios na construção de sua trajetória**. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/viewFile/6887/5460>>. Acesso em 19 abr. 2018.

LOPES, Paul. **Demanding Respect: The Evolution of the American Comic Book**. Philadelphia: Temple University Press, 2009.

MACDONALD, Heidi. **Comic Con Culture on the Rise**. Publisher Weekly. 2013. Disponível em: <<https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/trade-shows-events/article/57837-comic-con-culture-on-the-rise.html>>. Acesso em 23 abr. 2018.

MAFFESOLI, Michel. **A Contemplação do Mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. **O Tempo das Tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MATOS, Patrícia. **O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão.** XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Intercom. 2011. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-1149-1.pdf> >. Acesso em: 3 mar. 2018.

MAUBRIGADES, Naomi Magalhães. **Do porão ao sótão: a mudança da narrativa e do tempo nos quadrinhos até a década de 1970 e a emergência do grupo Nerd.** VI Congresso Latino Americano de Compreensão Leitora. 2013. Disponível em: <www.anais.ueg.br/index.php/simposionacionaldehistoria/article/view/2182>. Acesso em 11 mar. 2018.

MOSKOWITZ, Sam. **The Immortal Storm: a History of Science Fiction Fandom.** Atlanta: The Atlanta Science Fiction Organization Press, 1º ed, 1954.

NASCIMENTO, Livia. **Brasil mantém liderança na realização de eventos na América do Sul.** 2017. Disponível em <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/7757-brasil-mantem-lideranca-na-realizacao-de-eventos-na-america-do-sul.html>>. Acesso em 14 abr. 2018.

NUNES, Luiz Antônio Rizzalo. **Manual da monografia: como se faz uma monografia, uma dissertação, uma tese.** 3.ed. 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Turismo Internacional: Uma perspectiva Global.** Porto Alegre: Editora Bookman, 2003.

OXFORD DICTIONARY. **Definition of nerd in English.** Disponível em: < <https://en.oxforddictionaries.com/definition/nerd> >. Acesso em 16 mar. 2018.

REGINA, Francisco Alexandre. **Imaginário Midiático na Ficção Científica: Pós-Humano no seriado televisivo *Star Trek – New Generation*.** Dissertação de Mestrado. São Paulo: Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista, 2013.

ROSA, Roque de. **Retalhos: Meus tempos de Ibatinga.** Ibatinga: MG, 2000

ROHR, Altieres. **'Incompreendidos', nerds se divertem à sua maneira.** São Paulo: G1. 25/05/09. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1165732-6174,00-INCOMPREENDIDOS+NERDS+SE+DIVERTEM+A+SUA+MANEIRA.html>>. Acesso em 12 mar. 2018.

SANTOS, Milton. **Por Uma Outra Globalização: do pensamento único à consciência universal.** Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, Patrícia Matos dos. **De deslocado a descolado: os processos de construção e reconstrução do estereótipo do nerd no cinema.** V Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal Fluminense. 2012. Disponível em: <<http://www.coneco.uff.br/ocs/index.php/1/conecorio/paper/viewFile/253/8>>. Acesso em 8 mar. 2018.

SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. **O Conhecimento e as tecnologias na sociedade da informação.** In: *Revista Interamericana de Bibliotecologia*. Jun. 2010, vol. 33, no. 1, p. 213-239.

SILVA, Fabiana dos Santos. et al. **Políticas Públicas de Turismo no Brasil: estratégias para administração da atividade no país.** X Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – SEGET. 2013. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/36218351.pdf>>. Acesso em 19 abr. 2018.

SILVA, F. C. C. A.; FABRIS, C. **A atuação do turismólogo na sociedade da informação.** *Revista Digital de Biblioteconomia & Ciência da Informação*, v. 5, n. 1, p. 40-54, 2007. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/4580>>. Acesso em: 11 mar. 2018.

SWAPNA, Koshy; ADARSH, Anoop. **The Role of Fandom, Comic-Con and films in soft power diplomacy of the UAE: An exploratory study.** University of Wollongong in Dubai, Dubai, UAE, 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/321913264_THE_ROLE_OF_FANDOM_COMICCON_AND_FILMS_IN_SOFT_POWER_DIPLOMACY_OF_THE_UAEAN_EXPLORATORY_STUDY>. Acesso em 14 abr. 2018.

TAVARES, Bráulio. **O que é Ficção Científica.** São Paulo: Brasiliense, 1992.

YOKOTE, Guilherme Kazuo Lopes. **O mundo dos nerds: imagens, consumo e interação.** Dissertação de Mestrado. São Paulo: Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2014.