

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
Faculdade de Tecnologia de Jundiaí – “Deputado Ary Fossen”
Curso Superior de Tecnologia em Eventos

Vitória Aparecida Pereira Monteiro

EVENTOS GEEKS: DO PRESENCIAL AO ON-LINE

Jundiaí
2021

Vitória Aparecida Pereira Monteiro

EVENTOS GEEKS: DO PRESENCIAL AO ONLINE

Trabalho de Graduação apresentado à Faculdade de Tecnologia de Jundiaí - “Deputado Ary Fossen” como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Eventos, sob a orientação da Professora Dra. Mariana Garcia de Abreu Tenani.

**Jundiaí
2021**

Dedico este trabalho as pessoas
que viram a força em mim mesmo
eu sendo uma pequena *padawan* indecisa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, Nossa Senhora da Aparecida e Santo Expedito por me acompanharem em toda a minha vida, neste momento tão importante não seria diferente. De forma especial, meus pais, meu irmão e minha querida Mel. Que direta ou indiretamente me ofereceram suporte e todo o apoio emocional. Desde que me entendo por gente, me ensinaram a correr atrás dos meus objetivos sem desrespeitar ou passar por cima de ninguém. Gratidão por estarem comigo nessa jornada tão importante na minha existência.

Agradeço imensamente minha orientadora Mariana Garcia que desde o primeiro contato sabia que nada era toa e que ela seria uma pessoa importante na minha vida acadêmica. Acreditou em mim a todo momento, dando suporte 24 horas, ideias e apoio nas minhas propostas desde o início desse trabalho. Topou participar do trabalho desde o começo. Não sei o que fiz para merecer tamanha honra que foi trabalhar com você! Minha jornada não seria completa sem você do meu lado! Obrigada!

As minhas amigas de infância, Paula, Victória e Marília que sempre estão do meu lado em qualquer momento ou situação, principalmente no auge da minha ansiedade nesse TG. Obrigada por ter vocês na minha vida desde sempre!

Gratidão aos meus amigos de faculdade: Camila, Micael, Thayna e Mariana. O melhor grupinho dessa Fatec inteira! Agradeço imensamente por Deus ter me enviado pessoas como vocês para me acompanhar nesse momento tão único. Sem vocês não teria condições psicológicas de chegar até aqui. Quero vocês pra sempre na minha vida! Estão a todo momento segurando a minha mão nesse role intenso e complicado que é o ead e o tg. Sem vocês, não teria chegado até aqui.

Meu gêmeo Mauricio Nascimento que me auxiliou neste trabalho, mesmo que indiretamente, sempre disposto em qualquer momento. Gêmeo, gratidão pela sua amizade e por você estar na minha vida.

Ao pessoal do Omelete Group, Roberto Fabri e Marcelo Forlani, que toparam participar dessa minha loucura que é formar em meio a pandemia. Me ajudaram imensamente dando relatos e imagens sobre a CCXP em formato virtual. Com certeza essa pesquisa não seria completa sem vocês! Nem sei explicar quão feliz e grata estou por vocês participarem dessa jornada! Espero que a gente se esbarre nesse meio dos eventos geeks :)

Gratidão a toda a minha família que me forneceu muito café e coca cola para finalizar esse rolê intenso. Não vou conseguir citar todo mundo que ajudou para que esse trabalho seja realizado, mas sintam-se inteiramente agradecido e abraçado, mesmo que virtualmente.

Com certeza essa pequena padawan não vai sair a mesma de antes do início desse trabalho. Obridada! **Que a força esteja com você!**

Faça ou não faça. Tentativa não há.

O medo é o caminho para o lado negro. O medo leva a raiva, a raiva leva ao ódio, o ódio leva ao sofrimento.

Em um estado sombrio nós nos encontramos... um pouco mais de conhecimento iluminar nosso caminho pode.

Frases atribuídas ao personagem Mestre Yoda na Enealogia cinematográfica de Star Wars.

MONTEIRO, Vitória A.P. (**Eventos Geeks: do presencial ao online**). 93 f. (93: número de páginas) Trabalho de Conclusão de Curso de Tecnólogo em Eventos na Faculdade de Tecnologia de Jundiaí - “Deputado Ary Fossen”. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza. Jundiaí. 2021.

RESUMO

Os termos “Geek” e “Nerd” rodeiam o mundo dos eventos nos últimos anos, devido à abundante geração de conteúdo para essa categoria de público, que abrange diversas pessoas ao redor do mundo. Muitas pessoas confundem os dois termos, até pensam que tem o mesmo significado. Porém, existem diferenças entre os dois, apesar de serem da mesma tipologia. No universo cinematográfico e na cultura Pop mundial, os Nerds ganharam espaço ao longo dos últimos anos, como a franquia Star Wars, Star Trek, Senhor dos Anéis, Matrix, entre outros exemplos. Ganhando um maior público e cada vez mais pessoas se identificando e se sentindo cada vez mais reconhecido nesse meio. Este trabalho tem como objetivo identificar e comparar as diferenças entre o formato presencial realizado em 2019 e 2020 em formato on-line dos principais eventos geeks – San Diego Comic Con Internacional, que passou a ter o nome de Comic Con At Home (ComicCon@Home) nos formatos online; e Comic Con Experience Brasil, titulado no formato virtual como CCXP Worlds: A Journey of Hope, devido à pandemia do Covid- 2019. A pesquisa se justifica pelo crescimento do mercado geek mundialmente. O mercado cinematográfico ao longo dos anos foi tendo bastante presença na vida das pessoas amantes de cinema, séries, quadrinhos. Seja qual for a categoria de entretenimento, fazendo os eventos serem bem populares e abrangendo todo o público possível, crianças, adolescentes, adultos e até os idosos. Foi realizado uma pesquisa exploratória de caráter quali-quantitativo, devido à familiaridade e complementação acerca dos eventos geeks no Brasil e no mundo, identificando se houve um aumento no número de participantes nas edições on-line e presencial, número de engajamento nas redes sociais seja por participantes, empresas e patrocinadores entre as edições. Além de entrevistas via e-mail e por áudio com Marcelo Forlani e Roberto Fabri, do Omelete Group. Os resultados deste presente trabalho são de que existem vantagens quanto desvantagens do evento em formato virtual tanto para o público quanto para os organizadores. A Comic Con Experience, o principal evento geek do segmento, os organizadores irão optar pelo formato híbrido logo após a pandemia. Tentando manter sempre as essências do evento presencial.

Palavras-chave: Nerd, Geek, Cultura Pop, Eventos Geek, Comic Con Experience, CCXP Worlds, San Diego Comic Con Internacional, Comic Con At Home.

MONTEIRO, Vitória A.P. (**Geeks Events: from presential to online**). 93 p. End-of-course paper in Technologist Degree in Events. Faculdade de Tecnologia de Jundiaí - “Deputado Ary Fossen”. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza. Jundiaí. 2021

ABSTRACT

The terms "Geek" and "Nerd" have surrounded the world of events in recent years, due to the abundant generation of content for this category of audience, which comprises diverse people around the world. Many people confuse the two terms, even thinking they have the same meaning. However, there are differences between the two, despite being of the same typology. In the cinematographic universe and in world Pop culture, the Nerds have gained space over the last few years, such as the Star Wars, Star Trek, Lord of the Rings, and Matrix franchises, among other examples. Gaining a larger audience and more and more people identifying themselves and feeling increasingly recognized in this medium. This work aims to identify and compare the differences between the in-person format held in 2019 and 2020 in online format of the main geek events - San Diego Comic Con International, which went under the name Comic Con At Home (ComicCon@Home) in online formats; and Comic Con Experience Brazil, titled in virtual format as CCXP Worlds: A Journey of Hope, due to the Covid- 2019 pandemic. The research is justified by the growth of the geek market worldwide. The film market over the years has been having a lot of presence in the lives of people who love movies, series, comics. Whatever the entertainment category, making the events very popular and covering all the possible public, children, teenagers, adults, and even the elderly. An exploratory quali-quantitative research was carried out, due to the familiarity and complementation about the geek events in Brazil and in the world, identifying if there was an increase in the number of participants in the online and in-person editions, number of engagement in social networks either by participants, companies and sponsors between the editions. In addition to interviews via e-mail and audio with Marcelo Forlani and Roberto Fabri, from the Omelete Group. The results of this present work are that there are advantages and disadvantages of the event in virtual format for both the public and the organizers. The Comic Con Experience, the main geek event of the segment, the organizers will opt for the hybrid format right after the pandemic. Trying to always keep the essences of the face-to-face event.

Keywords: Nerd, Geek, Cultura Pop, Eventos Geek, Comic Con Experience, CCXP Worlds, San Diego Comic Con Internacional, Comic Con At Home.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. O que faz do Nerd, um Nerd?	15
Figura 2. Cosplayers	17
Figura 3. Charge- Dia da Toalha e do Orgulho Nerd.....	18
Figura 4. Anatomia do Geek.....	19
Figura 5. Diferença de Geek e Nerd.....	22
Figura 6. Infográfico Geek vs Nerd.....	23
Figura 7. Painel CCXP	24
Figura 8. Quem são os Geeks no Brasil?.....	26
Figura 9. Eventos Geeks	27
Figura 10. Logo San Diego Comic-Con.....	29
Figura 11. SDCC 2019	30
Figura 12. DC FANDOME	31
Figura 13. "Mundos-Satélites" - Dc FanDome.....	32
Figura 14. Painel Mulher Maravilha- DC FanDome.....	34
Figura 15. Site DC FanDome no momento do Evento	35
Figura 16. Star Wars Celebration	36
Figura 17. Star Wars Celebration – Sabres de Luz.....	37
Figura 18. Fãs na Star Wars Celebration	38
Figura 19. Cosplayers Homem Aranha	39
Figura 20. Logotipo Comic Con Experience.....	40
Figura 21. Números de público na CCXP ao longo das edições.....	41
Figura 22. Painel CCXP	42
Figura 23. BGS-Brasil Game Show.....	43
Figura 24. BGS.....	44
Figura 25. Anime Friends	45
Figura 26. Cosplayers Anime Friends 2019	47
Figura 27. Campus Party	47
Figura 28. "campuseiros" - Campus Party.....	49
Figura 29. Campus Party Brasil.....	50
Figura 30. Jund Comics	50
Figura 31. Cosplayers JundComics.....	51

Figura 32. Wendel Bezerra na JundComics.....	52
Figura 33. Painel do Coronavírus da OMS.....	54
Figura 34. A maior live do Brasil em views- Marilia Mendonça	56
Figura 35. Identidade Visual ComicCon@Home	58
Figura 36. Painel The Boys ComicCon@Home	59
Figura 37. CCXP Worlds- Divulgação da Plataforma	60
Figura 38. Credenciais CCXP 21- Free, Digital, Home e Epic.....	62
Figura 39. Painel Virtual 3D - CCXP WORLDS.....	63
Figura 40. CCXP WORLDS – Bastidores.....	65
Figura 41. Marcelo Forlani	66
Figura 42. Roberto Fabri	67

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Idade do público respondente da pesquisa.....	67
Gráfico 2. Participações em eventos de temática geek.....	68
Gráfico 3. Formato que os participantes irão optar pelos eventos geeks após pandemia	69
Gráfico 4. Como serão os eventos geeks após pandemia	70
Gráfico 5. Vantagens do evento geek em formato virtual.....	71
Gráfico 6. Desvantagens do evento geek em formato virtual	71

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
FATEC	Faculdade de Tecnologia
FATECJD	Faculdade de Tecnologia de Jundiaí
TG	Trabalho de Graduação
COVID-19	Corona Vírus 2019
CCXP	Comic Con Experience Brasil
SDCC	San Diego Comic Con
D23	Disney Expo 23
SWC	Star Wars Celebration
BGS	Brasil Game Show
COMICCON@HOME	Comic Con At Home

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	O NERD	15
2.1	O GEEK	19
2.2	GEEK OU NERD?	21
2.3	HÁBITOS DE CONSUMO DA COMUNIDADE GEEK/NERD	24
3	EVENTOS GEEKS	27
3.1	EVENTOS GEEKS MUNDIAIS	28
3.1.1	SAN DIEGO COMIC CON.....	29
3.1.2	DC FAN DOME	31
3.1.3	STAR WARS CELEBRATION	35
3.2	EVENTOS GEEKS NO BRASIL	39
3.2.1	COMIC CON EXPERIENCE BRASIL.....	40
3.2.2	BRASIL GAME SHOW	43
3.2.3	ANIME FRIENDS	45
3.2.4	CAMPUS PARTY BRASIL.....	47
3.2.5	JUND COMICS.....	50
4	MUDANÇA DO PRESENCIAL AO ON-LINE	53
4.1	PANDEMIA DO NOVO CORONAVIRUS	53
4.2	IMPACTO DA PANDEMIA NOS EVENTOS	55
4.3	EVENTOS GEEKS ON-LINE	57
4.3.1	Comic Con At Home (ComicCon@Home).....	58
4.3.2	CCXP WORLDS.....	60
5	PESQUISA	66
5.1	RESULTADOS	67
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
	REFERÊNCIAS	77
	APÊNDICE A – GOOGLE FORMS	85
	APENDICE B- ENTREVISTA VIA EMAIL: ROBERTO FABRI	88
	APENDICE C- TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA MARCELO FORLANI	90

1 INTRODUÇÃO

Os termos “Geek” e “Nerd” rodeiam o mundo dos eventos nos últimos anos, devido a uma abundância de criação de conteúdo gerado para essa categoria de público, que abrange diversas pessoas ao redor do mundo. Muitas pessoas confundem os dois termos, até acreditam que tem o mesmo significado. Porém, existem diferenças entre os dois, apesar dos mesmos serem da mesma tipologia.

Apesar de ser utilizado de maneira positiva, atualmente, o termo “Nerd” surgiu, em 1954, com o objetivo de designar pessoas consideradas esquisitas. O criador da denominação, o escritor, poeta e cartunista americano, Theodor Seuss, fez uma associação entre a lerdice e peças de roupa listradas (nas cores branca e azul) para pessoas magras. Basicamente, um nerd é um personagem estranho, geralmente magrelo, e com alguns problemas cognitivos para determinados assuntos. (UNINASSAU, 2018)

Os traços de um nerd incluem diversas características como: interesse extremo e obsessivo com livros e estudos, introversão, dificuldade para se relacionar socialmente e diversas habilidades mais desenvolvidas devido ao gosto por games, filmes, ciência e computadores.

No universo cinematográfico, os nerds ganharam espaço ao longo dos últimos anos devido à criação de conteúdo e a demanda específica para este público. Diversos títulos viraram símbolos da cultura nerd/geek, como os filmes de *Star Wars*¹, uma das franquias mais lucrativas do cinema. Em 2019, foi lançado o nono filme da saga, tornando-a uma enealogia². Outros exemplos populares são *Star Trek*, *Senhor dos Anéis*, *Matrix*, *Liga da Justiça*, também pode-se citar o universo cinematográfico da *Marvel Studios*, entre outros. Ganhando um alcance crescente nos últimos anos, devido ao sucesso nas bilheterias mundiais, trazendo conexão com o seu público, criando uma identificação, vindo de geração em geração, que antigamente não se

¹ **Star Wars:** Star Wars (Guerra nas Estrelas, no Brasil) é o título de uma "ópera espacial", nas próprias palavras do seu autor que assim designou o universo de fantasia que compunha este projeto, que foi transformada em uma série de nove filmes de ficção científica. Como subprodutos surgiram também uma franquia literária, uma série de jogos eletrônicos e desenhos animados (incluindo a Nova Trilogia, sequências e adaptações literárias) baseados nas idéias do diretor e roteirista George Lucas. Os filmes, organizados em duas trilogias, abordam a transição histórica "numa galáxia muito, muito distante..." onde ocorre a queda da República Galáctica e a implantação do Império Galáctico sob comando do senador Palpatine (Lorde Sith).

² **Enealogia:** conjunto de nove obras.

imaginava ter. Esse grupo é tratado nos filmes de adolescentes como os menos populares e excluídos socialmente, porém com grandes habilidades e apreço aos estudos.

A palavra teve o primeiro registro em 1876, como sinônimo de “fool” (bobo) e por volta de 1900 passou a ser usada para definir artistas ambulantes, como acrobatas, trapezistas, entre outros. Em 1990 a expressão voltou à tona para definir pessoas que trabalhavam resolvendo bugs de computador. (UNINASSAU, 2018)

Os Geeks se interessam bastante por tecnologia, gadgets, games, computação, códigos, idiomas e cultura pop. Os assuntos mais comentados em um grupo Geek são relacionados as novas tecnologias e o universo dos quadrinhos. Hoje, o termo é mais específico: geeks são aqueles que se atraem por tudo aquilo que é novidade, principalmente, quando o assunto são computadores, tendência, novidade. Se interessam por filmes, séries, videogames, computação, hack ³. O Termo Geek é mais recente que o nerd, apesar de os dois serem bastante utilizados o Nerd é considerado até como sinônimo de Geek. Conclui-se que embora tenham o mesmo significado na prática tem sentidos diferentes.

O interesse por este tema de pesquisa ocorreu devido ao gosto pessoal da pesquisadora sobre a cultura geek/nerd, que desde sua infância acompanha sobre o tema, apresentando alguns trabalhos na sua graduação em Eventos ao longo de seis semestres de curso. Outra motivação da autora é por ter poucos trabalhos sobre o tema no meio acadêmico, já que a mudança de formato dos eventos é bem recente devido a pandemia do novo Corona Vírus no mundo inteiro.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo identificar e comparar as diferenças entre o formato presencial realizado em 2019 e 2020 em formato on-line dos principais eventos geeks – *San Diego Comic Con Internacional*, que passou a ter o nome de *Comic Con At Home (ComicCon@Home)* nos formatos online; e *Comic*

³ **Hack:** Hack (do verbo Inglês "to hack", que significa "cortar") é um termo que se refere à reconfiguração ou reprogramação de um sistema de função de forma que não autorizada pelo proprietário, administrador ou designer. O termo tem vários significados relacionados com a tecnologia e ciência de computação: pode se referir a uma correção ou melhoria rápida e inteligente de um problema de programa de computador, ou pode significar uma desajeitada ou deselegante (embora relativamente rápida) solução para um problema de informática, como um "remendo" ou "gambiarra".

Con Experience Brasil, titulado no formato virtual como *CCXP Worlds: A Journey of Hope*, devido a pandemia do Covid- 2019.

O presente trabalho tem como objetivos específicos definir o termo Geek e diferenciá-lo do termo “Nerd”; compreender os impactos dos eventos Geeks ao redor do mundo; delinear o tipo de público que os eventos geeks atraem; caracterizar o mercado Geek no Brasil e no mundo; entender sobre os investimentos e lucros dos eventos geeks no Brasil; descrever os principais festivais, premiações e eventos cinematográficos no mercado geek; entender a relevância do acesso à internet e das redes sociais para os eventos com temática geek.

Sabe-se que os eventos com temáticas Geeks vem crescendo a cada ano, porém com a pandemia muitos eventos foram cancelados, ou adiados, ou reformulados para o formato on-line. Diante deste cenário as variáveis da pesquisa são a transformação desses eventos para o formato on-line atingiram um maior número de pessoas do que o formato presencial; os eventos geeks irão alcançar a mesma repercussão, impacto se fosse no formato presencial cumprindo os protocolos de saúde vigentes; festivais multigênero como Comic Con San Diego Internacional e a Comic Con Experience irão conseguir o mesmo engajamento de público nas redes sociais, parceiros, empresas e investimentos no formato virtual.

A pesquisa se justifica pelo crescimento do mercado geek mundialmente. O mercado cinematográfico ao longo dos anos tem bastante presença na vida das pessoas amantes de cinema, séries, quadrinhos. Seja qual for a categoria de entretenimento, fazendo os eventos serem bem populares e abrangendo todo o público possível desde crianças, adolescentes, adultos e até o público idoso.

A *Comic-Con @ Home*, ou *Comic-Con At Home*, é o formato on-line do evento San Diego Comic-Con Internacional. Realizado anualmente e devido a pandemia foi realizado em julho, em San Diego na Califórnia, Estados Unidos.

A Comic-Con apresenta literalmente milhares de convidados especiais em suas convenções ao longo dos anos, trazendo criadores de quadrinhos, ficção científica e autores de fantasia, diretores de cinema e televisão, produtores e escritores, e criadores de todos os aspectos das artes populares, juntamente com os seus fãs para uma divertida e muitas vezes discussão franca de várias formas da arte. O evento tem visto uma incrível variedade de quadrinhos e editoras de livros em sua Exhibit Hall ao longo dos anos. A Comic-Con Internacional apresentou continuamente histórias em quadrinhos e artes em quadrinhos para uma audiência crescente. Pois o amor pelos quadrinhos continua a ser o fator principal de como o evento se

move e se torna popular como um estilo de convenção que vem sendo colocado no mundo todo. (XP, 2021)

Já a *Comic-Con Experience*, um dos maiores eventos geeks brasileiros baseado nos moldes da *San Diego Comic Con*, é realizado anualmente no mês de dezembro, atingindo um número maior de visitantes a cada edição. Os quatro dias de evento tem se mostrado um negócio cada dia mais promissor para a indústria do entretenimento no país.

A primeira CCXP em São Paulo aconteceu em 2014 e atraiu 97 mil pessoas. No ano seguinte, o público cresceu 46% e ficou em 142 mil visitantes. Em 2016, um novo salto de 40% levou público da conferência para 196 mil pessoas, se tornando a terceira maior do mundo. Em 2018, foram 262 mil. Agora em 2019, o público bateu um novo recorde: 280 mil pessoas estiveram presentes no evento. (EXAME, 2019).

Nesta pesquisa, foi realizada uma pesquisa exploratória de caráter quali-quantitativo, devido à familiaridade e complementação acerca dos eventos geeks no Brasil e no mundo, identificando se houve um aumento no número de participantes nas edições on-line e presencial, número de engajamento nas redes sociais seja por participantes, empresas e patrocinadores entre as edições. Além de entrevistas via e-mail e por áudio com Marcelo Forlani e Roberto Fabri, do Omelete Group. Os quais participam ativamente na produção de um dos principais eventos geeks do mundo, a *Comic Con Experience Brasil* e em formato virtual, *CCXP Worlds: A Journey of Hope*.

Para a execução dessa pesquisa utilizou-se os procedimentos técnicos como pesquisa bibliográfica e ex-post facto dos principais eventos geeks que já ocorreram no ano de 2019 e 2020. Terá como método o comparativo para analisar as similaridades e as diferenças dos eventos presenciais *San Diego Comic Con Internacional* e *Comic Con Experience Brasil*, para o formato on-line, *Comic Con@Home* e *CCXP Worlds: A Journey of Hope*.

2 O NERD

O termo Nerd é antigo e existem muitas significações, principalmente ao decorrer dos anos. A ideia de “nerd” se popularizou mesmo nos anos 90, quando os computadores ganharam o mundo. Fazendo com que o termo tenha vários estereótipos, um exemplo disso é mostrado na Figura 1, com vários símbolos desse público tão diverso.

Figura 1. O que faz do Nerd, um Nerd?



Fonte: Neuronal (2010)

No dicionário Michaelis, a palavra “Nerd” é uma pessoa socialmente inadaptada, geralmente jovem e de aparência excêntrica, com interesse em tecnologia, informática, jogos eletrônicos, literatura, especialmente ficção científica⁴, cinema, teatro etc. São pessoas que raramente se agrupam entre si e têm um estilo diferente de vestuário, pois usam roupas fora de moda e acessórios que não combinam com o traje (MICHAELIS, 2015, s.pág.).

Na noite passada, quando me sentei na frente do computador, eu percebi que... Eu sou um nerd; e que todo mundo tem um pouco de nerd (A VINGANÇA... 1992).

⁴ **Ficção Científica:** Ficção científica é um gênero que normalmente lida com conceitos ficcionais e imaginativos, relacionados ao futuro, ciência e tecnologia, e seus impactos e/ou consequências em uma determinada sociedade ou em seus indivíduos. A ação pode girar em torno de um grande leque de possibilidades como: viagem espacial, viagem no tempo, viagem mais rápida que a luz, universos paralelos, mudanças climáticas, totalitarismo e/ou vida extraterrestre.

Esta frase é do filme *Vingança dos Nerds*, um marco na cultura pop, fazendo o termo nerd se popularizar devido a produção. A frase do filme exemplifica claramente a posição do nerd e que cada pessoa tem/teve uma experiência nerd. Seja sendo um nerd na escola, assistindo filmes de ficção científica ou trabalhando com computadores, por exemplo. Os nerds são sempre abordados em filmes como uma pessoa antissocial e inteligente, sendo excluídos socialmente e sofrem muito bullying⁵.

Nem sempre foi fácil ser nerd. O termo, segundo a “Enciclonérdia”, é definido pelo Oxford Dictionary como um adjetivo a pessoas que são excessivamente interessadas por algum assunto e que têm dificuldade em se relacionar com os outros, uma explicação bastante estereotipada. O tempo passou, e se há duas décadas pensar em indivíduos assim era lembrar do filme “A Vingança dos Nerds”, hoje muita gente daria a vida para trabalhar com Steve Jobs (Apple) ou Mark Zuckerberg (Facebook), nerds residentes de suas próprias grandes empresas. O dever nerd de ‘tentar dominar o mundo’ nunca esteve tão em voga. Felizmente, a nerdice é algo sem fim e como todo nerd é um grande curioso, esperamos a ainda conhecer muitas outras facetas da Cultura Nerd e ‘trocar figurinhas’ com grupos que entendem de diferentes assuntos entre os que formam esse grande painel cultural que está *nerdificando* o mundo...” (UOL, 2011).

Normalmente os “Nerds” são seguidos por diversos estereótipos⁶ como o uso de óculos, roupas que não estão na moda, cabelo bagunçado, entre outros exemplos. Porém, foi se reformulando esse “pré-conceito”, devido à evolução dos temas, principalmente ao acesso à informação. Anderegg (2007) define os nerds como pessoas apaixonadas pela precisão e pela lógica e defende que, por isso, tais personagens têm assumido papel de destaque na sociedade atual, sendo reverenciados por sua suposta expertise natural para lidar com a tecnologia.

Se antes, a sociedade definia o nerd como uma pessoa “fora da caixa” e englobava tudo o que não era de aceitação da maioria, que podemos chamar de *mainstream*⁷, hoje temos esses indivíduos sendo valorizados como insiders, especialistas da cultura pop-tecnológica cujos conhecimentos e naturalidade em lidar

⁵ **Bullying:** designa atos de agressão e intimidação repetitivos contra um indivíduo que não é aceito por um grupo. Consiste em um conjunto de violências que se repetem por algum período. Geralmente são agressões verbais, físicas e psicológicas que humilham, intimidam e traumatizam a vítima.

⁶ **Estereótipo:** é um conceito, ideia ou modelo de imagem atribuída às pessoas, ou grupos sociais, muitas vezes de maneira preconceituosa e sem fundamentação teórica. São impressões, pré-conceitos e “rótulos” criados de maneira generalizada e simplificada pelo senso comum.

⁷ **Mainstream:** é um conceito que expressa uma tendência ou moda principal e dominante. Designa um grupo, estilo ou movimento com características dominantes.

com determinados textos e ferramentas lhes proporcionam um novo status (SANTOS, 2014).

Segundo Luiz (2011), é possível notar que, recentemente, “ser nerd” deixou de ser algo pejorativo, como um xingamento, para se tornar uma identidade cultural ampla e com pessoas que se autointitulam, e se identificam como nerds.

No Brasil, segundo Lopes (2011), a expressão “nerd” se tornou conhecida com o lançamento do filme norte-americano “A vingança dos nerds”, de 1984 (lançado no Brasil em março de 1985). Contudo, o uso do termo demorou a se popularizar no país, sendo “CDF” uma das gírias mais comuns para definir pessoas estudiosas e socialmente inaptas.

A cultura nerd atual, é facilitado pelo acesso à tecnologia cada vez mais comum no dia a dia das pessoas, fator fundamental para criação da identidade pessoal e cultural dos nerds. Filmes, Séries, Jogos de videogames, livros, quadrinhos, animes⁸, action figures⁹, cosplays¹⁰, entre outros exemplos fazem parte da cultura nerd dos dias atuais, como pode ser visualizado na Figura 2.

Figura 2. Cosplayers



Fonte: S. Paulo (2019)

⁸ **Animes:** se refere à animação ou desenho animado. A palavra é a pronúncia abreviada de "animação" em japonês, onde esse termo se refere a qualquer animação, não importa o país. Para os ocidentais, a palavra se refere às animações oriundas do Japão.

⁹ **Action Figures:** Os Action Figures são bonecos articulados que podem ser movimentados, ou seja, ter sua posição de ação alterada. Eles são colecionáveis e representam personagens da cultura pop e do entretenimento.

¹⁰ **Cosplays:** Cosplay é um termo em inglês, formado pela junção das palavras *costume* (fantasia) e *roleplay* (brincadeira ou interpretação). É considerado um hobby onde os participantes se fantasiam de personagens fictícios da cultura pop japonesa. Normalmente, os *cosplayers* (pessoas que fazem cosplay) são fãs dos personagens que representam e das respectivas séries, filmes, games ou desenhos a que este personagem pertence.

Vários personagens nerds foram representados cinematograficamente ao longo dos anos, demonstrando assim a mudança de significação do termo. Personagens como Hermione Granger, da saga Harry Potter¹¹, ajudaram a desconstruir a imagem da forma que os nerds são vistos e ouvidos. Para homenagear este público, surgiu o *Dia do Orgulho Nerd* e o *Dia da Toalha*. Na Figura 3, vemos um cartoon em comemoração do Dia da Toalha e do Orgulho Nerd.

Figura 3. Charge- Dia da Toalha e do Orgulho Nerd



Fonte: Séries (2016)

O dia do orgulho Nerd é celebrado todo 25 de maio desde 2006, essa data foi escolhida devido à estreia de *Star Wars: Uma Nova Esperança* nos cinemas, em 1977. *Star Wars*, um marco cinematográfico que é bem popular no mundo nerd. Já o dia da toalha, em homenagem ao escritor Douglas Adams, referência de outro ícone da cultura nerd, *O guia do Mochileiro das Galáxias*.

a toalha é um dos objetos mais úteis para um mochileiro interestelar. Em partes devido ao seu valor prático: você pode usar a toalha como agasalho (...) você pode agitar a toalha em situações de emergência (...). Porém o mais importante é o imenso valor psicológico da toalha (...) se um sujeito é capaz de rodar por toda Galáxia, acampar, pedir carona, lutar contra terríveis obstáculos, dar a voltar por cima e ainda saber onde está sua toalha, esse sujeito claramente merece respeito (ADAMS, 2004, p. 27, 28).

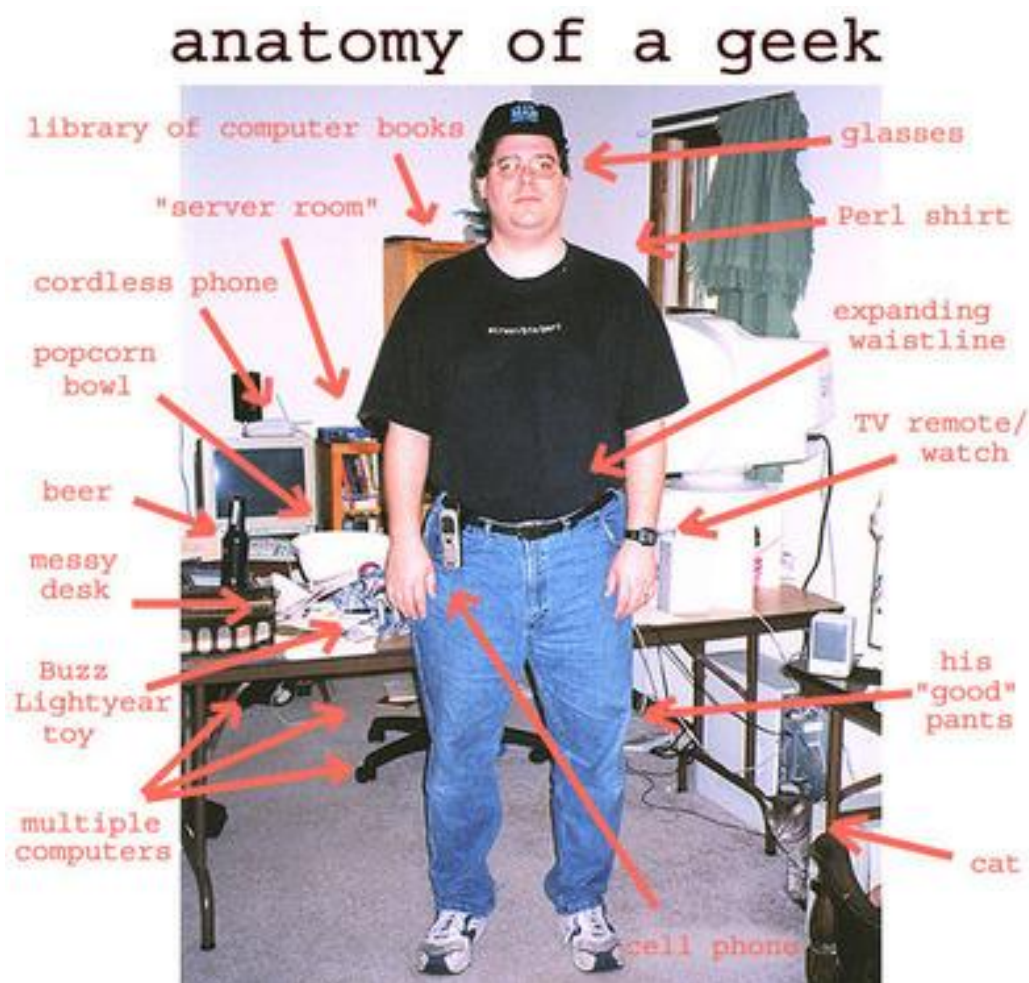
¹¹ **Harry Potter:** Harry Potter é uma série de sete romances de fantasia escrita pela autora britânica J. K. Rowling. A série narra as aventuras de um jovem chamado Harry James Potter, que descobre aos 11 anos que é um bruxo, ao ser convidado para estudar na Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts.

2.1 O GEEK

O termo Geek, tem a significação muito parecida com o nerd, sendo facilmente confundida no meio social. No dicionário Michaelis (2015), a palavra “Geek” é o que ou aquele que está sempre à frente das pessoas comuns, adora ler e aprecia ficção científica e é ligado a novas tecnologias, especialmente informática.

Embora, seja muito inteligente, o geek tem uma certa dificuldade em se comunicar, geralmente com o sexo oposto, porém, às vezes, se revela um exímio articulador político. Veste-se geralmente com roupas esportivas de estampas modernas, de cores incomuns, e usa tênis estampados ou axadrezados. (MICHAELIS, 2015, s.pág) Na Figura 4, vemos os estereótipos mais comuns utilizados para denominar um Geek.

Figura 4. Anatomia do Geek



Fonte: Gecky, (2009)

De acordo com Anderegg (2007, p.26) essa palavra é antiga, mas não se sabe como chegou ao seu significado atual. Ela parece ter derivado de *geck*, um termo

alemão para “idiota”. Ele ainda afirma que não seria possível desassociá-las, pois muitas vezes são usadas como sinônimos, embora, segundo ele, nerd seria mais usado como xingamento, e geek como autoafirmação.

Nos Estados Unidos, o termo passa a demarcar também uma categoria de nerd mais distante do estereótipo original, designando jovens avidamente interessados em tecnologia, computadores, gadgets e afins, mas que teriam mais facilidades no convívio social. No Brasil, o termo CDF pode ser considerado sinônimo de nerd, mas a cultura nerd, como se configura nos dias de hoje, não está relacionada exclusivamente ao desempenho escolar, sendo admissível até que um nerd não tenha boas notas. No contexto brasileiro também não há muita diferenciação entre nerd e geek, a não ser quando se deseja enfatizar o gosto e conhecimento de tecnologia” (SANTOS, 2014, p.20-21).

Em alguns casos a denominação geek é definida como uma variante mais pop do nerd, como se fosse um sinônimo light do termo usado há alguns anos de forma pejorativa. De uma forma bem simplista, pode-se dizer que o geek é o nerd que possui uma vida social. Em muitos casos, são bastante conhecidos em blogs, fóruns e sites de relacionamento.

A cultura geek está fortemente presente na sociedade atual, sendo tendência em diversos segmentos como em filmes, livros, series de televisão, entre outros. O segmento geek é bastante engajado com venda de produtos dos segmentos. Um público cada vez mais numeroso de fãs alimenta a proliferação de filmes de heróis e de séries de TV e também a oferta de produtos licenciados. Os nichos nerd/geek, compostos por fãs de cultura pop, tem potencial lucrativo nos mais diversos tipos de empreendimentos como de roupas, action figures, decoração, acessórios, entre outros exemplos. Assim, dando oportunidades para empreendedores e grandes empresas verem que este nicho é bastante lucrativo ainda mais em eventos próprios do segmento.

Um exemplo sólido é da Riachuelo, uma marca de roupas bem popular no Brasil. A categoria geek começou a ser testada como uma nova seção em duas das 291 lojas físicas da companhia, criada especialmente para fãs de super-heróis e personagens de séries e de longas-metragens como *Harry Potter* e *Star Wars*.

A Riachuelo foi uma das 130 participantes a montar um estande de vendas na Comic Con 2017. Juntas, as empresas faturaram 40 milhões de reais em quatro dias e uma noite, e atraíram 227 000 pessoas. É um salto de 134% em relação à primeira edição, em 2014. (EXAME, 2018).

2.2 GEEK OU NERD?

Se há duas décadas o termo nerd era usado de forma pejorativa, hoje ele se aliou ao geek para definir estilos de vida particulares e especialmente no que se refere ao consumo de mídia. O uso e significados dos termos “Geek” e “Nerd” mudaram bastante ao longo dos anos, os termos se tornaram populares e uso recorrente do seu público. As duas terminologias, podem ser consideradas sinônimos, podendo ter significados diferentes de acordo com o contexto nele inserido.

Segundo Gomes (2020), a midiatização é um conceito chave, fundamental, essencial para descrever o presente e a história dos meios e a mudança comunicativa que está ocorrendo. Desse modo, é necessário desenvolver uma compreensão de como a crescente expansão dos meios de comunicação muda nossa construção da cultura, da sociedade e das diferentes práticas sociais. Nessa perspectiva, a midiatização é usada como um conceito para descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as inter-relações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural. Ela desenvolve um novo modo de ser no mundo.

A midiatização influencia muito na popularização dos termos e ressignificação ao longo dos anos, trazendo assim a diversificação de temas recorrentes no meio geek e nerd, ao decorrer da evolução da sociedade, fazendo a ressignificação dos termos se diferirem. Vemos o quanto esses meios se confundem também para pessoas no meio dos dois grupos.

A definição da sua “tipologia” define qual será as suas preferências de conteúdo nas redes sociais como em grupos do Reddit¹², grupos no Facebook, tudo para criar um vínculo com pessoas que gostam do mesmo tema. Isso os dois grupos têm em comum, a paixão por determinado tema, fazendo cada dia mais as pessoas se intitulem geek ou nerd.

Como demonstrado por meio de um cartoon na Figura 5, se vê o quanto esses meios se confundem também para pessoas no meio dos dois grupos. A colocação da

¹² **Reddit:** O Reddit é uma rede social na qual os usuários podem divulgar ligações a conteúdo na Web como links, postagens e imagens, na qual outros usuários podem então votar de forma positiva ou negativamente nas ligações divulgadas, fazendo com que apareçam de uma forma mais ou menos destacada na sua página inicial.

termologia varia de cada pessoa, sendo que cada um tem o livre arbítrio de se intitular como assim preferir, não sendo obrigatório impor cada estereótipo nas pessoas.

Figura 5. Diferença de Geek e Nerd



Fonte: : OQI (2015)

Para demonstrar essa diferença entre os dois termos, um cientista de dados e engenheiro de software chamado Burr Settles¹³ publicou os resultados de um experimento, para mostrar as palavras que melhor definem os termos “Geek” e “Nerd”. Para criar o gráfico, o autor analisou dados vindos do Twitter, rede social popular entre o público dos termos.

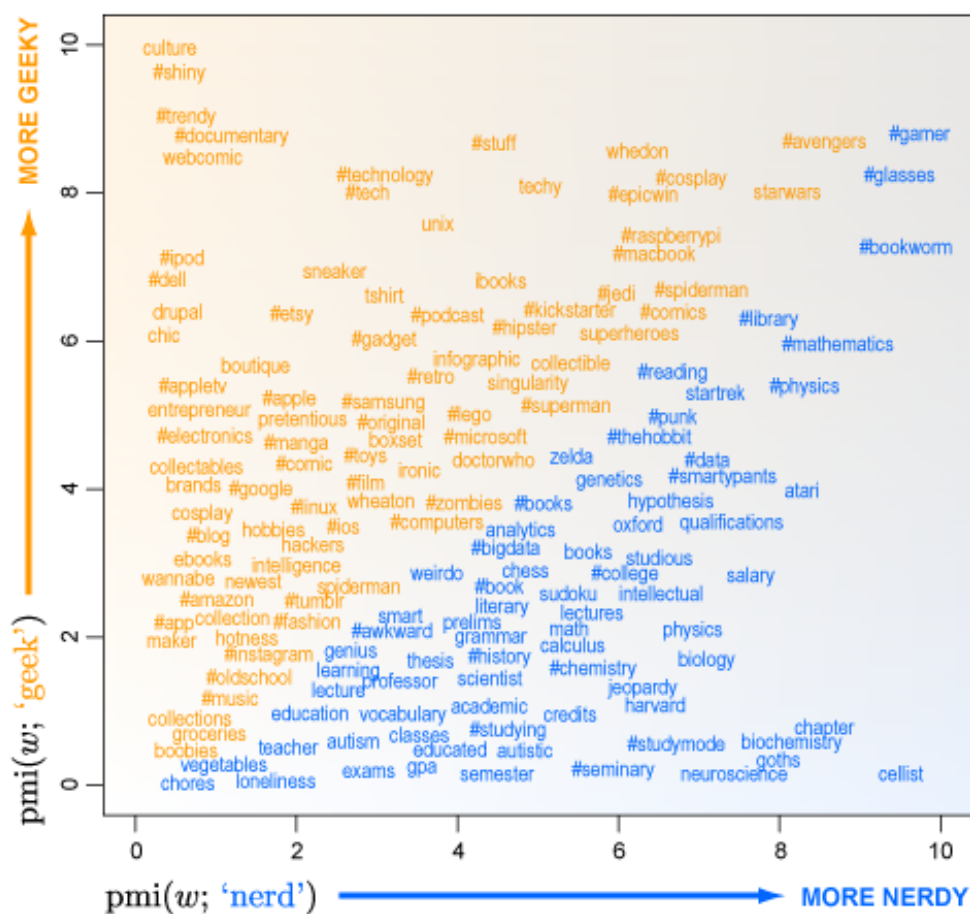
Contando com o auxílio de APIs¹⁴ de streaming¹⁵ e de pesquisa na própria rede social para obter os resultados, os dados são demonstrados na Figura 6 e incluíram cerca de 2,6 milhões de tweets que abordam os temas, entre dezembro de 2012 e janeiro de 2013.

¹³ **Burr Settles:** Cientista, pesquisador e engenheiro de software. Desenvolve e estuda sistemas estatísticos de aprendizado de máquina com aplicações em linguagem humana, biologia e ciências sociais.

¹⁴ **API's:** API é um conjunto de rotinas e padrões de programação para acesso a um aplicativo de software ou plataforma baseado na Web. A sigla API refere-se ao termo em inglês "Application Programming Interface" que significa em tradução para o português "Interface de Programação de Aplicativos".

¹⁵ **Streaming:** O streaming é a tecnologia de transmissão de dados pela internet, principalmente áudio e vídeo, sem a necessidade de baixar o conteúdo. O arquivo, que pode ser um vídeo ou uma música, é acessado pelo usuário online. O detentor do conteúdo transmite a música ou filme pela internet e esse material não ocupa espaço no computador ou no celular.

Figura 6. Infográfico Geek vs Nerd



Fonte: Settles (2013)

O resultado foi demonstrado através de um gráfico de dispersão de palavras geradas pelos usuários no próprio site do Twitter, querendo obter resultados que relacionam palavras específicas com os termos Geek e Nerd. As palavras demonstradas em laranja são correspondentes a tweets relacionados ao termo "geek", enquanto as palavras em azul estão relacionadas ao termo "Nerd". Pode-se observar que existem algumas palavras que estão muito próximas, que são facilmente confundidas no meio termos, porém com esse gráfico foram devidamente tituladas pelos usuários.

Settles (2013) concluiu que o termo "Geek" está relacionado a coisas, objetos específicos, enquanto o termo "Nerd" se mostrou próximo de ideias, teorias. Podemos notar que palavras como quadrinhos, Instagram, coleções e cosplay estão do lado geek do gráfico, enquanto termos como seminário, neurociência, física e biologia ficam do lado nerd. A titulação desses termos sempre foi polêmica dentro das

comunidades, em função disso é ampla a distribuição de diversas palavras, ou seja, uma palavra pode ser considerada “Nerd” e muitas pessoas podem não concordar com isto. Acredita-se que não existe palavra totalmente nerd e uma palavra totalmente geek, vai de a percepção do ouvinte defini-la.

2.3 HÁBITOS DE CONSUMO DA COMUNIDADE GEEK/NERD

O público geek/nerd crescem a cada ano que passa, plataformas como Netflix, HBO, Amazon Prime são diretamente responsáveis por esse crescimento. A produção de conteúdo para este público vem criando uma demanda e as plataformas têm de suprir com conteúdo específicos. Esse mercado tem tendência de crescer cada vez mais, já que estes conteúdos estão fazendo parte do cotidiano das pessoas, seja ela não geek ou nerd. Na Figura 7 vê-se o painel do evento CCXP, que é um dos maiores do segmento geek/nerd realizado no Brasil.

Figura 7. Painel CCXP



Fonte: Disney (2019)

Os filmes e séries ajudaram a popularizar o conteúdo cinematográfico nerd e geek, fazendo assim o mercado ser bastante competitivo ao decorrer dos anos. Diversos conteúdos foram criados, fazendo assim a tipologia ser bastante estereotipada de acordo com tal personagem da série ou filme. Com essa cultura e investimento ao mercado geek, ao longo dos anos os eventos geeks foram se tornando cada vez mais populares, principalmente pela criação de conteúdo sobre o assunto nas redes sociais. Unindo cada vez mais os amantes de cultura nerd/geek ao redor do mundo.

Pode-se citar também a criação de conteúdo feita pela *Marvel Studios*¹⁶ nos últimos anos, criando todo um universo cinematográfico trazendo engajamento dos fãs e arrecadando milhões de dólares. A Marvel conta com 23 filmes em 11 anos e os números não impressionam apenas na quantidade de lançamentos, mas também na bilheteria. De acordo com Aguilar (2020), os valores da bilheteria na China foram atualizados, apontando que o longa do Marvel Studios fez US\$ 3 milhões a mais do que fora projetado até então. Assim, a produção recuperou seu posto de filme com maior arrecadação da história.

No início de março de 2021, o filme Avatar que concorria diretamente com o filme da Marvel Studios pelo primeiro lugar de bilheteria, foi relançado nos cinemas chineses, fazendo o longa retornar ao posto de maior bilheteria dos cinemas mundiais.

Com isso, o longa superou a vantagem de 'Vingadores Ultimato' de US\$ 7,8 milhões (R\$43,3 milhões) e retomou o posto de maior bilheteria da história do cinema. No momento, 'Avatar' conta com US\$ 2.798 bilhões (R\$ 15,54 bilhões) enquanto o longa da Marvel tem US\$ 2,797 bilhões (R\$ 15,53 bilhões). A expectativa é de que a marca do filme de Cameron continue crescendo nos próximos dias, já que o longa deve ficar em cartaz por algum tempo. No Twitter, a Marvel parabenizou o filme pela conquista: "Parabéns a James Cameron, Jon Landau e à toda a nação Na'vi por recuperar a coroa da bilheteria. Amamos vocês 3 mil", disse o estúdio, fazendo referência a uma das principais falas de seu longa. (JOVEMPAN, 2021)

Segundo Deadline (2021), o relançamento de Avatar faturou cerca de CNY 58 milhões, o que equivale a US\$ 8,9 milhões (ou então R\$49,4 milhões). Dessa forma, o longa conseguiu superar a diferença de US\$ 7,8 milhões que mantinha o épico da Marvel Studios como o filme mais lucrativo da história. Na Figura 5 vemos a lista de maiores bilheterias do cinema mundial.

A Comic Con Experience, realizado anualmente e agora no formato on-line, é considerado um ponto de encontro para diversos públicos tanto no meio Geek e Nerd. O público se encontra no evento para interagir com os amantes das series, filmes, quadrinhos e podem até conhecer os seus ídolos em Painéis oferecidos pelas empresas participantes do evento.

¹⁶ **Marvel Studios:** é um estúdio de cinema norte-americano parte do conglomerado The Walt Disney Company. Dedicado à produção de filmes baseados em personagens da Marvel Comics, o estúdio criou a franquia de mídia Universo Cinematográfico Marvel. A Marvel Studios já lançou 23 filmes dentro do Universo Cinematográfico Marvel, desde Homem de Ferro (2008) até Homem-Aranha: Longe de Casa (2019). Todos esses filmes compartilham continuidade uns com os outros, produzidos pelo estúdio e as séries de televisão produzidas pela Marvel Television.

Segundo Mensagem (2018), 58% dos geeks possuem entre 16 e 24 anos e 23%, entre 25 e 30 anos. O setor apresenta um público maduro e financeiramente independente ao somar 26% de casados.

Ferramentas online como YouTube e redes sociais (76%), especificações técnicas e reviews (91%) e páginas e empresas de tecnologias e games (77%) são alguns dos meios usados para buscar novidades sobre o setor. Os geeks apaixonados por cultura pop, séries, quadrinhos e super-heróis são os Cult Geeks. Mais da metade dos Cult Geeks (78%) assistem conteúdos disponíveis em streamings. Além disso, 40% relatam que consomem conteúdo relacionado à cultura todos os dias da semana (MENSAGEM, 2018).

Segundo IstoéDinheiro (2020), em pesquisa realizada em 2019, o instituto de pesquisas MindMiners, em uma parceria com a Omelete Company, realizou um estudo quantitativo e qualitativo com o público geek/ nerd nacional, com a intenção de descobrir seus estilos de vida, comportamentos e como consomem o entretenimento no dia a dia.

Segundo Propmark (2019) 54% já foram a algum evento nos últimos 3 anos (CCXP, Rock in Rio e Lollapalooza foram os eventos mais lembrados). Podemos observar outros dados da pesquisa na Figura 8.

Figura 8. Quem são os Geeks no Brasil?



Fonte: IstoéDinheiro (2020)

3 EVENTOS GEEKS

Os eventos geeks tiveram bastante popularidade graças a demanda de conteúdo audiovisual criados nos últimos anos. Com a chegada da internet, estando cada vez mais acessível as pessoas no mundo inteiro, os conteúdos audiovisuais ficaram mais disponíveis ao público. Sem contar o investimento que as indústrias de produções de conteúdo estão fazendo graças a demanda deste mercado. A criação de conteúdo audiovisual impactou nos eventos geeks, trazendo um público maior a cada ano para os eventos, como podemos observar na Figura 9, os Cosplayers, que estão sempre presentes nos eventos.

Figura 9. Eventos Geeks



Fonte: Goiânia (2018)

O segmento geek é bastante popular e existem diversos subsegmentos dentro do tema. Estes reúnem milhares de fãs em diversos eventos realizados mundialmente, reunindo fãs de determinada série que está em alta em uma plataforma de streaming, um anime antigo, um filme de ficção científica que atinge um público específico, entre outros exemplos. Com um público extremamente engajado no universo tecnológico, é necessário conhecer bem essa proposta para aproveitar oportunidades em sua empresa e obter conteúdo interessantes.

Segundo Brasil (2019), especialistas estimam que, atualmente, o mercado geek já movimenta mais de R\$ 138 bilhões e as expectativas são que esses números

continuem crescendo ao longo dos próximos anos. Essa conjunção de fatores faz com que o potencial de negócios geek seja muito interessante, nacional e internacionalmente.

Os eventos geeks não abrangem só os eventos cinematográficos, mas sim eventos gamers, festivais multigêneros¹⁷ com sub eventos dentro de um mesmo evento, eventos literários sobre livros com o tema geek, eventos de anime e quadrinhos e outros diversos eventos que são criados a cada dia, mesmo em situação pandêmica, a criatividade é essencial para atingir um maior público e engajamento com essa tipologia de evento.

3.1 EVENTOS GEEKS MUNDIAIS

Os eventos geeks mais populares mundialmente contam com diversas atrações, sendo divulgação de novos filmes e séries de determinada plataforma de streaming; interação artista e fãs de um quadrinho; divulgação de trabalhos de artistas locais e internacionais; concurso de cosplays; entre diversos outros exemplos. Os formatos de eventos geeks variam bastante, porém com diversas características em comum, sendo considerados muitas vezes como festivais multigêneros abrangendo um público bastante diversificado e comprometido.

Um evento geek pode se tornar popular e atrair diversas pessoas para um só local, enfatizando a economia local onde é realizada o evento. Um exemplo é a CCXP que atrai várias pessoas do mundo inteiro para São Paulo todos os anos.

Nota-se que este público tão peculiar demanda de investimentos e entretenimentos específicos. Os formatos de eventos ocorrem de acordo com a demanda da região que será realizado o evento, atingindo diretamente na economia local, tornando-se até referência para outros eventos no mundo não apenas pela sua organização, mas também pelo seu engajamento e por sua diversidade de conteúdo.

¹⁷ **Festivais Multigêneros:** Os festivais de multigênero são diversos tipos de programações diferentes dentro de um mesmo evento. Um exemplo é um festival de música que apresenta para o público diferentes estilos musicais na sua programação, o que colabora com a diversidade de público. Gerando a identificação com as marcas que estão presentes nos eventos.

3.1.1 SAN DIEGO COMIC CON

San Diego Comic-Con Internacional (**SDCC**) é um dos eventos geeks mais populares do mundo, sendo realizado anualmente em San Diego, California, Estados Unidos. Em 1970, três amigos com interesse comum em quadrinhos, decidiram organizar um evento de quadrinhos exclusivo para fãs assim como eles, na cidade de San Diego. A Figura 10, traz a identidade visual do evento.

Figura 10. Logo San Diego Comic-Con



Fonte: Wikipédia (2020)

Segundo Comic-Con (2020), a convenção de Quadrinhos de San Diego (Comic-Con Internacional) é uma Corporação de Benefício Público sem fins lucrativos da Califórnia organizada para fins de caridade e dedicada a criar a conscientização e apreciação do público em geral e apreço por quadrinhos e formas de arte popular relacionadas, incluindo participação e apoio a apresentações públicas, convenções, exposições, museus e outras atividades de divulgação pública que celebram a contribuição histórica e contínua dos quadrinhos à arte e à cultura.

Com o passar dos anos, a Comic-Con tornou-se o ponto focal para o mundo das convenções de quadrinhos. O evento continua oferecendo a experiência completa da convenção: um salão de exposições gigante (mais de 460.000 metros quadrados em sua encarnação atual); uma programação maciça (cerca de 700 eventos separados em 2014), com quadrinhos e todos os aspectos das artes populares, incluindo oficinas práticas e programação educacional e acadêmica, como a Comics Arts Conference; exibições de anime e filmes (incluindo um festival de cinema separado); jogos; o Will Eisner Comic Industry Awards, o "Oscar" da indústria dos quadrinhos; uma competição de fantasias de máscaras com prêmios e troféus; uma Área de Autógrafos; uma Mostra de Arte; e Avaliações de Portfólio, reunindo aspirantes a artistas com grandes empresas. (COMIC-CON,2020)

Desde o início, os fundadores do SDCC queriam incluir não apenas histórias em quadrinhos, mas também muitos aspectos diferentes da cultura pop, incluindo

filmes e ficção científica/literatura de fantasia. Eles sabiam que a comunidade que eles pertenciam era diversificada e que eles teriam que fazer o possível para “saciar” a demanda deste público. Segundo Floss (2013), o primeiro painel de Hollywood no SDCC foi, apropriadamente, sobre Star Wars. Charles Lippencott, diretor de marketing do filme, mostrou slides do filme para o público presente naquele dia.

O evento também abre portas para os iniciantes no meio audiovisual, dando visibilidade e oportunidades de conhecer mais pessoas amantes deste grupo geek/nerd, assim como empresas do meio que descobrem novos talentos nestes eventos. O evento é também composto por eventos menores, incluindo a Comic Book Expo, que é a feira oficial para a indústria de quadrinhos; o ProCon, um evento anual para profissionais criativos da indústria de quadrinhos; e o Con/Fusion, que oferece o melhor da ficção científica e histórias em quadrinhos.

Na Figura 11, vemos os corredores cheios da San Diego Comic-Con, não sendo considerada apenas para os amantes de quadrinhos, cinema e fãs de cultura pop.

Figura 11. SDCC 2019



Fonte: S.Paulo (2019)

3.1.2 DC FAN DOME

"O que poderíamos inventar para realmente colocar os fãs no centro de uma experiência que poderia ser dinâmica e significativa para eles?" – VARIETY (2020).

Os repetidos cancelamentos de eventos em todo o mundo devido à pandemia da Covid-19, as empresas decidiram mudar o formato dos eventos para atender a demanda, tornando-o um evento virtual. Com o cancelamento da San Diego Comic Con, a Warner Bros. preparou um evento para divulgar suas novidades, intitulado DC FanDome, um encontro virtual gratuito para fãs de DC Comics¹⁸. Na Figura 12, vemos o logo do evento, criado especificamente para o formato on-line com o objetivo de divulgar as novidades da empresa, que seria divulgado na San Diego Comic-Con do ano de 2020.

Figura 12. DC FANDOME



Fonte: Nerd (2020)

Os organizadores do evento inovaram com diversos “espaços” para os participantes do evento on-line. Sempre priorizando a saúde dos fornecedores, convidados e público, sendo um dos primeiros eventos on-line realizado do segmento geek/nerd.

¹⁸ **DC Comics:** A DC Comics é uma editora norte-americana subsidiária da companhia WarnerMedia situada em Burbank, Califórnia, especializada em histórias em quadrinhos e mídias relacionadas, sendo considerada uma das maiores companhias ligadas a este ramo no mundo. A empresa detém a propriedade de muitos dos mais famosos personagens como: Batman, Superman, Mulher-Maravilha, Mulher-Gato, Supergirl, Batgirl, Batwoman, Robin, Flash, Cyborg, Aquaman, Átomo, Lanterna Verde, Liga da justiça, entre outros. Por décadas, a DC Comics tem sido uma das maiores companhias de histórias em quadrinhos dos Estados Unidos e do mundo.

Subdivididos em “Mundos Satélites”, os participantes da DC Fandome escolhiam em qual universo gostaria de entrar e interagia com os painéis virtuais. Na Figura 13, vê-se como foi apresentado o evento ao público, que inicialmente no formato presencial seria dividido em painéis ou estandes das empresas participantes de um evento geek/nerd tradicional.

Figura 13. "Mundos-Satélites" - Dc FanDome



Fonte: City (2020)

Segundo Nerd (2020), a experiência inovadora aconteceu no dia 22 de agosto, num sábado com transmissão pelo site oficial do evento. O primeiro evento virtual da DC esteve disponível para todos os fãs ao redor do mundo por 24 horas com mais de 100 horas de conteúdo com 10 idiomas, incluindo inglês, francês, coreano, espanhol, japonês, italiano, alemão, português do Brasil e chinês. Fazendo assim, diversos fãs ao redor do mundo assistirem o evento.

Ao todo, o evento contou com “áreas” diferentes disponíveis que contarão com conteúdo exclusivo para todos os fãs e amantes de diversas séries da DC Comics. O

Hall dos Heróis é o epicentro do evento, cercado de outros cinco “mundos-satélites”: *DC WatchVerse*, *DC YouVerse*, *DC KidsVerse*, *DC InsiderVerse* e o *DC FunVerse*.

Forneceu-se para o participante do evento, uma experimentação dos painéis. Trazendo dinâmica e revezamento de público dentro dos painéis, pedindo apenas para os usuários fazerem um cadastro simples e oferecendo experiências únicas mesmo em formato virtual, como o Meet and Greet¹⁹ com um artista que gosta, conversa com o diretor e roteirista de um filme que ele aguarda o lançamento, lançamentos de jogos, cosplayers, entre outros.

Com painéis em formato on-line, permitiu-se uma experiência totalmente diferente para os fãs, mesmo com a pandemia²⁰, com conversas transmitidas ao vivo com um apresentador e os convidados de cada painel. Isto sempre respeitando as regras de distanciamento social, sem perder o ar de geek/ nerd do evento presencial. Diversas novidades foram reveladas, como *The Batman*, *Mulher-Maravilha*, detalhes do esperado Snyder Cut²¹ de *Liga da Justiça*, entre muitos outros títulos. O elenco, os criadores de títulos como *Esquadrão Suicida*, *Shazam!* e *Adão Negro* conversarão com o público, assim como diversas outras produções da DC.

Um painel bastante aguardado pelo público do evento foi o painel do filme *Mulher Maravilha 1984*. Dirigido por Patty Jenkins, teria o lançamento previsto e foi adiado graças a pandemia do Covid-19 no mundo inteiro. Para evitar aglomerações, os atores se juntaram para divulgar o filme no painel da DC Fan Dome. Os participantes relataram suas experiências gravando o filme, curiosidades, o que esperam do público e enfatizando para os fãs ficarem seguros em casa durante a pandemia. O filme *Mulher Maravilha 1984*, foi o primeiro filme que estreou no Streaming e nos cinemas, revolucionando a forma de divulgação dos filmes no mundo todo, devido a pandemia.

¹⁹ **Meet and Greet:** o Meet & Greet (encontrar e cumprimentar) é um pacote que te dá direito a tirar uma foto ao lado do seu ídolo, geralmente antes ou depois de algum show, apresentação ou até sessão de autógrafos. .

²⁰ **Pandemia:** Uma pandemia ocorre quando uma doença se espalha por uma grande quantidade de regiões no globo, ou seja, ela não está restrita apenas a uma localidade, estando presente em uma grande área geográfica. Nem todas as doenças podem causar uma pandemia, entretanto, algumas podem espalhar-se rapidamente e causar a contaminação de milhares de pessoas. O caso mais recente em nossa história é a pandemia de COVID-19, decretada em 2020.

²¹ **Snyder Cut:** Versão do Diretor Zack Snyder para o filme *Liga Da Justiça*, filme de 2017, aos olhos do mesmo. A tão aclamada “Versão do diretor” que traria o sucesso para uma trilogia dos heróis da Liga da Justiça. O termo “*versão do diretor*” foi praticamente substituído pela campanha online “*Release The Snyder Cut*” (“*liberem a versão de Snyder*”, em português), que pede à Warner o lançamento da versão originalmente planejada pelo diretor Zack Snyder para *Liga da Justiça*.

O evento contou interações ao vivo com os atores e o público com perguntas vindas diretamente do chat da plataforma ou elaboradas pelos próprios apresentadores do evento. Na Figura 14, vê-se o painel virtual do filme Mulher Maravilha 1984, com os atores e a diretora Patty Jenkins.

Figura 14. Painel Mulher Maravilha- DC FanDome



Fonte: Nerd (2020)

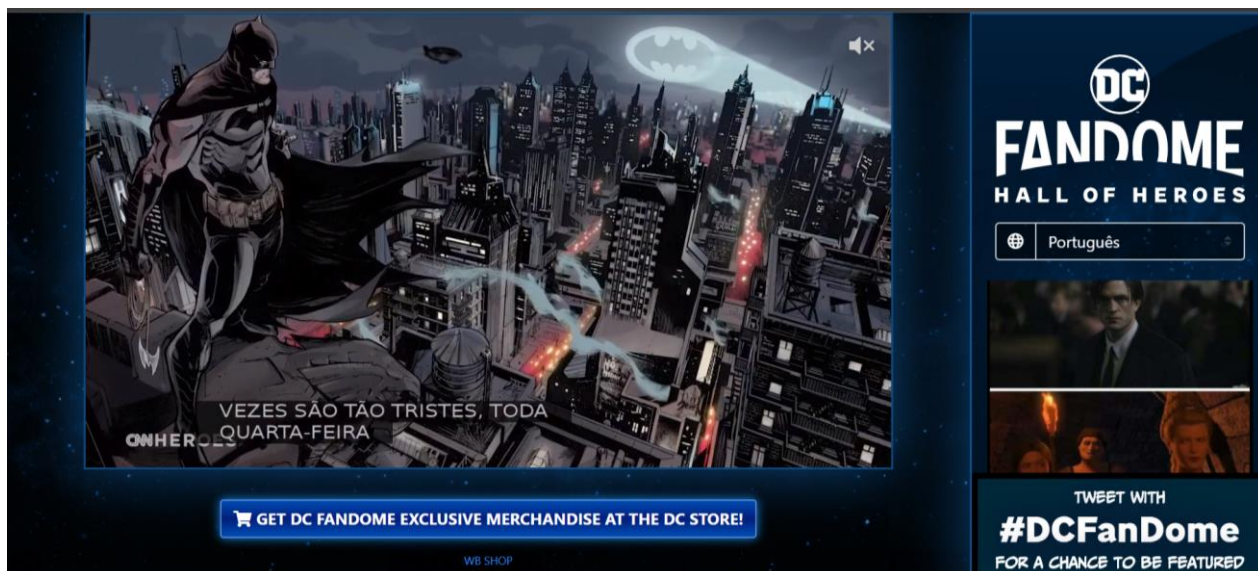
O evento contou com diversas opções para os participantes como escolha de idioma, tradução simultânea, venda de itens colecionáveis para os fãs disponíveis a qualquer momento e botões de interação com as redes sociais do evento. Outra forma de engajar o seu público presente, os apresentadores sempre divulgavam outros painéis, interligando todo o seu conteúdo e chamando a atenção dos participantes, fazendo com os mesmos não ficassem apenas em apenas um conteúdo ou permanecerem para próximos painéis.

Juntamente com painéis óbvios que cobrem os próximos filmes, séries de TV e videogames da DC — incluindo projetos que ainda não começaram a ser produzidos, como "Black Adam" e "Shazam: Fúria dos Deuses" — o DC FanDome também contou com vários painéis com foco em diferentes aspectos da representação minoritária dentro do universo DC, um compromisso que se levou aos 14 anfitriões do evento de 13 países. VARIETY (2020).

Segundo Variety (2020) o evento DC FanDome: Hall of Heroes gerou 22 milhões de visualizações em 220 países e territórios ao longo de suas 24 horas de duração, através do player interno, transmissões ao vivo por influenciadores de quadrinhos e outros conteúdos gerados pelos fãs que assistem ao evento.

Na Figura 15, destaca-se como era a interface do evento durante o decorrer das atrações. Com propagandas dos patrocinadores e escolha de linguagem para o público.

Figura 15. Site DC FanDome no momento do Evento



Fonte: Autora (2020)

3.1.3 STAR WARS CELEBRATION

Trata-se de um evento geek/nerd destinado exclusivamente para um dos maiores símbolos desse público tão diverso. O Star Wars Celebration ocorre em várias cidades do mundo, para celebrar essa saga tão consagrada no meio audiovisual e que é repassado de geração em geração. Star Wars começou em 1999, quando a *Lucasfilm*²² ajudou a realizar a Star Wars Celebration em Denver, Colorado para celebrar o lançamento de *Star Wars Episódio I: A Ameaça Fantasma*.

Para os amantes da saga do mundo inteiro, se reunirem em um mesmo local para celebrar a maior saga de todos os tempos, um marco cinematográfico atemporal que marcou gerações inteiras.

²² **LucasFilm:** *Lucasfilm Limited* é uma empresa produtora de filmes e televisão, adquirida pela Disney, em 2012 e fundada por George Lucas, em 1971. Está localizada em São Francisco, Califórnia. A empresa é mais conhecida por produzir os filmes da saga Star Wars, e outros sucessos de bilheteria, como a franquia Indiana Jones, bem como a sua liderança no desenvolvimento de efeitos especiais, som e animação digital no cinema.

Em outubro de 2012 foi comprada pela The Walt Disney Company por 4 bilhões de dólares. Após a The Walt Disney Company anunciar a compra da produtora, anunciou juntamente o lançamento de um sétimo episódio para a franquia Star Wars que foi lançado em 2015.

Os eventos subsequentes foram realizados para *O Ataque dos Clones* e *A Vingança dos Sith*, bem como honrar o 30º aniversário da liberação dos três filmes originais. O evento tem sido realizado anualmente desde 2015, em vários locais ao redor do mundo além dos Estados Unidos. Como por exemplo em Indiana, Los Angeles, Londres, Orlando, Japão e Alemanha. Vê-se na Figura 16, o flyer de divulgação do evento de 2019, com todos os personagens desde a geração original até a mais nova.

Figura 16. Star Wars Celebration



Fonte: Controle (2019)

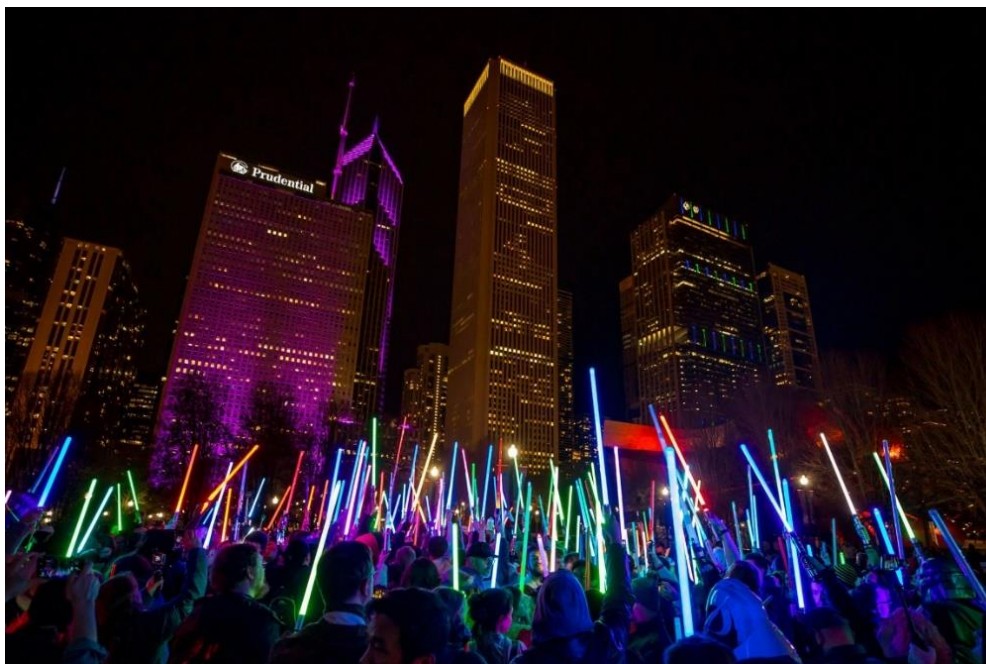
Segundo Fair (2019), última edição do evento foi realizada em McCormick Place, em Chicago, Illinois, nos dias 11 de abril a 15 de abril. Contou com a presença de cerca de 65.000 pessoas. Número que não conseguiu bater a edição de 2017 realizada em Orlando, Florida que é de 70.000 participantes. Um evento deste porte, sobre esse universo tão vasto quanto Star Wars, fazem com que os participantes não se sintam apenas como retratados nos filmes, mas sim uma experiência imersiva que ficará para a vida toda. Star Wars passa de geração em geração e no evento em si vê-se diversas gerações com gosto em comum pela saga.

É possível descrever a Star Wars Celebration como um evento de fãs como tantos que existem pelo mundo. Em uma análise superficial, funciona como uma típica Comic Con: muitos visitantes dedicados lotando corredores de um grande pavilhão, dezenas de estandes com atrações e muito merchandising para se gastar dinheiro, painéis concorridos sobre lançamentos com a presença de celebridades e cosplayers coloridos desfilando pelos corredores. Você já viu esse filme antes. Mas no caso da Star Wars Celebration, há uma diferença crucial e óbvia: tudo a respeito do evento tem a ver com o mundo de Star Wars. E como se trata da marca mais importante e duradoura da

cultura pop, dá para imaginar que assunto, fãs e devoção não faltam em um acontecimento como esse. (CINEMA, 2019)

Na Figura 17, observa-se que os participantes do evento são bastante engajados, vindo ao evento á caráter dos seus personagens favoritos da saga e principalmente com o símbolo de Star Wars, sabre de luz.

Figura 17. Star Wars Celebration – Sabres de Luz



Fonte: Wars (2019)

A edição de 2019 contou com diversos lançamentos, prévias e principalmente o lançamento do trailer do último filme da saga Star Wars, *A Ascensão de Skywalker*. O evento contou com anúncios de novos produtos colecionáveis da marca Star Wars para o público, jogos de vídeo game e conteúdos audiovisuais para a *Disney Plus*, como *The Mandalorian*²³. Pela primeira vez na história, o evento de 2020 foi cancelado e adiado para 2022. Devido a pandemia do novo Corona Vírus, não sendo realizado em formato on-line como outros eventos da mesma tipologia.

Na Celebração de Star Wars, a saúde e a segurança de nossos fãs, participantes, expositores, convidados e funcionários é sempre nossa prioridade número um", disseram os organizadores do evento em

²³ **The Mandalorian**: é a primeira série derivada em *live-action* de *Star Wars*. Transmitida pela Disney+, a produção mostra um caçador de recompensas viajando pela galáxia após os acontecimentos mostrados em *O Retorno de Jedi*. Criada por Jon Favreau, a série é estrelada por Pedro Pascal. A serie foi bem recebida pelo publico e pela crítica.

um comunicado na segunda-feira. "Devido ao impacto global do vírus COVID-19 e ao falar com autoridades locais e estaduais sobre as últimas diretrizes de saúde pública relacionadas a convenções internas, tomamos a decisão de cancelar a celebração de Star Wars para 2022. (VARIETY, 2020)

Star Wars é uma produção audiovisual atemporal, sendo passada de geração em geração. Com isso, o evento conta com diversos tipos de público adultos, crianças, adolescentes e até idosos. Não sendo estipulado uma idade específica neste público e inclusive nos eventos. Sendo feitos produtos que atendem todos os públicos com a marca do Star Wars presente no mundo inteiro.

Pode-se observar o quanto os fãs são engajados com o tema e ativos em tudo o que é relacionado a saga. A presença dos capacetes característicos de personagens comprova o quanto os fãs são apaixonados por toda a criação de conteúdo seja ela da antiga geração até as atuais, como a *The Mandalorian*. Na Figura 24, mostra-se um painel durante a edição de 2019, a última edição presencial até o momento.

Figura 18. Fãs na Star Wars Celebration



Fonte: Wars (2019)

3.2 EVENTOS GEEKS NO BRASIL

Sem ser distinto de outros países, os eventos geeks realizados em terras brasileiras surpreendem com o seu número de participantes a cada edição que se é realizada. O público do Brasil não é muito diferente do resto do mundo, consumindo o mesmo conteúdo e até em proporções e paixão maiores que outros países, o tornando o país um mercado geek bem lucrativo. O público brasileiro é sempre participativo nos eventos seja ele presencial ou on-line, principalmente nas redes sociais dos atores, empresas, patrocinadores, para sempre incluírem os brasileiros em suas propostas. Como pode ser observado na Figura 19, podemos observar o público engajado nos eventos geeks/nerds.

Figura 19. Cosplayers Homem Aranha



Fonte: Nerd (2020)

Segundo Impacta (2020), a tecnologia atrai muito o público geek. Entre todos os interesses desse grupo, o que mais movimentava dinheiro é o mercado de videogames, que nunca esteve tão bem no Brasil. São cerca de R\$ 2,6 bilhões por ano no país entre compra de jogos novos e usados, aluguéis e downloads.

Para conquistar esse público tão exigente e segmentado, é preciso estar de olho nas tendências do mercado geek e nerd, o consumo de determinado produto muda radicalmente a cada segundo graças a facilidade de comunicação entre os grupos por meio das redes sociais. O mercado tem de se reinventar em meio esta

situação pandêmica atual, principalmente para atingir novos públicos e fortalecer a ligação com os que já existiam no formato presencial.

uma grande oportunidade para a indústria nerd na atual situação, uma vez que, com mais tempo em casa, mais pessoas passaram a consumir esse tipo de conteúdo. “No pós-pandemia, imagino que o mercado geek terá um aumento significativo de novos consumidores”, sugere. Isso, claro, depende das empresas do segmento saberem se adaptar à nova realidade. Para o fundador da SAGA, o principal desafio para todos os modelos de negócio foi a adaptação ao aumento de público no mercado digital, já que muitos consumidores ainda estavam resistentes na aderência de atividades online, sejam elas estudo, trabalho, entretenimento ou consumo. (MODERNO,2020)

3.2.1 COMIC CON EXPERIENCE BRASIL

Comic Con Experience ou *CCXP*, é a “versão brasileira” da San Diego Comic Con, realizada normalmente em dezembro e atrai grande amantes da cultura pop, geek, nerd e gamer, podendo ser considerada um festival multigênero. É organizada pela pelas equipes do site *Omelete*²⁴, da *Piziitoys* e pela agência *Chiaroscuro Studios*. Um evento que define toda a cultura pop, nerd e geek, dividido em quatro dias de evento, proporcionando para seu público pagante e assíduo, entretenimento e informações sobre seu conteúdo favorito como quadrinhos, séries, filmes e até videogames. Na Figura 20, vê-se o logotipo do evento.

Figura 20. Logotipo Comic Con Experience



Fonte: Brasil (2018).

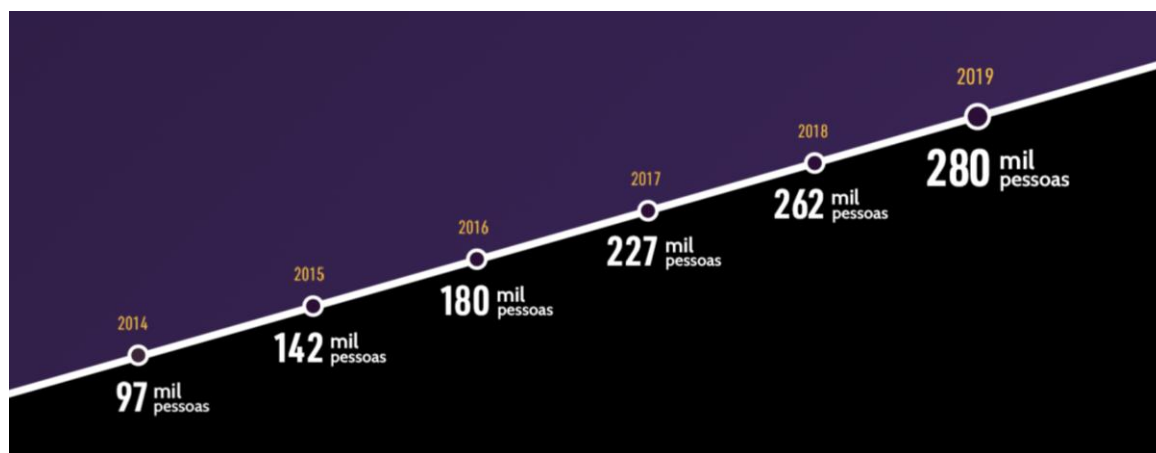
²⁴ **Omelete:** é um site brasileiro de entretenimento que aborda alguns temas da cultura pop como cinema, HQs, música, televisão e jogos eletrônicos. Criado em 29 de junho de 2000 por Érico Borgo (crítico de cinema e designer gráfico), Marcelo Forlani (crítico de cinema e publicitário) e Marcelo Hessel (crítico de cinema e jornalista) com conteúdo inicialmente voltado aos fãs de quadrinhos, o site cresceu — em 2007 possuía uma estimativa de 120 mil visitas diárias — e atualmente conta com diversos colaboradores e colonistas.

O evento conta com diversas parcerias de várias empresas do Brasil e do mundo como Disney, Warner, Netflix, Amazon Prime Vídeo, Sony, HBO e muitos outros. Sempre em busca de renovação e painéis de destaque para atrair cada vez mais público pagante e engajamento nas redes sociais.

Mais uma característica especial do nosso mundo é que nele você pode ser o que quiser. A prova disso é que a CCXP é o ambiente ideal para cosplayers expressarem seu hobby e sua arte, além de promover desfiles e um concurso com o maior prêmio da categoria do país. Você pode vir apenas para apreciar ou então para estar na pele do seu personagem favorito. A escolha é toda sua. Daria ainda para falar dos superauditórios, dos estandes das grandes marcas ou do maior shopping geek do mundo, mas a gente acredita que não dá resumir tudo que acontece no evento de cultura pop mais épico do Brasil apenas em um texto. Porque, afinal, o épico não se escreve. O épico se vive. CCXP. Para nós o mundo é assim. (CCXP, 2020)

O evento conta com vários painéis interativos das plataformas de streamings, exposições, venda de colecionáveis, espaço para fotos, entre outras atrações. A CCXP se tornou um dos eventos mais populares do Brasil e até do mundo, superando o número de participantes da San Diego Comic Con. Na Figura 21, destaca-se os números de públicos da Comic Con aumentou de 97 mil pessoas na edição de 2014 para 280 mil pessoas na edição 2019.

Figura 21. Números de público na CCXP ao longo das edições



Fonte: CCXP (2020)

A organização do evento, localização e atrações foram primordiais para o sucesso da CCXP em terras brasileiras. A San Diego Comic Con, inspiração para a CCXP aqui no Brasil demorou quase 30 anos para atingir os números de público, que a CCXP conseguiu em apenas três edições.

Segundo Exame (2017), se o público se multiplicou nos últimos anos, o espaço da convenção também precisou crescer. Em 2014, a feira ocupou 39 mil m² no São Paulo Expo (que na época chamava-se Centro de Convenções Imigrantes). Em 2015, foram 55 mil m² (crescimento de 41%). Já em 2016 e em 2017, a área dedicada à conferência chegou a 115 mil m² (aumento de 194%). O staff também precisou acompanhar esse crescimento: se em 2014 eram 400 pessoas na organização, hoje são 1.200.

Segundo Panrotas (2016), aproximadamente R\$ 200 milhões serão movimentados na capital paulista trazidos por um público composto por 50% da Grande São Paulo e 50% de outros Estados e países.

A CCXP alcançou um lugar de destaque no cenário do entretenimento mundial. Mais uma vez entregamos ao público um festival de qualidade internacional, reconhecido pelos estúdios e que traz para o Brasil conteúdos que vão reverberar pelos próximos meses. Fazer tudo isso pelos fãs e ainda poder gerar emprego e movimentar a economia são coisas que tornam tudo isso ainda mais incrível. Estamos entregando mais um evento épico e já pensando na edição de 2020 (AMIGOS, 2019).

A edição de 2019 somou quase 160 horas de puro entretenimento geek/ nerd para os participantes do evento, com programações e ações variadas de mais de 80 marcas. Na Figura 22, vê-se um dos painéis da edição de 2019, que pela primeira vez em toda a história do evento, os ingressos foram esgotados, muito antes da data de realização.

Figura 22. Painel CCXP



Fonte: Omelete (2019)

3.2.2 BRASIL GAME SHOW

O mercado gamer mundial só cresce a cada ano, assim como os eventos gamers que também entram na tipologia de eventos geeks/nerd. Com a BGS não é diferente, a cada ano que passa vários amantes de games comparecem no evento. Segundo Tudo (2013), o evento atingiu 30 mil pessoas em 2010, tornando-se o mais importante do segmento na América do Sul. Em 2011, a audiência duplicou para cerca de 60 mil pessoas, passando a ser o maior evento de videogames da América Latina.

“No final de 2008 eu percebi que estávamos há três anos sem nenhuma feira de games no país, e achei que era o momento de criar um novo evento (...) Acho que o Brasil já perdeu tempo demais como um mercado secundário da indústria de games. Temos que aproveitar este momento e conquistar o merecido espaço no cenário mundial”. (TUDO, 2013)

Segundo Investe (2019) no Brasil, o mercado de games movimentou US\$ 1,5 bilhão no ano passado, cerca de R\$ 5,6 bilhões, segundo dados da consultoria Newzoo. No ranking mundial, a pesquisa aponta que o Brasil é o 13º maior mercado e lidera entre os latino-americanos. Na Figura 23, vê-se a identidade visual do evento.

Figura 23. BGS-Brasil Game Show



Fonte: Nerd (2019)

Uma das maiores feiras de games, *Brasil Game Show (ou BGS)*, é uma feira anual de videogames, atualmente realizada em São Paulo, Brasil. Tendo como atrações lançamento de vídeo games, o público presente pode testar novos produtos e tecnologias antes mesmos deles serem lançados, painéis com criadores de jogos, estandes com a principais empresas do ramo, também com campeonatos de E-Sports²⁵, atraindo um público diverso ao longo das edições.

²⁵ **E-Sports:** termo usado para as competições organizadas de jogos eletrônicos, especialmente entre os profissionais. A crescente disponibilidade de plataformas de streaming de vídeo on-line, especialmente a Twitch tornaram-se centrais para competições de e-Sports atuais.

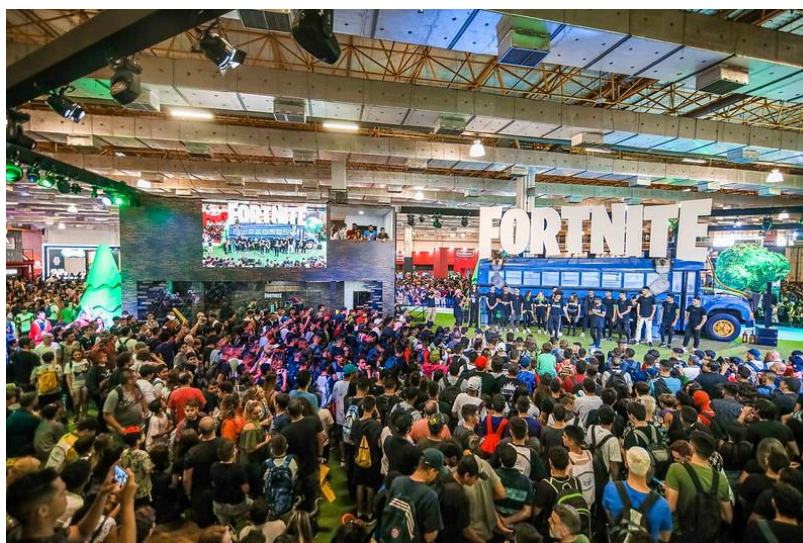
A BGS tem um DNA essencialmente gamer e é uma feira diferente de tudo o que existe no segmento. A cada edição apresenta mais atrações para o público se divertir e fortalece o slogan “Aqui se joga_” com milhares de estações, sejam máquinas arcade, plataformas mobile, PCs, óculos de realidade virtual, consoles, board games, card games ou qualquer outra forma jogar. A BGS é também uma excelente oportunidade de negócios que atrai investidores, empresários e profissionais do mercado de games e tem uma forte preocupação social, tendo arrecadado e doado mais de 400 toneladas de alimentos ao longo de suas 12 edições. (SHOW, 2020)

Segundo Hub (2020), desde 2016, houve um aumento significativo de espectadores de eSports – tanto espectadores ocasionais quanto entusiastas, ou seja, espectadores que assistem regularmente. Entre 2018 e 2019, houve um aumento de 12,3% em relação ao ano anterior. Em 2019, foram 245 milhões de espectadores casuais e 198 milhões de entusiastas, totalizando 443 milhões de espectadores. Em 2020, foram 272 milhões de espectadores ocasionais e 223 milhões de entusiastas. Assim, o tamanho total da audiência cresceu para 496 milhões, quase meio bilhão de seguidores nos eSports.

Na última edição presencial, segundo Net (2019), Playstation, Nintendo e Xbox estão presentes com seus estandes, além de WB Games, Epic Games e Free Fire traz um estande próprio. A Playstation trouxe para a BGS 2019, os mais esperados pelo público, Fifa 20 e Call of Duty: Modern Warfare.

Na Figura 24, vê-se o público na edição de 2019, o evento contou com vários destaques e entretenimento para seu público pagante, como campeonatos ao vivo, estandes das maiores empresas do entretenimento, lançamento de jogos, testes de lançamentos, venda de produtos, entre outros.

Figura 24. BGS



Fonte: Exame (2020)

3.2.3 ANIME FRIENDS

Anime Friends é um evento brasileiro destinado a animes²⁶, mangás²⁷ e principalmente a cultura japonesa em geral. Sua primeira edição foi em 2003 e está até hoje em destaque, sendo um dos maiores eventos destinados a cultura japonesa realizado no Brasil. Na sua última edição presencial, segundo Quântico (2019), foi constatado que 60 mil pessoas ao todo marcaram presença no Anhembi, o que movimentou mais de R\$ 17 milhões de reais. Na Figura 32, vê-se o banner de divulgação junto com o logotipo do evento.

Figura 25. Anime Friends



Fonte: Set (2019)

²⁶ **Animes:** é o nome dado para o tipo de desenho animado produzido no Japão. O anime é confundido erroneamente como um gênero de animação, quando na verdade é apenas um meio, já que pode apresentar inúmeros tipos diferentes, como infantil, terror, romance, comédia, aventura, erótico, ficção científica etc. No Brasil, os animes começaram a fazer bastante sucesso a partir de meados da década de 1980. Entre os títulos mais populares está Dragon Ball, Naruto, Cavaleiros do Zodíaco, Sakura Card Captor, Pokémon, Digimon, Sailor Moon, Death Note, One Piece e vários outros.

²⁷ **Mangás:** Mangá é o nome dado às histórias em quadrinhos de origem japonesa. A palavra surgiu da junção de dois vocábulos: “man” (involuntário) e “gá” (desenho, imagem). Ou seja, mangá significa literalmente “desenhos involuntários”. Os mangás possuem características distintas que os difere dos estilos de quadrinhos de outras partes do mundo, sobretudo dos comics americanos, a começar pela representação gráfica. A ordem de leitura dos quadrinhos japoneses é diferente daquela que estamos acostumados. Uma HQ japonesa começa onde seria o fim de uma publicação ocidental. Além disso, o texto é disposto da direita para a esquerda. O estilo de traço também difere dos gibis de outros país. Os personagens dos quadrinhos japoneses sempre têm olhos grandes e corpos esguios.

O evento conta com diversas atrações como shows, presenças especiais de dubladores, ícones da cultura japonesa, cosplays, workshops e cursos, e ainda com stands e lojas de produtos específicos relacionados a anime e mangá.

A ideia do Anime Friends surgiu em uma conversa de amigos dentro de uma escola de desenho. Como eu já mexia com eventos e gostava de mangá, tentei me aventurar fazendo um evento segmentado de mangá e anime. Inclusive o nome surgiu de uma conversa no Mc Donalds da Radial Leste. Reunimos as pessoas que realmente gostavam de anime, são fortes no meio e tinham uma influência bacana dentro desse mundo mágico do mangá e do anime e conseguimos fazer o primeiro Anime Friends. Criamos uma expectativa chamando artistas internacionais, que todo mundo achou impossível. (SIMON, 2015,p.58)

Hoje, o conteúdo audiovisual asiático está mais disseminado do que nunca na sociedade brasileira e no mundo. Diversos conteúdos produzidos no Japão são exibidos na televisão há muitos anos, sendo alguns tendo presença na infância de diversas crianças até hoje. Um exemplo clássico é o Pokémon,²⁸ mesmo criado em 1996, ainda é bastante popular em 2021, seja por filmes, séries, jogos, produtos licenciados, entre outros.

Acredito que o anime seja importante porque é o primeiro contato que se tem com o Japão. Parte da população ainda tem visão estereotipada, geralmente por não ter o contato com o conteúdo. Os mais jovens, por outro lado, não enxergam dessa forma. O encontro busca tirar a ideia dissimulada do conteúdo audiovisual asiático e mostrar as diversas possibilidades da animação. A internet nos permite ver as culturas no mundo como mais complexas do que os preconceitos. (UNIVERSIDADES, 2019, s.pag)

Na edição de 2019, as principais atrações do evento ocorreram em 5 locais: no Palco Principal, no Palco Anime, no Auditório 1, no Auditório 2 e na Arena K-pop. A concretização do evento conta com vários fãs e entusiastas nos painéis oferecidos pelas empresas no evento e até concursos cosplay. Com o sucesso desde sua primeira edição do evento, os organizadores criaram a Anime Friends Tour para o Rio de Janeiro. Um destaque importante do evento e que atraem diversos entusiastas, são os concursos de Cosplays. Sempre com interação com o público, sendo os mais

²⁸ **Pokemón:** Pokémon (ポケモン Pokémon) é uma franquia de mídia que pertence a The Pokémon Company, tendo sido criada por Satoshi Tajiri em 1995. Ela é centrada em criaturas fictícias chamadas "Pokémon", que os seres humanos capturam e os treinam para lutarem um contra o outro como um esporte. A franquia começou com um par de jogos lançados para o Game Boy original, desenvolvidos pela Game Freak e publicados pela Nintendo. Atualmente, a franquia se estende em jogos, cartas colecionáveis, séries de televisão, além de filmes, mangás e brinquedos. Pokémon é a segunda franquia de mídia de jogos mais bem sucedida e lucrativa do mundo, atrás da franquia de Mario que também pertence a Nintendo.

votados pelo público, ganhando prêmios no final do concurso. Mesmo sem participar de concurso oferecidos pela organização do evento, os participantes comparecem representando um anime, mangá que eles gostam, como podemos observar na Figura 26.

Figura 26. Cosplayers Anime Friends 2019



Fonte: Game (2019)

3.2.4 CAMPUS PARTY BRASIL

A Campus Party Brasil é um evento tecnológico derivado do festival com o mesmo nome, a melhor experiência tecnológica do mundo que acontece em torno de um festival de inovação, criatividade, ciências e empreendedorismo. Segundo Educação (2021), a Campus Party é reconhecida como o maior evento de entretenimento eletrônico em rede ligado à inovação, ciência e criatividade do mundo. Na Figura 27, vemos o logotipo que compõe o evento.

Figura 27. Campus Party



Fonte: Anhembi (2018)

O evento reúne muitas comunidades e usuários da rede mundial de computadores envolvidos com tecnologia e cultura digital. Segundo Party (2020), com mais de 80 edições em todo o mundo, a Campus Party é a maior experiência internacional baseada em inovação, pensamento disruptivo e criatividade. É o catalisador que reúne empresas visionárias, pessoas excepcionais, comunidades unidas, instituições públicas, privadas e de ensino, para formar uma única comunidade global. O evento é referência nesta tipologia de evento e é vista com bons olhos pelos amantes de programação do mundo inteiro, atraindo diversos públicos no local em que é realizada. Para organizar e facilitar a participação das pessoas, o evento é dividido em quatro Zonas principais: Inovação, Criatividade, Ciência e Entretenimento Digital. Dentro das Zonas, são encontradas as Áreas de Conteúdos onde ocorrem efetivamente as atividades programadas.

Com oitenta e três edições em todo o mundo, a Campus Party é a maior experiência internacional baseada em inovação e criatividade. É o catalisador que reúne empresas corajosas, pessoas visionárias, comunidades unidas, universidades e instituições de ponta para formar uma comunidade global. É o ponto de referência para as novas gerações sobre questões do futuro e o uso consciente da tecnologia para mudar o mundo. (PARTY, 2020, s.pág).

A circulação dos "campuseiros"²⁹, é livre entre estes espaços. Cada uma das Áreas de Conteúdos conta com um assessor e uma equipe responsável por organizar palestras, debates, competições e outras atividades relacionadas à tecnologia. Um evento que alcança proporções gigantes, são 6 dias de evento, 24 horas por dia, com mais de 750 horas de conteúdo em um ambiente dinâmico, interativo e tecnológico, com 40 GB de internet disponível para seus usuários.

São 22 anos, 83 edições, 15 países, 03 milhões de participantes e uma comunidade global online de mais de 700.000 campuseiros. A Campus Party é um festival de inovação, tecnologia e criatividade, tendo em seu core a missão de reunir as mentes mais brilhantes em um só lugar, conectar pessoas, comunidades e instituições durante uma semana, tudo para trocar e compartilhar conhecimento e mudar o código fonte do mundo. Somos parte de uma transformação global em que ideias são tiradas do papel e viram projetos concretos, que contribuem para a melhora de problemáticas econômicas e sociais. Nós somos o futuro! (PARTY, 2020, s.pág).

²⁹ **Campuseiros:** Participantes do evento Campus Party.

Na Figura 28 vê-se como os participantes dormem durante o evento. Como são 6 dias de evento, alguns participantes dormem ali mesmo num local fornecido pela organização, com barracas. Essa forma é bem comum entre os participantes.

Figura 28. "campuseiros" - Campus Party



Fonte: Públicas (2018)

Segundo Party (2020), é um espaço onde especialistas do mundo todo em diversas áreas dividem conhecimento e experiências com campuseiros, criando e inspirando novas soluções para o nosso dia a dia e para o nosso futuro. Através de palestras, workshops e diversas atividades, quem está no Campus Party é exposto à um novo Universo no que diz respeito a comunidades e tecnologia. Para mergulhar de cabeça em todo o conteúdo que será ministrado durante o evento, o campuseiro tem a opção de ficar acampado durante todo o decorrer dos dias de evento.

Em sua edição de 2019, segundo Cryptoid (2019), ao final depois de mais de mil horas de atividades, ostentando grandes resultados: doze mil campuseiros, sendo 8 mil acampados, e mais de 130 mil pessoas presentes na Open Campus, o espaço gratuito do evento, nos seus cinco dias de funcionamento.

O evento contou com uma campanha criada pelos próprios organizadores do evento com parceria com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações e Comunicações (MCTIC). Segundo Cryptoid (2019), culminou na arrecadação de mais de 20 toneladas de resíduos eletrônicos, tais como monitores, CPUs, impressoras, teclados, aparelhos celulares e de ar-condicionado, caixas de som, notebooks e outros acessórios de informática. Todos os resíduos arrecadados serão levados para

os Centros de Recondicionamento de Computadores do MCTIC e, posteriormente, doados a pontos de inclusão digital, como bibliotecas, escolas públicas e telecentros espalhados em todo o território nacional. Na Figura 29, vemos o decorrer do evento.

Figura 29. Campus Party Brasil



Fonte: Negócios (2015)

3.2.5 JUND COMICS

Um dos maiores eventos com temática geek/ nerd na região de Jundiaí. Realizado com parceria com a Prefeitura de Jundiaí, Secretaria da Cultura e sendo realizado no Sesc, tornando assim referência na região. E o principal: entrada gratuita. Na Figura 30, vê-se o logotipo do evento.

Figura 30. Jund Comics



Fonte: Comics (2020)

Segundo Sesc (2020), A *JundComics* destaca-se como um tradicional evento de cultura Nerd & Geek em Jundiaí. Essa convenção, realizada desde 2000 por agitadores culturais locais e por um coletivo de quadrinistas da cidade, propõe encontros e reflexões sobre games, quadrinhos, filmes, livros e séries.

O evento conta com concurso de cosplay para todas as idades, tanto adultos quanto crianças, área para artistas independentes com destaque para artistas da região, quadrinistas, ilustradores, autores e escultores. Traz também a interação de artista com o seu público diretamente. O evento também conta com a venda de produtos colecionáveis, artes feita pelos expositores, entre outros.

O evento conta com diversos conteúdos geek/nerd para o público de Jundiaí e região, sendo muito semelhante ao formato dos principais eventos geeks mundiais, como a Comic Con Experience. Trazendo figuras importantes para o geek/nerd da região de Jundiaí e do Brasil. O evento já foi realizado no Sesc de Jundiaí e No Parque da Uva, contou com diversas atrações e participação do público em todos os dias do evento. Na Figura 31, vemos uma atração do evento, os Cosplayers. Que estão presentes em todo o decorrer do evento, para tirar fotos e principalmente interagir com o público.

Figura 31. Cosplayers JundComics



Fonte: Região (2019)

O evento já contou com diversas atrações importantes no mundo Geek/ Nerd atual, como Guilherme Briggs³⁰e Wendel Bezerra ³¹. Com palestras sobre dublagem, cultura geek/nerd, entretenimento e um espaço de perguntas e respostas entre o palestrante e o público. O evento conta com a presença outros artistas da região de Jundiaí e região, desenhistas, ilustradores, entre outros. Uma das maiores palestras do evento, contou com o dublador Wendel Bezerra que lotou o ginásio do Sesc Jundiaí, como pode-se observar na Figura 32.

Figura 32. Wendel Bezerra na JundComics



Fonte: Comics (2020)

Em 2020, o evento foi adiado devido a pandemia do novo Corona Vírus. A organização do evento decidiu fazer um concurso cosplay virtual para seu público, valendo prêmios aos vencedores e conversas sobre o mundo geek/nerd. Os organizadores propuseram ao público que tivesse interesse no concurso, o envio de um vídeo vestido com o seu cosplays. Os melhores ganharam prêmios em dinheiro.

por ser uma novidade, rolou uma certa dificuldade pro pessoal gravar seus vídeos. Mas a emoção de quem participou, as mensagens recebidas agradecendo por termos realizado isso e que pra algumas pessoas havia sido o motivo de sorrir naquela semana, foi muito, mas muito gratificante. (NINGUEM, 2021)

³⁰ **Guilherme Briggs:** é um ator, dublador, diretor de dublagem, locutor, tradutor, desenhista, youtuber e blogueiro brasileiro. Alguns dos seus trabalhos mais conhecidos são: Buzz Lightyear em Toy Story, Toy Story 2, Toy Story 3 e Toy Story 4, Cosmo em Os Padrinhos Mágicos, Ross na série Friends, Thranduil na trilogia "O Hobbit", Optimus Prime na quintologia Transformers, Superman em Liga da Justiça, entre outros.

³¹ **Wendel Bezerra:** é um ator, dublador, diretor de dublagem, locutor e *youtuber* brasileiro, na área desde os oito anos de idade. Também dirige a dublagem de séries e filmes. Entre seus trabalhos mais famosos, estão a dublagem de Buddy Valastro (de Cake Boss), de Goku (Dragon Ball, Dragon Ball Z, Dragon Ball GT, Dragon Ball Kai, Dragon Ball Super, Dragon Ball Z - A Batalha dos Deuses, Dragon Ball Z - O Renascimento de Frieza, Dragon Ball Super: Broly), Bob Esponja (de Bob Esponja Calça Quadrada), entre outros.

4 MUDANÇA DO PRESENCIAL AO ON-LINE

A pandemia do novo Corona Vírus mudou a rotina do mundo inteiro, fechou fronteiras entre os países, cancelou os eventos, houve necessidade de lockdown³² em diversas cidades do Brasil e do mundo. O uso da máscara é obrigatório para toda a população para ir para locais públicos como supermercados, transportes públicos, igrejas, hospitais, entre outros. Seguindo todas as medidas de isolamento social imposta pelas unidades governamentais de cada município. As medidas de restrições cancelaram todo o tipo de aglomeração de pessoas, seja em eventos, festas, bares, restaurantes, comércios, entre outros exemplos.

4.1 PANDEMIA DO NOVO CORONAVIRUS

A Organização Mundial da Saúde, mas conhecido pela sigla OMS, declarou que em março de 2020 o mundo vivia em uma pandemia do novo coronavírus. Segundo Cruz (2020), pandemia é a disseminação mundial de uma nova doença e o termo passa a ser usado quando uma epidemia, surto que afeta uma região, se espalha por diferentes continentes com transmissão sustentada de pessoa para pessoa.

“A OMS tem tratado da disseminação em uma escala de tempo muito curta, e estamos muito preocupados com os níveis alarmantes de contaminação. Por essa razão, consideramos que o Covid-19 pode ser caracterizado como uma pandemia” (CRUZ, 2020).

Segundo Opas (2021) em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Em 30 de janeiro de 2020, a OMS declarou que o surto do novo coronavírus constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) – o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Essa decisão buscou

















³² **Lockdown:** Lockdown é a versão mais rígida do distanciamento social e quando a recomendação se torna obrigatória. É uma imposição do Estado que significa bloqueio total. No cenário pandêmico, essa medida é a mais rigorosa a ser tomada e serve para desacelerar a propagação do novo Coronavírus, quando as medidas de isolamento social e de quarentena não são suficientes e os casos continuam aumentando diariamente.

aprimorar a coordenação, a cooperação e a solidariedade global para interromper a propagação do vírus.

Segundo Saúde (2021), A COVID-19 é uma doença causada pelo coronavírus, denominado SARS-CoV-2, que apresenta um espectro clínico variando de infecções assintomáticas a quadros graves. De acordo com a Organização Mundial de Saúde, a maioria (cerca de 80%) dos pacientes com COVID-19 podem ser assintomáticos ou oligossintomáticos (poucos sintomas), e aproximadamente 20% dos casos detectados requer atendimento hospitalar por apresentarem dificuldade respiratória, dos quais aproximadamente 5% podem necessitar de suporte ventilatório.

Vários países já estão na segunda onda da doença, inclusive o Brasil. Ainda com medidas restritivas variando de estado para estado, alguns declarando estado de calamidade pública por não ter mais leitos de UTI disponíveis e trabalhando com a capacidade total. Na Figura 33, vê-se o quadro atualizado dia 24 de março de 2021 do coronavírus depois de mais de um ano de pandemia.

Figura 33. Painel do Coronavírus da OMS

Nome	Casos - total cumulativo	⇅	Casos - relatados recentemente nas últimas 24 horas	Mortes - total cumulativo	Mortes - relatadas recentemente nas últimas 24 horas	Classificação de transmissão
Global	123.902.242		461,606	2.727.837	8.363	
 Estados Un...	29.537.163 		39,165	537,260	479	Transmissão da comunidade
 Brasil	11.998.233 		47,774	294.042	1.290	Transmissão da comunidade
 Índia	11.686.796 		40,715	160,166	199	Clusters de casos
 Federação ...	4.474.610 		8.457	95.818	427	Clusters de casos
 O Reino Un...	4.301.929 		5,342	126,172	17	Transmissão da comunidade
 França	4.227.202 		15,792	92.094	343	Transmissão da comunidade
 Itália	3.400.877 		24,501	105,328	386	Clusters de casos
 Espanha	3.231.378 		1.961	73.738	27	Transmissão da comunidade

Fonte: Oms (2021)

A evolução de casos confirmados e de mortes pelo novo coronavírus no Brasil foi acompanhada pelo avanço na desinformação propagada nas redes sociais sobre a infecção. Medidas de proteção ainda são essenciais, como lavar as mãos, uso de máscaras faciais, medição de temperatura, manter pelo menos um metro de distância

de outras pessoas, evitar contato direto com outras pessoas, limpeza dos locais com alto nível de aglomeração diário como supermercados, shoppings, lojas entre outros.

4.2 IMPACTO DA PANDEMIA NOS EVENTOS

Com as medidas de prevenção adotadas, o trabalho remoto foi exigido e implantado em diversas empresas, sistema de delivery de alimentos, mercado, além da mudança de formato de eventos presenciais ao on-line. Evitando assim aglomeração de pessoas e diminuindo a contaminação pelo novo coronavírus, trazendo entretenimento para as pessoas confinadas em suas casas.

Segundo Sebrae (2020), a pandemia impactou 98% das empresas do segmento. A pesquisa ouviu prestadores de serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas, além de profissionais cujos trabalhos envolvem aluguel de estruturas como palcos, estandes, iluminação, som, bem como serviços de filmagens, produção fotográfica, bufê de festas, decoração, assessoria cerimonial, seguranças, transporte, agência e operadora de turismo, entre outros.

Responsável por 4,32% do PIB nacional e com movimentação anual de R\$ 1 trilhão, a produção de eventos realiza mais de 590 mil empreendimentos por ano em todo o país. Segundo a Abrape (Associação Brasileira dos Promotores de Evento), com cerca de 300 mil eventos cancelados, a estimativa é de que até o mês de outubro cerca de 840 mil trabalhadores do setor estejam desempregados. Ainda assim, essa realidade não foi suficiente para o Ministério da Economia considerar o setor como uns afetados pela pandemia da Covid-19. (BRAZILIENSE, 2020).

A criatividade e a capacitação dos profissionais em meio a pandemia foram essenciais. Com ações solidárias para arrecadar fundos para instituições de caridade, alimentos e até profissionais do meio que foram demitidos ou viram a sua renda diminuir drasticamente. Ainda que o recurso esteja disponível há tempos e não era tão popular, a transmissão via streaming, conhecida popularmente como live, durante a quarentena decorrente da pandemia do coronavírus, é um fenômeno que tem no Brasil seu principal mercado.

A era das lives foi concretizada graças aos números incríveis alcançados pelo público que acompanhava ao vivo o show do seu artista preferido, com interação artista e público, doações e arrecadações. Além de alguns artistas tomarem a

iniciativa de adequar suas lives para todos os públicos, incluindo a comunidade surda com um intérprete de libras.

Segundo Salt (2021), a era das lives foi concretizada graças aos números incríveis alcançados. O Brasil tem 4 das 5 maiores audiências mundiais do YouTube, sendo Andrea Bocelli o único artista internacional a ocupar o ranking, com sua live transmitida diretamente da vazia Catedral de Milão, na Itália, com pico de 2,8 milhões de pessoas. Em primeiro lugar, está a cantora de música sertaneja Marília Mendonça, como podemos ver na Figura 34, com pico de visualizações de 3,3 milhões.

Figura 34. A maior live do Brasil em views- Marília Mendonça



Fonte: Braziliense (2020)

Várias lives vêm ocorrendo aos milhares em todos os cantos em diferentes plataformas e redes sociais. Seja de artistas conhecidos no meio musical que antes da pandemia lotavam estádios em seus shows, aderiram a interação on-line. Ainda sim muitos mantendo suas estruturas e se adequando as medidas preventivas do coronavírus.

“Os números estão aumentando fora, mas o fenômeno é no Brasil”, comenta Sandra Jimenez, diretora de parcerias musicais do YouTube para a América Latina. “Claro que precisamos aprofundar nossa percepção do porquê do fenômeno, mas acho que, primeiro, porque o brasileiro adora música. Outro fator que a gente vem observando é o da conexão com o artista preferido. Através da live, o fã está entrando na casa do artista, tendo uma relação de intimidade. E há ainda a conexão via redes sociais, comunidades, quais as músicas que se quer ouvir. O artista interage no YouTube, no Twitter, e assim você gera um buzz (ação de marketing viral) antes, durante e depois da live, o que faz com que haja volumes enormes de audiência”. (BRAZILIENSE, 2020, s.pag.).

A prospecção do futuro dos eventos é otimista sempre, apesar das restrições e incertezas de como vai ser o mundo depois da pandemia. Os eventos já mudaram, se adequando ao “novo normal”, com a mudança de formato e se adequando sempre as normas de saúde vigentes em cada estado.

A relevância do acesso à internet e o uso das redes sociais para os eventos ficaram cada vez mais importante por conta da pandemia. Cabe as empresas investirem em plataformas para atingir cada vez mais pessoas para os seus eventos, plataformas de fácil acesso. Algumas formas de “facilitar” o acesso ao evento é utilizar plataformas populares como transmissão pelo Youtube³³, divulgação no Instagram, Facebook³⁴ e até o TikTok³⁵, impactando diretamente na divulgação do evento em formato virtual. Algumas empresas recorreram a criação de plataformas próprias para os seus eventos.

O futuro dos eventos será híbrido. Trabalharemos de forma mais ampla a experiência dos eventos, não será apenas colocar o crachá e fazer o check in na entrada do evento ou clicar no link e assistir enquanto trabalha. Agregar valor à experiência dos eventos é trazer algo a mais para essa adesão. O fato é que não temos uma receita de bolo. (...) Buscar ao máximo trabalhar a interação dos participantes, sejam eles inscritos ou palestrantes e não ter medo de arriscar e fazer algo diferente. O Futuro dos eventos está sendo construído agora, a cada ação que você toma e a cada evento que você participa e percebe o que está dando certo ou não, e aperfeiçoa para quando for sua vez. (MOBLEE, 2021, s.pág).

4.3 EVENTOS GEEKS ON-LINE

A mudança dos eventos para o formato on-line foi uma maneira dos organizadores de mostrar os conteúdos que seriam transmitidos de forma presencial para o seu público de forma segura, devido a pandemia do novo Corona Vírus no mundo todo. Algumas empresas responsáveis pela organização desses eventos geeks, optaram por criação de plataformas ou sites próprias para transmissão do evento on-line ou em plataformas gratuitas como Youtube e Twitch³⁶, por exemplo.

³³ **Youtube:** plataforma de compartilhamento de vídeos

³⁴ **Facebook:** rede social que permite conversar com amigos e compartilhar mensagens, links, vídeos e fotografias

³⁵ **TikTok:** um aplicativo de mídia para criar e compartilhar vídeos curtos. Existe também transmissões ao vivo.

³⁶ **Twitch:** Twitch é um serviço de streaming de vídeo ao vivo que se concentra em streaming ao vivo de videogame, incluindo transmissões de competições de esportes eletrônicos. Além disso, oferece transmissões de música, conteúdo criativo e mais recentemente, streams "na vida real".

Sempre buscando conforto e evitando aglomerações devido aos protocolos de saúde vigentes. Sempre mantendo a essência dos eventos presenciais, com conteúdo interativo e convidados internacionais em sua grande maioria.

4.3.1 Comic Con At Home (ComicCon@Home)

Da mesma maneira de que outros eventos em todo o mundo, os organizadores tiveram que repensar sobre os seus formatos em plena pandemia mundial. Não foi diferente da San Diego Comic Con. Muitos estúdios e empresas estavam cancelando suas participações, muitas se propuseram a produzir seus próprios eventos para fazer os grandes anúncios da temporada. O evento foi adiado para 22 a 26 de julho de 2020, com diversos painéis, anúncios e adiamentos de lançamentos de várias empresas parceiras do evento. Na Figura 35, vemos a identidade visual exclusiva do evento virtual.

Figura 35. Identidade Visual ComicCon@Home



Fonte: Omelete (2020)

Diferente de outros eventos do segmento, a San Diego Comic Con não fez uma plataforma exclusiva para o evento, e sim foi tudo transmitido pelo Youtube no canal Comic-Con Internacional. O diferencial de fazer o evento na plataforma do Youtube é a facilidade de acesso para os participantes e que o conteúdo fica salvo, então depois do evento as pessoas podem assistir os painéis que desejarem. Diferentemente como outros eventos a Comic Con At Home não incluiu diferente tipos de ingresso e sim acesso gratuito a todas as funcionalidades do evento, inclusive interação. Porta Voz do evento, contou que mesmo sendo a primeira vez na história da Comic-Con de San

Diego tenha sido cancelada, David se mostrou otimista quanto ao evento não ter sido cancelado e passado a ser online.

Pela primeira vez em nossos 50 anos de história, estamos felizes em seja bem-vindo a qualquer pessoa de todo o mundo. Embora as condições de permanência em casa tornem esse momento muito difícil, vemos isso como uma oportunidade de espalhar alegria e fortalecer nosso senso de comunidade “. Além disso, quando a San Diego Comic-Con foi inicialmente cancelada, os participantes que já haviam comprado ingressos receberam reembolso ou a capacidade de transferir seus crachás para o evento de 2021. No entanto, os fãs podem imprimir e usar seus próprios crachás no Comic-Con @ Home gratuitamente, e não há limite para a quantidade de pessoas que podem participar do evento. Os participantes são incentivados a usar a hashtag oficial do evento #ComicConAtHome para ser incluída nas atividades virtuais, e os organizadores e as empresas participantes da convenção fornecerão detalhes adicionais antes do evento. (NERD, 2020).

A mudança de formato trouxe maior acesso ao público geral, que antes tinha mais dificuldade em acompanhar os painéis, que não eram transmitidos online. Grande parte das empresas que participaram do evento no presencial, optou por participar do virtual, devido às incertezas do momento da pandemia para lançar os seus produtos seja filmes, series e até quadrinhos.

O evento foi bem recebido pelo público que compareceram tanto nas redes sociais quanto na própria transmissão do evento no Youtube. Que contou com vários painéis como a da Amazon Prime com o The Boys, com o elenco comentando sobre a nova temporada, trailers exclusivos para o evento e anúncio da próxima temporada, como podemos ver na Figura 36, diretamente do local de transmissão no Youtube.

Figura 36. Painel The Boys ComicCon@Home



Fonte: Autora (2021)

4.3.2 CCXP WORLDS

A pandemia da Covid-19 pegou a todos de surpresa e impôs ao mundo novos desafios, incluindo a forma de se divertir e se relacionar. Ao longo dos meses de isolamento, os organizadores do evento vêm pensando e repensando seu formato para um ano com grandes dilemas e dificuldades, além de acompanhar de perto os pedidos do público nas redes sociais.

O evento contou com mais de 150 horas de conteúdo ao vivo dos países e mais de 250 lives simultâneas, com programação de artistas internacionais e nacionais de diversos segmentos geek, nerd e pop. Incluindo painéis de empresas renomadas do meio como Paramount Pictures, Warner Bros, Amazon Prime Studios e muito mais. Uma novidade nesta edição do evento foi a parceria com o Facebook Gaming e os organizadores do evento, transmitindo na própria plataforma do Facebook com transmissão do concurso de Cosplay por exemplo. Trazendo assim, mais engajamento e fácil acesso ao evento.

Assim como o formato presencial, os organizadores intitularam os palcos para cada atração, Thunder Arena, Artists' Valley, Oi Game Arena, Creators & Cosplay Universe, Omelete Stage by Santander, CCXP Store, Meet & Greet, Hollywood Strip, Chiaroscuro Studios, Iron Studios, Geek Hall e CCXP Tips. Na Figura 44, vemos a divulgação da identidade visual e a plataforma do evento.

Figura 37. CCXP Worlds- Divulgação da Plataforma



Fonte: Omelete (2020)

Por entender que o evento traz visitantes de todo o Brasil, que já virou um marco para a cidade de São Paulo e do mundo, seria imprudente reunir um número tão grande de pessoas diante da situação atual, a CCXP anunciou sua primeira edição 100% virtual que ocorreu de 4 a 6 de dezembro.

“Em um ano tão difícil como o de 2020, é uma alegria poder contribuir para essa collective joy em uma escala global, levando a experiência épica da CCXP para casas de fãs da cultura pop de todo o planeta. (...) São diversos os desafios para transportar para o ambiente virtual toda a energia do público, mas estamos empenhados em criar o mundo de todos os mundos.” (PROMOVIEW, 2020)

Os participantes que queriam uma experiência mais imersiva e interativa, credencial física como o evento presencial, poderia escolher entre as opções diferenciadas de ingressos. Para manter as origens do evento presencial os organizadores separaram os ingressos por categorias, cada um com uma diferenciação e valores.

Segundo Omelete (2020), a Free Experience é o acesso gratuito ao evento com cadastro, acesso a conteúdo de todos os palcos. No ingresso tipo Digital Experience o participante tinha acesso ao evento com funcionalidade e interações exclusivas, acesso a workshops e master classes, credencial digital do evento virtual, descontos e pré-venda da próxima edição da CCXP21, com o valor de R\$35,00 (trinta e cinco reais).

De acordo com Omelete (2020), a categoria de ingressos Home Experience oferece acesso a plataforma do evento, conteúdo de todos os palcos, com interações e funcionalidades exclusivas, acesso a workshops e master classes, descontos de parceiros do evento e pré-venda da CCXP21. Assim como os outros pacotes. O diferencial desse tipo de ingresso é o HomeKit, com presencial física com cordão, tag de porta, pin e stickers da CCXP. Esta categoria era de R\$35,00 mais o valor do frete.

Segundo Omelete (2020), o Epic Experience tinha as mesmas vantagens do Home Experience, incluído mais produtos no Epic Kit, como a credencial física, produtos oficiais do evento como posters, moletom, camiseta, boné, copo, balde de pipoca, pins, stickers, dois cordões e tag de porta. Assim como desconto com parceiros, pré-venda da CCXP21 e valor diferencial em ingressos da pré-venda da CCXP21. Tudo no valor de R\$450,00 mais o valor do frete. Além das opções de meet and greet com os convidados do evento, com valores diferenciados.

Stan Lee e os 80 anos do Coringa serão os temas das credenciais da CCXP Worlds. Os fãs que participarem da Home Experience receberão em casa a credencial com o arqui-inimigo do Batman, com arte de Rafael Albuquerque e cores por Marcelo Maiolo. Para os que optarem pela Epic Experience, a credencial trará a arte que serve de base para o MiniCo de Stan Lee³⁷, criada por Marcio Hum, em parceria com a Iron Studios. Na Figura 38, vê-se os ingressos da CCXP Worlds.

Figura 38. Credenciais CCXP 21- Free, Digital, Home e Epic.



Fonte: Thanny (2020).

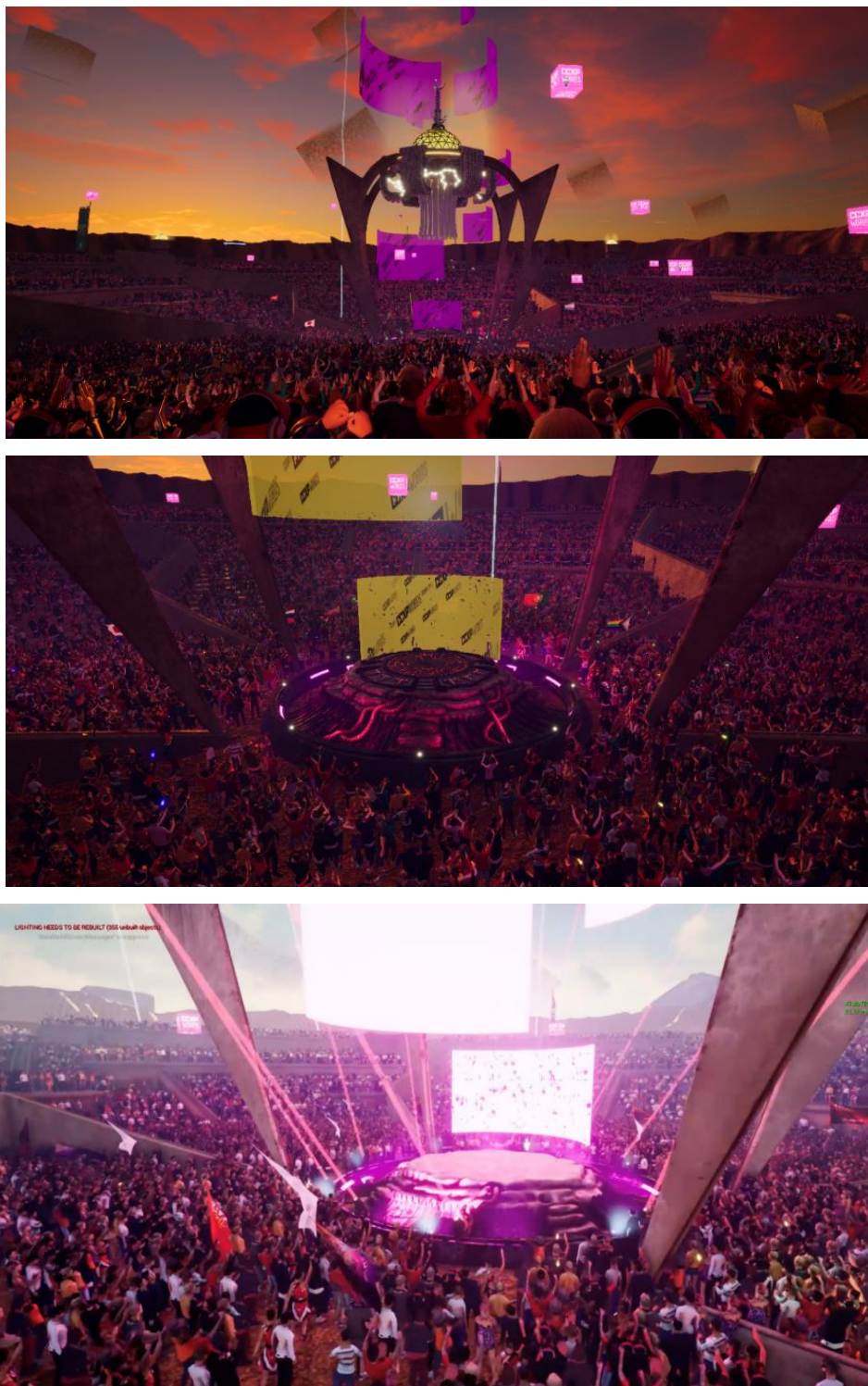
O evento contou com uma infraestrutura digna de cinema, com projeções virtuais em 3D da plateia virtual, câmeras modernas trazendo uma maior qualidade de transmissão do evento, com interações ao vivo e apresentadores específicos para cada “local” do evento virtual, transmitindo informações sobre o painel e entrevistando os convidados.

Um ponto alto do evento virtual é a presença de artistas que nunca poderiam vir para o evento em São Paulo, comparecer por meio de vídeo conferência no evento. Dando uma gama de possibilidades de atrações que seriam impossíveis de se locomover para o local do evento. Segundo Veja (2020), um dos convidados desse palco é o escritor inglês Neil Gaiman, que nunca aceitou o convite e finalmente vai participar do evento. “Era impossível tirá-lo de casa e colocá-lo numa viagem de doze horas de avião (...)” “Aproveitamos para trazer esses nomes que não podiam vir e sentimos um esforço deles para criar conteúdo diferente.

³⁷ **Stan Lee:** Foi editor-chefe e presidente da Marvel Comics. Em colaboração com vários artistas, incluindo Jack Kirby e Steve Ditko, criou diversos super-heróis incluindo o Homem-Aranha, Hulk, Doutor Estranho, Quarteto Fantástico, Demolidor, Pantera Negra e os X-Men.

Na Figura 39 vê-se um dos painéis virtuais do evento, intitulado palco Thunder e era demonstrado a realidade virtual ao decorrer do evento. Fotos fornecidas pelo entrevistado desta pesquisa, enviado exclusivamente para a realização deste trabalho.

Figura 39. Painel Virtual 3D - CCXP WORLDS



Fonte: Fabri (2021)

A CCXP Worlds criou uma plataforma própria para a transmissão do evento, com cinco locais de streaming, com acesso gratuito em sua grande maioria.

A plataforma criada pela turma permite que o visitante navegue por um mapa 3D e entre nos “mundinhos”, ou os palcos, onde serão transmitidas as atrações. O disputado Thunder, auditório que no plano físico tem capacidade para 3 500 pessoas que se acotovelam para ver os painéis com os artistas e assistir em primeira mão aos trailers dos lançamentos dos estúdios, vai contar com 100 000 avatares virtuais e com público on-line ilimitado, com efeitos produzidos pela tecnologia Unreal, usada em jogos como o Fortnite. “Buscamos referências em shows, eventos on-line e lives e chegamos a esse formato em que a graça é misturar pessoas reais, que podem interagir, dentro de um cenário virtual, ao vivo” (VEJA, 2020).

A CCXP Worlds – A Journey of Hope contou com mais de 150 horas de conteúdo e mais de 250 lives simultâneas, incluindo em sua programação a participação de estrelas nacionais e internacionais, bem como nomes dos quadrinhos, games e mais. Pelas redes sociais foram mais de 50 milhões de impactos.

“Foi preciso muita coragem para, em um ano como 2020, colocar de pé um festival virtual do tamanho da CCXP Worlds. Com a nossa plataforma, mais uma vez mostramos que para nós a experiência do fã está sempre em primeiro lugar. Levamos nossa marca, o Brasil e todos os parceiros para o mundo. Foi um formato que deu muito certo e, muito provavelmente, estará nos nossos planos combinar o virtual com o presencial nas próximas edições” (PRODVIEWS, 2020).

Sem expectativas de atingir um número maior de visitantes simultâneos do que o presencial, os organizadores chegaram a prever 100 milhões de visitas. Uma expectativa tentada a bater números de outros eventos que ocorreram antes, como a DC Fandome, convenção oficial dos super-heróis da DC, que não passou dos 22 milhões em seu fim de semana inaugural.

O evento em si foi mantido as origens dos eventos presenciais, como os nomes dos palcos do evento, presença de artistas referência no segmento, apresentadores nos painéis, venda de produtos relacionados aos meios geek e nerd, empresas patrocinadoras do evento e interações de facecam entre o público e convidados do evento. Não perdendo as essências do evento trazendo identidade e acolhimento em meio a uma pandemia mundial. Na Figura 40, vê-se os bastidores do evento virtual, com imagens oferecidas pelo entrevistado desta pesquisa, enviado exclusivamente para a realização deste trabalho.

Figura 40. CCXP WORLDS – Bastidores



Fonte: Fabri (2021).

5 PESQUISA

O formulário de pesquisa foi elaborado através da plataforma *Google Forms* e contou com sete questões, cinco com perguntas de múltipla escolha e duas com caixas de seleção de até três respostas. A pesquisa foi divulgada por meio de *WhatsApp*, *Twitter* e grupos específicos do tema Geek e Nerd no *Facebook*. Esta pesquisa teve como objetivo uma pesquisa quali-quantitativa dos principais eventos geeks que mudaram o seu formato de presencial para a forma virtual. Um feedback dos participantes destes eventos e quais foram as diferenças notáveis da mudança de formato. No total, foram 260 respostas no período de 29 de março a 10 de maio de 2021.

A pesquisa contou com entrevistas feita por e-mail e gravação de dois nomes renomados do meio dos eventos geeks e nerd do Brasil e do mundo. Marcelo Forlani é socio-fundador do Omelete Group, cria conteúdos diários sobre cultura geek e nerd no site Omelete, é uma das pessoas que trouxeram a CCXP para o Brasil, participando ativamente da produção e organização do evento desde o seu início em 2014 e em sua versão virtual como apresentador. Na Figura 41, vê-se Marcelo Forlani como apresentador na CCXP Worlds.

Figura 41. Marcelo Forlani



Fonte: (Forlani,2021)

Na Figura 42, vê-se Roberto Fabri chefe de branding, marketing criativo e experiências para O&CO e todas as marcas: CCXP (Comic Con Experience), CCXP Cologne, Omelete, The Enemy, Gaules.TV e GameXP (GameExperience, parceria com Rock In Rio e Grupo Globo).

Figura 42. Roberto Fabri

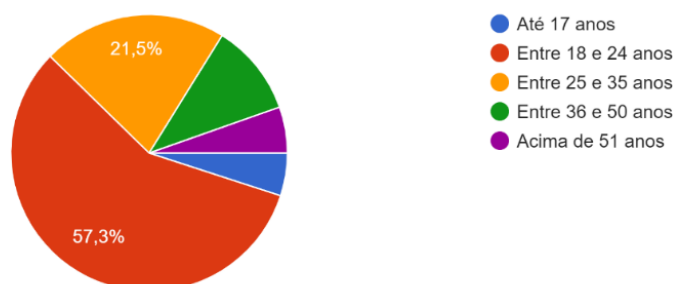


Fonte: (Encontro,2021)

5.1 RESULTADOS

A primeira questão da pesquisa intitula-se “Qual a sua idade?”, para definir qual a idade média das pessoas que participaram de algum evento geek no período da pesquisa. Nota-se que os participantes da pesquisa em sua maioria têm entre 18 e 24 anos e 25 e 35 anos, concluindo que a maioria do público que comparece nesses eventos são jovens adultos e adultos.

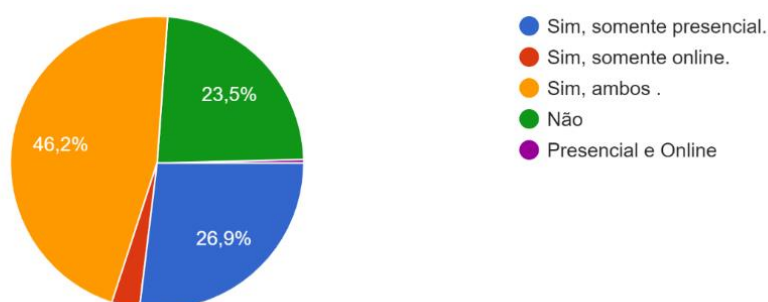
Gráfico 1. Idade do público respondente da pesquisa



Fonte: Autora (2021).

A segunda questão da pesquisa intitula-se “Já participou de algum evento com temática geek?”. Os resultados são de que a maioria dos participantes já participaram de eventos presenciais e on-line com temática geek e que participaram de algum evento com temática geek apenas no formato presencial.

Gráfico 2. Participações em eventos de temática geek



Fonte: Autora (2021).

Perguntado sobre o processo de transformar um dos maiores eventos geeks do mundo em formato virtual, Forlani (2021) comenta que com a pandemia eles imaginaram ainda por um tempo que pudesse ser uma coisa mais curta. Pensavam que até dezembro de 2020 tudo já estaria de volta ao normal, que eles conseguiriam realizar a CCXP normalmente. Em junho, julho os organizadores bateram o martelo de que iria se fazer realmente o evento de forma presencial, como nos outros anos. A partir disto, começaram a trabalhar na CCXP Worlds.

Fabri (2021) relata que quando descobriu que seria impossível fazer o evento presencial em 2020, os organizadores do evento param para pensar tudo que fazia da CCXP a CCXP. Qual era a alma do evento e porque as pessoas estavam presentes no evento. Se debruçaram em números, pesquisas e com a própria comunidade geek/nerd. E, diante das circunstâncias, os organizadores resolveram olhar para a “metade cheia do copo” e encarar a CCXP como uma oportunidade de, ao invés de limitar ou cancelar, como estava sendo feito pela maioria dos outros eventos, utilizar o digital para potencializar o storytelling³⁸ do evento, focando em experiências que seriam impossíveis de se realizar no mundo real.

³⁸ **Storytelling:** é a capacidade de contar histórias de maneira impactante, em que os recursos audiovisuais, como apresentações, são utilizados com as palavras. O storytelling, atualmente, é uma ferramenta bastante eficaz e eficiente para compartilhar ideias, conhecimento e demais interesses por meio de uma narrativa bem contada.

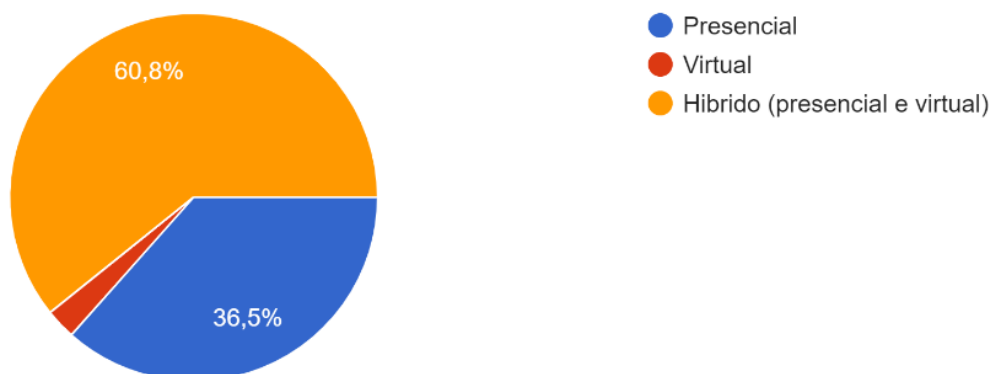
A ideia era fazer realmente algo que lembrasse a CCXP, só que adaptado para essa nova realidade. Vieram várias ideias de como contatar os estúdios, que tipo de ativação iria ter durante o evento virtual, a ideia de criação do mundo, se iria ter venda ou não de ingressos, entre outros. Tudo tentando mimetizar a forma virtual o máximo possível o que é a CCXP. (FORLANI,2021)

Celebridades terem que fazer horas de viagem para vir pra SP x Celebridades participarem de casa: Algumas celebridades não viajam de avião (por pânico ou estarem com idade avançada demais) e jamais viriam para SP por conta das pelo menos 12h de avião. Com o evento virtual, tivemos um Line-up praticamente impossível de se replicar no evento físico. (FABRI,2021)

Comentando sobre os conflitos entre o evento global realizado em São Paulo e a distância física, Fabri (2021) comenta que geralmente é caro para pessoas de outros países ou até mesmo de fora do Sudeste virem pra CCXP. Com o evento online, os organizadores focaram na expansão da mensagem geek para todo o mundo. Sobre a experiência de show nos auditórios versus a experiência de filme nas lives, Fabri pontua que como no evento virtual não tem as limitações físicas do auditório, por conta disto inovaram utilizando o 3D e o mundo lúdico, tecnologia utilizada em Hollywood, para criar mundos virtuais impossíveis de se imaginar no mundo real.

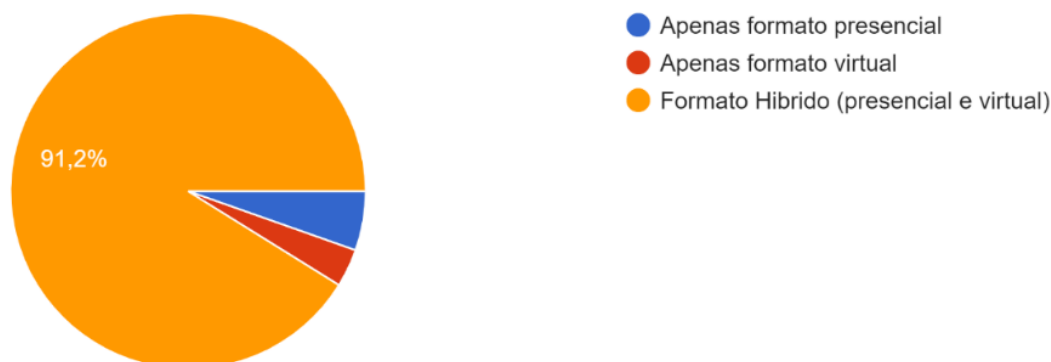
A terceira questão da pesquisa intitula-se “Depois de assistir o evento no formato virtual, qual você irá optar futuramente, após a pandemia?”. A maioria dos participantes acham que as empresas organizadoras dos eventos geeks, irão optar por fazer os eventos em formato híbrido, presencial e virtual.

Gráfico 3. Formato que os participantes irão optar pelos eventos geeks após pandemia



A quarta questão da pesquisa intitula-se “Como você acha que os eventos geeks vão funcionar futuramente, depois da pandemia?”. Os participantes da pesquisa irão optar pelos eventos que serão realizados em formato híbrido, tanto presencial quanto virtual. Dando opção de escolha para os participantes, inclusive os participantes de outros estados e até de outros países.

Gráfico 4. Como serão os eventos geeks após pandemia



Fonte: Autora (2021)

Questionado sobre como a organização da CCXP irá seguir futuramente quanto ao formato do evento, Fabri (2021) comenta que o evento digital veio para ficar. Daqui para a frente eles irão optar pelo famoso formato híbrido, mistura entre o digital e o físico. Os dois formatos se potencializam. A tendência para os próximos anos é de que a CCXP não seja vista como apenas um evento de quatro dias de duração, mas ser visto como uma marca e uma comunidade que cria os seus próprios conteúdos o ano inteiro nas diversas plataformas de distribuição como nas redes sociais e streamings.

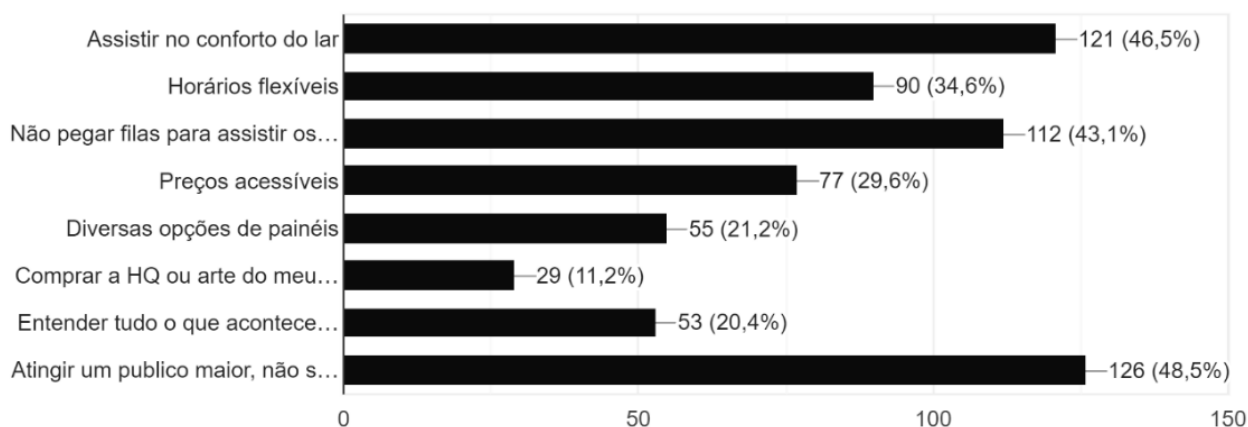
Forlani (2021) comenta que tudo precisou ser adaptado. O Artists Valley parte exclusiva do evento para quadrinistas, ofereceu-se mesas virtuais para cada um dos artistas selecionados, em formatos parecidos com uma live, os artistas tinham chat ao vivo onde o mesmo poderia trocar ideia com seus fãs, vender suas artes, etc. No palco Thunder, sem a presença de plateia foram criados um “público virtual” que participou durante todo o evento. Houve também a interação com fancam³⁹ para justamente dar esse ar de ao vivo, para as pessoas se sentirem parte realmente do evento. Na parte

³⁹ **Fancam:** câmera de fãs.

do palco criators, foi aonde ficou mais próxima do formato presencial, com shows, bate-papos, bastante descontração e principalmente o concurso de cosplay.

A quinta questão da pesquisa o participante poderia optar por até 3 opções. Intitula-se “Quais as VANTAGENS do evento geek ser em formato virtual?” Para os participantes essas são as maiores vantagens dos eventos geeks no formato virtual: Atingir um público maior não só as pessoas residentes de grandes cidades, assistir no conforto do lar e não pegar filas para assistir os painéis do evento.

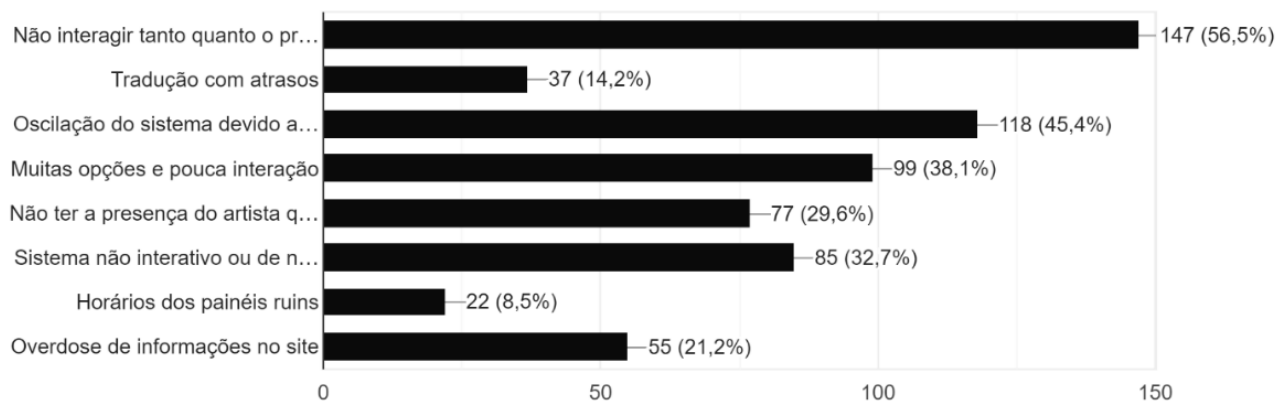
Gráfico 5. Vantagens do evento geek em formato virtual



Fonte: Autora (2021)

A sexta e última pergunta da pesquisa intitula-se “Quais são as DESVANTAGENS do evento geek em formato virtual?”, que assim como a sexta pergunta o participante poderia escolher até 3 opções. Para os participantes essas são as maiores desvantagens dos eventos geeks no formato virtual: Não interagir tanto quanto o formato presencial, Oscilação do sistema devido à internet e muitas opções e pouca interação.

Gráfico 6. Desvantagens do evento geek em formato virtual



Fonte: Autora (2021)

Questionado sobre as vantagens e desvantagens do evento em formato virtual dos eventos geeks, Fabri (2021) relata que é uma experiência totalmente diferente. Não existe encontro presencial, com isto o storytelling e o conteúdo do evento ganham ainda mais força. Numa live na internet você disputa a atenção com as redes sociais. Então é preciso ter um conteúdo muito forte e consistente para manter o foco da audiência.

Forlani (2021) pontua que as vantagens do evento virtual são poucas. É um evento, menos custoso do que o presencial. Mas por outro lado não se consegue a interação presencial. É um sentimento diferente. Mas por outro lado também trouxe uma outra vantagem que foi de que pessoas que nunca conseguiam vir para São Paulo pra participar do evento, participarem dessa vez. Pessoas de muitos lugares aqui do Brasil que nunca tinham vindo ao evento relataram que estavam super felizes que tinham participado da CCXP pela primeira vez. Acontece uma democratização geográfica do evento.

A CCXP Worlds, formato on-line da Comic Con Experience Brasil, Fabri pontua que o evento atingiu mais de 30 milhões de page views⁴⁰ em mais de 130 países e 4100 cidades ao redor do mundo. Foram 150 horas de conteúdo com mais de 250 lives simultâneas. (FABRI,2021).

Um dos pontos chaves da CCXP é a interação do público com seus artistas favoritos, principalmente no Brasil. Fabri comenta que a interação com artistas se perdeu bastante em relação ao presencial, porém a organização do evento deu um protagonismo para a audiência do evento. Disponibilizando chat para conversas durante as seções e câmera aberta do fã, onde o participante interagiu com a programação abrindo sua câmera direto da sua residência. (FABRI,2021).

Forlani (2021) comenta que o evento atingiu muita gente, com conversas via Zoom ou outras ferramentas virtuais de conferência virtual, mas, não é a mesma coisa. Realmente se perde a espontaneidade, perde a vibração. O público brasileiro é um público que faz muito barulho, tanto positivamente e até pelo lado negativo. É um público muito carinhoso e esse calor das pessoas é uma das coisas que faz diferença para os artistas que estão participando do evento. Os artistas não ouvem aquela gritaria endurecedora, aquele carinho, amor todo que o público brasileiro faz em seus

⁴⁰ **Page views:** é o número de vezes que uma página da internet é visualizada em algum navegador.

eventos. E isso acaba perdendo no formato virtual, mas por outro lado o evento teve acesso a pessoas que não necessariamente todas conseguiriam vir participar do evento.

Questionado se as empresas patrocinadoras do evento apoiaram a mudança de formato Forlani (2021) comenta de forma geral, sim as empresas estavam presentes, não o mesmo número de empresas que a gente tem no presencial. O mercado veio com bastante força pro evento, o evento em formato virtual conseguiu boas rendas de patrocínio, boas ativações dentro da plataforma do evento. Por exemplo os estúdios a como Warner, Paramount, Universal, Santander. Com a pandemia ocorrendo desde março de 2020, naquele momento sendo possível apenas o formato virtual pra um evento que ocorre em dezembro, o evento conseguiu ainda chamar bastante atenção do público e das empresas.

Em 2020, a CCXP teve recorde de participação de marcas não endêmicas⁴¹ participando do evento. Como Santander, Oi, Facebook, Fusion e Budweiser. As empresas patrocinadoras estiveram presentes na edição virtual do evento com ações, patrocínio de palcos e conteúdo. (FABRI,2021).

Sobre a transformação da CCXP em formato virtual, Forlani (2021) pontua que o evento conseguiu um número maior de público. Pontua que o presencial tem uma capacidade máxima do local onde é realizado o evento, quase 70 mil pessoas por dia. Então quase 280 mil pessoas no evento presencial nos quatro dias de evento. No on-line o evento conseguiu um número que ultrapassava a casa de milhões de pessoas. É um número realmente muito maior do que o evento atinge se fosse em formato presencial, mas, as experiencias são totalmente diferentes.

Fabri comenta os números das edições anteriores. Em 2014 o público foi de 97 mil pessoas; em 2016, 186 mil pessoas, passando assim a San Diego Comic Con e a New York Comic Con em número de público e em 2019 280 mil pessoas, onde teve sold out ⁴² pela primeira vez no evento. A experiencia é completamente diferente por não ter encontro presencial, mas o conteúdo foi tão impactante quanto. (FABRI,2021).

⁴¹ **Marcas não endêmicas:** As marcas não-endêmicas são as que estão fora da cadeia de eSports, mas interessam a quem gosta do universo. Elas podem — mas não precisam — atender especificamente ao público gamer. Ou seja, qualquer produto ou serviço que faça parte da rotina de pessoas com um perfil de consumo correspondente ao do amante de jogos eletrônicos pode se beneficiar.

⁴² **Sold out:** ingressos esgotados.

Questionado sobre o futuro do formato do evento após a pandemia, Forlani (2021) afirma que ainda será virtual. Devido ao cenário de vacinação atual no país todo. Mas a ideia é sim ter um formato híbrido do evento utilizando alguma dessas ferramentas que permitem pessoas de outros lugares participarem do evento de alguma forma. É uma forma de democratizar, com que mais e mais pessoas participem do evento, independentemente de onde elas estejam, até de condições financeiras.

Fabri (2021) acrescenta que o evento em formato virtual veio para ficar, e daqui pra frente os eventos serão híbridos, a mistura entre o digital e o físico. Os dois se potencializam. A tendência para os próximos anos é a CCXP ser mais que um evento de 4 dias, se visto como uma marca e uma comunidade que cria conteúdos próprios, o ano inteiro, nas mais diversas plataformas de distribuição como redes sociais, streamings etc.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise dos capítulos deste presente trabalho, constatou-se que os termos “Geek” e “Nerd” podem ser utilizados para definir esse tipo de evento, sendo que a maioria das vezes existem similaridades entre ambos. Os eventos geeks crescem a cada ano mais, recordes de público vêm sendo batidos a cada edição. A ideia de trazer para o Brasil esse tipo de evento é devido ao aumento de investimentos neste setor, engajamento do público brasileiro nas redes sociais das produções, fazendo assim com que os produtores vejam que aqui este ramo é lucrativo.

Vê-se que existem diversos eventos neste segmento geek/nerd e cabe ao participante ou organizador intitular o evento, podendo atingir diversos tipos de público de acordo com as opções de entretenimento durante o evento. O exemplo nerd pode ser visto na Campus Party, que reúne muitas comunidades e usuários da rede mundial de computadores envolvidos com tecnologia e cultura digital. O exemplo geek é relatado na JundComics, com diversos painéis e atividades para os participantes da região de Jundiaí. Existem segmentação de eventos geek e nerd, mas existem similaridades entre eles, podendo ter eventos com os dois segmentos, como por exemplo a Comic Con Experience Brasil com diversas opções de painéis para estes públicos.

A relevância do acesso a internet e o uso das redes sociais para os eventos ficaram cada vez mais importante por conta da pandemia. Acessar o evento por meio de plataformas exclusivas, através da transmissão pelo Youtube, divulgação no Instagram, Facebook e TikTok impacta diretamente na divulgação do evento em formato virtual.

A pandemia afetou drasticamente o meio de eventos. Os organizadores deverão repensar em diversas adaptações neste “novo normal”. Um exemplo claro é o formato híbrido, que várias empresas e organizadores estão levando em conta, principalmente pensando em atingir diversos públicos não apenas presencialmente. Uma empresa que pensa no seu público é uma empresa que se quer investir, mesmo em uma pandemia.

A partir da mudança de formatos dos principais eventos geeks relatados acima, observamos que a maioria dos organizadores quiseram trazer as essências dos eventos presenciais para o formato virtual. Seja nos ingressos, convidados, painéis e

até na forma de Meet and Greet, principalmente em uma pandemia mundial, promovendo encontros virtuais dos fãs com seus artistas favoritos.

A diferenciação entre o formato presencial e virtual de um evento se nota através de vantagens e desvantagens para o público quanto aos organizadores. O evento virtual é em si mais barato para a organização e atinge um número maior de pessoas não apenas no local que é realizado o evento presencialmente. Podendo atingir um público ao redor do mundo, trazendo engajamento nas redes sociais e empresas que patrocinam este tipo de evento. Trazendo a questão dos festivais multigêneros que era presente no presencial e foi adaptado para o virtual.

A possibilidade de criar universos diferentes da realidade atualmente com a pandemia, é inovador. Possibilita que todas as pessoas “viajem” junto com os organizadores do evento, convidados e participantes. E ainda por cima se dá uma gama de possibilidades que não seriam possíveis no evento presencial, como ativações no site do evento com empresas parceiras e até convidados que nunca iriam vir até São Paulo para o evento.

A colaboração de Forlani (2021) e Fabri (2021) foi fundamental para a conclusão desta pesquisa. Com a vivência deles nos eventos presenciais e agora nos formatos virtuais pode-se perceber através das entrevistas, que os organizadores querem manter as essências do evento presencial. Focando muito na interação com o público mesmo que não seja o mesmo sentimento e vibração do que presencialmente. Os dois entrevistados relatam uma mesma opinião sobre algumas questões, levando em conta que a organização do evento está interligada e querendo o mesmo objetivo.

O evento virtual tem suas vantagens e desvantagens tanto para quem os organiza, quanto para o público em si. A pesquisa desenvolvida no trabalho define muito o tipo de público presente no meio geek/nerd comprovando assim as pesquisas demonstradas nos capítulos introdutórios. Pode-se citar também que o público geek/nerd deste tipo de segmento é bastante engajado no meio, mesmo com a mudança de formato conclui-se que houve sim engajamento por parte do público quanto das empresas patrocinadoras.

É notável que esta tipologia de evento irá ficar cada vez mais popular e irá atingir um número muito maior depois das restrições da pandemia. Cabe aos profissionais de eventos, marketing, investidores se adaptarem a nova realidade e atender a demanda deste público tão diverso e apaixonado pelo meio.

REFERÊNCIAS

A VINGANÇA dos Nerds III: A Nova Geração. Direção de Roland Mesa. Estados Unidos da América: Universal Pictures, 1992. Color.

ADAMS, Douglas. **O Guia do Mochileiro das Galáxias**. Londres: Sextante, 2004.

AGUILAR, Matthew. Comic Book. **Avengers: Endgame Pushed Over \$2.8 Billion by China Box Office Update**. 2020. Disponível em: <https://comicbook.com/marvel/news/avengers-endgame-over-2-8-billion-china-box-office-update/>. Acesso em: 03 nov. 2020.

AMIGOS, Tenho Mais Discos Que. **CCXP 2019 e um resumo do que rolou de melhor na maior feira geek do planeta**. 2019. Disponível em: <https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2019/12/13/ccxp-2019-feira-geek-sao-paulo-expo/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

ANDEREGG, David. **Nerds: who they are and why we need more of them**. New York: Jeremy P. Tarcher, Penguin Group, 2007.

BRASIL, E-Commerce. **Público geek gasta 40% a mais que a média nacional, revela pesquisa**. 2019. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/publico-geek-gasta-40-a-mais-que-a-media-nacional-revela-pesquisa/> Acesso em: 19 nov. 2020.

BRASIL, Ign. **Comic Con Experience 2019 já tem data marcada**. 2018. Disponível em: <https://br.ign.com/comic-con-experience-2018/69174/news/comic-con-experience-2019-ja-tem-data-marcada>. Acesso em: 16 maio 2021.

BRAZILIENSE, Correio. **Confira quais foram as maiores lives musicais da internet na pandemia**. 2020. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/06/01/interna_diversao_arte,860012/moiores-lives-musicais-na-pandemia.shtml. Acesso em: 24 mar. 2021.

BRAZILIENSE, Correio. **Brasil lidera o ranking mundial de lives no YouTube**. 2020. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/06/06/interna_diversao_arte,861694/brasil-lidera-o-ranking-mundial-de-lives-no-youtube.shtml. Acesso em: 24 mar. 2021.

BRAZILIENSE, Correio. **Sem ajuda na pandemia, setor de eventos amarga pior crise em 20 anos**. 2020. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2020/09/4876120-sem-ajuda-na-pandemia-setor-de-eventos-amarga-pior-crise-em-20-anos.html>. Acesso em: 24 mar. 2021.

CCXP. **A CCXP**. Disponível em: <http://www.ccxp.com.br/a-ccxp>. Acesso em: 17 nov. 2020.

CINEMA, Adoro. **Por que a Star Wars Celebration é o evento de fãs mais divertido que existe.** 2019. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-147490/>. Acesso em: 16 nov. 2020.

CITY, Geek. **Warner anuncia DC Fan Dome.** Disponível em: <http://geekcity.com.br/noticias/warner-anuncia-dc-fan-dome/>. Acesso em: 13 nov. 2020.

COMIC-CON. **About Comic-Con International.** Disponível em: <https://www.comic-con.org/about>. Acesso em: 12 nov. 2020.

COMICS, Jund. **Jund Comics.** Disponível em: <https://jundcomics.com.br/pt/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

CONTROLE, A Torre de. **Confira a programação completa da Star Wars Celebration 2019.** 2019. Disponível em: <https://atorredecontrole.com.br/2019/04/11/confira-a-programacao-completa-da-star-wars-celebration-2019/>. Acesso em: 16 nov. 2020.

CRUZ, Fio. **O que é uma pandemia.** 2020. Disponível em: <https://www.bio.fiocruz.br/index.php/br/noticias/1763-o-que-e-uma-pandemia>. Acesso em: 18 maio 2021.

CRYPTOID. **Em edição sustentável, Campus Party Brasil 2019 amplia a oferta de conteúdo e reforça o elo com as comunidades.** 2019. Disponível em: <https://cryptoid.com.br/banco-de-noticias/em-edicao-sustentavel-campus-party-brasil-2019-amplia-a-oferta-de-conteudo-e-reforca-o-elo-com-as-comunidades/>. Acesso em: 18 maio 2021.

DEADLINE. **'Avatar' Ultrapassa 'Vingadores: Fim do Jogo' Como Filme de Mais Alta Renda em Todo o Mundo; Sobe para \$ 2,8 bilhões em meio à reemissão da China - atualização.** 2021. Disponível em: <https://deadline.com/2021/03/avatar-overtakes-avengers-endgame-highest-grossing-film-all-time-worldwide-box-office-china-james-cameron-disney-1234713788/>. Acesso em: 24 mar. 2021.

ISTOÉDINHEIRO, **Avanço Geek.** Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/avanco-geek/>. Acesso em: 9 nov. 2020.

DISNEY. **Disney é destaque na maior CCXP da história.** 2019. Disponível em: <https://disney.com.br/novidades/disney-e-destaque-na-maior-ccxp-da-historia>. Acesso em: 12 nov. 2020.

ENCONTRO, Mgt - **O. Roberto Fabri.** Disponível em: <https://mgtoencontro.com/roberto-fabri/>. Acesso em: 4 jun. 2021.

EXAME. **CCXP de SP bate recorde de público e se consolida como a maior do mundo.** 2019. Disponível em: <https://exame.com/negocios/ccxp-bate-recorde-de-publico-e-se-consolida-como-a-maior-do-mundo/>. Acesso em: 16 maio 2021.

EXAME. **Evento de jogos Brasil Game Show anuncia datas para 2020.** Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/evento-de-jogos-brasil-game-show-anuncia-datas-para-2020/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

EXAME. **Os números impressionantes da Comic Con de SP, a maior do mundo.** 2017. Disponível em: <https://exame.com/negocios/os-numeros-impressionantes-da-comic-con-de-sp-a-maior-do-mundo/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

EXAME. **Quem são os geeks, os novos nerds dispostos a gastar.** 2018. Disponível em: <https://exame.com/revista-exame/aficionados-e-dispostos-a-gastar/>. Acesso em: 16 maio 2021.

FABRI, Roberto. **Roberto Fabri:** entrevista concedida para elaboração de trabalho de conclusão de curso [maio.2021]. Entrevistadora: Vitória Aparecida Pereira Monteiro. Jundiaí, 2021. A entrevista na íntegra encontra-se no Apêndice B desta monografia.

FAIR, Vanity. **Star Wars: A Ascensão de Skywalker, A prévia final.** 2019. Traduzida por Google Tradutor. Disponível em: <https://www.vanityfair.com/hollywood/2019/05/star-wars-cover-story?verso=true>. Acesso em: 16 nov. 2020.

FLOSS, Metal. **31 Facts About San Diego Comic Con.** 2013. Traduzido por Google Tradutor. Disponível em: <https://www.mentalfloss.com/article/51751/31-facts-about-san-diego-comic-con>. Acesso em: 12 nov. 2020.

FORLANI. **Post do Instagram de Forlani.** São Paulo. 16 mar. 2021. Instagram: @forlani. Disponível em <https://www.instagram.com/p/CMgBGM2MZqS/>. Acesso em: 04 jun. 2021

FORLANI, Marcelo Pereira. **Marcelo Forlani:** entrevista concedida para elaboração de trabalho de conclusão de curso [junho.2021]. Entrevistadora: Vitória Aparecida Pereira Monteiro. Jundiaí, 2021. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C desta monografia.

GAME, Select. **Anime Friends 2019.** 2019. Disponível em: <httphttps://www.selectgame.com.br/tag/anime-friends-2019/s://www.selectgame.com.br/tag/anime-friends-2019/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

GEEKY, Everything. **Anatomy of a geek.** 2009. Disponível em: <http://geekstuff101.blogspot.com/2009/11/anatomy-of-geek.html>. Acesso em: 10 nov. 2020.

GOIÂNIA, Cine. **Evento geek em Goiânia com concurso de cosplayers e premiações.** 2018. Disponível em: <https://www.cinegoiania.com.br/evento-geek-em-goiania-com-concurso-de-cosplayers-e-premiacoes/>. Acesso em: 12 nov. 2020.

GOMES, Pedro Gilberto. **Mediatização.** Disponível em: <http://unisinobrasilia.br/mediatizacao/>. Acesso em: 01 nov. 2020.

HUB, Influencer Marketing. **O Incrível Crescimento dos eSports [+ estatísticas de eSports]**. Traduzido por Google Tradutor. Disponível em: <https://influencermarketinghub.com/growth-of-esports-stats/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

IMPACTA. **Entenda o que é e como aproveitar o mercado geek atualmente**. Disponível em: <https://www.impacta.com.br/blog/entenda-o-que-e-e-como-aproveitar-o-mercado-geek-atualmente/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

INVESTE, Valor. **Brasil é o 13º maior mercado de games do mundo e o maior da América Latina**. 2019. Elaborada por Por Nathália Larghi, Valor Investe — São Paulo. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreendase/noticia/2019/07/30/brasil-e-o-13o-maior-mercado-de-games-do-mundo-e-o-maior-da-america-latina.ghtml>. Acesso em: 19 nov. 2020.

JOVEMPAN. **‘Avatar’ retorna a cinemas da China, supera ‘Vingadores Ultimato’ e volta a ser maior bilheteria da história**. 2021. Disponível em: <https://jovemp.com.br/entretenimento/tv-e-cinema/avatar-volta-a-cinemas-da-china-supera-vingadores-ultimato-e-volta-a-ser-maior-bilheteria-da-historia.html>. Acesso em: 16 maio 2021.

LOPES, Artur Louback. **De onde vem a palavra nerd?** São Paulo: Mundo Estranho-Super Interessante, 2011. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/de-onde-vem-a-palavra-nerd/>. Acesso em: 03 nov. 2020.

LUIZ, L. **Nerds que riem de si mesmos: representações de um estereótipo através de tiras cômicas na Web**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34, 2011, Recife. Anais... São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0006-1.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2020.

MENSAGEM, Meio &. **Geek: um mercado poderoso e diversificado**. 2018. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/05/25/geek-um-mercado-poderoso-e-diversificado.html>. Acesso em: 9 nov. 2020.

MICHAELIS On-line: **Significado de Geek**. São Paulo: Melhoramentos Ltda, 2015. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/geek/>. Acesso em: 03 nov. 2020.

MICHAELIS On-line: **Significado de Nerd**. São Paulo: Melhoramentos Ltda, 2015. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/nerd/>. Acesso em: 03 nov. 2020.

MOBLEE. **Futuro dos eventos: O que esperar dos eventos pós-crise**. Disponível em: <https://www.moblee.com.br/blog/futuro-dos-eventos/>. Acesso em: 24 mar. 2021.

MODERNO, Consumidor. **O que a cultura geek pode ensinar durante o isolamento social?** 2020. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2020/06/11/vez-dos-nerds-o-que-cultura->

geek-tem-para-ensinar-sociedade-durante-o-isolamento-social/. Acesso em: 17 nov. 2020.

NEGÓCIOS, Pequenas Empresas e Grandes. **Campus Party Brasil 2016 volta ao Anhembi em janeiro.** 2015. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2015/10/campus-party-brasil-2016-volta-ao-anhembi-em-janeiro.html>. Acesso em: 19 nov. 2020.

NERD, Arroba. **DC FanDome | Painel de Mulher-Maravilha 1984 tem participação de Lynda Carter e novo trailer.** Disponível em: <https://www.arrobanerd.com.br/painel-mulher-maravilha-1984-dcfandome/>. Acesso em: 13 nov. 2020.

NERD, Estação. **Brasil Game Show inicia venda de ingressos para a 12ª edição com descontos de até 54%.** 2019. Disponível em: <https://estacaonerd.com/brasil-game-show-inicia-venda-de-ingressos-para-a-12a-edicao-com-descontos-de-ate-54/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

NERD, Jovem. **Warner anuncia o DC FanDome, evento online gratuito com atrações e novidades [Atualizado].** 2020. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/warner-anuncia-o-dc-fandome-evento-online-gratuito-com-grandes-atracoes-e-novidades/#:~:text=A%20experi%C3%AAncia%20acontecer%C3%A1%20no%20dia,Liga%20da%20Justi%C3%A7a%20ser%C3%A3o%20reveladas>. Acesso em: 16 maio 2021.

NET, Oficina da. **Confira todos os lançamentos de games da BGS 2019.** 2019. Elaborada por BRUNO IGNACIO DE LIMA. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/games/28010-confira-todos-lancamentos-de-games-da-bgs-2019>. Acesso em: 19 nov. 2020.

NEURONIAL, Teia. **O que faz do nerd um nerd? – parte 1.** 2010. Elaborada por Thiago Tecelão. Disponível em: <https://teianeuronial.com/o-que-faz-do-nerd-um-nerd/>. Acesso em: 10 nov. 2020.

NINGUEM, Super. **JundComics: Concurso Cosplay Online 2ª Edição.** Disponível em: https://superninguem.com.br/2020/12/03/jundcomics-concurso-cosplay-online-2a-edicao/?fbclid=IwAR3wt8z3Y-cEQeigKeVlawL0DC7yDQo3PSrgFPrhoBE_-nt_PdqfSRnRhiw. Acesso em: 12 mar. 2021.

OMELETE. **CCXP 2019 | Terceiro lote de ingressos está à venda.** 2019. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/ccxp/ccxp-venda-e-valores-de-ingressos-2019>. Acesso em: 17 nov. 2020.

OMELETE. **CCXP Worlds anuncia data, quadrinistas e ingressos de edição digital.** 2020. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/ccxp/ccxp-worlds-anuncio-data-quadrinistas-confirmados-ingressos>. Acesso em: 8 maio 2021.

OMELETE. **Confira a programação da San Diego Comic-Con Online por dia.** 2020. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/san-diego-comic-con/sdcc-programacao-por-dia>. Acesso em: 08 maio 2021.

OMELETE. **Entenda os tipos de ingressos da CCXP Worlds.** 2020. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/ccxp/ccxp-worlds-entenda-os-ingressos>. Acesso em: 18 maio 2021.

OMS. **Painel do Coronavírus da OMS (COVID-19).** 2021. Disponível em: <https://covid19.who.int/table?tableDay=yesterday>. Acesso em: 24 mar. 2021.

OPAS. **Histórico da pandemia de COVID-19.** Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 18 maio 2021.

OQI, Revista. **Geeks & Nerds.** 2015. Elaborada por Red Lips. Disponível em: <https://revistaoqi.wordpress.com/2015/04/23/geek-nerds/>. Acesso em: 10 nov. 2020.

PANROTAS. **Para geeks: Comic Con SP passa a vender via agências.** 2016. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/service-news/reader/reader.asp?cod_not=141128. Acesso em: 17 nov. 2020.

PARTY, Brasil Campus. **A Campus Party.** 2020. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/a-campus-party/>. Acesso em: 18 maio 2021.

PROVIEW. **CCXP Worlds: balanço geral e um olhar aos conteúdos nacionais.** 2020. Disponível em: <https://prodview.com.br/2020/12/10/ccxp-worlds-balanco-geral-e-um-olhar-aos-conteudos-nacionais/>. Acesso em: 08 maio 2021.

PROPMARK. **Marcas devem ir além da mídia tradicional para atingir os geeks.** 2019. Disponível em: <https://propmark.com.br/ccxp-2019/marcas-devem-ir-alem-da-midia-tradicional-para-atingir-os-geeks/>. Acesso em: 09 nov. 2020.

PROMOVIEW. **CCXP Worlds: Confira como será a edição virtual do evento.** 2020. Disponível em: <https://www.promoview.com.br/categoria/exposicoes/ccxp-worlds-confira-como-sera-a-edicao-virtual-do-evento.html>. Acesso em: 08 maio 2021.

PÚBLICAS, Fotos. **Campus Party Brasil, evento de tecnologia que ocorre entre os dias 30 de janeiro e 4 de fevereiro, no Pavilhão de exposições do Anhembi.** 2018. Disponível em: <https://fotospublicas.com/campus-party-brasil-evento-de-tecnologia-que-ocorre-entre-os-dias-30-de-janeiro-e-4-de-fevereiro-no-pavilhao-de-exposicoes-do-anhembi/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

QUÂNTICO, Geek. **anime friends: em sua 16ª edição, evento bate recorde e reúne 60 mil pessoas.** 2019. Disponível em: <https://geekquantico.com.br/anime-friends-em-sua-16o-edicao-evento-bate-recorde-e-reune-60-mil-pessoas/>. Acesso em: 18 maio 2021.

REGIÃO, Jornal da. **Mundo Geek em Jundiaí.** 2019. Disponível em: <https://jr.jor.br/2019/11/09/mundo-geek-em-jundiai/>. Acesso em: 19 nov. 2020

SALT, Agência. **A era das lives: pandemia e alternativas de comunicação.** Disponível em: <https://agenciasalt.com.br/a-era-das-lives/>. Acesso em: 18 maio 2021.

SEBRAE. **Entenda o impacto da pandemia no setor de eventos.** 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-impacto-da-pandemia-no-setor-de-eventos,424ba538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 24 mar. 2021.

S.PAULO, Folha de. **Primeiro dia de Comic Con tem multidão em busca de diversão e visitantes de primeira viagem.** 2019. Elaborada por: Danilo Verpa/Folhapress. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/nerdices/comic-con/2019/12/primeiro-dia-de-comic-con-tem-multidao-em-busca-de-diversao-e-visitantes-de-primeira-viagem.shtml> Acesso em: 10 nov. 2020.

S.PAULO, Folha de. **Comic Con 2019 em San Diego.** 2019. Disponível em: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1639414000918427-comic-con-2019-em-san-diego>. Acesso em: 12 nov. 2020.

SANTOS, P. M. **O Nerd virou cool: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão.** 2014. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói. 2014. Disponível em: <https://docplayer.com.br/71764679-Patricia-matos-dos-santos-o-nerd-virou-cool-consumo-estilo-de-vida-e-identidade-em-uma-cultura-juvenil-em-ascensao.html> Acesso em 11 de nov. 2020.

SAÚDE, Ministério da. **Covid-19- Sobre a doença.** Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>. Acesso em: 20 mar. 2021.

SÉRIES, Varios Nadas de Cinema e. **Dia da toalha e do Orgulho Nerd.** 2016. Disponível em: <http://oqeutenhoadizersobre.blogspot.com/2016/05/dia-da-toalha-e-do-orgulho-nerd.html>. Acesso em: 10 nov. 2020.

SESC. **Sesc São Paulo- Jund Comics.** Disponível em: https://www.sescsp.org.br/programacao/100941_JUNDCOMICS. Acesso em: 19 nov. 2020.

SET, No. **Anime Friends 2019 – O Maior Evento de Animes do Brasil.** 2019. Elaborada por Marcelo Moura. Disponível em: <http://noset.com.br/geek/anime-friends-2019-o-maior-evento-de-animes-do-brasil/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

SETTLES, Blurr. **On “Geek” Versus “Nerd”.** 2013. Disponível em: <https://slackprop.wordpress.com/2013/06/03/on-geek-versus-nerd/>. Acesso em: 20 out. 2020.

SHOW, Brasil Game. **BGS: Sobre.** Disponível em: <https://www.brasilgameshow.com.br/sobre/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

SIMON, Priscila. **Anime Friends e Turismo: Universo Otaku e motivação da demanda.** 2015. 126 f. Tese (Doutorado) - Curso de Turismo, Universidade Federal

do Paraná Programa de Pós-Graduação de Mestrado em Turismo, Curitiba, 2015. Disponível em <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/40131> Acesso em: 19 nov. 2020.

THANNY, Who'S. **O que esperar da CCXP Worlds**. 2020. Disponível em: <https://whosthanny.com/o-que-esperar-da-ccxp-worlds>. Acesso em: 08 maio 2021

TUDO, Tech. **BGS: conheça a história do maior evento de jogos da América Latina**. 2013. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/08/bgs-conheca-historia-do-maior-evento-de-jogos-da-america-latina.html>. Acesso em: 18 maio 2021.

UNIVERSIDADES, Fala. **Cultura Japonesa: Conheça o fantástico universo dos Animes**. 2019. Elaborada por Gustavo Magalhães – FALA! PUC RIO. Disponível em: <https://falauniversidades.com.br/cultura-japonesa-conheca-o-fantastico-universo-dos-animes/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

UNINASSAU. **Geek vs Nerd**. 2018. Disponível em: <https://www.uninassau.edu.br/noticias/geek-vs-nerd>. Acesso em: 16 maio 2021.

UOL. **"Enciclonérdia" explica termos nerds para pessoas comuns**. 2011. Disponível em: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2011/07/28/enciclonerdia-explica-terminos-nerds-para-pessoas-comuns.htm>. Acesso em: 16 maio 2021.

VARIETY. **DC FanDome Drew 22 Million Views — Here's How Warner Bros. Pulled it off**. Traduzido por Google Tradutor. Disponível em: <https://variety.com/2020/film/news/dc-fandome-viewership-warner-bros-batman-wonder-woman-1234749806/>. Acesso em: 13 nov. 2020.

VEJA. **CCXP, gratuita, vira virtual com 150 horas de programação**. 2020. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/ccxp-gratuito-transporta-evento-para-o-mundo-virtual/>. Acesso em: 18 maio 2021.

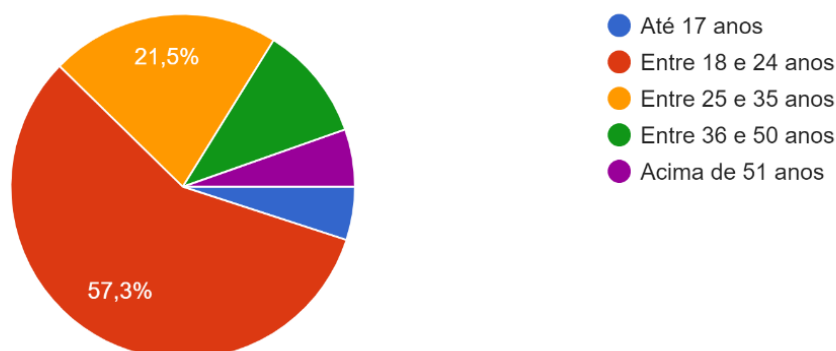
WARS, Star. **Star Wars Celebration Chicago 2019 Gallery**. 2019. Disponível em: <https://www.starwars.com/star-wars-celebration>. Acesso em: 16 nov. 2020.

XP, Protocolo. **SAN DIEGO COMIC CON | Saiba tudo sobre a história do evento e sua organização!** Disponível em: <https://www.protocoloxp.com.br/eventos-exposicoes/san-diego-comic-con-saiba-tudo-sobre-a-historia-do-evento-e-sua-organizacao/>. Acesso em: 16 maio 2021.

APÊNDICE A – GOOGLE FORMS

A primeira questão do formulário intitulada “Qual a sua idade?”, para definir qual a idade média das pessoas que participaram de algum evento geek no período da pesquisa. Nota-se que 149 participantes (57,3%) têm entre 18 e 24 anos, 56 participantes (21,5%) têm entre 25 e 35 anos; 28 participantes (10,8%) tem entre 36 e 50 anos; 14 participantes são acima de 51 anos (5,4%) e 13 participantes da pesquisa tem até 17 anos (5%).

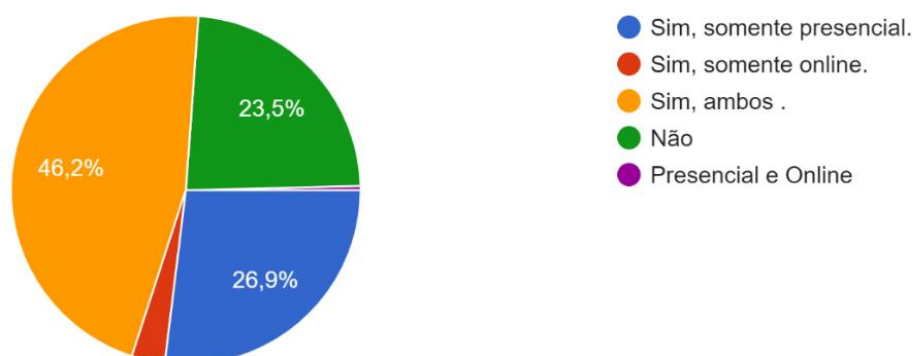
Gráfico 1. Idade do público respondente da pesquisa



Fonte: Autora (2021)

A segunda questão do formulário intitula-se “Já participou de algum evento com temática geek?”. Os resultados são de que 120 participantes (46,2%) responderam que participaram de eventos presenciais e on-line com temática geek; 70 participantes (26,9%) participaram de algum evento com temática geek apenas no formato presencial; 61 participantes não participaram de nenhum evento de temática geek e apenas 8 participantes participaram de eventos geeks no formato on-line.

Gráfico 2. Participações em eventos de temática geek

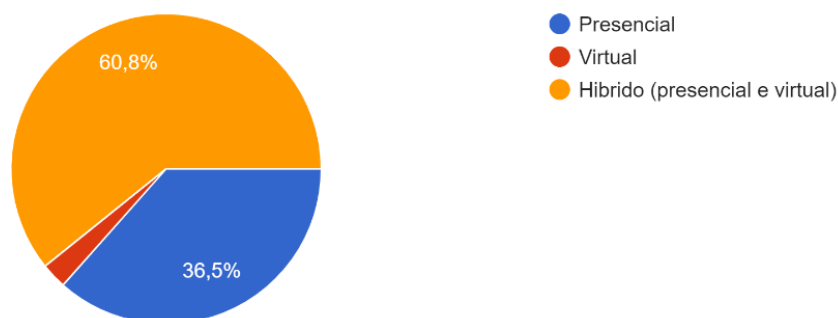


Fonte: Autora (2021).

A terceira questão intitula-se “Depois de assistir o evento no formato virtual, qual você irá optar futuramente, após a pandemia?”. 158 participantes responderam que os eventos irão ser em

formato híbrido, presencial e virtual; 95 participantes (36,5%) responderam que será apenas em formato presencial e 7 participantes (2,7%) responderam que será apenas em formato virtual.

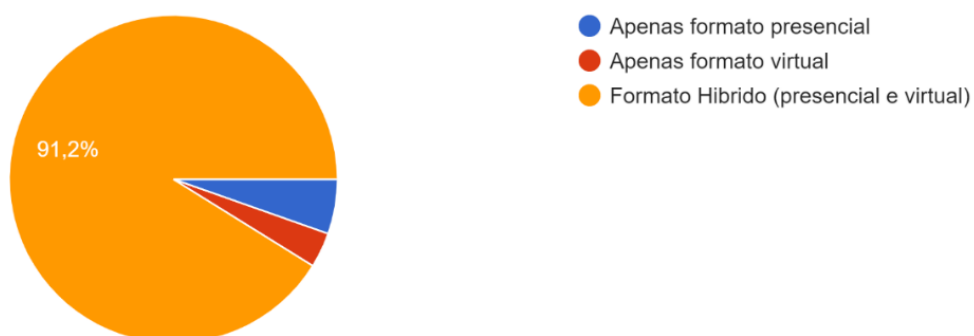
Gráfico 3. Formato que os participantes irão optar pelos eventos geeks após pandemia



Fonte: Autora (2021)

A quarta pergunta intitula-se “Como você acha que os eventos geeks vão funcionar futuramente, depois da pandemia?”. 237 participantes (91,2%) responderam que será em formato híbrido, presencial e virtual; 14 participantes (5,4%) responderam que será apenas formato presencial e 9 participantes (3,5%) responderam que será apenas em formato virtual.

Gráfico 4. Como serão os eventos geeks após pandemia

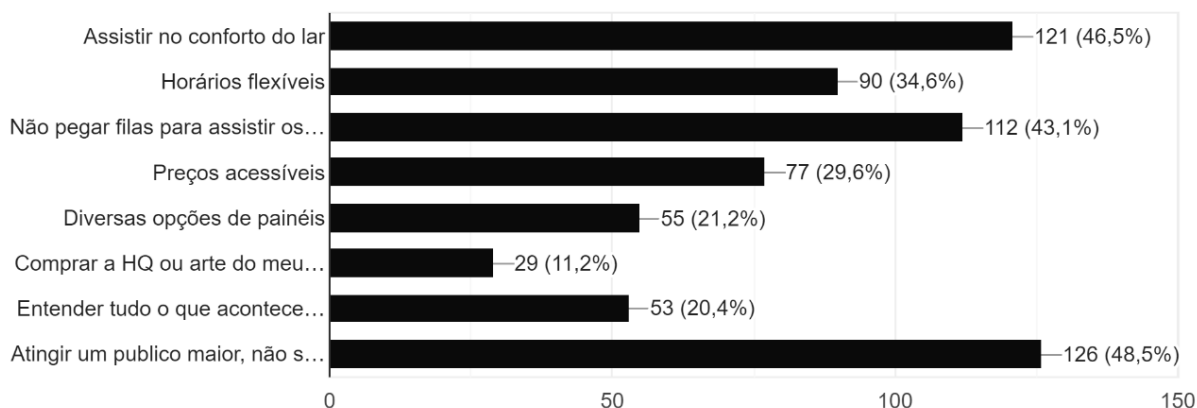


Fonte: Autora (2021)

A quinta questão dava ao participante escolher até 3 opções. Intitula-se “Quais as VANTAGENS do evento geek ser em formato virtual?” Para os participantes essas são as maiores vantagens dos eventos geeks no formato virtual: Atingir um público maior não só as pessoas residentes de grandes cidades (126 participantes, cerca de 48,5%), Assistir no conforto do lar (121 participantes, cerca de 46,5%), Não pegar filas para assistir os painéis do evento (112 participantes, cerca de 43,1%), Horários Flexíveis (90 participantes, cerca de 34,6%), Preços Acessíveis (77 participantes, cercas de 29,6%), Diversas opções de painéis (55 participantes, cerca de 21,2%), Entender tudo o que acontece nos painéis, sem barulho

ou gritos (53 participantes, cerca de 20,4%) e comprar a HQ ou arte de seu artista favorito na Artists Valley sem filas (29 participantes, cerca de 11,2%).

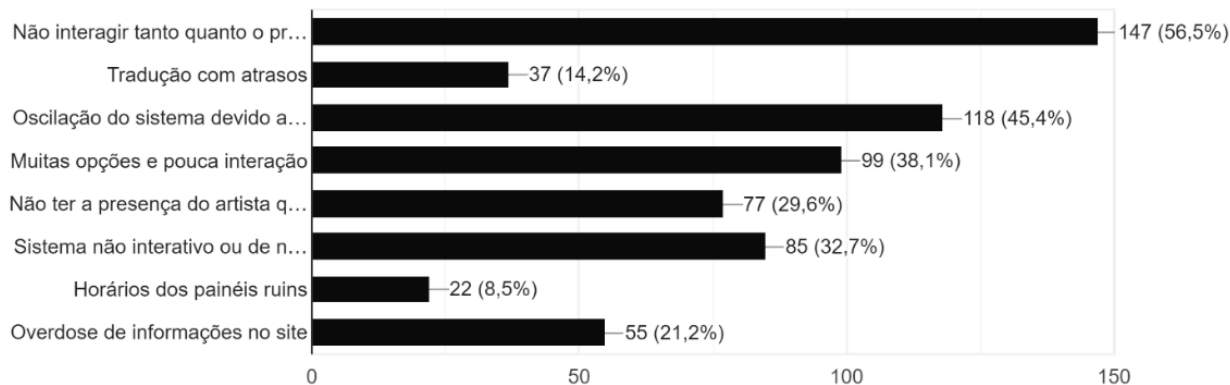
Gráfico 5. Vantagens do evento geek em formato virtual



Fonte: Autora (2021)

A sexta e última pergunta da pesquisa intitula-se “Quais são as DESVANTAGENS do evento geek em formato virtual?”, que assim como a sexta pergunta o participante poderia escolher até 3 opções. Para os participantes essas são as maiores desvantagens dos eventos geeks no formato virtual: Não interagir tanto quanto o formato presencial (147 participantes, cerca de 56,5%), Oscilação do sistema devido a internet (118 participantes, cerca de 45,4%), muitas opções e pouca interação (99 participantes, cerca de 38,1%), sistema não interativo ou de não compreensão (85 participantes, cerca de 32,7%), não ter presença do artista que gosta (77 participantes, cerca 29,6%), overdose de informações no site (55 participantes, cerca de 21,2%), tradução com atrasos (37 participantes, cerca de 14,2%) e horários dos painéis ruins (22 participantes, cerca de 8,5%).

Gráfico 6. Desvantagens do evento geek em formato virtual



Fonte: Autora (2021)

APENDICE B- ENTREVISTA VIA EMAIL: ROBERTO FABRI

Conte um pouco sobre o processo de transformar um dos maiores eventos geeks do mundo em formato virtual.

O que do formato original da CCXP precisou ser alterado para se adaptar para o virtual?
(Duas respostas em uma)

Quanto descobrimos que seria impossível fazer o evento presencial em 2020, paramos para pensar tudo que fazia da CCXP a CCXP. Qual era a alma do evento e porque as pessoas estavam lá. Debruçamos em números, pesquisas com o público e com a comunidade.

E, diante das circunstâncias, resolvemos olhar pra metade cheia do copo e encarar a CCXP como uma oportunidade de - ao invés de limitar ou cancelar, como estava sendo feito pela maioria dos outros eventos - resolvemos usar o digital para POTENCIALIZAR todo nosso storytelling, focando em experiências que seriam impossíveis de fazer no mundo real.

Explico: Evento Global x Distância física: Como fica em São Paulo, geralmente é caro para pessoas de outros países ou até mesmo de fora do Sudeste virem pra CCXP. Com o evento online, focamos nessa expansão da mensagem geek para todo o mundo.

Experiencia de show nos auditórios x experiencia de filme nas lives: Como não temos as limitações físicas do auditório, utilizamos do 3D e do mundo lúdico, mesma tecnologia utilizada em Hollywood, para criar mundos virtuais impossíveis de se imaginar no mundo real.

Celebridades terem que fazer horas de viagem para vir pra SP x Celebridades participarem de casa: Algumas celebridades não viajam de avião (por pânico ou estarem com idade avançada demais) e jamais viriam para SP por conta das pelo menos 12h de avião. Com o evento virtual, tivemos um Line up praticamente impossível de se replicar no evento físico.

Quais as vantagens e desvantagens do evento em formato virtual para quem realiza os eventos?

(Um pouco dessa resposta está acima)

A experiencia é completamente diferente, não tem o encontro presencial... com isso, o storytelling e o conteúdo ganham ainda mais força. Numa live na internet, você disputa atenção com redes sociais, YouTube etc. então você precisa ter um conteúdo muito forte e consistente para manter o foco da audiência.

Atingimos mais de 30 milhões de Page Views em mais de 130 países e mais de 4100 cidades ao redor do mundo. Foram 150h horas de conteúdo em mais de 250 lives simultâneas.

Um dos pontos chaves da CCXP é a interação do público com seus artistas preferidos. Como você avaliou isto comparado ao presencial? Qual foi o feedback do público sobre isso?

A interação com artistas perde muito em relação ao presencial, porém demos um protagonismo a nossa audiência, disponibilizando chat para conversas durante as seções e câmera aberta do fã, onde você participava da programação abrindo sua câmera em casa.

E as empresas, investidores apoiaram a mudança de formato? Qual foram as iniciativas e apoio que eles deram?

Em 2020 tivemos recorde de marcas não endêmicas participando do evento. (Santander, Oi, Facebook, Fusion e Budweiser) Estiveram presentes com ações, patrocínio de palcos e conteúdo.

A transformação desses eventos para o formato online atingiu um maior número de pessoas? Houve o mesmo impacto que o formato presencial?

Público CCXP:

2014 - 97k

2015 - 142k -

2016 - 180k - o ano que passamos SDCC atingimos a NYCC

2017 - 227k - passamos NYCC

2018 - 262k

2019 - 280k - evento sold out pela primeira vez

Nesse meio tempo fizemos alguns spin-offs

CCXP Tour em Recife para 54 mil pessoas

CCXP Cologne (Alemanha) para 40 mil pessoas

E nosso evento de games, que chamamos carinhosamente de GAMEPARK:

GameXP 17 para 360k pessoas (dentro do rock in rio)

GameXP 18 para 95k pessoas

GameXP 19 para 95k pessoas em 2020.

A experiência é completamente diferente, não tem o encontro presencial, mas o conteúdo foi tão impactante quanto. Atingimos mais de 30 milhões de page views em mais de 130 países e mais de 4100 cidades ao redor do mundo. Foram 150h horas de conteúdo em mais de 250 lives simultâneas.

Pretendem deixar o formato híbrido (presencial e virtual) mesmo com o fim da pandemia? Ou voltar para o formato original do evento?

O evento digital veio pra ficar, e daqui pra frente teremos o famoso "híbrido", essa mistura entre o digital e o físico. Os dois se potencializam. A tendência para os próximos anos é a CCXP ser mais que um evento de 4 dias, ser visto como uma marca e uma comunidade que cria conteúdos próprios, o ano inteiro, nas mais diversas plataformas de distribuição como redes sociais, streamings etc.

APENDICE C- TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA MARCELO FORLANI

Conte um pouco sobre o processo de transformar um dos maiores eventos geeks do mundo em formato virtual.

Com a pandemia a gente imaginou ainda por um tempo que pudesse ser uma coisa mais curta, rápida inicialmente. Imagina que né até dezembro de 2020 tudo já estaria de volta ao normal, digamos. Que a gente iria conseguir fazer a CCXP normalmente. Depois a gente foi vendo que não ia ser uma coisa tão rápida, tão curta, tão indolor. Lá pra junho, julho a gente bateu o martelo e decidiu que não iria fazer realmente o evento de forma presencial, como nos outros anos. Então a partir disso a gente começa a trabalhar na CCXP Worlds, que foi o nome que a gente deu pra esse evento virtual. A ideia ali era fazer realmente algo que lembrasse a CCXP, que tivesse alguns conceitos do que uma CCXP, que faz a CCXP ser o evento que todo mundo gosta de estar lá e tudo mais. Só que adaptado pra essa nova realidade que a gente tá vivendo até agora. Ai vieram as ideias, de como a gente ia contatar os estúdios, que tipo de ativação que a gente ia tentar fazer, veio a ideia de criação do mundo, venda ou não de ingressos, enfim todas essas pormenores até que a gente lançou o evento e fez o evento acontecer em dezembro. Com seis timelines diferentes paralelas como a gente faz na própria CCXP nos palcos diferentes, um de quadrinhos, um de criators, o Thunder e assim por diante. Tudo tentando mimetizar a forma virtual o máximo possível o que é a CCXP.

O que do formato original da CCXP precisou ser alterado para se adaptar para o virtual?

O principal mesmo, enfim, tudo precisou ser adaptado. Mas vou tentar ir por partes: o Artists Valley a parte aonde fica os quadrinistas, a gente criou varias mesas virtuais que são tipo “lives”, então cada um dos artistas que foram selecionados tinham lá uma live só pra ele com chat e tudo mais onde ele podia trocar ideia com seus fãs, vender suas artes, etc. No Thunder sem a presença de publico a gente conseguiu ainda criar um publico virtual que participou ali, a gente utilizou a fancam pra justamente dar esse ar de ao vivo, pras pessoas se sentirem parte realmente do evento. Pra parte do criators foi a parte que ficou mais próxima do evento presencial, com shows, bate-papos, bastante descontração e tudo mais que o publico gosta, concurso de cosplay.

Quais as vantagens e desvantagens do evento em formato virtual para quem realiza os eventos?

Bom, as vantagens são poucas. Assim tipo é um evento, menos custoso, ele custa menos pra ser feito, não muito, mas sim. Mas por outro lado você também não consegue ter as pessoas ali experimentando uma coisa presencialmente, de estar ali, vivendo aquilo né? É um sentimento diferente. Mas por outro lado também trouxe uma outra vantagem que foi de que pessoas que nunca conseguiam vir pra São Paulo pra participar do evento, participarem dessa vez. Então a gente teve ai mas de, acho que quase 140 países diferentes participando, pessoas de muitos lugares aqui do Brasil que nunca tinham vindo falando que estavam super felizes que tinham participado da CCXP pela primeira vez. Enfim essa é uma vantagem também né? Rola uma democratização geográfica mesmo porque a gente sabe que não é fácil vir pra São Paulo, tem que pagar passagem, hospedagem aqui, além dos próprios custos que você tem ali no evento de credencial, a comida lá dentro, etc.

Um dos pontos chaves da CCXP é a interação do público com seus artistas preferidos. Como você avaliou isto comparado ao presencial? Qual foi o feedback do público sobre isso?

É um dos pontos chaves com certeza, você está certa na sua pergunta. E não é a mesma coisa. Você “está respirando o mesmo ar” que seus artistas favoritos, tem a chance de ver de

perto, na sua frente. A gente teve acesso a muita gente, conseguiu fazer essas conversas via Zoom ou outras ferramentas virtuais de conferência virtual, mas, enfim não é a mesma coisa. Realmente perde a espontaneidade, perde a vibração. O público brasileiro é um público que realmente faz muito barulho, que no positivo e até negativo também, mas enfim, é um público muito carinhoso e esse calor das pessoas é uma das coisas que faz diferença pros artistas que tão aqui. Eles não ouvem aquela gritaria endurecedora, aquele carinho, amor todo que a gente faz. Então isso a gente acaba perdendo, mas por outro lado a gente teve acesso a como eu tava falando, pessoas que não necessariamente todas conseguiriam vir pra cá. Mas como elas estão de casa isso é de forma mais rápida, mas fácil digamos. A gente conseguiu, teve um lado positivo e um lado negativo também. E sobre o feedback do público é bem parecido com isso que eu to falando, a gente sabe que teve muita gente que gostou pela possibilidade de estar ali participando, mas como eu disse não é a mesma coisa que o presencial. A gente teve até algumas atividades que a pessoa ficava sozinha numa sala virtual com o seu ídolo, que foram bem recebidas, mas de novo não é a mesma coisa. Você não pode pegar, estar realmente na frente do seu ídolo ali.

E as empresas, investidores apoiaram a mudança de formato? Qual foram as iniciativas e apoio que eles deram?

De forma geral, sim as empresas estavam presentes, não o mesmo número de empresas que a gente tem no presencial, porque realmente é diferente. Mas o mercado veio com bastante força pro evento, a gente conseguiu boas rendas de patrocínio, boas ativações ali dentro (plataforma do evento). Com a Oi, que voltou mais uma vez, com os estúdios também como a Warner, Paramount, Universal, Santander. Foi bem legal assim, a gente ficou bastante surpreso de uma maneira positiva com o passado já tanto tempo. A gente tava já desde março naquele momento fazendo tudo de forma virtual pra um evento em dezembro, nove meses depois a gente conseguiu ainda chamar bastante atenção do público e das empresas, a gente ficou bastante feliz com isso.

A transformação desses eventos para o formato on-line atingiu um maior número de pessoas? Houve o mesmo impacto que o formato presencial?

A gente conseguiu sim um número maior por que ali no presencial a gente tem uma capacidade máxima do lugar que é de mais ou menos 70 mil pessoas por dia então a gente fazia 280 mil pessoas no evento presencial nos quatro dias. E pro on-line a gente conseguiu um número que ultrapassava a casa de milhões de pessoas, acho que foram 20, 25 milhões de pessoas participando. É diferente né? É um número realmente muito maior do que a gente atinge se fosse presencial, mas, as experiências como eu disse são diferentes. Mas sim, ficamos muito felizes com o resultado que a gente atingiu.

Pretende deixar o formato híbrido (presencial e virtual) mesmo com o fim da pandemia? Ou voltar para o formato original do evento?

Acho que nesse ano deve ainda ser virtual. Não temos aí um cenário positivo em relação a vacinação então a gente deve manter o virtual ainda esse ano, mas a ideia é sim ter alguma coisa híbrida usando alguma dessas ferramentas que eu falei que permitem pessoas de outros lugares participarem do evento de alguma forma. Isso deve continuar porque enfim, é uma forma de realmente você democratizar, com que mais e mais pessoas participem do evento, independente de onde elas estejam, até de condições financeiras também. Então a gente quer muito isso, que mais e mais gente participem do nosso evento.