
Da mídia para a vitrine: um estudo sobre a *Comic Con*¹

Maria Nathalia de HOLANDA²

Cícero de QUEIROZ³

Rafaela LIMA⁴

Rafaela MELO⁵

Thelma GUERRA⁶

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE.

Resumo

Este artigo fala sobre o processo de transformação do consumo midiático para o consumo físico. O tema principal é a histeria causada pelos eventos *Comic Con* - convenções de histórias em quadrinhos e cultura pop - e como esse comportamento afeta no consumo da comunidade *geek*⁷, que possui a liberdade de encontrar outras pessoas que partilham dos mesmos desejos de consumo em eventos similares a este. Outro tema abordado é o avanço do movimento *geek* como cultura e como ele ganhou espaço nas mídias e no mercado de consumo com um público tão fiel ao que lhe é oferecido.

Palavras-chave: Consumo Midiático; *Comic Con*; Cultura *Geek*; Fã.

1. Introdução

Consumo, que deriva do latim *consumere* e do inglês *consummation*⁸, se define

¹ Trabalho apresentado na IJ 2 - Publicidade e Propaganda, do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: mnholandao@gmail.com;

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNICAP, e-mail: cicerodequeiroz@hotmail.com;

⁴ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNICAP, e-mail: rafaelalima1218@gmail.com;

⁵ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNICAP, e-mail: rafa.melo1896@gmail.com;

⁶ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNICAP, e-mail: thelma.guerra@unicap.br;

⁷ *Geek*: é um sinônimo para nerd, e ambas são uma gíria muito usada para caracterizar pessoas com um jeito peculiar, que exercem diversas atividades intelectuais e que geralmente têm muita afinidade com tecnologias relacionadas às diversas áreas do entretenimento, como computadores, games, livros, jogos eletrônicos ou de tabuleiro, filmes e cultura pop em geral. FONTE: <<https://www.significados.com.br/geeks/>>. Acesso em: 26 mai. 2017

⁸ *Consumere*: desperdício / definem a sociedade. Os indivíduos *Consummation*: consumação.

como o ato de adquirir, usar tudo, destruir, somar e/ou esgotar algum produto ou serviço. Existem vários tipos de consumo, mas os mais comuns de serem analisados é o consumo individual, ou seja, aquele que é realizado por um indivíduo para o uso próprio, e o consumo privado, que é efetuado por particulares - famílias e empresas. Esses dois grupos ajudam a definir o perfil de consumidor mais comum, que é aquele que é atingido pelas propagandas e anúncios (BARBOSA, 2006, p. 21).

O ato de comprar por si só é encarado como uma futilidade, porém, nem sempre é algo negativo. Por exemplo, o consumo como forma de satisfazer necessidades inerentes ao ser humano conforme a Pirâmide de Maslow⁹.

O consumo também recebe grande influência dos diferentes tipos de culturas que precisam de um conhecimento mínimo sobre o sistema cultural da sociedade onde vivem, para que possam agir de acordo com ele. Ao ser partilhado, este sistema cultural permite que a convivência social aconteça.

Segundo Benedict (2001), “Cultura é como uma lente através da qual o homem vê o mundo”. É através dela que as pessoas irão definir seus valores, hábitos, o jeito de falar e o modo pelo qual irão consumir. A partir disso, foi desenvolvida pelo senso comum a visão de que devemos excluir e condenar grupos de pessoas que apresentem comportamentos, gostos e hábitos de consumo diferentes dos nossos.

Existem diversos meios de divulgação que estimulam o consumo. O consumo midiático diz respeito ao consumo do que a mídia oferece: nos grandes meios – televisão, rádio, jornal, revista, internet, sites, blogs, celulares, tablets, outdoors, painéis, etc. – e nos produtos/conteúdos oferecidos por esses meios – novelas, filmes, notícias, informações, entretenimentos, relacionamentos, moda, shows, espetáculos, publicidade, entre outros. Neste contexto, a oferta da mídia inclui também o próprio estímulo ao consumo, que se dá tanto através da oferta de bens (por meio do comércio eletrônico e da publicidade), quanto no que se refere a tendências, comportamentos, novidades, identidades, fantasias, desejos (JACKS e outros, 2014, p.4).

⁹ Pirâmide de Maslow: O conceito criado pelo psicólogo norte-americano Abraham H. Maslow, determina as condições necessárias para que cada ser humano atinja a sua satisfação pessoal e profissional. De acordo com esta ideia, os seres humanos vivem para satisfazer as suas necessidades, com o objetivo de conquistar a sonhada auto realização plena. O esquema descrito na Pirâmide de Maslow trata justamente da hierarquização dessas necessidades ao longo da vida do ser humano.

Sendo assim, as culturas, como por exemplo, a *geek*, ganharam força e incentivaram a criação de novos produtos/serviços para atender a um desejo de compra de um segmento da sociedade que não possuía tanta importância antes. Com a ascensão do mercado da cultura *geek* ao longo das décadas, surgiram novas lojas, eventos e mais conteúdo midiático voltado para este público, visando atender a todos os ramos de interesse do mesmo. Essa criação de conteúdo em demasia, gerou um sentimento de histeria dentro deste grupo de indivíduos que também teve outras influências externas que serão pesquisadas e analisadas durante este trabalho.

2. Cultura Geek

Antes de começar a explicar sobre a cultura *geek*, é preciso saber o que significa o termo e como se deu o crescimento desse grupo social ao longo dos anos. Esta palavra costumava ser uma gíria inglesa, referente aos fãs de tecnologia, eletrônicos, jogos, histórias em quadrinhos, livros, filmes e séries de TV. Antigamente ser *nerd*¹⁰ era motivo de chacota, mas com o passar dos anos o *geek* também se tornou um tipo de grupo que sofreu com isso. Esse público era visto com deboche, porém hoje é visto como tendência para os jovens e para o mercado, visto que este grupo tem ganhado cada vez mais espaço nos meios de comunicação.

Segundo Silveira (2017), os chamados *nerds* eram pessoas muito estudiosas, que gostam de ficar em casa lendo, assistindo filmes ou descobrindo novas tecnologias, e com praticamente nenhuma vida social. Assim como eles, os *geeks* também são pessoas viciadas em novas tecnologias relacionadas às diversas áreas do entretenimento, como computadores, games, livros, filmes e cultura pop em geral. É como se eles fossem especialistas nas áreas que curtem, pois se dedicam a pesquisar e aprender tudo sobre ela. Porém, eles não são solitários e tidos como anti-sociais. Pelo contrário, esta cultura tem feito sucesso, ditando tendências com um estilo próprio. Em virtude disto, em

¹⁰ *Nerd*: o termo é decorrente de uma expressão usada na década de 1950 para os representantes do Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento da Nortel, uma companhia de eletricidade do Canadá, e era designado para aqueles pesquisadores que trabalhavam no laboratório de tecnologia, e que passavam as noites em claro fazendo suas pesquisas. Nos idos de 1960 este termo começou a ser utilizado se referindo aos físicos, aos intelectuais ou simplesmente aos fissurados pelos estudos. é muitas vezes um solitário que se dedica a um *hobby* anti-social, podendo ter dificuldades em se integrar com um grupo, porque geralmente é também bastante tímido. FONTE: <<https://www.significados.com.br/nerd/>> Acesso em: 17 abr. 2019

alguns casos essa denominação é definida como uma variante mais *pop* do *nerd*, como um sinônimo *light* do termo usado há alguns anos de forma pejorativa.

A cultura *geek* vem crescendo progressivamente no Brasil, e para celebrar essa cultura midiática diversos eventos passaram a ser realizados em território nacional. Os eventos surgiram a partir de pequenos encontros de fãs até alcançarem um maior patamar, de modo que pudessem englobar os públicos de diversos modelos midiáticos que buscavam pelo mesmo tipo de experiência (ALEXANDRE, 2016).

No entanto, como este grupo social não é antissocial como dizem os estereótipos criados pelos leigos, eles frequentam eventos que tem como tema principal a cultura pop, o que ajuda no encontro dessas pessoas com gostos peculiares com outras pessoas que compartilham o mesmo gosto.

3. Consumo Midiático da Cultura Geek

O consumo midiático está intrinsecamente relacionado à cultura *geek*, visto que ela se baseia, em sua essência, no entretenimento midiático que está presente nas mais diversas plataformas - como no audiovisual, impressos, jogos, dentre outros. O fascínio por determinada obra influenciará, individualmente, o consumo tanto no sentido de extração de conteúdo, quanto através da aquisição direta dessas produções e de materiais relacionados - *action figure*¹¹, posters, e outras formas de objetificação. Já sob a ótica coletiva, o consumo midiático é ponto de convergência dessas pessoas, o qual irá uni-las e consolidá-las enquanto grupo social.

Com isso, há a intitulação de fã, que nesta cultura é algo muito valorizado pois reflete o quão especialista no assunto em questão o indivíduo é. De forma antagonista, tem-se a denominação de *poser*¹², que seria o indivíduo que se diz fã de algo apenas por aquilo estar em evidência no momento ou para se sentir pertencente à um grupo, não

¹¹ *Action Figure*: figuras em ação em tradução livre, são bonecos articulados que podem ter os mais diversos movimentos e alguns até mudar suas feições faciais. FONTE: <<https://paponerddetec.com.br/destaque/conheca-um-pouco-mais-sobre-action-figures/>>. Acessado em: 28 mai. 2017.

¹² *Poser*: gíria da língua inglesa cujo significado se refere uma pessoa com personalidade influenciável. O *poser* finge ser um fã apenas para estar na moda, para se juntar a um grupo e seguir as mesmas tendências. FONTE: <<https://www.significados.com.br/poser/>>. Acessado em: 17 abr. 2019.

possuindo a carga teórica e material que os outros membros do grupo definem que aquele cidadão deveria ter. Logo, temos um público que, movido pela satisfação ao se aprofundar e conhecer mais sobre seu objeto de admiração e interesse pelo desejo de se sentir cada vez mais fã, tende a consumir progressivamente conteúdos relacionados. Construindo assim, a identidade do indivíduo baseada no que ele adquire, seja de forma abstrata no que se refere a informação, ou de forma concreta na materialização.

4. Transformação do Consumo Midiático Para o Consumo Tradicional

O consumo midiático envolve tudo aquilo que a mídia oferece pelos grandes meios de comunicação, como televisão, rádio, jornais e internet. Por estes, temos acesso à notícias, entretenimento, informações e conteúdos das mais variadas formas. Em meio a isso tudo, existe o estímulo para o consumo de produtos físicos. Este se dá a partir da ligação emocional criada entre o produto midiático e seu consumidor.

Dentro do universo *geek*, esse consumo midiático acontece através de jogos, revistas em quadrinhos, filmes, séries, animes e mangás. Como dito anteriormente, o fã pertencente à esse grupo social sente a necessidade de se reafirmar como fã não apenas para os outros mas para si mesmo, e isso faz com que ele tenha interesse em buscar constantemente novas informações e conteúdos.

O mercado enxergou no público uma oportunidade para desenvolver produtos físicos relacionados à este ramo. Logo, camisetas, *buttons*¹³, mochilas, chaveiros, *action figure*, RPGs¹⁴, fantasias e itens colecionáveis, passaram a ser produzidos e vendidos em lojas físicas e virtuais. Esses produtos complementam a necessidade relacionada à busca de novos conteúdos, tornando um interesse não físico em algo material.

Sendo um dos maiores exemplos desta cultura há anos, a franquia de filmes Star Wars renovou seu público com o lançamento de novas obras e trouxe mais pessoas para este meio. A variedade de objetos que se tornam produtos é imensa, de modo que a saga

¹³ *Button*: um prendedor geralmente em forma de disco usado para unir duas partes de uma peça de vestuário por meio de montagem através de um botão ou laço. FONTE: <<https://o-que-significa.com/button/>>. Acessado em: 28 mai. 2017.

¹⁴ RPGs: um tipo de jogo no qual os jogadores desempenham o papel de um personagem em um cenário fictício. É um jogo diferente dos convencionais, pois não há ganhadores nem perdedores. FONTE: <<https://www.significados.com.br/rpg/>>. Acessado em: 28 mai. 2017.

sempre está se renovando no mercado. De sabres de luz¹⁵ à chaveiros, qualquer produto é capaz de chamar a atenção do fã contanto que tenha alguma referência ao universo.

5. Eventos da Cultura Geek

Nos últimos anos, a cultura *geek* ganhou bastante espaço no Brasil, e, para reunir os fãs de animes, jogos, cinema, histórias em quadrinhos e TV, diversos eventos passaram a ser realizados em território nacional. Eventos estes, que surgiram a partir de pequenos encontros de fãs até alcançarem um patamar maior que pudesse englobar todos esses grupos. Além de proporcionar uma troca de experiências, trazem novidades e atrações voltadas para o mundo *nerd* e *geek*, que se transformou no novo pop.

Diferente de outros eventos culturais como Feneart¹⁶ e Bienal Internacional do Livro¹⁷, uma *Comic Con* possui muito mais do que simples atrações e novidades. Em feiras como a Bienal e a Feneart, os artistas são chamados para expor suas obras, o que também acontece nas comic cons. Porém, o diferencial é que estas são movidas pela paixão que seu público-alvo têm por tudo o que envolve o universo *geek* e *nerd*, e a necessidade que ele tem em querer compartilhar essa experiência com outras pessoas que possuem os mesmos gostos e referências, até mesmo para se reafirmar como grupo social. Esse diferencial também justifica o motivo pelo qual ocorreu a ascensão deste mercado.

Muitos eventos *nerds* vem sendo organizados por todo o Brasil, embora os principais e mais visitados aconteçam na cidade de São Paulo. Apesar disso, a popularidade da cultura *geek* está fazendo com que os mesmos sejam levados para

¹⁵ Sabre de luz: O sabre de luz é a espada dos Jedi, cavaleiros com poderes especiais dentro do contexto de Star Wars. FONTE: <<http://br.starwars.com/banco-de-dados/sabre-de-luz>>. Acessado em: 28 mai. 2017.

¹⁶ Feneart: Considerada a maior feira de artesanato da América Latina, a Fenearte, juntamente com o Centro de Artesanato de Pernambuco, entre outras iniciativas do Governo do Estado, tem como objetivo valorizar e difundir os saberes tradicionais, estimular o potencial de crescimento dos artesãos e artesãs, funcionando como importante elemento estruturador da Cadeia Produtiva do artesanato local. FONTE: <<http://www.fenearte.pe.gov.br/>>. Acessado em: 17 abr. 2019.

¹⁷ Bienal Internacional do Livro: o evento contempla leitores de todas as idades e escritores de todos os estilos num encontro cultural que celebra a diversidade do conhecimento além de promover um dos setores mais promissores da economia criativa. A cada ano, mais personalidades da literatura nacional e internacional marcam presença, mais investimentos e receitas são geradas e mais pessoas comparecem e grandes públicos são alcançados. Um público apaixonado, formado principalmente por professores, estudantes, escritores, jornalistas, editores, livreros e muitos, muitos leitores, ávidos por literatura. FONTE: <<https://www.bienalpernambuco.com/apresentacao/>>. Acesso 17 abr. 2019.

outras regiões brasileiras. Alguns deles são:

- Anime Friends

Acontece no mês de julho desde 2003. É um dos maiores eventos do país que envolve animes, mangás e a cultura japonesa como um todo. O *Anime Friends* reúne pessoas de todo o Brasil, e até de países vizinhos. Atualmente o evento contém um público superior a 125 mil pessoas e diversas atrações como o *Animekê*, *Concurso de Cosplay*, *Press Start*, entre outras (CALENDÁRIO GEEK).

- Brasil Game Show

Para os apaixonados por games, há o *Brasil Game Show (BGS)*, uma feira anual de videogames, também realizada no Sudeste. Sua primeira edição aconteceu em 2009 no Rio de Janeiro, é considerada a maior conferência do gênero em toda a América Latina, e o evento só cresce a cada ano. Em 2016 mais de 200 marcas participaram expondo no *Brasil Game Show* e mais de 3 mil jornalistas do Brasil e do exterior cobrindo o evento (CALENDÁRIO GEEK).

- Comic Con Experience

Também conhecida como CCXP, a Comic Con Experience é um evento que acontece na cidade de São Paulo e cobre as principais áreas da indústria da cultura pop como jogos, quadrinhos, filmes e TV. A CCXP foi criada nos moldes da San Diego Comic-Con e teve sua primeira edição no ano de 2014. É o maior evento de cultura nerd do país e a terceiro maior comic con do mundo. Em 2017, além da edição realizada regularmente na capital paulista em dezembro, a CCXP anunciou sua primeira edição fora do Sudeste, a CCXP Tour Nordeste em Recife, que aconteceu entre os dias 13 e 16 de abril (NUNES, 2017).

6. Público-alvo: Geeks

O público que frequenta esses eventos e é atraído para o consumo de produtos da cultura *geek*, normalmente é composto por homens (70%) e mulheres (30%) de 18 a 35

anos que possuem interesse na cultura pop e *nerd*. A faixa etária citada não exclui outras, apenas define uma grande parte dos indivíduos que participam de tais eventos (SILVEIRA, 2017). Geralmente são as pessoas que gostam de séries, filmes, quadrinhos e jogos, que estão neste segmento de mercado. Nem sempre estas são tão estudiosas quanto os nerds, porém mais abertas a interagir socialmente.

7. Comic Con

No ano de 1968, na Inglaterra, acontecia o evento que fora batizado de Comicon (convenção de quadrinhos). Seu objetivo era reunir fãs e profissionais de histórias em quadrinhos para que eles pudessem compartilhar interesses e paixões em comum. Durante o evento também acontecia a *Fancy Dress Contest* (concurso de vestimentas), onde os fãs se vestiam de acordo com seus personagens favoritos. Em 1970, este modelo de convenção chegou até os Estados Unidos através da San Diego Comic-Con, que aconteceu em San Diego e reuniu cerca de trezentas pessoas em seu primeiro ano. Desde então, outras *comic cons* vem surgindo ao redor do mundo porém nenhuma delas é tão grande quanto a de San Diego.

Com o crescimento de outras vertentes da ficção fantasiosa durante os anos 80, 90 e início dos anos 2000, as *comic cons* passaram a incluir atrações derivadas de outras mídias que não os quadrinhos - tais quais incluíam desenhos animados, cinema, séries de TV, RPG, jogos eletrônicos e outras atividades relacionadas à cultura pop - atraindo um público mais amplo e acrescentando essa experiência para aqueles que anteriormente se limitavam ao universo das HQs.

Apesar da expansão deste segmento no mercado e da aceitação dessa cultura por parte da sociedade, ainda não possuíamos um evento de proporção de uma verdadeira *comic con* no Brasil. Até o ano de 2014, quando a primeira edição da Comic Con Experience aconteceu no estado de São Paulo. Sua proposta era trazer ao país um evento com qualidade internacional, voltado não apenas para os quadrinhos, mas para tudo que engloba a cultura *geek* - sempre propagando a ideia de que esta é uma convenção épica. Em sua terceira edição, em 2016, a Comic Con Experience registrou cerca de 196 mil visitantes, superando as edições internacionais como as de Nova York,

Salt Lake City e a própria San Diego Comic-Con, tornando-se aquela que possui o maior público do mundo (VARGAS, 2017).

Toda a histeria relacionada à estes eventos se dá pelo conteúdo exclusivo fornecido por eles. Os grandes estúdios de Hollywood como Netflix, Warner Bros, Sony e Fox se fazem presentes, cada um com seu estande, onde trazem novidades e atrações que envolvem suas obras mais recentes. Um grande fator que contribui para com a expectativa criada pelo público, é presença de produtores, diretores e atores de cinema ou séries - uma vez que eles participam de bate-papos com fãs, tiram fotos e distribuem autógrafos.

O Artist's Alley também é uma enorme atração, uma vez que essa foi origem das *Comic Cons*. O da CCXP atualmente é o maior da América Latina, são cerca de 250 mesas com 300 quadrinistas e desenhistas, brasileiros e estrangeiros, que estão ali para apresentar e vender seus trabalhos (VARGAS, 2017).

Em relação ao consumo de produtos físicos, as *comic cons* se mostraram ótimos pontos de venda. Dentro dos eventos podemos encontrar lojas com produtos específicos do mundo *geek*, como camisetas, *bottons*, *action figures*, itens de colecionador, chaveiros, entre várias outras coisas, tudo relacionado às séries, filmes, livros e jogos. Normalmente, são produtos que os fãs não costumam encontrar de maneira fácil no mercado comum, logo, muitos juntam suas economias para que possam consumir estes produtos quando forem ao evento.

8. Considerações Finais

Os *geeks* surgiram a partir da cultura *nerd*, tornando-se uma variável desta. Eles podem ser considerados uma versão mais *light* dos *nerds*, uma vez que, apesar de terem os mesmos gostos e referências, os *geeks* são mais abertos a interagir socialmente e os outros possuem maior interesse pelos estudos e sejam vistos como anti-sociais por esse motivo.

O consumo midiático dentro deste grupo social se dá a partir de jogos, quadrinhos, filmes, livros, séries de TV, animes e mangás, e é responsável pela convergência dessas pessoas e por consolidá-las como grupo. A fascinação existente por

obras específicas influenciará na forma de consumir, independente deste estar relacionado à extração de conteúdo ou aquisição de bens materiais.

Esses fatores geram a valorização da intitulação do fã, que irá refletir o quanto o indivíduo conhece sobre um segmento específico. Pelo receio de serem rotulados como *posers* e não se sentirem pertencentes àquele grupo, muitos sentem a necessidade de se reafirmar como fãs, não apenas para os outros, mas para si mesmos. Dessa forma, acaba-se criando uma outra necessidade: a de tornar real um interesse não físico, fazendo com que o conhecimento e dominação do conteúdo midiático não sejam suficientes. É preciso ter produtos físicos relacionados aos produtos midiáticos.

Essa paixão existente por tudo que envolve o universo *geek*, fez com que nascesse a vontade de exteriorizar o sentimento. Então os encontros entre os pequenos grupos de fãs começaram a surgir e deles vieram os eventos, que procuram englobar a todos.

Com a popularidade desta cultura em território nacional, começaram a surgir eventos no Brasil. Entre eles, os mais populares são o Anime Friends, Brasil Game Show e Comic Con Experience, que se diferencia dos demais pelo formato comic con, que consegue atrair praticamente todo o público *nerd* com suas variadas atrações.

A comic con é o maior evento dentre o universo dos *nerds*, embora possua realizadores diferentes pelo mundo, seu modelo é basicamente o mesmo. Surgiu ao fim dos anos 60, na Inglaterra, e inicialmente se tratava apenas de uma convenção de revistas em quadrinhos. Ao longo das décadas, passou a incluir atrações outras de mídias não relacionadas às HQs, como cinema, séries de TV, RPG e jogos, atraindo um público mais amplo.

O fator épico da comic con, causador da histeria acerca estes eventos, é a diversidade de atrações para um público amplo existente dentro de uma mesma cultura, unida com a exclusividade de informações referente ao conteúdo presente nas obras que englobam o consumo midiático e a oportunidade de deixarem os fãs mais próximos das pessoas envolvidas com essas obras - atores, produtores, diretores, quadrinistas, entre outros. Todas essas características inseridas em um grandioso e ambicioso evento, são suficientes para deixar qualquer *geek* histórico.

Referências

10 MOTIVOS QUE FARÃO DA CCXP 2016 UM EVENTO ÉPICO! | CCXP. Disponível em: <<https://www.ccxp.com.br/experiencias>>. Acesso em: 24 mai. 2018.

ALEXANDRE, Silvio. “**Crônicas da CCXP: entendendo a Cultura Pop e os números do entretenimento**”, 2016. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2016/12/09/cronicas-da-ccxp-entendendo-a-cultura-pop-e-os-numeros-do-entretenimento>. Acesso em: 25 mai. 2018.

BARBOSA, Lúvia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. 1ª ed. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2006. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=k-6wqA6ytF4C&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>> Acesso em: 25 mai. 2018.

BENEDICT, Ruth. **O crisântemo e a espada**, 1972. São Paulo: Perspectiva.

CALENDÁRIO GEEK. Disponível em: <<https://calendariogeek.com.br/>>. Acesso em: 14 mai. 2018.

BARROS, Luíza. **Comic-Con: como a convenção se transformou em um dos eventos mais importantes do entretenimento**, 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/comic-con-como-convencao-se-transformou-em-um-dos-eventos-mais-importantes-do-entretenimento-22894609>>. Acesso em: 14 mai. 2018.

JACKS, Nilda. OIKAWA, Erika. NOLL, Gisele. TOALDO, Mariângela. WOTTRICH, Laura. **JOVEM E CONSUMO MIDIÁTICO: Dados Preliminares do Estudo Piloto e da Pesquisa Exploratória.** Disponível em: <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT15_RECEPCAO_PROCESSOS_D E_INTERPRETACAO_USO_E_CONSUMO_MIDIATICOS/composfinal-1_2272.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

NUNES, Robson F. **10 Perguntas Para Ivan Costa, sócio da CCXP - Vidília Nerd.** 2017 Disponível em: <<https://vigilianerd.com.br/10-perguntas-para-ivan-costa-socio-da-ccxp/>>. Acesso em: 17 abr. 2019.

SILVEIRA, Debora Priscila. **O Que é Cultura Geek?** Disponível em <<https://www.oficinadanet.com.br/post/18274-o-que-e-cultura-geek/>>. Acesso em: 24 mai. 2018.

VARGAS, Reinaldo. “**Estaremos Na Comic Con Experience 2017!**”, 2017.
Disponível em: <<https://universonerd.net/portal/eventos/ccxp/estaremos-na-ccxp2017/>>.
Acesso em: 14 mai. 2018.