

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RICARDO VINICIUS PENHA CATEB

**INDÚSTRIA NERD E ECONOMIA BRASILEIRA: uma análise de sua consolidação e
potencial de mercado**

SÃO LUÍS
2025

RICARDO VINICIUS PENHA CATEB

**INDÚSTRIA NERD E ECONOMIA BRASILEIRA: uma análise de sua consolidação e
potencial de mercado**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,
apresentado como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Administração da Universidade Federal do
Maranhão - UFMA.

Orientador: Prof. Dr. Ademir da Rosa Martins

SÃO LUÍS

2025

Cateb, Ricardo Vinicius Penha.

Indústria nerd e economia brasileira: uma análise de sua consolidação e potencial de mercado. / Ricardo Vinicius Penha Cateb.
– São Luís, 2025.
18 f.

Orientador: Prof. Dr. Ademir da Rosa Martins
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação, Artigo) - Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2025.

1. Cultura Nerd. 2. Consumo. 3. Economia Criativa. I. Martins, Ademir da Rosa. II. Título.

RICARDO VINICIUS PENHA CATEB

**INDÚSTRIA NERD E ECONOMIA BRASILEIRA: uma análise de sua consolidação e
potencial de mercado**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,
apresentado como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Administração da Universidade Federal do
Maranhão - UFMA.

Aprovado em: 26 /07/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ademir da Rosa Martins (orientador)

Dr. em Informática na Educação

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Nilson Costa Santos

Dr. em Engenharia Elétrica

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Walber Lins Pontes

Dr. em Informática na Educação

Universidade Federal do Maranhão

Dedico minha conquista à minha família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço especialmente à família pelo apoio incondicional, aos amigos pelo suporte constante na caminhada e aos professores e mestres pelo conhecimento compartilhado. Todos foram de extrema importância para meu desenvolvimento acadêmico, pessoal e profissional. Obrigado!

“Embora eu venha do pó mortal, meu coração
ainda voa em direção aos céus”

— Zhu Hong Zhi (朱洪志), conhecido como I
Eat Tomatoes. Obra: Desolate Era

RESUMO

A cultura nerd, anteriormente associada a nichos específicos, consolidou-se como um fenômeno global com relevância econômica e cultural. Este artigo tem como objetivo compreender como essa indústria tem se desenvolvido no Brasil e de que forma sua influência contribui para o crescimento econômico do país. A metodologia adotada baseia-se em uma revisão de literatura, abordando autores e dados institucionais relacionados à cultura nerd e à economia criativa. Os resultados demonstram que há um consumo significativo de produtos nerds no Brasil, refletido na popularização de itens como roupas, acessórios e mídias digitais. Internacionalmente, empresas como Google, Apple, Facebook e Microsoft têm investido no mercado de jogos por meio de plataformas de streaming e serviços por assinatura, indicando uma mudança nos modelos de consumo e distribuição. Além disso, destaca-se que o setor se insere na economia criativa, representando uma alternativa viável para a geração de renda, inclusão social e valorização cultural. Conclui-se que a cultura nerd deixou de ser marginalizada e passou a integrar o sistema econômico contemporâneo, sendo um vetor relevante para o empreendedorismo e o desenvolvimento cultural e econômico.

Palavras-chave: Cultura nerd; Economia criativa; Consumo.

ABSTRACT

Once confined to specific niches, nerd culture has become a global phenomenon with significant economic and cultural relevance. This article aims to understand how this industry has developed in Brazil and how its influence contributes to the country's economic growth. The methodology is based on a literature review, including academic sources and institutional data related to nerd culture and the creative economy. Results show a strong demand for nerd-related products in Brazil, especially in clothing, accessories, and digital media. Internationally, companies such as Google, Apple, Facebook, and Microsoft have invested in the gaming sector through streaming platforms and subscription services, reflecting a shift in consumption and distribution models. Furthermore, this sector fits within the creative economy, presenting itself as a viable alternative for income generation, social inclusion, and cultural appreciation. It is concluded that nerd culture has moved from the margins to the center of the contemporary economic system, becoming a relevant driver of entrepreneurship, cultural identity, and economic development.

Keywords: Nerd culture; Creative economy; Consumption;

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
2.1	Cultura nerd: origem e transformação social	10
2.2	A indústria nerd	11
3	METODOLOGIA	11
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	12
4.1	Importância dos eventos.....	12
4.2	Perfil de consumo	13
4.3	Tendências	14
4.4	Economia criativa.....	15
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	16
	REFERÊNCIAS	16

INDÚSTRIA NERD E ECONOMIA BRASILEIRA: uma análise de sua consolidação e potencial de mercado ¹

Ricardo Vinicius Penha Cateb ²

Ademir da Rosa Martins ³

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas o mercado da cultura nerd, transformou-se em um espaço relevante na sociedade e na economia brasileira. A popularização de eventos como a CCXP, o crescimento de editoras especializadas e o aumento da demanda por produtos relacionados a filmes, séries, quadrinhos e games, revelam uma mudança significativa nos hábitos de consumo e no mercado nacional. Esse movimento reflete também o surgimento de novas oportunidades de negócios, geração de empregos e o fortalecimento do empreendedorismo voltado ao público geek (Soares, 2023).

A economia criativa está sempre referenciando modelos de negócios baseados na criatividade, apontando serviços ou atividades que pode se originar a partir do capital intelectual e cultural, proporcionando a geração de emprego e renda. Grande parte dessas iniciativas está conectada a setores da cultura, como o design, tecnologia, moda, música e artesanato (Lima *et al.*, 2019).

Nesse contexto, ao tratar da cultura nerd, o antropólogo Guilherme Yokote (2022) explica que a cultura nerd pode ser compreendida como uma vertente da cultura popular clássica. Inserida nesse universo mais amplo da cultura popular, a cultura nerd traz consigo tanto o apelo comercial quanto a influência das grandes massas. Assim, ao ser introduzida à lógica da economia criativa, o universo nerd transforma seu potencial simbólico e criativo em serviços e produtos rentáveis, elevando sua relevância e sua capacidade de competir no mercado.

Já, segundo Howkins (2013), a criatividade, por si só, não possui valor econômico se depender apenas dela. É necessário que tome forma, seja modelada em um produto comercial para que alcance valor econômico. Nesse cenário, a economia criativa — que tem como base a criatividade — precisa ir além da simples geração de ideias: é necessário direcioná-la ao mercado, fazendo com que os bens ou serviços produzidos, além de criativos, se tornem rentáveis e comercializáveis, ganhando, assim, competitividade frente a outros produtos semelhantes nos setores em que estão inseridos.

Assim, surge a pergunta de pesquisa deste estudo: “Como a indústria nerd tem se consolidado no Brasil e de que maneira sua influência tem contribuído para o desenvolvimento econômico do país?”

Nesse sentido o objetivo geral do estudo é analisar como a indústria nerd tem se consolidado no Brasil e de que maneira sua influência tem contribuído para o desenvolvimento econômico do país.

Para isso delineou-se os seguintes objetivos específicos:

- Analisar a importância dos eventos;
- Levantar o perfil de consumo;
- Identificar as tendências desse mercado;

¹ Artigo apresentado para a disciplina de TCC II do Curso de Administração da UFMA e defendido como Trabalho de Conclusão de Curso perante banca examinadora em sessão pública no semestre de 2025.1, na cidade de São Luís/MA.

² Aluno do Curso de Administração/UFMA. Contato: vitor.dsc@discente.ufma.br;

³ Professor orientador. Dr. em Informática na Educação. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração DECCA/CCSo/UFMA. Contato: ademir.martins@ufma.br.

- Verificar a relação com a economia criativa.

A escolha deste tema se justifica pela crescente relevância da indústria nerd no Brasil nos últimos anos. Antes considerada um nicho marginalizado, essa indústria tornou-se uma força expressiva, exercendo influência significativa sobre o comportamento e os padrões de consumo. Assim, a cultura nerd se apresenta como um fator viável de geração de renda, impulsionado pela globalização digital, pelas franquias de entretenimento e pelo consumo em massa de conteúdos relacionados a games, quadrinhos, séries e filmes. Diante disso, evidencia-se a necessidade de compreender de que forma a indústria nerd contribui para a movimentação da economia brasileira.

A metodologia empregada tem finalidade descritiva com base em uma revisão da literatura.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Cultura nerd: origem e transformação social

A cultura nerd é um movimento cultural que não possui uma origem histórica precisa, ou seja, cuja gênese não apresenta um marco temporal exato. Na década de 1950, o termo “nerd” passou a ser utilizado com conotação predominantemente pejorativa, sendo atribuído a indivíduos caracterizados por uma inteligência acima da média, mas que apresentavam dificuldades de relacionamento social e não se adequavam aos padrões comportamentais vigentes à época. Conforme destaca o britânico Paul Graham no artigo “Por que Nerds são impopulares” (apud Soares, 2023), essas características contribuíam para a impopularidade desses indivíduos no contexto escolar e social.

As primeiras organizações de entusiastas a cultura nerd/*geek*, como clubes de ficção científica e convenções realizadas entre as décadas de 1930 e 1940, quando esses grupos se reuniam para compartilhar interesses comuns. Nesse cenário, os quadrinhos, em especial os dedicados aos super-heróis, desempenharam papel fundamental na constituição dessa cultura inicial, ao oferecerem uma forma de evasão da realidade e a possibilidade de exploração de universos alternativos e narrativas heróicas (Rios; Fernandes, 2012).

Com o surgimento da era da informação e o acelerado desenvolvimento tecnológico ocorrido nas décadas de 1970 e 1980, a cultura *geek* passou por um processo de expansão e consolidação. Tecnologias emergentes, tais como videogames e computadores, tornaram-se elementos centrais da identidade *geek*, propiciando o surgimento de subculturas específicas e o estabelecimento de conexões entre entusiastas de diferentes localidades, o que reforçou sua influência cultural em escala global (Soares, 2023).

Embora os termos “*geek*” e “nerd” sejam frequentemente confundidos e utilizados como se possuíssem o mesmo significado, é possível estabelecer distinções entre eles. Os *geeks* são entusiastas ou especialistas em tecnologia, com interesse focado em determinadas atividades e temas específicos. Já os nerds tendem a possuir um perfil mais intelectual, dedicando-se ao aprofundamento do conhecimento em áreas específicas. Contudo, ambos compartilham uma cultura amplamente difundida, caracterizada pela paixão por inovações tecnológicas e diversas áreas do entretenimento, tais como videogames, literatura, cinema, revistas em quadrinhos e práticas como o cosplay, inspirado em personagens de animes e mangás (Lima *et al.*, 2019).

Conforme destaca Matos (2012), houve uma mudança na forma como os “nerds” são percebidos socialmente, eles saíram de indivíduos marginalizados para indivíduos que portam orgulho identitário e capital cultural; foi um processo gradual e complexo. Essa transição foi impulsionada por transformações significativas nas representações midiáticas e na forma como o público passou a enxergar a figura do *geek*. Gradualmente, séries televisivas, produções cinematográficas e obras literárias passaram a apresentar personagens *geeks* e nerds sob uma

ótica mais positiva, muitas vezes colocando-os no papel de protagonistas ou heróis das narrativas.

Essa mudança contribuiu diretamente para a valorização simbólica desse grupo, provendo maior aceitação e reconhecimento de sua identidade no imaginário coletivo da cultura popular.

2.2 A indústria nerd

A globalização contribuiu significativamente para a ampliação da disseminação mais ampla de mídias e narrativas, permitindo que ideias e paixões geeks cruzassem fronteiras. Esse processo foi intensificado com o advento da internet, que passou a oferecer uma plataforma eficaz para a formação e articulação de comunidades geeks em diferentes regiões do mundo, superando barreiras geográficas e promovendo conexões entre indivíduos com interesses comuns (Weschenfelder & Lopes Filho, 2023).

Os eventos ligados à comunidade nerd/geek têm exercido um papel significativo na valorização e na difusão dessa expressão cultural. Iniciativas que abrangem desde convenções regionais até exposições internacionais de grande escala consolidaram-se como espaços estratégicos de encontro entre os admiradores, produtores e profissionais do setor (Camargo, Velasques, 2021). Mais do que encontros, estes eventos têm servido como plataformas para a expressão de identidades, intercâmbio cultural e, sobretudo, para a realização de negócios significativos.

No Brasil, a indústria nerd tem se desenvolvido de forma crescente, o que impulsionou o aumento expressivo de eventos relacionados ao tema em todo o território nacional. Anualmente, diversas cidades sediam encontros voltados à cultura nerd, com destaque para aqueles realizados em grandes metrópoles, como São Paulo. Por contar com um público numeroso, além de ser uma cidade turística e de grande porte, São Paulo concentra a maior parte desses eventos, consolidando-se como um dos principais polos da cultura nerd no país..

Segundo Monteiro (2018), o comércio geek está em alta no Brasil por conta do sucesso crescente dos filmes, séries, quadrinhos, livros, jogos geeks e eventos que acontecem no país. Silverio (2018), por sua vez, demonstra que o mercado possui um grande potencial de expansão e não possui previsão de quando vai se estabilizar, ou seja, esse ramo continuará em evolução.

3 METODOLOGIA

Quanto aos objetivos, esta pesquisa classifica-se como descritiva e exploratória. De acordo com Gil (2017), a pesquisa descritiva tem como finalidade a caracterização de determinado fenômeno ou a relação de variáveis, sem que ocorra manipulação, enquanto a pesquisa exploratória proporciona uma maior familiaridade com o problema para torná-lo mais explícito.

Quanto aos meios ou procedimentos metodológicos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, elaborada a partir de fontes secundárias, como livros, dissertações, teses, artigos científicos e anais de eventos acadêmicos. Lakartos e Marconi (2003) indicam que a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já publicado, constituindo-se em uma etapa fundamental para o embasamento teórico de qualquer investigação científica.

A pesquisa assume uma abordagem qualitativa. De acordo com Minayo (2001), à abordagem qualitativa considera que o universo dos significados, crenças, valores e atitudes permitam uma interpretação profunda dos fenômenos sociais, culturais e simbólicos abordados.

Para a coleta de dados, utilizou-se a análise de produções científicas previamente divulgadas, disponíveis em bases como Google Acadêmico, Scielo, Periódicos CAPES e

Scopus. Segundo Fonseca (2002), a pesquisa bibliográfica utiliza-se da compreensão, discussão e sintetização dos conhecimentos já acumulados sobre determinado tema.

O foco da pesquisa foi a produção acadêmica que discute a cultura nerd, sua consolidação como fenômeno sociocultural e sua influência na economia criativa, com ênfase no contexto brasileiro. Foram selecionados textos que atendiam aos critérios de relevância temática atual (entre 2009 e 2024), idioma (português, inglês e espanhol) e acesso integral.

A coleta de dados ocorreu entre março e junho de 2025.

A análise teve por base os procedimentos propostos por Bardin (2011), especialmente no que tange à organização dos conteúdos em categorias temáticas interpretativas. Não foram utilizados softwares específicos, optando-se por uma leitura analítica manual, centrada na síntese e comparação entre os autores. Os dados foram tratados por meio de análise qualitativa temática, que consistiu na identificação, categorização e interpretação de padrões conceituais e discursivos presentes nos estudos selecionados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Importância dos eventos

A internacionalização dos eventos relacionados à cultura geek representa um aspecto fundamental de seu processo de expansão global. Embora suas origens estejam ligadas às convenções norte-americanas, como a San Diego Comic-Con, essas manifestações culturais passaram a se estabelecer em diversas regiões do mundo. Nações da Europa, da Ásia e da América Latina passaram a promover suas próprias edições, incorporando elementos culturais locais e os adaptando à lógica e à estética características do universo geek. Um exemplo expressivo é o Comiket, realizado no Japão, considerado uma das maiores convenções dedicadas ao *doujinshi* (mangá independente) no mundo. Da mesma forma, a Comic Con Índia destaca-se por integrar referências da cultura pop indiana com influências internacionais, evidenciando a capacidade adaptativa e abrangente dessa subcultura (Matos, 2011; Izidoro, 2020).

Os principais eventos geek têm grande relevância para o fortalecimento da cultura nerd e seu mercado. A Comic Con Experience (CCXP) é um dos maiores eventos do gênero no país e no mundo. Inspirada na Comic Con de San Diego, criada nos Estados Unidos em 1964, a CCXP teve sua primeira edição brasileira em 2014, em São Paulo, atraindo cerca de 97 mil pessoas. Desde então, o evento cresceu consideravelmente, chegando a reunir mais de 280 mil visitantes em 2019, além de contar com grandes nomes do entretenimento e dezenas de empresas do setor (Rufino *et al.*, 2023).

Outra feira de destaque é a Brasil Game Show (BGS), considerada a maior conferência de videogames da América Latina. O evento teve início em 2009, no Rio de Janeiro, com um público ainda reduzido, mas cresceu rapidamente, transferindo sua sede para São Paulo e atraindo cerca de 150 mil pessoas já em 2013. Atualmente, a BGS ocupa todos os pavilhões do Expo Center Norte e reúne fãs e profissionais do mercado de jogos eletrônicos, consolidando-se como uma referência no setor.

Já o Anime Friends é uma feira voltada para fãs de anime, mangá e cultura japonesa. Criado em 2003, o evento também apresentou crescimento significativo ao longo dos anos, passando a ser realizado no Parque Anhembi, em São Paulo. É conhecido por suas atrações internacionais e atrai anualmente um público superior a 120 mil pessoas, incluindo visitantes de diversos países da América Latina (Rufino *et al.*, 2023).

A Perifacon destaca-se como um exemplo relevante por representar não apenas a valorização da cultura geek, mas também sua confluência com as expressões culturais das periferias urbanas. O evento reúne amantes de quadrinhos, animações e cultura pop de forma

acessível para populações periféricas, que muitas vezes não conseguem arcar com os altos custos dos ingressos de eventos tradicionais. Tal iniciativa evidencia a capacidade dessa subcultura de se adaptar, dialogar com diferentes realidades sociais e ampliar seu alcance de maneira inclusiva (Do Nascimento, 2022).

De acordo com Érico Borgo (2022), jornalista e cofundador do portal Omelete e da CCXP, a cultura nerd tem o poder de acolher diferentes perfis e promover debates livres sobre temas sociais, culturais e políticos. Isso reforça o sentimento de pertencimento entre seus participantes e amplia seu impacto social.

Segundo Lima (2019), muitas empresas utilizam esses eventos como oportunidade para apresentar novidades ao público, uma vez que a recepção obtida durante as convenções pode ser determinante para a tomada de decisões comerciais futuras. O bom desempenho de lançamentos nesses espaços pode influenciar diretamente a continuidade de projetos relacionados a filmes, séries, produtos colecionáveis e outros itens do universo geek. Além disso, tais eventos desempenham um papel relevante na captação de novos consumidores, contribuindo para a fidelização de um público altamente engajado e afetivamente conectado às marcas.

4.2 Perfil de consumo

No Brasil, a cultura nerd e geek manifesta-se de maneira significativa, especialmente por meio de eventos culturais, da presença marcante na internet e do surgimento de empreendimentos direcionados especificamente a esse público. De acordo com Matos (2011), é notável a expansão dessa cultura no país, evidenciada pela proliferação de sites especializados e pela realização de eventos voltados ao público nerd, os quais não apenas promovem conteúdos relacionados a esse universo, mas também fomentam discussões originais sobre o tema. Além disso, observa-se o crescimento de empresas dedicadas a esse nicho, que vêm alcançando uma audiência considerável, ainda que caracterizada por um perfil mais seletivo.

Matos (2013) indica que nerds e *geeks* passaram a atrair o interesse do mercado justamente por apresentarem um comportamento de consumo direcionado e fiel, o que os torna altamente lucrativos. Em nível internacional, diversos eventos voltados a esse público têm se destacado, tornando-se ambientes propícios para estratégias de captação por parte de empreendedores.

Uma pesquisa realizada durante um evento de cultura geek e nerd, na cidade de Juazeiro do Norte – CE, revelou que o gênero masculino predominou entre os participantes, representando 58% da amostra, composta por 172 formulários válidos. No entanto, é importante destacar que, por se tratar de uma amostragem por conveniência, a distribuição entre os gêneros não reflete necessariamente a realidade do público consumidor em geral, mas sim as características específicas do grupo acessado no contexto da pesquisa (Peixoto, 2019).

Ainda de acordo com Peixoto (2019), observa-se que a maioria dos participantes demonstra familiaridade com os produtos relacionados à cultura analisada, além de consumi-los ativamente. A ampla acessibilidade a esses produtos e a variedade de meios pelos quais são divulgados, como filmes, revistas, histórias em quadrinhos, séries, eventos e lojas físicas e virtuais, contribui significativamente para a expansão e consolidação dessa cultura entre diferentes faixas etárias, conforme destaca a revista Cariri (2018).

Corroborando essa perspectiva, Izidoro (2020) aponta que, entre os participantes de sua pesquisa, os produtos geeks mais consumidos são roupas e calçados (64,4%), seguidos por acessórios e objetos diversos (59,5%). Esses itens se destacam por sua ampla disponibilidade no mercado tradicional, o que facilita o acesso e dispensa a necessidade de recorrer exclusivamente a lojas especializadas no universo geek. A ascensão da cultura pop e sua popularização contribuíram para que grandes redes varejistas incorporassem, em seus

catálogos, produtos anteriormente restritos a nichos específicos, tornando o consumo mais abrangente e acessível.

Nesse cenário, Santos (2011) observa que uma das principais características do público *nerd* é a preservação, na vida adulta, de referências culturais e afetivas ligadas à infância. Entretanto, os dados indicam que, atualmente, o novo conceito de *geek* conquistou maior aceitação entre os consumidores, especialmente aqueles inseridos na cultura *pop* contemporânea. Produtos tradicionalmente associados à infância, como brinquedos e games, ocupam posições menos expressivas na preferência de compra, sugerindo que o termo “*geek*” passou a abranger um público mais amplo e diversificado. Diferente da figura do *nerd* que está tradicionalmente vinculada a estereótipos ligados à tecnologia e ao intelecto, o *geek* contemporâneo é definido por seu vínculo afetivo e identitário com produtos culturais que atravessam diferentes gerações e estilos de vida.

4.3 Tendências

O avanço das tecnologias impulsionou uma fase transicional de inovação industrial conhecida como Indústria 4.0, também denominada Quarta Revolução Industrial. Nesse contexto, as empresas passaram a aprimorar seus processos e a adaptá-los às transformações em curso no setor produtivo. Esse movimento trouxe grandes oportunidades, mas também impôs desafios significativos. A automação e a digitalização surgem como elementos centrais na promoção de uma manufatura mais inteligente. Embora algumas empresas já invistam nesse modelo de produção, muitas ainda não atingiram o patamar da indústria digital, que exige investimentos em processos integrados e mudanças culturais profundas. Segundo Bandeira (2009), os principais desafios enfrentados pela Indústria 4.0 são: segurança, tecnologias legadas, escassez de mão de obra qualificada, conectividade e o uso de Inteligência Artificial (IA).

Nas duas últimas décadas houve o impulsionamento desse universo, com a ascensão do cinema, séries de TV e o advento da internet, a cultura *geek* deixou de ser uma subcultura marginalizada para um fenômeno cultural dominante. Com o sucesso de franquias como “Harry Potter”, “Senhor dos Anéis” e “Star Wars” e os filmes do Universo Cinematográfico Marvel, exemplificam essa mudança, posicionando o *geek* no centro da cultura popular (Matos, 2013).

Os universos dos jogos e animes são exemplos concretos de produtos culturais considerados “nerds”, que não apenas geram renda, mas também criam comunidades engajadas. Entre os principais títulos estão *Naruto*, *One Piece*, *Dragon Ball*, entre outros, que foram introduzidos no Brasil com um público-alvo específico, o qual se tornaria, posteriormente, uma base fiel de consumidores.

Com o advento da tecnologia, surgiram as lojas virtuais, que, em geral, oferecem um acervo mais amplo e diversificado do que os estabelecimentos físicos. Além disso, a possibilidade de pré-encomenda de lançamentos garante que os fãs possam adquirir os itens mais recentes e desejados.

Segundo levantamento da plataforma NocNoc (2024), o e-commerce no Brasil movimentou US\$ 8,84 bilhões apenas no primeiro trimestre de 2024. Ainda segundo o estudo, 55,1 % dos adultos brasileiros preferem comprar online em vez de em lojas físicas, o que reforça a ideia de que o comércio eletrônico oferece maior variedade e conveniência.

Segundo Lima (2019) os públicos *nerd* e *geek* têm ganhado maior visibilidade no mercado, impulsionando uma competição global entre marcas e empresas que buscam atender às suas preferências. A internet desempenha papel fundamental nesse processo, ao facilitar o acesso a diversos sites de comércio eletrônico especializados em produtos voltados a esse segmento. Além disso, lojas físicas e virtuais oferecem artigos exclusivos que vão desde camisetas e colecionáveis de personagens de HQs até filmes, séries e outros produtos culturais,

o que contribui para tornar esse público cada vez mais segmentado e valorizado no consumo contemporâneo.

Observa-se a crescente inserção de grandes empresas de tecnologia no setor de jogos digitais, mesmo aquelas que tradicionalmente não atuavam diretamente nesse mercado. Empresas como Facebook, Apple e Google têm investido, nos últimos anos, em estratégias voltadas para o universo dos games, especialmente no segmento de streaming de jogos (CNN, 2020; TechCrunch, 2020).

Essas iniciativas apontam para um movimento claro: a substituição gradual dos jogos físicos, como cartuchos e CDs, por serviços de assinatura digital. Conforme a conectividade avança, sobretudo com a popularização do 5G e a centralidade dos smartphones na vida cotidiana, torna-se cada vez mais viável o consumo de jogos sem a necessidade de consoles ou computadores. Esse novo modelo de negócio é vantajoso para grandes desenvolvedoras, como a Ubisoft e a Electronic Arts, uma vez que reduz custos com produção, distribuição e armazenamento, além de gerar receitas recorrentes ao longo do ano, em contraste com o modelo tradicional centrado em datas específicas, como feriados ou lançamentos (CNN, 2020).

4.4 Economia criativa

Nesse contexto, destaca-se o papel estratégico da economia criativa, configurando-se como um setor competitivo ao combinar propriedades intelectuais com tecnologias emergentes. Tal combinação permite uma resposta rápida às demandas do mercado, com o suporte da publicidade, elemento essencial para a disseminação e o sucesso de ideias inovadoras.

Além disso, esse setor baseia-se na lógica da cooperação e do compartilhamento de saberes, favorecendo a interação entre jovens como estratégia para a criação e difusão de conteúdo. Para Annunziata (2012), as práticas associadas à economia criativa estão vinculadas à produtividade e à dedicação, fundamentadas em valores como autorrealização, reconhecimento, reputação e contribuição para o bem comum..

Os modelos de negócios baseados na criatividade se configuram em um conceito chamado economia criativa — que engloba atividades nas quais o capital intelectual, cultural e criativo desempenha um papel central na geração de valor econômico. Nesse contexto, o comércio voltado à cultura nerd está diretamente inserido nesse modelo, uma vez que seu desenvolvimento está fortemente associado à produção de conteúdo simbólico, à identidade cultural e à inovação..

Esse modelo permite que empresas ou indivíduos criativos desenvolvam produtos únicos, percebidos pelos consumidores como distintos de alguma forma, o que lhes confere valor e relevância. Essa percepção diferenciada possibilita que tais produtos e serviços sejam comercializados a preços mais elevados.

Nesse sentido, a estratégia apontada pelos autores — a diferenciação — mostra-se a mais adequada para aqueles que desejam explorar o potencial criativo no mercado. Tal abordagem envolve o investimento em aspectos como imagem, qualidade, inovação e serviços, com o intuito de criar valor e gerar vantagens competitivas por meio da singularidade percebida pelo consumidor (Atkin et al., 2012).

No Brasil, a economia criativa, representada pelas indústrias culturais e criativas, já demonstra participação expressiva no cenário econômico nacional. De acordo com estimativas da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), em 2015, o setor representava 2,64% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. No mesmo período, essas atividades foram responsáveis por empregar cerca de 851,2 mil pessoas, correspondendo a 1,8% dos empregos formais registrados no país (Lima, 2019).

Esse panorama evidencia que a economia criativa constitui um fenômeno contemporâneo de relevância crescente, ao unir criatividade e geração de renda em um modelo produtivo, sustentável e adaptável. Além do impacto econômico, esse setor também apresenta

grande potencial para a inclusão social, na medida em que muitos empreendimentos surgem em contextos de crise, impulsionados por indivíduos que, a partir da criatividade, desenvolvem soluções inovadoras capazes de gerar renda, valor econômico e transformação social (Lima, 2019).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cultura nerd se consolidou como um fenômeno sociocultural e econômico, rompendo barreiras do nicho e alcançando uma posição de destaque no mercado global. No Brasil, esse movimento refletiu-se tanto no comportamento do consumidor quanto na expansão de produtos e serviços voltados a esse público, revelando um cenário de oportunidades para o empreendedorismo, o consumo temático e a economia criativa.

No decorrer deste trabalho, foi possível observar que essa cultura não apenas movimenta afetos e identidades, mas também representa um segmento estratégico que influencia o desenvolvimento econômico do país.

Os dados analisados demonstram que há uma forte identificação dos consumidores com os produtos da cultura nerd, especialmente aqueles com maior acessibilidade, como vestuário e acessórios. Isso demonstra a importância dos eventos da cultura nerd, onde o público alvo pode consumir e se encontrar para desenvolver um ecossistema, onde todos se identificam.

O público consumidor da cultura nerd é, em sua maioria, composto pelo gênero masculino, sendo grande parte formada por adultos. Observa-se que a cultura geek tem se consolidado como um espaço que se vale da afetividade dos fãs para potencializar a venda de seus produtos. Nesse contexto, crescem as tendências desses mercados que acompanham os novos perfis de consumo, como o crescimento do e-commerce, que facilita a obtenção de artigos da cultura nerd. A economia criativa, por sua vez, ao valorizar o capital intelectual, simbólico e cultural, encontra na cultura nerd um setor promissor e rentável para o empreendedorismo.

Percebe-se, porém, que a cultura nerd, antes marginalizada, tornou-se um eixo estratégico da economia contemporânea, influenciando mercados, comportamentos e modos de produção cultural. Com isso, evidencia-se não apenas o seu potencial econômico, mas também sua relevância enquanto fenômeno cultural dinâmico, que continua se reinventando e expandindo suas fronteiras.

Futuras pesquisas podem aprofundar investigações empíricas sobre o comportamento do consumo em eventos temáticos, ou análises de mercado envolvendo plataformas digitais e o avanço do streaming de jogos, as quais podem oferecer contribuições relevantes para o campo da economia criativa e dos estudos culturais.

Outra possibilidade para trabalhos futuros seria a realização de uma análise em âmbito global, com ênfase, se possível, na expansão para a América Latina. Dessa forma, a abordagem permitiria investigar o crescimento da indústria nerd nesses contextos, evidenciando a diversificação do mercado e os diferentes perfis de consumo, considerando as especificidades culturais de cada região.

REFERÊNCIAS

ATKIN, Thomas; GILINSKY JR, Armand; NEWTON, Sandra K. Environmental strategy: does it lead to competitive advantage in the US wine industry?. **International Journal of Wine Business Research**, v. 24, n. 2, p. 115-133, 2012.

ANNUNZIATA, L. Toda a Economia Criativa Pode Ser Criativa. In: FONSECA, Ana Carla et al. **Economia criativa: um conjunto de visões**. São Paulo: Fundação Telefônica, 2012.

BANDEIRA, Messias G. **A hipermídia e as novas formas de se produzir e experimentar a cultura**. 2009. Disponível em: <<http://politicasculturais.files.wordpress.com/2009/04/texto-2-messias-bandeira-hipermidia-e-cultura.pdf>>. Acesso em: 24 jun. 2025.

BARDIN, Laurence et al. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

CAMARGO, Henrique; VELASQUEZ, Guilherme G. Potencialidade e representatividade dos eventos da cultura nerd no município de Campo Grande – MS. **Ateliê do Turismo**, Campo Grande, MS, v. 5, n. 2, p. 35-55, jun./dez. 2021.

CNN. Google Stadia, **Apple Arcade e Mixer: o que as gigantes da tecnologia querem com os games?** *CNN Brasil*, 28 jun. 2020. Disponível em: <https://www.cnn.com/2020/06/28/tech/google-stadia-apple-arcade-mixer-gaming/index.html>. Acesso em: 4 jul. 2025.

DO NASCIMENTO, B. S. C. **A Perifacon e a Cultura Periférica e Nerd: identidade, consumo e trabalho**. 2022. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

HOWKINS, J. **Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. Books, 2013.

IZIDORO, Franciele Araújo. **Hábitos de consumo: um olhar sobre o público geek**. 2020. Monografia (Graduação em Administração). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2020. Disponível em: <<https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/15310>>. Acesso em: 5 jun. 2025.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIMA, Renan Gomes et al. **NEGÓCIOS CRIATIVOS: Estratégias para eventos Nerd e Geek. RACE-Revista de Administração do Cesmac**, v. 5, p. 56-69, 2019.

MATOS, Patrícia. **Consumo, curadoria e a construção de mapas de importância na cultura nerd**. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2013.

MATOS, Patrícia. De vergonha a orgulho: consumo, capital simbólico e a resignificação midiática da cultura nerd. In: **35º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Fortaleza, 2012.

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

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 7. ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

MONTEIRO, Thaís; SILVERIO, Kellen. **Mercado geek está pronto para pular de fase no Brasil. Meio & Mensagem**, 2018. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2018/12/06/mercado-geek-esta-pronto-para-pular-de-fase-no-brasil.html>>. Acesso em: 6 jun. 2025.

MOSCATELLI, Silmara Ribeiro; LUIZ, Cleyson Thainã Silva; VASCONCELOS, Ana Clara Ismael de. Cultura geek e ascensão dos eventos geek: uma análise no contexto da gestão de eventos. **Revista Alomorfia**, v. 8, n. 5, 20 dez. 2024.

NOCNOC STORE. **The 7 top marketplaces in Brazil for online selling in 2025**. 28 jan. 2025. Disponível em: <<https://nocnocstore.com/en/the-7-top-marketplaces-in-brazil-for-online-selling-in-2025/>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

OMELETE. Site de entretenimento online, com enfoque na cultura Nerd e Pop. 2022. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/>>. Acesso em: 5 jun. 2025.

PEIXOTO, Luana Caroline Costa. **Percepção de potenciais clientes de um comércio de fantasias e acessórios da cultura geek na cidade de Juazeiro do Norte – CE**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração). Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, Juazeiro do Norte, 2019.

REVISTA CARIRI. **Biblioteca e quadrinista debatem ações de incentivo à cultura geek com possível edital público**. 2018. Disponível em: <<https://caririrevista.com.br/biblioteca-e-quadrinistas-debatem-acoes-de-incentivo-a-cultura-geek-com-possivel-edital-publico/>>. Acesso em: 28 jun. 2025.

RIOS, R.; FERNANDES, L. F. **Enciclonórdia: almanaque de cultura nerd**. São Paulo: Panda Books, 2012.

RUFINO, Ana Luiza de Sousa; SILVA, Laura Lima Galdino da; MARTINS, Rebeca. **Manifestações culturais: o impacto da cultura nerd/geek na sociedade atual brasileira**. 2023.

SANTOS, Daniele de Almeida. **O comportamento de compra dos nerds**. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design de Moda). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2011.

SOARES, Kayque de Araújo. **Influência nerd: meios e impactos da cultura popular nerd sobre a sociedade paulistana**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). Universidade Anhanguera de São Paulo, São Paulo, 2023.

TECHCRUNCH. **Facebook entra no mercado de jogos na nuvem em mais uma disputa com a Apple**. TechCrunch, 26 out. 2020. Disponível em: <https://techcrunch.com/2020/10/26/facebook-steps-into-cloud-gaming-and-another-feud-with-apple/>. Acesso em: 4 jul. 2025.

WESCHENFELDER, G. V.; LOPES FILHO, A. R. I. Vamos falar sobre o que é ser nerd hoje?. **Revista Prâksis**, v. 1, p. 213-229, 2023. DOI: 10.25112/rpr.v1.3163.

YOKOTE, Guilherme Kazuo Lopes. **O mundo dos nerds: imagens, consumo e interação**. 2014. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. DOI: 10.11606/D.8.2014.tde-19052015-133604.