

## A RELEVÂNCIA DA PARADA NERD PARA O TURISMO DE CAMPO GRANDE, MS

MARIA LUIZA PARANHOS BALTUILHE<sup>1</sup>

ORCID – 0009-0007-1779-2365

MARTA REGINA DA SILVA-MELO<sup>2</sup>

ORCID – 0000-0002-5025-5912

Recebido em 05.02.2024

Aprovado em 13.08.2024

### Resumo

Com o advento da globalização, a cultura pop e *nerd* estão inseridas no contexto midiático e seu crescimento vem se expandindo a cada ano. Nesse sentido, muitos eventos estão sendo criados para contemplar o público dessas culturas e, conseqüentemente, movimentando a cadeia produtiva de cidades que protagonizam esses eventos. Em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, há um evento voltado para o segmento *nerd*, em relação ao qual o presente artigo teve como objetivo analisar de que forma a Parada Nerd é relevante para o turismo do município. A metodologia do estudo tem caráter exploratório e descritivo, com abordagem quantitativa. A coleta de dados foi feita por meio de um questionário direcionado aos participantes do evento, e a análise foi feita por meios estatísticos, para quantificar a relevância da Parada Nerd para o turismo da cidade. Os resultados apontaram que o evento contribui para o desenvolvimento socioeconômico de Campo Grande e é relevante para impulsionar o turismo do município. No entanto, para maximizar o fluxo turístico e os benefícios da Parada Nerd, é necessário um direcionamento e incentivo tanto do setor público quanto do setor privado, a fim de transformar o evento em um produto turístico efetivo.

**Palavras-chave:** Cultura Nerd; Cultura Pop; Turismo.

## THE RELEVANCE OF THE NERD PARADE IN CAMPO GRANDE, MATO GROSSO DO SUL

### Abstract

With the advent of globalization, pop and nerd culture are inserted into the media context and their growth has been expanding every year. In this sense, many events are being

<sup>1</sup> Pós-graduanda em Governança e Inovação em Turismo. Bacharel em Turismo - Empreendedorismo e Políticas Públicas (Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS), Brasil. E-mail: marialuizaparanhos@hotmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional (Universidade para o desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal – UNIDERP). Professora do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Brasil. E-mail: marta.melo@uems.br

created to target the public of these cultures and, consequently, moving the production chain of cities that host these events. In Campo Grande, Mato Grosso do Sul, there is an event aimed at the nerd segment, in relation to which this article aimed to analyze how Parada Nerd is relevant to tourism in the city. The study methodology is exploratory and descriptive in nature, with a quantitative approach. Data collection was done through a questionnaire addressed to event participants, and analysis was done using statistical means, to quantify the relevance of Parada Nerd for the city's tourism. The results showed that the event contributes to the socioeconomic development of Campo Grande and is relevant for contributions to tourism in the municipality. However, to maximize the tourist flow and benefits of Parada Nerd, direction and encouragement from both the public and private sectors is necessary in order to transform the event into an effective tourism product.

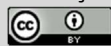
**Keywords:** Nerd Culture; Pop Culture; Tourism.

## 1. INTRODUÇÃO

Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul, é conhecida por ser a cidade do turismo de negócios e eventos (PMCG, 2023). A cidade possui diversas infraestruturas que comportam eventos e uma rede hoteleira preparada para receber o público. Ao passar dos anos, além do público de negócios, outros vêm se destacando na cidade, entre os quais o público nerd, que é integrado por pessoas com interesses em games, animes, mangás, séries, cultura pop, k-pop e cosplays.

O universo nerd se expande a cada ano e, com o isolamento social durante a pandemia da Covid-19, houve um aumento de consumo de produtos da cultura pop, que movimentou bilhões de dólares ao redor do mundo, seja na compra de acessórios, produtos licenciados, plataformas de streaming ou jogos (Mendes; Silva, 2021).

Uma análise realizada pela empresa Rakuten Digital Commerce, entre maio de 2018 e abril de 2019, apontou que o público nerd gasta cerca de 40% a mais do que a média nacional, movimentando fortemente a economia (Teodoro, 2022). E segundo dados da Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens (ABRAL), em 2021, o mercado nerd faturou cerca de 21,5 bilhões no Brasil. Diante disso, é possível perceber a projeção crescente do público nerd e como esse fenômeno pode ser benéfico economicamente.



Ao levar em consideração que Campo Grande desponta no segmento de turismo em negócios e eventos (PMCG, 2023), o mundo nerd, dentro desse segmento, ainda não é tão explorado na cidade, mas, ao analisar os dados desse setor, percebe-se a potencialidade que esse universo tem para atrair visitantes e entusiastas da cultura nerd.

Em Campo Grande foi criado o evento Parada Nerd para contemplar esse público. O evento é uma convenção anual multitemática destinada a jovens, adolescentes e crianças que gostam ou têm interesse em qualquer tipo de cultura pop relacionada ao entretenimento, como filmes, músicas, *games*, séries, *animes*, livros, *mangás* e outros. No evento Parada Nerd são propostas três modalidades de atratividade, são elas: 1) apresentação de grupos musicais, grupos de dança, palestrantes, oficinas, *stand-ups*, *youtubers*, dubladores e magistras; 2) exposição de produtos e arte; e 3) interação entre os participantes e os convidados.

O evento ocorre no estado de Mato Grosso do Sul desde 2014, representando o maior evento desse segmento no Centro-Oeste. A cada ano seu número de participantes aumenta visto que em 2014 o evento reuniu cerca de 1.000 pessoas, enquanto em 2022 esse número foi de aproximadamente 10 mil (Parada Nerd, 2022). Desse modo, a pesquisa foi guiada pela seguinte questão: ao considerar o crescimento da cultura pop em diferentes regiões do território nacional, de que forma a Parada Nerd é relevante para o turismo de Campo Grande, no Mato Grosso do Sul?

Nesse contexto, tem-se por objetivo analisar de que forma a Parada Nerd é relevante para o turismo de Campo Grande, no Mato Grosso do Sul. Especificamente, pretende-se compreender a potencialidade turística do evento e se ele movimenta a cadeia produtiva local; verificar se os participantes do evento possuem interesse em visitar espaços que incluam outros segmentos do turismo em Campo Grande; e elaborar uma lista com propostas que podem melhorar a experiência no evento.

Essa pesquisa se justifica pela expansão significativa do universo nerd e pela fidelização do público em relação ao consumo de produtos desse domínio. Além disso, a promoção de eventos desse segmento contribui de forma benéfica para a economia da cidade, uma vez que as pessoas necessitam de hospedagem, alimentação, transporte e

têm a oportunidade de aproveitar os atrativos locais. Isso não apenas transforma a cidade em um destino turístico, mas também vai além de ser apenas um local de passagem.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 A TRAJETÓRIA DE EVENTOS NO ÂMBITO DO TURISMO**

Para compreender os conceitos de eventos, deve-se antes entender que os deslocamentos com finalidades comerciais e para participação em eventos ocorrem desde as antigas civilizações (Brasil, 2010). De acordo com Matias (2013), os primeiros registros de turismo de eventos que podemos considerar são os Jogos Olímpicos da Era Antiga. Os jogos aconteciam a cada quatro anos e foi por meio deles que o espírito da hospitalidade se desenvolveu.

Na Idade Média, segundo Mendonça e Perozin (2014), houve um grande deslocamento de pessoas devido a alguns eventos religiosos e comerciais, principalmente os que estavam ligados ao clero e a mercadores que buscavam novos produtos. Os eventos passaram por diversos períodos da história da civilização humana, até atingirem os dias atuais. Nessa trajetória, foram adquiridas características econômicas, sociais e políticas das sociedades representativas de cada época (Matias, 2013).

Em cada período histórico, o evento foi se fortalecendo e criando tipologias, a exemplo das feiras, que, com a origem da revolução industrial, se intensificaram e se tornaram verdadeiras organizações comerciais planejadas, promovendo o interesse das pessoas, que se deslocavam em busca de informações e troca de produtos. Para atender a esse novo tipo de atividade emergente, espaços foram adaptados, construídos e tornaram-se as bases que desenvolveram o turismo de eventos (Matias, 2013).

No Brasil, segundo Mendonça e Perozin (2014), a evolução dos eventos ocorreu de forma mais lenta. O primeiro, que ocorreu no dia 7 de fevereiro de 1840, no Hotel Itália, foi um baile de carnaval, em um local destinado à realização de eventos. O país também realizava várias exposições, tanto nacionais quanto internacionais, mas somente em 1922, com a Exposição Internacional do Centenário, no palácio de festas do Rio de Janeiro, que o Brasil se firmou como organizador de feiras.



Todo esse processo evolutivo provocou a organização do setor de eventos, causando o surgimento de entidades e associações especializadas para planejar e criar mecanismos de sustentação da atividade no Brasil e no mundo (Matias, 2013; Torres, 2021). Em razão dessas mudanças, o Brasil alavancou e intensificou o desenvolvimento do turismo de eventos. Torres (2021), sinaliza que o mercado de eventos tem gerado cada vez mais novos empregos e atraído muitos profissionais e empreendedores em virtude das oportunidades de atuar e investir neste nicho. Na ocasião, é possível constatar esse avanço em diversas cidades do país que promovem diferentes modalidades de eventos.

O evento é um acontecimento antecipadamente controlado que ocorre durante um período e em um espaço. O objetivo do evento é concentrar pessoas, entidades e atividades que tenham em comum algum interesse de caráter cultural, comercial, filosófico, social, esportivo ou científico (Carvalho; Rodrigues, 2023). Por sua vez, Freiburger (2010) cita que os eventos envolvem pessoas tanto na sua organização e preparação quanto na participação propriamente dita. É uma forma efetiva de integração de ideias, conceitos, conhecimentos e, também, de promover produtos e serviços das organizações.

Os eventos estão fortemente ligados ao desenvolvimento turístico de uma localidade, por conta de sua importância econômica e sociocultural. Eles envolvem um conjunto de atividades que podem captar turistas e/ou visitantes para um destino e, portanto, as entidades regionais veem nos eventos um forte aliado para o desenvolvimento turístico de uma região (Marujo, 2015).

Além disso, movimentam toda a cadeia produtiva de uma região e são importantes para o desenvolvimento do turismo. Zanella (2012) menciona que os eventos estão relacionados com o ambiente socioeconômico, pois promovem o desenvolvimento de atividades complementares ao evento principal, tais como transporte interno, áreas de alimentação, lazer, serviços de instalações e montagens, produção de artigos promocionais/brindes e, especialmente, o incremento do comércio informal. Portanto, os eventos segundo Regis, Ferreira e Barbosa (2022) dependendo de sua extensão, podem vir a ser o principal fator motivacional para os indivíduos se locomoverem em busca de

uma experiência, demonstrando não apenas seus efeitos na economia, mas principalmente na sociedade.

O setor de eventos no Brasil vive um momento de significativa recuperação. Segundo a Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape - 2023), em uma pesquisa com base em dados do Ministério do Trabalho e do IBGE, nos primeiros sete meses de 2023, o segmento movimentou cerca de R\$ 66,5 bilhões, superando os resultados dos últimos cinco anos e se consolidando como um dos setores mais dinâmicos da economia.

Ainda conforme a Abrape, impulsionado pelo aquecimento da economia e pelo crescente interesse em experiências presenciais, o setor de eventos promete um ano de grande movimentação financeira em 2024 e o faturamento do setor deve atingir a expressiva marca de 75 bilhões de reais, consolidando sua importância para a economia brasileira.

## **2.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DA CULTURA POP E NERD**

Ao se abordar cultura pop, é preciso tomar atenção aos seus conceitos e diferenciar a cultura popular dela. Neste sentido, é necessário ter em mente que há uma complexidade e limitação entre os conceitos. O próprio termo é capcioso: a contração pop sugere que o fenômeno pertence à ordem do popular, mas essa equivalência precisa ser interrogada, pois falar em cultura pop não é o mesmo que falar em cultura popular (Mano; Corso; Weinmann, 2018). A cultura popular inclui conhecimentos e valores tradicionais de um povo por meio de expressões artísticas, enquanto a cultura pop tem mais relação com a mídia e o entretenimento.

Para um entendimento mais claro a respeito da cultura pop, Soares (2014) define a cultura pop como um conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que tem como gênese o entretenimento; se ancora, em grande parte, a partir de modos de produção ligados às indústrias da cultura (música, cinema, televisão, editorial, entre outras). Ainda conforme o autor a cultura pop estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou



compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante.

Essa composição da influência midiática, do capitalismo, consumismo e o sentimento de pertencimento das pessoas que a cultura pop permeia. A questão do sujeito dentro do contexto pop aponta para a definição de que o público interpreta, negocia, se apropria de artefatos e textos culturais, compreendendo-os dentro da sua experiência de vida (Soares, 2014). Ainda nesse sentido, autores como Matos (2014), Santos, Fagundes e Oliveira (2022) apontam que o conceito de cultura nerd se baseia: na expertise tecnológica e no consumo relacionado ao universo de fantasia e ficção científica e midiática, fatores fundamentais da formação da identidade pessoal e cultural dos nerds. O autor ainda aponta que, computadores, smartphones e videogames dividem espaço com livros, filmes e séries de TV e são, artefatos comumente usados para definir a cultura nerd como tal.

Conforme Santos (2015), antigamente, o termo nerd era utilizado para estereotipar pessoas inteligentes e pouco populares e como motivo para preconceito e bullying nas escolas. Ainda conforme Santos, Fagundes e Oliveira (2022), o termo era utilizado para inferiorizar e estigmatizar pessoas com características consideradas fraquezas sociais, como inteligência acima da média e interesses específicos. Felizmente, essa visão distorcida tem sido reavaliada, e atualmente, a cultura nerd é celebrada e valorizada, por exemplo, nas produções cinematográficas americanas, nas séries de TV e, também, é tema de vários sites presentes na internet.

O que antes era motivo de “perseguição”, por conta do estereótipo que dá margem para o preconceito, agora é um grupo que cresce a cada dia, devido à globalização, à tecnologia e à mídia. De acordo com o estudo de Bicca et al. (2013), houve uma modificação no uso do termo "nerd" quando passou a ser associado a outro termo - "geek" - para descrever pessoas interessadas em tecnologia, buscando assim evitar a conotação pejorativa inicialmente atribuída.

Com essa ascensão, segundo Matos (2013), o público nerd tornou-se bastante atrativo e lucrativo para o mercado de entretenimento e bens culturais. Um exemplo é a San Diego Comic-Con, maior convenção de quadrinhos e cultura pop do mundo, por onde

passam cerca de 150 mil pessoas durante os dias do evento. Nela ocorrem debates, encontros e sessões de autógrafos com pessoas do meio da cultura popular, bem como concursos de cosplays. Além do mais, reúne diversos produtos colecionáveis, que suscitam memórias, da cultura nerd.

No contexto, alguns hábitos de consumo dos nerds, como videogames e histórias em quadrinhos, são facilmente relacionados à infância e à adolescência, entretanto, levar esses hábitos à idade adulta faz parte das características da cultura nerd (Santos et al., 2015). Portanto, o crescimento significativo da cultura nerd e o perfil dedicado de seu público evidenciam a fidelidade e o papel da memória afetiva e do senso de pertencimento nessa comunidade. É esse mesmo sentimento de pertencimento que motiva as pessoas a se deslocarem para eventos temáticos.

### **2.3. PARADA NERD: UMA CONVENÇÃO TEMÁTICA DE CULTURA POP**

Parada Nerd é um evento de cultura pop realizado no estado de Mato Grosso do Sul, na cidade de Campo Grande. Conta com 7 edições realizadas, sendo a primeira datada de 2014. É uma convenção temática que ocorre anualmente, destinada a adultos, jovens, crianças e adolescentes que gostam ou têm interesse em qualquer tipo de cultura pop (Parada Nerd, 2022). O evento conta com apresentações musicais e grupos de dança, palestras, oficinas, stand-ups, youtubers, dubladores e magistras. Há, também, estandes com produtos da cultura nerd, jogos, brincadeiras e concursos.

O evento acontece no Bosque Expo, localizado na região Norte da cidade dentro do Shopping Bosque dos Ipês, geralmente em Outubro. A iniciativa atrai muitos participantes e, no ano de 2022, contou com 10 mil entusiastas (Parada Nerd, 2022). Portanto, percebe-se um potencial significativo na motivação para que turistas/visitantes se desloquem a Campo Grande para participar do evento.

Ao redor do mundo, há diversos eventos semelhantes à Parada Nerd, os quais já estão consolidadas e atraem um público grande de fãs. Em nível internacional, destaca-se o *Anime Expo*, o maior evento da cultura pop japonesa da América do Norte, criado em 1991, que ocorre até os dias atuais em Los Angeles. Surgiu com o objetivo de receber as





pessoas que gostam da cultura pop japonesa de uma maneira divertida e memorável (Anime Expo, 2023).

Outro grande evento é a World Cosplay Summit (WCS), o maior de *cosplays* do mundo, realizado em Nagoya, no Japão. Trata-se de uma competição entre as nações, para que seja eleito o melhor *cosplay* do mundo. O Brasil já venceu três vezes a competição, nos anos de 2006, 2008 e 2011 (Popes, 2021).

No Brasil, o maior evento é a Comic Con São Paulo (CCXP), que ocorre anualmente na cidade de São Paulo desde 2014 e tem fortes raízes na cultura pop, envolvendo quadrinhos, games, televisão, cinema, *cosplay*, RPG, entre várias outras. De acordo com o relatório da CCXP (2023), a edição de 2022 do evento atraiu a presença de 280.371 participantes ao longo dos 4 dias e contou com a participação de mais de 300 artistas. Esses números demonstram o quão relevante as iniciativas relacionadas à cultura nerd e pop são para o setor turístico, evidenciando a existência de um público expressivo interessado em frequentá-las.

### 3. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo de natureza quantitativa, que busca a construção de variáveis que permitam a mensuração ou quantificação dos fenômenos sociais (Nova, 2019). Assim, foi possível obter um conhecimento mais aprofundado sobre os participantes do evento e apresentar dados estatísticos que comprovem o estudo.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é classificada como exploratória, pois segundo Gil (2022), esta abordagem tem o objetivo de proporcionar maior familiaridade, visando torná-lo mais claro ou construir hipóteses. Também, é descritiva, pois teve o intuito de observar e descrever as características de uma população ou fenômeno específico, ou melhor, a Para Nerd pela sua relevância, pois possibilitou informações sobre um evento relacionado a um segmento pouco conhecido em Campo Grande, além de abordar sua importância e características.

Ainda como parte dos procedimentos, foi realizado um levantamento bibliográfico que, segundo Dencker (2007), consiste em buscar materiais já elaborados, como livros e

artigos científicos, que servirão como base para o projeto ser construído e validado. Nesse sentido, buscou-se compreender a evolução dos eventos e como é benéfico utilizá-los para o turismo. Também, foi utilizado um instrumento de coleta que consistiu na aplicação de um questionário, com a finalidade de obter de maneira sistemática e ordenada, informações sobre variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada (Dencker, 2007).

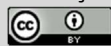
O questionário foi construído por meio da plataforma google forms, antes de aplicá-lo houve um pré-teste com alguns participantes do evento para verificar se as perguntas estavam de fácil entendimento. A pesquisa foi aplicada por meio das redes sociais, a fim de se obter melhor alcance dos indivíduos pesquisados. Na aplicação do questionário, foi utilizado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), a fim de orientar os participantes sobre quais os objetivos e propósitos a pesquisa pretendeu investigar. A amostra teve como público-alvo os participantes do evento e buscou traçar o perfil da seguinte forma: se morava em Campo Grande ou residia em outra cidade; participações no evento e opiniões a respeito do evento, e se este poderia representar uma potencialidade turística; além de abordar aspectos de outros segmentos turísticos da cidade e interesse em conhecê-los (Quadro 1).

Quadro 1 - Questionário aplicado aos participantes da Parada Nerd de Campo Grande

1	Perfil do Entrevistado (Sexo, Idade, Cidade e Estado onde reside)
2	Caso resida em outra cidade que não seja Campo Grande, onde fica hospedado quando vem ao evento?
3	Já participou de edições anteriores do evento? Se sim, em quais?
4	Como ficou sabendo da existência da Parada Nerd?
5	Adquiriu produtos vendidos dentro do evento? Se sim, quais?
6	Você concorda que a Parada Nerd possui pontencial para atrair turistas para Campo Grande?
7	Você concorda que a Parada Nerd é um evento que contribui com o desenvolvimento do turismo?
8	Ao participar do evento, quais componentes da cadeia produtiva do turismo você utiliza?
9	Além do evento, possui interesse em visitar espaços que compreendem outros segmentos do turismo em Campo Grande? Caso sim, quais segmentos teria interesse?

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

A amostra analisada de 152 respondentes teve por referência a população de 10 mil, que corresponde ao número de participantes da edição anterior da Parada Nerd, realizada em 2022. O grau de confiabilidade é de 90%, com 6% de margem de erro. Esse



cálculo foi obtido com base na fórmula de cálculo de margem de erro da plataforma Survey Monkey, onde:

$$\begin{aligned} \text{Margem de erro} &= Z \times \sigma / \sqrt{n} \\ Z &= \text{Escore z de 90\% (1,65)} \\ \sigma &= \text{Desvio da população padrão (0,5)} \\ n &= \text{tamanho da amostra (152)} \end{aligned}$$

Essa estimativa segue o recomendado por Martins e Domingues (2017), que argumentam que, na falta de desvio padrão populacional, pode ser aplicada uma estimativa de 0,5 (considerando o pior caso, garantindo uma amostra grande o suficiente). Como resultado do cálculo, obteve-se uma margem de erro de aproximadamente 6%.

A análise dos dados foi conduzida por meio de uma rigorosa verificação estatística. Conforme Becker (2015), essa abordagem é fundamental para qualquer campo do conhecimento, inclusive para fundamentar pesquisas científicas, uma vez que permite analisar e interpretar dados quantificáveis de forma objetiva. Ao aplicar as técnicas estatísticas, foi possível obter melhores condições para descrever os resultados da análise e identificar novas relações entre variáveis.

#### 4. DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

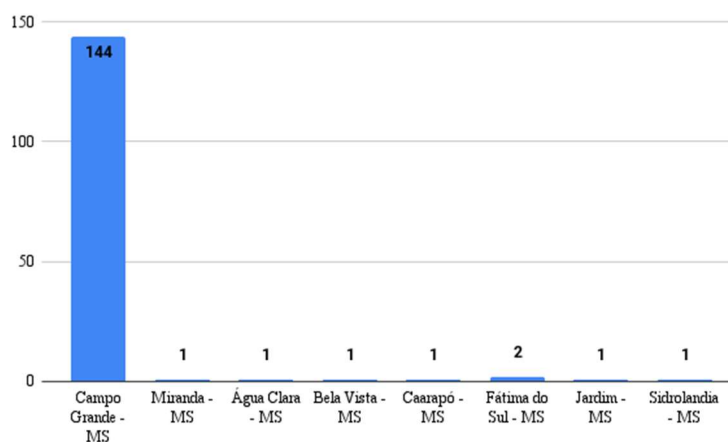
Ao analisar os resultados coletados da investigação sobre como a Parada Nerd, um evento que atrai um público ávido por cultura pop, contribui para o desenvolvimento do turismo cultural em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, pode-se traçar o perfil dos participantes do evento, sendo o público, em sua maioria, feminino, com 59,9%, e 38,2% masculino, além de conter 2,1% que se identificam com outros gêneros. A faixa etária predominante é de pessoas entre 18 e 28 anos, com o total de 82,9%, seguido de 29 a 39 com 12,5%, de 40 a 49 temos 3,9% e acima de 50 anos, são 7%.

Verifica-se que a Parada Nerd atrai uma diversidade notável em seu público, com um destaque para a presença feminina. Esse dado revela uma mudança significativa no perfil do público nerd tradicionalmente associado ao público masculino. Além disso, a

pesquisa indica que os jovens são os principais frequentadores do evento, o que demonstra a vitalidade e o crescimento contínuo da cultura pop entre as novas gerações.

No que diz respeito ao local de moradia dos participantes, é possível notar que Campo Grande é a cidade que mais se destaca, e há uma pequena parcela de pessoas de outras cidades que frequentam o evento, todas do Mato Grosso do Sul (Figura 1).

Figura 1 - Cidade e Estados dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Os participantes que não são da cidade, (72,7%), ficam na casa de parentes ou amigos; e 27,3% se hospedam em hotéis. Com isso, nota-se que apesar do considerável número de participantes, não existe uma adesão significativa ao setor hoteleiro da cidade.

Com relação à participação em edições anteriores, desde a criação do evento em 2014 até a última edição em 2022, foi verificado um aumento de participantes (Tabela 1).

Tabela 1 - Participação nas edições da Parada Nerd

Anos em que ocorreu o evento	Porcentagem (%) de participantes
2014	9,2%
2015	15,1%
2016	17,1%



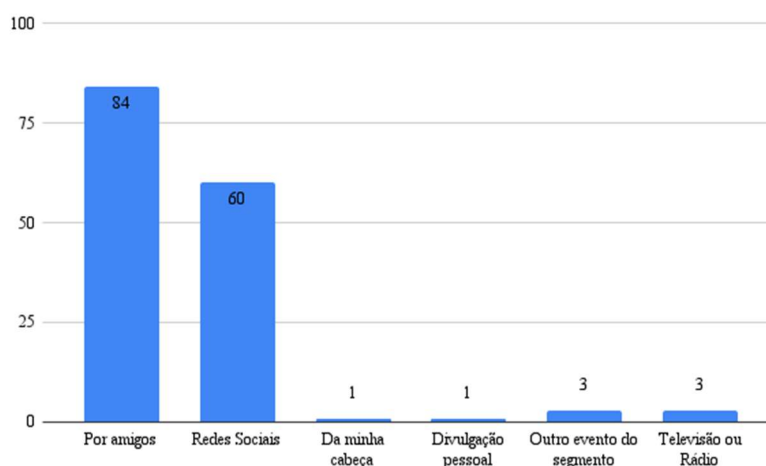
2017	25%
2018	34,2%
2019	55.9%
2022	78,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Ressalta-se que, se os visitantes regressam ao evento após a sua primeira experiência, é um sinal de que ficaram satisfeitos com a sua participação anterior (Marujo, 2014). Nota-se, então, que um dos motivos do aumento do público se deu devido à satisfação dos participantes nas edições anteriores.

Quanto ao conhecimento do público a respeito da Parada Nerd é possível notar que a “divulgação por amigos” e pelas “redes sociais” foram os itens que mais se destacaram na divulgação do evento (Figura 2).

Figura 2 - Como soube da existência da Parada Nerd



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Cardoso e Pinto (2016) citam que as redes sociais são o “boca a boca” virtual e uma importante ferramenta de divulgação, pois, atrelada ao evento, essa ferramenta auxiliará na promoção e ampliação da informação, o que captará pessoas da localidade e de outras regiões. É importante destacar que o evento faz um uso eficaz das redes

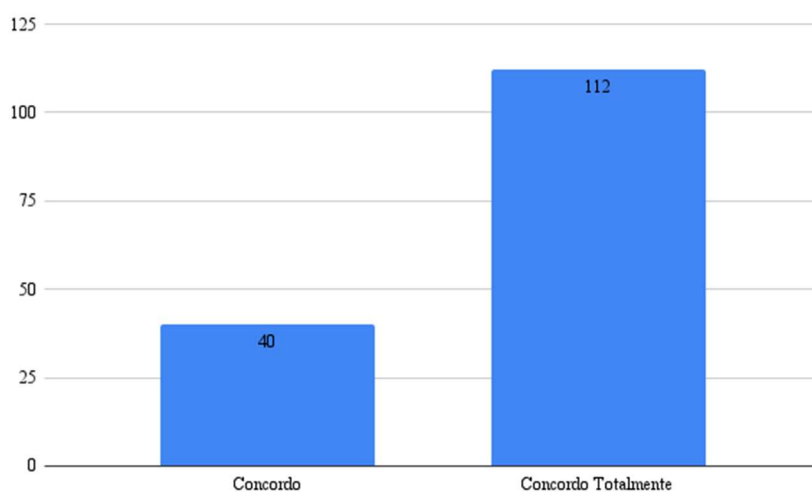
sociais para atrair participantes, entretanto, é preciso um foco maior para atingir pessoas de outras localidades.

Quanto ao consumo de produtos dentro do evento, 85,8% responderam que consomem, enquanto 14,2% responderam que não consomem. Nesse aspecto, os produtos são variados, como comidas asiáticas, roupas, acessórios, chaveiros, artes de artistas independentes, entre outros que estão relacionados à cultura nerd e pop.

Esses números mostram o quanto o evento tem importância para a economia, visto que a maioria dos estandes de produtos abrange moradores da cidade e contribuem na geração de renda para essas pessoas. Esses dados são validados quando Lage e Milone (1998) afirmam sobre como os gastos dos visitantes contribuem na geração de renda da comunidade local e a aquisição de bens e serviços dos empreendedores locais impactam beneficemente a economia, visto que os lucros adquiridos permanecem para a população e seu destino.

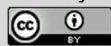
Na sequência é apresentado a opinião dos participantes sobre a contribuição que o evento tem para o desenvolvimento do turismo (Figura 3).

Figura 3 - O evento contribui para o desenvolvimento do turismo



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

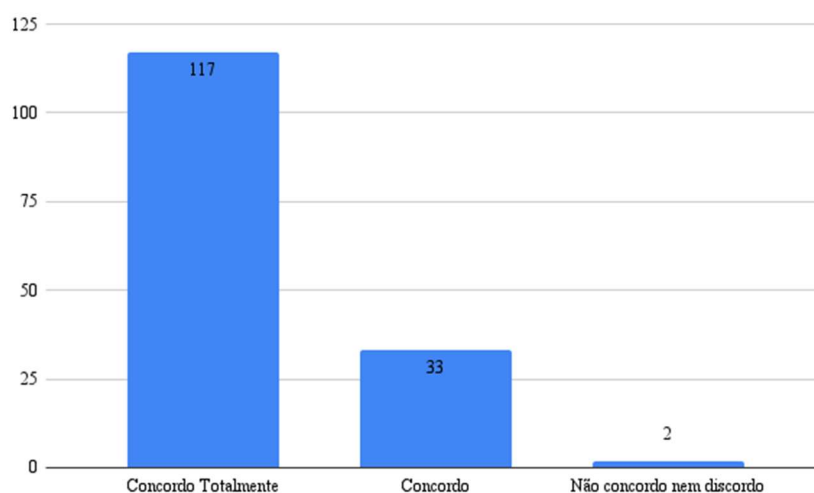
Observa-se na figura acima que a maioria concorda com a contribuição do evento. Porém, tais informações divergem do que foi investigado por Camargo e Velásquez



(2021), aonde foi mencionado que dentre a maioria da amostra investigada não foi verificado interesse e curiosidade em desenvolver outra atividade no município ou região, isto é, que não transmite o sentimento de vivenciar o turismo. Em vista disso, é necessário que os responsáveis e indutores do desenvolvimento turístico estejam cientes de novos nichos e assim possam estabelecer condições gerais voltadas a atividade.

Ao investigar se o evento tem potencial para atrair turistas, nota-se que a maioria dos respondentes concorda com o potencial do evento para atrair turistas (Figura 4). Entretanto, ainda que o evento se mostre favorável, percebe-se que é necessário planejamento voltado à captação de turistas, pois a captação de turistas impulsiona a economia local e ao atrair visitantes de diferentes regiões é possível contribuir para consolidar a imagem positiva de uma localidade e aumentar a sua visibilidade.

Figura 4 - O evento tem potencial para atrair turistas



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Carneiro e Fontes (1997) apresentam que, no mercado, há duas partes que precisam estar ligadas: a que produz e comercializa o produto ou serviço e a que o consome. Assim, é importante a divulgação por meio de estratégias de marketing.

Diante disso, é fundamental para qualquer evento independentemente do seu porte, utilizar-se de ações de marketing, pois é por meio delas que o evento irá alcançar o

seu objetivo (Barbosa, 2013). É por meio dessas estratégias que o evento será compartilhado e notado, e sua promoção de forma eficaz resultará na captação de turistas para o evento, e por consequência beneficiará a cidade.

A seguir, são apresentados quais são os serviços utilizados pelos participantes durante os dias do evento, ligadas à cadeia produtiva do turismo (Tabela 2).

Tabela 2 - Movimentação da cadeia produtiva do turismo

<b>Cadeia Produtiva</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Hotéis	8,6%
Bares e Restaurantes	58,6%
Transporte - aéreo, alugado, aplicativo	56,6%
Pontos Turísticos - históricos/culturais/naturais	22,4%
Praças e Parques	36,8%
Shoppings	90,8%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

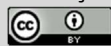
É possível observar que os serviços mais utilizados pelos participantes são os shoppings, bares, restaurantes e o transporte (aéreo, alugado ou por aplicativo). De maneira geral, os dados mostram que há a movimentação da cadeia produtiva do turismo na cidade, evidenciando o que Zanella (2012) comenta sobre como os eventos não contribuem somente para o desenvolvimento do turismo, mas também no ambiente socioeconômico da localidade, já que envolve outras atividades complementares ao evento.

Sobre o interesse dos participantes em conhecer outros segmentos do turismo oferecidos na cidade foi verificado que atividades em contato com a natureza e o setor de alimentos foram os que mais se destacaram (Tabela 3).

Tabela 3 - Interesse em outros segmentos turísticos de Campo Grande

<b>Segmentos Turísticos</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Ecológico - ecoturismo e aventura	71,7%
Gastronômico	71,1%
Cultural	47,4%





Lazer e Entretenimento	65,8%
Não tem interesse nesses segmentos	4,6%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Conforme a Tabela acima é possível notar que grande parte dos respondentes têm interesse em conhecer e experienciar outros segmentos do turismo, com destaque para o ecoturismo, o turismo de aventura e o gastronômico. Destaca-se que a culinária exerce uma função relevante em um destino turístico, e em consonância com isso, Koerich, Sousa e Fialho (2018) mencionam que produtos, cheiros, sabores e imagens relacionados às atividades gastronômicas qualificam e representam lugares, pessoas e a cultura de onde foram produzidas ou consumidas.

Esses dados indicam que apesar do grande interesse, a parcela majoritária dos participantes é morador da cidade, o que evidencia que é necessário um planejamento focado na captação de turistas, para que o evento esteja, de fato, inserido no desenvolvimento do turismo, haja vista que existe a possibilidade dos frequentadores da Parada Nerd virem a Campo Grande não exclusivamente ao evento e ir embora, mas, sim, desfrutar e conhecer os atrativos que a cidade tem a oferecer.

Ainda como parte do estudo, foi elaborado uma lista com ideias que podem aprimorar a experiência no evento. Tais sugestões são direcionadas aos gestores da Parada Nerd para proporcionar uma melhor experiência aos participantes. São elas:

- A divulgação, deve ser de forma antecipada, para favorecer o melhor planejamento e organização das pessoas que pretendem participar do evento;
- Propor aos órgãos responsáveis pelo turismo, estadual e municipal, para inserir a Parada Nerd no calendário de eventos da cidade;
- No transporte público, solicitar ao órgão gestor municipal e ao consórcio que opera o sistema de transporte coletivo urbano de passageiros sobre uma possível linha especial que passe na área central e leve até o local do evento, para que os participantes tenham acessibilidade e possam desfrutar do evento;

- Dentro do evento, ter mais áreas de descanso, pois como ele ocorre o dia todo, é interessante que haja ambientes que podem reservar alguns momentos para relaxar, com almofadas, bancos ou *pufes*, para proporcionar um melhor conforto;
- Uma opção de guarda-volumes durante o evento, para que, aqueles que compram os produtos comercializados, não precisem carregar muitas sacolas.

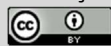
Ressalta-se que a constante busca por melhorias no evento visa não apenas satisfazer as expectativas do público, mas também superá-las. Por isso, aprimorar a experiência na Parada Nerd é importante para consolidar o evento como um momento memorável e enriquecedor para os participantes e oportunamente no âmbito do turismo.

## **7. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao analisar de que forma a Parada Nerd pode ser reconhecida como um evento relevante para o turismo de Campo Grande foi constatado que o evento tem grande potencial para o turismo do município, visto que a cada ano o número de participantes aumenta e pelo interesse de grande parte dos participantes em conhecer e experienciar outros segmentos do turismo. No entanto, foi constatado ainda que há escassez em relação à captação de turistas de outros estados. Neste sentido, os organizadores da Parada Nerd precisam investir na promoção do evento, com foco em atrair novos participantes que não sejam apenas do estado, e se possível buscar apoio com os órgãos do turismo da cidade. Ou seja, investir em ações que possam contribuir para o crescimento da Parada Nerd no âmbito do segmento turismo de eventos.

Da mesma forma, o evento também movimenta de forma positiva a cadeia produtiva do turismo da cidade, em que os participantes contribuem beneficentemente para o desenvolvimento socioeconômico local. Além disso, foi identificado que os participantes demonstram interesse em conhecer e acessar outros segmentos do turismo que Campo Grande tem a oferecer.

Portanto, foi constatado que o evento é relevante para o turismo de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, pois movimenta a cadeia produtiva local e ajuda no



desenvolvimento econômico da cidade. Entretanto, faz-se necessário que o planejamento do evento esteja voltado também para a captação de turistas, visto que, para se tornar um produto turístico, além de serem indispensáveis atrativos, infraestrutura, equipamentos, atividades e serviços, é necessário que haja turistas que usufruam desses elementos.

Considera-se que ao incorporar sugestões inovadoras e atender às expectativas do público, os gestores, seja na esfera pública ou privada, têm a oportunidade de elevar o evento a um patamar mais alto, consolidando-o como um marco anual para todos os entusiastas pela cultura nerd, bem como para ampliar a oferta turística.

Enfatiza-se que o estudo revelou um impacto significativo da Parada Nerd no turismo e na economia local. Os resultados obtidos podem servir como guia para que organizadores e a Secretaria de Cultura e Turismo de Campo Grande planejem ações mais eficazes, visando transformar o evento em um atrativo turístico de destaque. Ao fortalecer a Parada Nerd como produto turístico, é possível aumentar o fluxo de visitantes, gerar mais renda para a cidade e consolidar Campo Grande como um destino turístico para amantes da cultura pop.

Por fim, recomenda-se que sejam realizados novos estudos sobre a cultura pop e nerd em Campo Grande, visto que esse segmento é importante para o setor de turismo e representa um nicho considerável de potenciais consumidores.

## REFERÊNCIAS

ABRAPE. Associação Brasileira de Promotores de Eventos. **O tamanho do setor de eventos no Brasil**. Disponível em: <https://abrape.com.br/>. Acesso em: 18 ago. 2024.

ANIME EXPO. Anime Expo LA, c2023. About AX. Disponível em: <https://www.anime-expo.org/ax/about/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

BARBOSA, Fabrício Silva. Planejamento estratégico para eventos: um estudo de caso das estratégias de marketing utilizadas pela Oktoberfest de Santa Cruz do Sul/RS. **CULTUR: Revista de Cultura e Turismo**, v. 7, n. 1, p. 87-104, 2013.

BECKER, João L. **Estatística básica**. Porto Alegre: Grupo A, 2015.

BICCA, Angela Dillmann Nunes; CUNHA, Ana Paula de Araújo; ROSTAS, Márcia Helena Sauer Guimarães; JAHNKE, Max de Lima. Identidades nerd/geek na web: um estudo

sobre pedagogias culturais e juvenis. **Conjectura: filosofia e educação**, Caxias do Sul, v. 18, n. 1, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. **Turismo de negócios e eventos**: orientações básicas. 2.ed. Brasília, 2010.

CARDOSO, Danilo Pessoa; PINTO, Maria Márcia Matos. As redes sociais como ferramentas de divulgação de eventos. **FaSci-Tech**, v. 1, n. 5, 2016. Disponível em: <https://fatecsaocaetano.edu.br/fascitech/index.php/fascitech/article/view/45>. Acesso em: 22 out. 2023.

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

CARNEIRO, Janaina Britto; FONTES, Nena Dantas. Turismo e eventos: instrumento de promoção e estratégia de marketing. **Revista turismo em análise**, v. 8, n. 1, p. 65-74, 1997. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63400/66143>. Acesso em: 31 out. 2023.

CARVALHO, Agatha Muller de.; RODRIGUES, Amanda G. **Stand e eventos**. Porto Alegre: SAGAH. Grupo A, 2019.

CCXP. **Sobre o evento**. 2023. Disponível em: <https://www.ccxp.com.br/sobre/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. 5.ed. São Paulo: Futura, 1998.

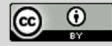
DOMINGUES, Osmar; MARTINS, Gilberto de Andrade. **Estatística geral e aplicada**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2017.

FREIBERGER, Zélia. **Organização e Planejamento de Eventos**. Cuiabá: EdUFMT; Curitiba: IFPR, 2010.

GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas Ltda, Grupo GEN, 2022.

KOERICH, Guilherme Henrique; SOUSA, Richard Perassi Luiz; FIALHO, Francisco Antônio Pereira. Gastronomia como identidade de marca para destinos turísticos em cidades criativas. **Cultur-Revista de Cultura e Turismo**, v. 12, n. 2, p. 88-104, 2018.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. Impactos socioeconômicos do turismo. **RAUSP Management Journal**, v. 33, n. 4, p. 30-44, 1998. Disponível em:



<http://www.spell.org.br/documentos/ver/18414/impactos-socioeconomicos-do-turismo>. Acesso em: 31 out. 2023.

MANO, Gustavo; CORSO, Mário; WEINMANN, Amadeu de Oliveira. Psicanálise e cultura pop: os mitos no contemporâneo. **Psicologia USP**, [S. l.], v. 29, n. 1, p. 78-86, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/psicousp/article/view/145553>. Acesso em: 9 jun. 2023.

MARUJO, Noémi. O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região. **Revista DELOS: Desarrollo Local Sostenible**, n. 23, 2015. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/delos/23/turismo.html>. Acesso em: 9 jun. 2023.

MARUJO, Noémi. **Turismo e eventos culturais**: a Festa da Flor na Ilha da Madeira e as motivações dos turistas. 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10174/12784>. Acesso em: 31 out. 2023.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos**: Procedimentos e Técnicas. Barueri, SP: Manole, 2013.

MATOS, Patrícia. **Consumo, curadoria e a construção de mapas de importância na cultura nerd**. [S. l.], 2013. Disponível em: <https://docplayer.com.br/15854078-Consumo-curadoria-e-a-construcao-de-mapas-de-importancia-na-cultura-nerd-1-patricia-matos-2-universidade-federal-fluminense.html>. Acesso em: 11 jun. 2023.

MATOS, Patrícia. **O nerd virou cool**: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão. 2014. 116 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 2014. Disponível em: [https://ppgcom.uff.br/wp-content/uploads/sites/200/2020/03/tese\\_mestrado\\_2014\\_patricia\\_matos\\_dos\\_santos.pdf](https://ppgcom.uff.br/wp-content/uploads/sites/200/2020/03/tese_mestrado_2014_patricia_matos_dos_santos.pdf). Acesso em: 11 jun. 2023.

MENDES, Felipe Barros da Silva; SILVA, Lucas Melo Ferreira. Do Nerd ao Geek: Uma análise dos simbolismos de representatividade e práticas de consumo. **Revista Crises**, [s. l.], v. 1, n. 1, 2021.

MENDONÇA, Maria José A.; PEROZIN, Juliana Gutierrez Penna A. **Planejamento e Organização de Eventos**. São Paulo: Saraiva, 2014.

NOVA, Sílvia Pereira de Castro Casa; NOGUEIRA, Daniel Ramos; MIRANDA, Gilberto José; LEAL, Edvalda Araújo. **Trabalho de conclusão de curso (TCC)**: uma abordagem leve, divertida e prática. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

PARADA NERD. **Sobre nós**. Disponível em: <https://paradanerd.com.br/institucional/sobre-nos>. Acesso em: 2 abr. 2023.

PMCG. Prefeitura Municipal de Campo Grande. Conselho Municipal de Turismo e SEBRAE MS. **Plano Municipal de Turismo de Campo Grande/MS**. Campo Grande: SECTUR, 2023.

POPES, Patri. World Cosplay Summit – O que é. **Blog Patripopes**. 2021. Disponível em: <https://patripopes.com/wcsbr/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

REGIS, Jomara da Silva; FERREIRA, Lissa Valéria Fernandes; BARBOSA, José William de Queiroz. Eventos de cultura pop e sua relevância para o turismo: um estudo sobre a comic com experience tour nordeste. **Revista Turismo Estudos e Práticas-RTEP/UERN**, v. 11, n. 2, 2022.

SANTOS, Suzane de Souza *et al.* **O Nerd no Centro do Mercado Midiático: Comunicação e Cultura Nerd**. Uberlândia, 2015. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2015/resumos/R48-0498-1.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2023.

SANTOS, Paulo Junio dos; FAGUNDES, André Francisco Alcântara; OLIVEIRA, Cíntia Rodrigues de. “Territórios Simbólicos de Identidades” Geeks: o Consumo de Fantasias e Ficções na Construção das Identidades Coletivas de uma Tribo Urbana. **Organizações & Sociedade**, v. 29, p. 74-97, 2022.

SOARES, Thiago. Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop. **Dossiê Cidades, Culturas e Tecnologias Digitais**, [s. l.], v. 2, n. 24, 2014.

SURVEY MONKEY. **Calculadora de margem de erro**. 2023. Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/mp/margin-of-error-calculator/>. Acesso em: 9 out. 2023.

TEODORO, Marina. De olho no mercado geek: faturamento com produtos licenciados cresce e chega a R \$21,5 bi no Brasil. **IstoÉ Dinheiro**, 16 ago. 2022. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/mercado-geek-faturamento-com-produtos-licenciados-cresce-e-chega-a-r-215-bi-no-brasil/>. Acesso em: 30 abr. 2023.

TORRES, Marcelo Augusto. **Gestão e Produção de Eventos: da ideia à avaliação**. Curitiba: Appris. 2021

ZANDONÁ, João Victor. Ascensão e demanda do universo Geek mostram o quanto a cultura nerd evoluiu. **Jornalismo uniform news link**, 2022. Disponível em: <http://portaldonic.com.br/jornalismo/2022/10/17/ascensao-e-demanda-do-universo-geek-mostram-o-quanto-a-cultura-nerd-evoluiu/>. Acesso em: 30 abr. 2023.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.