



Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, São Paulo, v. 18, n. 3
(Melhores Trabalhos do CBBB 2022), p. 1-16
[Eixo 7 – VI Fórum de Bibliotecas Públicas](#)

O Design Thinking nas bibliotecas públicas com foco no público nerd e fãs de cultura pop da cidade de São Paulo

The Design Thinking in the public libraries focusing on the nerd public and pop culture fans in the city of São Paulo

Clélia Carolina Coutinho Lemonge

Bacharel em Biblioteconomia e Ciência da Informação pela Sociologia e Política Escola de Humanidades.

E-mail: liablackmax@gmail.com

Adriana Maria de Souza

Mestra em Ciência da Informação pela Universidade de São Paulo (USP). Docente da Escola de Sociologia e Política de São Paulo no curso de Biblioteconomia e Ciência da Informação.

E-mail: adrianasouza809@gmail.com

RESUMO

Apresenta a abordagem inovativa do *Design Thinking* numa proposta de melhoria na comunicação e na elaboração de eventos voltados à comunidade nerd e fãs de cultura pop da cidade de São Paulo, no âmbito das bibliotecas públicas, com a delimitação etária de pessoas que estejam entre 25 e 35 anos. A temática em questão, as bibliotecas escolhidas para a análise e o público-alvo foram pesquisadas, a partir de levantamento bibliográfico partindo de metodologia qualitativa e quantitativa com aplicação de questionário. As bibliotecas públicas tiveram como critério de seleção seus espaços ou históricos de realização de eventos com temáticas que fogem ao convencional, visando conhecer o desenvolvimento de atividades nesses equipamentos culturais, que fossem atraentes e convidativos no que tange às necessidades e interesses do público pesquisado, baseados nas suas dores e ideias de melhorias compiladas, nos quais muitos relatos referiam-se a falta de comunicação e temática deficitária.

Palavras-chave: Design Thinking. Público nerd. Bibliotecas públicas. Cultura pop.

ABSTRACT

It presents the innovative approach of Design Thinking in a proposal to improve communication and the elaboration of events aimed at the nerd community and pop culture fans of the city of São Paulo, within the scope of public libraries, with the age delimitation of people who are between 25 and 35 years old. The theme in question, the libraries chosen for the analysis and the target audience were researched, based on a bibliographic survey based on qualitative and quantitative methodology with questionnaire application. The public libraries had as a criterion of selection their spaces or his historical of holding events with themes that are contrary to the conventional, aiming to know the development of activities in this cultural equipment, which were attractive and inviting regarding the needs and interests of the researched public, based on their pains and ideas of improvements compiled, in which many reports referred to the lack of communication and deficient theme.

Keywords: Design Thinking. Nerd crowd. Public libraries. Pop culture.



1 INTRODUÇÃO

Com um caráter abrangente e didático, características essas que fazem do *Design Thinking* tão atraente no mundo corporativo, e o torna também útil para a realidade das bibliotecas que desejam se atualizar e inovar. Segundo a IDEO, agência de consultoria de design, que prestou serviços para a *Apple* contribuindo com as ideias de seus primeiros mouse e laptops, “estudamos o problema com profundidade e, então, oferecemos um novo ponto de vista para os clientes, no intuito de resolvê-lo de uma forma integrada/sistêmica” (IDEO, 2017).

Pensando nas funcionalidades das etapas do *Design Thinking* e em como essa ferramenta ajuda de forma dinâmica e orgânica, a entender as dores dos clientes em muitas empresas ao redor do mundo, que essa pesquisa foi pensada na proposição de ideias que aproximem o público nerd e fã de cultura pop da cidade São Paulo, dos espaços das bibliotecas públicas e, para tanto, pretendeu analisar cinco bibliotecas que são conhecidas por seus programas e projetos inovadores, além de possuírem espaços que são propícios para abrigarem eventos focados nessa temática mais específica.

O intuito foi propor parâmetros, a partir do *Design Thinking*, para a implementação de serviços voltados ao público nerd e aos fãs de cultura pop em bibliotecas públicas.

Com o auxílio dessa abordagem, pretende-se construir o caminho que ligará nerds e fãs de cultura pop com as bibliotecas públicas, reinventando seus eventos e promovendo trocas entre os usuários para que eles possam tornar o espaço das bibliotecas em um local onde também estabeleçam encontros e promovam seus hobbies, entende-se a linha de pensamento de que bibliotecas são mais do que espaços para acervos, como explica Lankes, no trecho de seu livro *Expect More*:

As bibliotecas públicas têm sido galerias de arte, estão levando livros para comunidades rurais com transporte próprio. Meu ponto é que, se você pensar em uma biblioteca como um monte de livros dentro de um prédio (pior ainda, se este alguém for um bibliotecário) está na hora de acreditar MUITO MAIS no potencial de uma biblioteca. Atualmente grandes bibliotecas estão transformando seus espaços de quietude de uma ou duas salas, para grandes construções. (LANKES, 2014, p. 28).



Entender o caráter orgânico das bibliotecas e a importância de se alinhar com as demandas de seus usuários é o ponto de partida que norteia essa pesquisa, é uma ideia que deve estar no radar dos profissionais da área de Biblioteconomia, quando se pretende construir pontes que promovam reais mudanças nas relações estabelecidas entre bibliotecas públicas e seus usuários, além de garantir que esses espaços sejam locais de mudanças e de transformação social.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O termo *nerd*, apesar de começar a ser usado de forma recente em determinadas comunidades, bem como na história e na cultura e de seu conjunto de hábitos sociais fomentados por seus membros, todo esse conjunto de manifestações culturais têm uma relação estreita com o desenrolar da modernidade e da pós-modernidade.

Outros grupos conhecidos como *gamers*, *geeks* foram estabelecidos dentro do termo maior *nerd*, para além dos fãs de cultura pop que também podem vir a consumir os conteúdos que estão dentro dessas outras subsegmentações, dentro da comunidade *nerd*, que podem ser demonstradas no Quadro 1, mas que não necessariamente se interessem por um único ponto em específico ou se identificam como fãs mais fervorosos, consumindo de forma mais leve e, até mesmo, corriqueira outras referências ou conteúdos que estejam em alta na cultura de entretenimento.

Quadro 1 – Termos englobados no guarda-chuva *nerd* e fãs de cultura pop.

TERMO	SIGNIFICADO
GAMER	Aquelas pessoas que são aficionadas por videogames em suas diversas plataformas, podendo inclusive se profissionalizar no assunto e participar de campeonatos de jogos on-line.
GEEKS	Termo mais recente, comumente associado as pessoas que estão relacionadas ao conteúdo <i>nerd</i> , nas redes sociais ou que manifestam seus gostos a partir de suas vestimentas.
FANDOM	Grupos de fãs de algum elemento específico da cultura pop, podendo variar desde uma franquia até um artista, normalmente recebem nomes que os identificam nas redes sociais tais como: <i>Potheheads</i> para os fãs de <i>Harry Potter</i> ou <i>Arms</i> e <i>BTS</i> (grupo coreano de Kpop).



KPOPERS	Apesar de fazerem parte essencialmente do mundo da música, os <i>Kpopers</i> como fãs do gênero <i>Kpop</i> , que é um gênero que normalmente se utiliza de muitos elementos das culturas pop e nerd, acabam por influenciar e participar ativamente desse grupo de interesse.
OTAKUS	Fãs de animes e cultura japonesa em geral.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Para Coelho (2008) a palavra cultura no imaginário da humanidade, normalmente está associada a alguma atividade de produzir algo para outrem ou ao mundo das artes e teve um peso grande quando se tratava de definir padrões de excelência e delimitar as expectativas de grandezas daqueles que estavam no topo, vindo assim associada de uma necessidade de se possuir um conhecimento, domínio e maestria no mundo corrente das artes consideradas clássicas. Featherstone (1995) complementa esse pensamento lembrando que o conceito de cultura e arte nunca se desassociaram, na verdade, foram conceitos que ao longo do tempo desenvolveram uma relação de simbiose, onde os limites já não podem ser estabelecidos com muita clareza, devido ao caráter orgânico de ambos os conceitos.

No início da década de 20 do século XX, começa a surgir novos conceitos, que desafiam a já então desgastada noção de alta cultura, ou seja, a arte e a cultura também começavam a serem incorporadas por esse novo fenômeno: a chamada sociedade de consumo que se desenvolvia no cenário caótico do pós-guerra “[.] cultura de consumo tem como premissa a expansão da produção capitalista de mercadorias, que deu origem a uma vasta acumulação de cultura material na forma de bens e locais de compra e consumo” (FEATHERSTONE, 1995, p. 31) e com o surgimento dessa sociedade de consumo e a grande influência no campo das artes e nos padrões comportamentais de todas as pessoas, tem-se o surgimento da contracultura e da ideia de pós-modernidade.

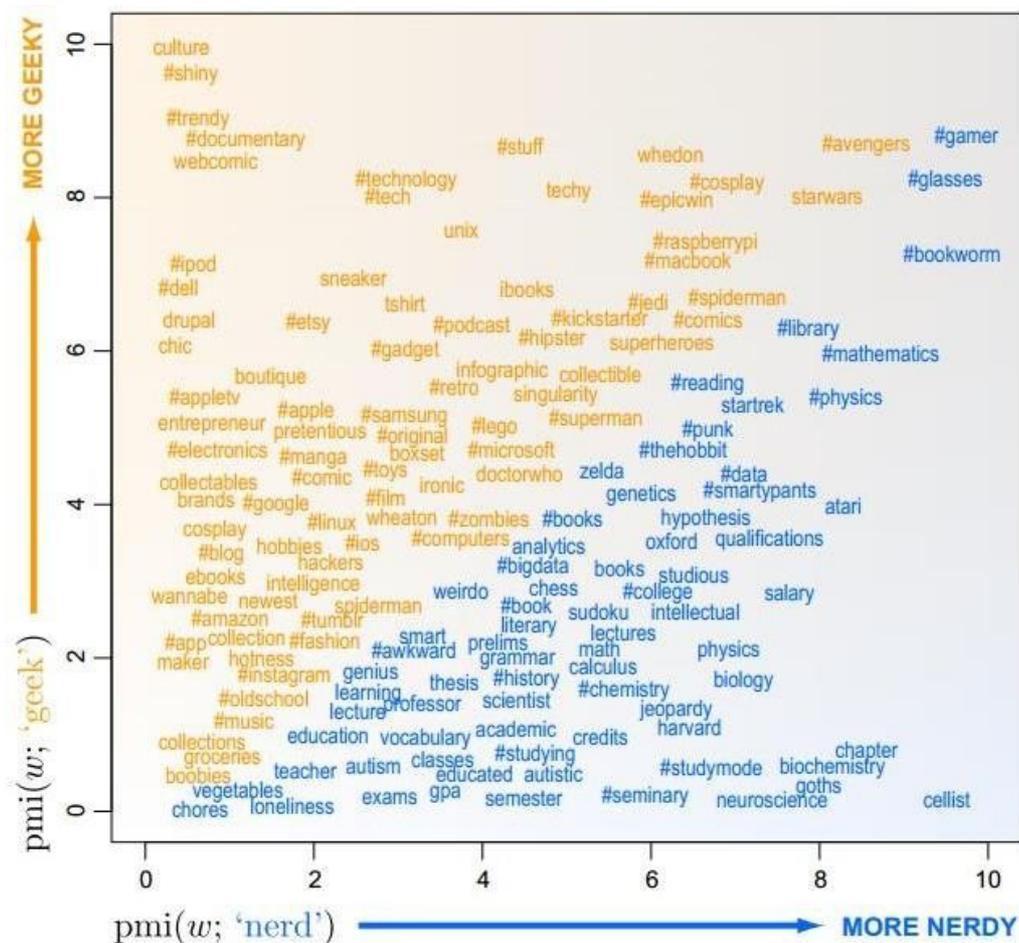
É nesse contexto que a expressão “cultura popular” ou “cultura pop” é explicada por Giddens (2008), como sendo o impacto cultural da globalização refletido pela indústria do entretenimento, a partir da década de 1980 com ideias, imagens, produtos, músicas, filmes e estilos se propagando de forma veloz pelo mundo, transpondo barreiras dos países e, assim, mudando a relação das pessoas a respeito de comportamentos culturais e sociais em seus cotidianos.



Nesse efervescente cenário onde a cultura pop se expandia para múltiplas plataformas e manifestações de arte, como subprodutos ou mesmo como agentes de sua expansão, “surgiam” as figuras dos nerds e *geeks*, entre aspas, pois ambos os termos não eram exatamente parte exclusiva desse fenômeno, sendo por exemplo a palavra *geek*, de acordo com o *Dictionary.com* (2021) uma palavra de origem alemã derivada da palavra *geck* que significa bobo.

O experimento feito pelo engenheiro de software Blurr Settles, entre dezembro de 2012 e janeiro de 2013, apresenta as palavras que mais acompanham os termos *geek* e *nerd*, “ele analisou dados do Twitter relacionados às duas palavras, o que incluiu 2,6 milhões de tweets. Ele contou com a ajuda das Interfaces de Programação de Aplicações (API) de streaming e de pesquisa da rede social para obter todos os dados necessários.” (CANALTECH, 2013).

Figura 1 – Resultado em gráfico do experimento de Blurr Settles



Fonte: Canaltech, 2013.



Descrição da imagem: Gráfico com os termos mais citados, em azul os termos que se alinham mais com a definição de Nerd, em amarelo os termos que se aproximam mais da definição de geek. Os termos estão distribuídos de forma que a intercessão do gráfico são os mais em comum dos dois termos e conforme o gráfico avança os termos se separam.

Ainda que o estudo realizado por Settles não possa colocar uma pedra no assunto e estabelecer de forma definitiva os conceitos do que são nerds e *geeks*, serve como base para compreender a percepção popular a respeito dos termos e mesmo como os próprios autodenominados nerds ou *geeks*, muitas vezes podem se enxergar nesse contexto. Em resumo, dentro da ótica apresentada por Settles, os *geeks* estariam mais diretamente ligados aos elementos da cultura pop, enquanto os nerds seriam as pessoas mais voltadas ao mundo dos estudos acadêmicos, podendo transitar de forma comedida por alguns elementos da cultura pop.

Por que o Design Thinking faz sentido dentro do contexto das bibliotecas? Não seria algo “fora da caixa” demais para se encaixar nas dinâmicas e demandas necessárias, que são muito únicas em muitos aspectos, das bibliotecas públicas? Para começar a trabalhar nas respostas desses questionamentos, primeiramente precisamos entender como é definido esse processo.

Design Thinking é uma abordagem criativa, com uma série de etapas que visam desenhar soluções satisfatórias para os interesses de determinado público-alvo (IDEO, 2017). Pode ser entendido ao mesmo tempo como “uma abordagem de inovação, como metodologia para solução de problemas e como estratégia de ensino aprendizagem” (CAVALCANTI E FILATRO, 2016, p. XII) para realidades específicas e garantia do engajamento das pessoas. As autoras ainda o definem, como: “uma abordagem que catalisa a colaboração, a inovação e a busca por soluções mediante a observação e a cocriação, a partir do conceito de prototipagem rápida e da análise de diferentes realidades” (p. 20).

É preciso entender que o *Design Thinking* é formado por um processo orgânico que envolve, principalmente, entender problemas, desafios, sentimentos e “dores” que possam incomodar, impedir ou mesmo serem um ponto de partida para mudanças das pessoas ou instituições onde se pretende aplicar transformações significativas e prioritárias.



Como se trata de um processo não-linear em que as fases podem se sobrepor de acordo com o avanço das atividades, a IDEO (2017), com tradução feita pela FEBAB, nos apresenta três momentos:

- a) Inspiração: enquadramento do problema e levantamento de novas perspectivas de atuação;
- b) Ideação: geração e tangibilização de ideias;
- c) Iteração: experimentação continuada, a partir do feedback do usuário.

A abordagem do Design Thinking não é uma metodologia nova, mas vem sendo recuperada graças aos estudos positivos do design centrado no ser humano. O usuário se torna protagonista do projeto e permite a identificação de problemas a partir da empatia e da imersão no problema até a sua completa solução.

2.1 MÉTODO DE PESQUISA

A partir dos conceitos abordados no *Design Thinking*, que essencialmente trabalha com o foco nas pessoas, a pesquisa se caracteriza pela metodologia qualitativa que segundo Triviños (1987), tal abordagem tem seus dados analisados de forma a buscar um significado, tendo como base a percepção do fenômeno dentro do seu contexto, a quantitativa visa quantificar os nerds paulistanos e suas demandas, bem como quais os motivos que os afastaram ou, que não os inspiram a frequentarem os espaços das bibliotecas públicas, e em paralelo saber se as bibliotecas públicas oferecem soluções orgânicas e aplicáveis a essa comunidade, baseada nas respostas obtidas, com os questionários aplicados a esses dois públicos.

[...] uma espécie de representatividade do grupo maior dos sujeitos que participarão no estudo. Porém, não é, em geral, a preocupação dela a quantificação da amostragem. E, ao invés da aleatoriedade, decide intencionalmente, considerando uma série de condições (sujeitos que sejam essenciais, segundo o ponto de vista do investigador, para o esclarecimento do assunto em foco; facilidade para se encontrar com as pessoas; tempo do indivíduo para as entrevistas etc.) (TRIVIÑOS, 1987, p. 132).



Para os procedimentos da pesquisa foi utilizado o levantamento bibliográfico da literatura mapeada sobre as temáticas em curso, tendo como filtro os seguintes termos buscados: comunidade nerd, cultura pop, design thinking e bibliotecas públicas, com foco na abordagem do *Design Thinking* não apenas nas bibliotecas, mas em outras áreas de forma a traçar paralelos baseados nos exemplos apresentados nesses materiais de casos bem-sucedidos, no que concerne a atender demandas de um público que foge da corrente vigente nas instituições, estabeleceu-se também a faixa temporal ao se consultar o portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), priorizando artigos contendo a temática da cultura nerd que fossem datados após o ano de 2010. O período foi estabelecido, baseado na observação de que as grandes franquias do cinema começaram efetivamente abrir caminho em outras esferas para a cultura nerd e as análises mais condizentes com a realidade que essa pesquisa busca se aproximar, que é o nerd.

Foi elaborado um questionário para os públicos: nerd e fãs de cultura pop, contando com 10 perguntas entre fechadas e abertas, sendo 7 de múltipla escolha e 3 dissertativas, na plataforma do *Google forms* de forma online e divulgado, num primeiro momento, nas redes sociais *WhatsApp* e *Telegram*. Nas primeiras semanas não houve retorno das respostas e para contornar esse empecilho foi pedido a uma *streamer* da plataforma *Twitch*, para ter permissão para o uso do grupo no *Discord* dos seguidores dessa *streamer* de conteúdo gamer, nerd e cultura pop para que eles também pudessem responder ao questionário, com isso o alcance foi ampliado e até o início de julho de 2021 foi conseguido o número total de 17 respostas. Após o mês de julho foi estabelecido um procedimento mais “agressivo” para que se conseguisse uma abrangência maior das respostas, sendo assim foi adotada a estratégia de entrar em um grupo da plataforma *Telegram* no qual há jogadores de RPG (*Role-playing game*) que se encontram para partidas ou para montarem uma mesa. Ao entrar no grupo do *Telegram* formado por esses jogadores e sabendo alguns aspectos comportamentais desses membros (pela pesquisadora ser uma jogadora de RPG também), estabeleceu-se que seriam criadas narrações *oneshots* (narrações com curta duração, geralmente com o limite máximo de um dia de jogo, com início, meio e fim já delimitados) e a partir dessas narrações foi proposto que as pessoas que concordassem em jogar, ao final da narração preencheriam



o questionário de pesquisa e com essa estratégia foi conseguido um alcance maior, com o total de 44 respostas nas quais as pessoas “abriram os seus corações” e comentaram sobre suas dores a respeito do atendimento, dos acervos e do que eles gostariam de ver mais nas bibliotecas públicas relacionado aos seus gostos e preferências. O questionário enviado foi elaborado de forma que pudesse ser respondido anonimamente, pois o importante para a pesquisa era entender as necessidades desses públicos, sendo assim, nenhum dado sensível foi solicitado quando o questionário foi apresentado.

Além disso foi estabelecido que seriam pesquisadas cinco bibliotecas que são conhecidas por seus programas e projetos inovadores, além de possuírem espaços que são propícios para abrigarem eventos focados nessa temática mais específica, com o intuito não de reestruturar essas unidades e sim entender, a partir de questionários feitos aos nerds e fãs de cultura pop os motivos ou não, que os afastam das bibliotecas e como estas podem melhorar a comunicação com seu público e torna-se mais atraente nos canais usados por este. Para tal foi elaborado um novo questionário aos bibliotecários(as) que atuam nas bibliotecas públicas pesquisadas com três perguntas abertas.

2.1.1 Análise dos Resultados

Com base nos conceitos e nas etapas do *Design Thinking* explicados anteriormente, entendemos que essa abordagem é um recurso muito útil para administradores de bibliotecas públicas, como para a biblioteconomia como um todo, afinal através dessa ferramenta podemos entender de forma mais orgânica as dores e os anseios dos usuários de forma mais direta e, a partir delas, inclusive, encontrar caminhos criativos para resolver os desafios de adaptar e tornar receptivos os espaços das bibliotecas para todos os tipos de públicos. Assim, o início do processo (etapa 1) foi realizado pela *Inspiração*, para então estabelecer a etapa 2, que trata da *Ideação*, ou seja, a possibilidade de gerar ideias a partir das dores identificadas. A fase 3, que representa a etapa de experimentação e prototipagem: *Iteração*, não foi realizada devido a pandemia do COVID-19, não sendo possível a aplicação do *Design Thinking* nas bibliotecas compiladas.

Ao consultar o nerds e fãs de cultura pop, moradores da cidade de São Paulo, a pesquisa foi conduzida por meio de um questionário disponibilizado pela plataforma



Google Forms, no período de julho a agosto de 2021, no qual foram obtidos um total de 44 respostas. O questionário foi construído pela delimitação de idade e se os consultados moravam ou não na cidade de São Paulo, cobrindo assim a faixa etária do público-alvo da pesquisa, assim como o recorte geográfico proposto.

Ainda na fase de inspiração, identificou-se as dores dos nerds e fãs de cultura pop com a problemática proposta pela pesquisa que era saber se as programações feitas pelas bibliotecas públicas de São Paulo, com temática nerd estavam atendendo as demandas desse público, se estavam chegando até ele, ou mesmo, se o que as bibliotecas públicas entendem como temática nerd estava alinhada com a realidade desse público.

Para entender esses questionamentos foi elaborado no questionário, na sequência das perguntas comportamentais, a pergunta que procurava saber se os nerds costumavam frequentar os eventos promovidos pelas bibliotecas públicas de São Paulo: “Conte um pouco os motivos que não te animam a comparecer aos eventos que são promovidos atualmente pelas bibliotecas em São Paulo”, elaborada propositalmente de forma aberta para que os nerds e fãs de cultura pop pudessem expor de fato suas dores a respeito do que era disponibilizado para eles nas bibliotecas públicas e, dessa forma, para que o entendimento dessas “dores” ficasse mais claro para a próxima etapa do *Design Thinking*.

Como parte da comunidade nerd, o interesse pelo tema foi despertado de forma natural, uma dúvida genuína em saber se as bibliotecas públicas de São Paulo promoviam eventos e detinham acervos mais direcionados para a população nerd na faixa etária estipulada, dessa dúvida germinada no campo das ideias no início do ano de 2020, uma conversa informal com outros nerds que também se viam afastados do ambiente das bibliotecas, o questionamento evoluiu para se os serviços prestados pelas bibliotecas públicas de São Paulo voltados para a comunidade nerd e fãs de cultura pop atendiam as expectativas e alcançavam seu público-alvo e, caso negativo, o que poderia ser feito para que essa demanda fosse atendida? Qual ferramenta usar para sustentar as sugestões que viriam?

Com o objetivo geral de propor parâmetros a partir da abordagem do *Design Thinking* para a implementação de serviços voltados ao público nerd e fãs de cultura pop em bibliotecas públicas, foi estabelecido que seria preciso estabelecer se as unidades



escolhidas possuíam de fato essas programações para desse ponto partir para as possíveis soluções, com base nas respostas oferecidas por 3 delas. Como se percebe a partir da resposta enviada pelo bibliotecário responsável Hugo Abud, ao responder sobre os temas recorrentes na Gibiteca:

“Não existe uma temática específico; geralmente gostamos bastante de realizar oficinas de HQs coma produção de um Zine, ou um workshop com algum artista da área que verse seu processo técnico. Já realizamos lançamentos de livros e HQs no espaço que contaram com público cativo. Vou te mandar um dos artigos que fala bem disso.

A Gibiteca possui em seu acervo muitos livros de RPG e destinamos o uso das mesas reservados para esse público aos finais de semana, já que a demanda por estes espaços na cidade de SP cresce cada vez mais.”

Ao cruzar a programação das bibliotecas pesquisadas ao longo do trabalho com as respostas dos nerds, principalmente nas questões a respeito de seus motivos de não frequentarem os espaços das bibliotecas ou mesmo se seus gostos estavam sendo atendidos, gostos esses que foram delimitados dentro das perguntas iniciais do questionário, tendo como respostas algumas temáticas convergentes dentro da cultura pop/ nerd, tais como:

“Adoro Star Wars, Marvel, algumas coisas de DC, amo jogar RPG e uma boa série de ficção científica, com muito mistério intrigas, fantasia, Senhor dos Anéis e jogos de raciocínio”;

“[Gosto de] filmes de monstros gigantes contra robôs gigantes, tokusatsu, seinen”;

“Gosto no geral de tudo, tento não entrar nas tretas entre marvetes e fãs de DC rrsrrsrrs e abraço sempre novas formas de manifestação da cultura pop, acredito que elas conversam mais com minha realidade”.

E com esse entendimento dos gostos do público consultado, foi interessante perceber suas percepções a respeito das programações oferecidas pelas bibliotecas, que pode ser constatada nas respostas abaixo para a pergunta do motivo de não frequentarem os espaços das bibliotecas públicas nos eventos promovidos por elas para eles:



“Olhar eventos em geral é complicado para mim por causa dos meus horários, por isso normalmente acabo indo mais nos pagos mais por falta de opção, porque normalmente eles têm uma janela melhor e a divulgação deles é mais pesada o que me dá tempo de me programar para ir, já os gratuitos normalmente fico meio que sabendo no susto e quando rola eu sempre fico feliz de ir, mas é raro.”

“Achava que só rolava eventos voltados para incentivo a leitura e mais relacionado a literatura clássica que normalmente não me apetece muito, a verdade que os clássicos que li só li para fazer vestibular há um bom tempo atrás rsrsrsrsrs”.

“Como gosto de uma parte bem específica da cultura pop sempre fico com aquela sensação de que só eu gosto disso, ou que só algumas partes dela importa, os eventos raramente oferecem workshops voltados para essas temáticas de maquiagem de cinema ou mesmo sobre os figurinos”;

“Apesar de amar um bom evento normalmente não me animo para os que são promovidos com uma temática mais “normal” pois sempre que pessoas que tem meu estilo, uma mistura quase autoral de gótica a brasileira com cosplayer, saio de casa e sempre sou olhada como se fosse estranha, e pra mim que moro em Guarulhos sempre é complicado me deslocar para São Paulo, apesar de ir sempre que posso, se não tiver certeza que o evento vai ser bom e normalmente isso se sabe através da galera falando nas redes e fóruns e nunca se vê ou se fala muito desses eventos e quando isso acontece é sempre a opinião de uma galera que não faz parte da comunidade”;

Com esses apontamentos e até mesmo a demonstração de desconforto apresentadas nas respostas, percebe-se que possivelmente ao elaborar a programação dos eventos oferecidos para a comunidade nerd o planejamento ficava a cargo de pessoas que não entendiam ou não estavam de fato inseridas no contexto dessa comunidade ou mesmo tinham feito uma pesquisa prévia sobre o público-alvo de forma mais rasa para estabelecer as programações, para isso é sugerido, inicialmente, uma mudança nos canais de comunicação para a divulgação da programação nerd. Entretanto, apenas migrar para as redes sociais, considerando que todas as bibliotecas já possuem perfis oficiais não é o



suficiente, é preciso que o layout seja atrativo e atinja essa audiência, falando a mesma língua que ela, ou seja uma escala de cores que faça sentido ou mesmo o uso de memes, recurso que é largamente utilizado e muito popular para divulgar de forma eficiente informação de forma rápida de um jeito mais descontraído, além de se apropriar das plataformas de streaming para transmitir seus conteúdos em tempo real ao longo da realização dos eventos é uma boa forma de divulgar e atrair esse público e gerar um engajamento nas redes que pode ser convertido em visitação.

A partir das respostas oferecidas pelas três, das cinco, bibliotecas que foram escolhidas e com os dados das repostas com as dores dos nerds e fãs de cultura pop percebeu-se a exceção da Gibiteca, que se mostrou mais preparada para entender esses públicos por possuir uma equipe formada por pessoas que fazem parte dessas comunidades que compartilham desses gostos, que as bibliotecas careciam de um aprofundamento sobre como se comunicar com esse público.

3 DISCUSSÃO

A comunicação e o entendimento da comunidade nerd pareceu se mostrar o maior desafio para as bibliotecas, que mesmo tendo seus eventos voltados para esse público, parece não o alcançar e, quando o faz, as expectativas parecem não ser atendidas. Sendo assim, a comunicação e a divulgação dos eventos para esses públicos devem ser o foco, mas para além disso, dentro das respostas houve algumas sugestões bem pertinentes que valem ser pontuadas, pois eles puderam colocar aquilo que gostariam de ver nas bibliotecas havendo uma certa convergência a respeito do ponto comunicação, muitas delas apontaram que a comunicação precisa ser mais efetiva por parte das bibliotecas e que precisa existir um esforço de se falar a língua deles. Diante das respostas e cruzamento de dados, a fase da *Ideação*, propõe uma capacitação sobre a cultura nerd/pop seria fundamental para que a equipe que compõe a biblioteca pública saiba o que acontece no cenário efervescente dos nerds sem cometer os deslizes de parecer não se importar ou não saber para quem se direciona os eventos propostos. E como todas as bibliotecas escolhidas têm redes sociais, um foco mais atento para a comunicação nessas plataformas é uma das ideias apresentadas, considerando que essa comunidade é



ativamente presente e engajada nas redes, ou seja, um conteúdo de divulgação bem planejado pode conseguir alcançar um público maior e com mais engajamento.

Além de melhorar o diálogo, o foco é entender o que de fato representa a comunidade nerd, como foi apresentado o conceito dessa comunidade, diante das respostas nessa etapa, faz-se necessário realizar uma capacitação às equipes que compõem esses espaços na biblioteca, voltados à cultura nerd/pop para que saibam o que acontece no cenário efervescente dos nerds, sem apresentar deslizamentos de parecer não se importarem ou não saberem para quem se direciona determinado evento.

4 CONSIDERAÇÃO FINAIS

As culturas nerd e pop são hoje uma realidade em todo o globo e através dela pode-se fomentar, inclusive, debates sobre temas muito relevantes para questões fundamentais para sociedade, tais como: meio ambiente, representatividade, racismo, democracia dentre outros assuntos. Dois exemplos recentes sobre isso foram: o filme do Pantera Negra que fomentou um debate sobre racismo em esferas onde a academia normalmente não conseguia alcançar e a capa de uma HQ com dois homens se beijando na Bienal do livro no Rio de Janeiro que foi o estopim para reacender uma discussão sobre homofobia, mas todos esses debates foram transformados em grande circo e palanques para falas inflamadas e conduzidos hora por indivíduos bem intencionados, hora por aqueles nem tanto, podendo imaginar um debate com uma temática assim desenvolvido e conduzido por profissionais da Biblioteconomia, nos espaços das bibliotecas, que deveriam servir para compor espaços de evolução para as comunidades e seus indivíduos e contribuir e se transformar, inclusive, em projetos futuros de inovação e de protagonismo.

Ao cruzar a programação das bibliotecas pesquisadas ao logo do trabalho com as respostas dos nerds, principalmente com as respostas da pergunta de número 9 que exatamente questiona o motivo pelo qual os nerds e fãs de cultura pop não frequentam ou não se animam de frequentar os eventos promovidos pelas bibliotecas públicas e percebi que a maioria das repostas havia um desconhecimento que as bibliotecas sequer promoviam eventos com essa temática e para aqueles que tinham conhecimento de tais



eventos havia a sensação de que eles não eram de fato para seus gostos, como que planejados por pessoas que não entendiam do assunto ou não tinham feito uma pesquisa prévia sobre o assunto para estabelecer as programações, para isso proponho inicialmente uma mudança nos canais de comunicação para divulgação de sua programação nerd.

Mas apenas migrar para as redes sociais, considerando que todas as bibliotecas já possuem redes sociais oficiais não é o suficiente, é preciso que o layout seja atrativo e converse com essa audiência, falando a mesma língua que ela, ou seja uma escala de cores que faça sentido ou mesmo o uso de memes, recurso que é largamente utilizado e muito popular para divulgar de forma eficiente alguma informação de forma rápida de um jeito mais descontraído, além de se apropriar das plataformas de *stream* para transmitir seus conteúdos em tempo real ao longo da realização dos eventos é uma boa forma de divulgar e atrair esse público e gerar um engajamento nas redes que pode ser convertido em visita posterior desse mesmo público caso ele se interesse pelo o que é apresentado e perceba que seus gostos estão sendo tratados com o devido respeito e conhecimento de causa, ou seja, com indivíduos participantes que dominem as temáticas propostas como carro chefe dos eventos.

REFERÊNCIAS

CANALTECH. Geek ou nerd? Descubra as principais diferenças entre eles. **Canaltech**. Jun. 2013. Sessão Entretenimento. Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/Geek-ou-nerd-Descubra-as-principais-diferencas-entre-eles/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

CAVALCANTI, Carolina Costa. FILATRO, Andrea Cristina. **Design Thinking na educação presencial, a distância e corporativa**. São Paulo: Saraiva, 2016.

COELHO, Teixeira. **A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008. Disponível em: http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/001054.pdf Acesso em: 26 abr. 2021.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-moderno**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

GEEK. In: **DICTIONARY.COM**, Digital Dictionary. 2021. Disponível em: <https://www.dictionary.com/browse/geek>. Acesso em: 10 ago. 2021.



GIDDENS, Antony. **Sociologia**. 6. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2008. Disponível em:

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4906720/mod_resource/content/2/0%20que%20%C3%A9%20sociologia%20%28Cap%C3%ADtulo%2019%20-%20Crescimento%20Populacional%20E%20Crise%20Ecol%C3%B3gica%29.pdf. Acesso em: 14 ago. 2021.

IDEO. **Design Thinking para bibliotecas: um toolkit para design centrado no usuário**. 2017. Fundação Bill & Melinda Gates e IDEO.

LANKES, R. David. **Expect more: demanding better libraries for today's complex world**. Califórnia: Createspace, 2014. Disponível em: <https://davidlankes.org/new-librarianship/expect-more-demanding-better-libraries-for-todays-complex-world/1-the-arab-spring-expect-the-exceptional/>. Acesso em: 28 out. 2021.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas S.A., 1987. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4233509/mod_resource/content/0/Trivinos-Introducao-Pesquisa-em_Ciencias-Sociais.pdf. Acesso em: 22 abr. 2021.