



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE HUMANIDADES OSMAR DE AQUINO
CAMPUS III – GUARABIRA
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM GEOGRAFIA**

GRACIELE LINDOLFO BARBOSA

**CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE GEOGRÁFICA NO EVENTO CULTURAL
HQPB 2023 EM JOÃO PESSOA/PB**

**Guarabira/PB
2024**

GRACIELE LINDOLFO BARBOSA

**CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE GEOGRÁFICA NO EVENTO CULTURAL
HQPB 2023 EM JOÃO PESSOA/PB**

Trabalho de conclusão de curso,
apresentado para obtenção do grau de
professora no Curso de Licenciatura
Plena em Geografia da Universidade
Estadual da Paraíba – Campus III.

Área de concentração: Geografia
Cultural e da Percepção

Orientador: Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva

**Guarabira/PB
2024**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

B238c Barbosa, Graciele Lindolfo.
Construção de identidade geográfica no evento cultural HQPB 2023 em João Pessoa/PB [manuscrito] / Graciele Lindolfo Barbosa. - 2024.
51 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Humanidades, 2024.

"Orientação : Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva, Departamento de Geografia - CH. "

1. Identidade Geográfica. 2. Cultura Pop. 3. Territorialidades. 4. Território. I. Título

21. ed. CDD 910

GRACIELE LINDOLFO BARBOSA

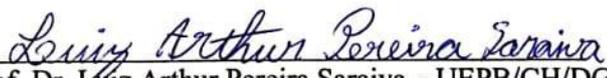
**CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE GEOGRÁFICA NO EVENTO CULTURAL
HQPB 2023 EM JOÃO PESSOA/PB**

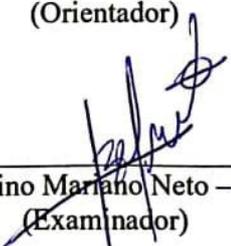
Trabalho de conclusão de curso,
apresentado para obtenção do grau de
professora no Curso de Licenciatura
Plena em Geografia da Universidade
Estadual da Paraíba – Campus III.

Área de concentração: Geografia
Cultural e da Percepção

Aprovada em: 28/05/2024.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva – UEPB/CH/DG
(Orientador)


Prof. Dr. Belarmino Mariano Neto – UEPB/CH/DG
(Examinador)


Profa. Dra. Tamy Elizabeth da Costa
(Examinadora externa)

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais que sempre batalharam e buscaram o melhor para mim, oferecendo suporte durante esta jornada.

Aos meus amigos que me acompanharam durante a fase da escrita deste trabalho, os quais me deram forças e incentivo durante todo o processo, inclusive até nos momentos mais difíceis.

Ao meu orientador Luiz Arthur, por toda a paciência, dedicação e comprometimento que sempre teve por mim ao longo deste processo, assim como o incentivo em aprofundar meus conhecimentos.

Sou grata, também, à professora Iany Elizabeth e ao professor Belarmino Mariano por aceitarem os convites para comporem a banca examinadora e pela disponibilidade em avaliar este trabalho.

Por fim, agradeço a todos os professores do Departamento de Geografia, que ao longo desta graduação transmitiram seus conhecimentos com maestria e que me fizeram chegar até o final.

**CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE GEOGRÁFICA NO EVENTO CULTURAL
HQPB 2023 EM JOÃO PESSOA/PB**

**CONSTRUCTION OF GEOGRAPHIC IDENTITY AT THE HQPB 2023
CULTURAL EVENT IN JOÃO PESSOA/PB**

Graciele Lindolfo Barbosa

RESUMO

O espaço geográfico é amplo e dinâmico, e entender de que forma se dá a construção de determinada identidade geográfica requer um olhar direcionado às características que giram em torno de determinado aspecto e suas origens, como um evento cultural. Nesse contexto, o presente trabalho objetiva fazer uma abordagem sobre o evento HQPB (abreviação de “Histórias em Quadrinhos e Cultura pop na Paraíba”) na edição do ano 2023, que ocorreu em João Pessoa/PB, mostrando um aprofundamento no olhar geográfico voltado para o mesmo. Por isso, será analisado a construção de identidade no evento, como se configura o território, as territorialidades e de que forma ocorrem as relações sociais e comerciais. Além disso, o HQPB representa a cultura pop, sendo essa fortemente impulsionada pelos meios da globalização, assim, é importante também analisar a influência desse fenômeno, como os meios de comunicação. A partir dos resultados obtidos por meio de análises e aplicação de questionários observou-se, por exemplo, que a cultura de consumo exerceu considerável influência no evento e que o território reforçou o sentimento de pertencimento das pessoas.

Palavras-chaves: Identidade Geográfica, Cultura Pop, Territorialidades, Território.

ABSTRACT

The geographic space is broad and dynamic, and understanding how a certain geographic identity is constructed requires a look at the characteristics that revolve around a certain aspect and its origins, such as a cultural event. In this context, the present work aims to take an approach to the HQPB (short for “Comics and Pop Culture in Paraíba”) event in the 2023 edition, which occurred in João Pessoa/PB, showing a deepening of the geographic perspective focused on it. Therefore, the construction of identity at the event will be analyzed, how the territory is configured, the territorialities and how social and commercial relations occur. Furthermore, the HQPB represents pop culture, which is strongly driven by the means of globalization, so it is important to also analyze the influence of this phenomenon, such as the media. From the results obtained through analysis and application of questionnaires, it was observed, for example, that consumer culture had a considerable influence on the event and the territory reinforced the feeling of belonging to people.

Keywords: Geographic Identity, Pop Culture, Territorialities, Territory.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa de quadrinho ilustrando os heróis fictícios Super-Homem e Mulher-Maravilha	20
Figura 2 – Capa de quadrinho ilustrando o herói fictício Capitão América	20
Figura 3 – Antes e depois da personagem Caitlyn do jogo League Of Legends	21
Figura 4 – Anúncio do evento HQPB 2023	26
Figura 5 – Programação do evento HQPB 2023	27
Figura 6 – Pessoas fantasiadas de personagens do universo cinematográfico “Homem-Aranha”	29
Figura 7 – Grupo de dança de K-Pop se apresentando no K-Pop Contest	29
Figura 8 – Fãs da série Percy Jackson e os Olimpianos reunidos para realização de atividades	30
Figura 9 – Bonecos, pelúcias, livros e mangás	30
Figura 10 – Estande da Livraria Leitura	31
Figura 11 – Estande de loja alternativa	31
Figura 12 – Estande do artista independente Jonas Honorato no HQPB	32
Figura 13 – Artista independente Paulo Santos e suas produções no HQPB	32
Figura 14 – Pessoas jogando TCG	33
Figura 15 – Mapa do evento	35
Figura 16 – Ornamentação para o encontro e realização de atividades entre os fãs de PJO	36
Figura 17 – Movimentação no Artist’s Alley e em alguns estandes de vendas	42
Figura 18 – Exibição de AMV no telão do palco principal	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Questão: Gênero	38
Gráfico 2 – Questão: Idade	39
Gráfico 3 – Questão: Cidade	39
Gráfico 4 – Questão: Se não for de João Pessoa, como você chegou ao evento?	40
Gráfico 5 – Questão: Como você ficou sabendo do evento?	41
Gráfico 6 – Questão: Você comprou ou pretende comprar algum produto no evento? Se sim, o quê?	41
Gráfico 7 – Questão: Com qual/quais das comunidades que o evento abrange você se identifica?	42
Gráfico 8 – Questão: Veio apenas conhecer o evento? (pessoas que não selecionaram ter interesse ou gosto por nenhuma comunidade do evento)	44
Gráfico 9 – Questão: Pretende voltar ao evento em edições futuras?	46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 IDENTIDADE, TERRITÓRIO E CULTURA POP.....	12
3 O EVENTO HQP.....	26
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	38
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
REFERÊNCIAS.....	48
APÊNDICES.....	51

1 INTRODUÇÃO

Para a geografia cultural, a cultura e suas manifestações no espaço são primordiais, sendo a observação e a análise de suma importância para o entendimento das configurações que cada prática cultural deixa no espaço. Por isso, a geografia cultural não se trata apenas de falar sobre cultura, de acordo com Corrêa (2017) ela também busca tratar as espacialidades e o que advém delas como, por exemplo: o território, a territorialidade, o espaço, o lugar e a paisagem de acordo com a concepção do/a pesquisador/a.

O espaço geográfico é amplo e dinâmico, e entender de que forma se dá a construção de determinada identidade geográfica requer um olhar direcionado às características que giram em torno de determinado aspecto e suas origens, como um evento cultural. À vista disso, este trabalho faz uma abordagem sobre o evento HQPB (abreviação de “Histórias em Quadrinhos e Cultura pop na Paraíba”) na edição do ano 2023, que ocorreu em João Pessoa/PB.

O HQPB se caracteriza como um evento rotativo, pois possuía um constante fluxo de pessoas que entravam e saíam do mesmo, além de também ser temporário, tendo em vista que acontece apenas por dois dias anualmente. A natureza do evento se configura como sendo sociocultural, proporcionando uma oportunidade de interação entre indivíduos interessados na cultura pop, mas também pode ser classificada de natureza econômica, tendo em vista a questão comercial que se fez presente. Esse fato se relaciona com a própria questão cultural do evento, pois a cultura pop é bastante impulsionada pela globalização e está dentro de um contexto também capitalista.

No século XX, mais especificamente nas décadas de 1950 e 1960, o termo pop passou a ser usado “para classificar produtos, fenômenos, artistas, lógicas e processos midiáticos” (Soares, 2014, p. 2), estando atrelado a um conjunto de práticas de consumo até nos dias atuais, se ancorando no entretenimento e, por isso, é importante entender como a cultura pop se insere na sociedade global.

Os objetivos deste trabalho são abordar a construção de identidade geográfica, traçar o perfil dos frequentadores e identificar a dinâmica do evento. Para isso, realizou-se um estudo com elaboração de revisão bibliográfica, registros fotográficos, análises englobando a dinâmica do local e aplicação de questionários envolvendo informações e dados numéricos, tendo em vista organizar e interpretar os dados a fim de se transmitir as informações contidas neles, garantindo, dessa forma, maior veracidade nas conclusões

desta pesquisa. Com isso, este trabalho se configura como sendo tanto de cunho qualitativo quanto quantitativo.

Como meios de fundamentação teórica tem-se o uso de fontes primárias e secundárias, fazendo uso de artigos científicos e livros, reunindo e relacionando as informações encontradas nas consultas mas, também, observando diretamente a realidade em campo e interpretando-a. Além disso, esta pesquisa se utiliza do método hermenêutico-fenomenológico, visto que busca compreender os significados atribuídos ao recorte espacial em estudo por meio de uma linguagem que se chegue à compreensão dos fenômenos da realidade lá presente.

Com o intuito de atrair atenção para o tema, este trabalho mostra um aprofundamento no olhar geográfico voltado para o evento HQPB. Observar como se dão as territorialidades do mesmo, como ocorrem as relações sociais e comerciais, a influência da globalização, dos meios de comunicação e da cultura de consumo no evento também. Nesse contexto, a presente pesquisa expõe como o estudo do tema pode ser aplicado na área da geografia cultural a fim de que se crie um material que, juntamente a outros estudos que também abordam a temática da construção de identidade geográfica, se aprofunde na questão trazendo uma contribuição de maneira científica.

2 IDENTIDADE, TERRITÓRIO E CULTURA POP

O conceito de cultura é e ainda vem sendo abordado de maneira abrangente em diversas áreas de estudo, mais especialmente dentro das ciências humanas. Sua definição pode se relacionar a conceitos geográficos como lugar, região, espaço, território e paisagem. Sobre esse último, Vaz faz a seguinte declaração:

A paisagem humana é necessariamente construída pelas obras culturais, pois só elas atestam ao homem a essência e o sentido da sua presença no mundo: a presença de um sujeito que compreende, transforma e significa. Elas são a objetivação da essência do homem como consciência de si (Vaz, 1966, p. 5).

Essa definição trazida pelo autor pressupõe a presença do ser humano no mundo em duas instâncias de cultura: a objetiva e a subjetiva. Pelo lado objetivo tem-se as obras culturais, enquanto o lado subjetivo está relacionado ao cultivo interior dos indivíduos que é desenvolvido com base na absorção dos conteúdos presentes justamente na cultura objetiva. Assim, o mundo faz sentido para o sujeito à medida que ele passa do ser natural para o ser cultural, estando atrelado no ato tanto de criação quanto no de absorção de cultura.

Cultura é um conceito que está intrinsecamente ligado ao de identidade, uma vez que a cultura é um processo da produção da vivência do ser humano, além disso, a identidade é constituída em uma certa relação com o que e o onde a pessoa está situada, sendo que é justamente nessa relação na qual a mesma se define. Dessa maneira, a palavra identidade se relaciona à ideia de que o ser humano se constitui por meio de suas condições de existência e do contato com outros seres sociais e suas mais variadas culturas. Costa acredita que

a identidade é tudo que se vivencia (sente, enuncia) como sendo eu, por ocasião àquilo que se percebe ou anuncia como não-eu (aquilo que é meu; aquilo que é outro) [...] a identidade não é uma experiência uniforme, pois é formulada por sistemas de representações diversos. Cada um destes sistemas corresponde ao modo como o sujeito se atrela ao universo sociocultural. Existe assim, uma identidade social, étnica, religiosa, de classe; profissional, etc (Costa, 1989, p. 22).

Assim, Costa (1989) afirma que a identidade é formulada por diversos sistemas de representações nos quais cada um diz respeito à maneira como o indivíduo se relaciona ao contexto sociocultural. Enquanto isso, Fernandes; Zanelli (2006) consideram que sem compartilhar uma cultura comum, não se pode falar em construção de identidade, seja no nível dos indivíduos ou dos grupos, e que as identidades dos indivíduos são construídas

de acordo com o ambiente em que eles se inserem, envolvendo as estruturas sociais, a cultura e o histórico das relações. Enquanto isso, Hall (2006) afirma que a identidade

torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpretados nos sistemas culturais que nos rodeiam [...]. O sujeito assume identidades em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente (Hall, 2006, p. 13).

Ou seja, a identidade de um indivíduo é uma interação entre ele e a sociedade, que se constrói através de formas que se apresentam em símbolos, valores e/ou sentidos, mostrando seus respectivos sistemas culturais. Mas esse processo de construção de identidade não é imóvel, uma vez que ela se modifica ao longo do tempo e pode assumir características distintas em momentos distintos, ou seja, há uma variedade de identidades possíveis que se apresentam, pois representações culturais tendem a se multiplicar e é possível se identificar com uma ou outra temporariamente. Temos a ideia de construção de identidade:

A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de inteireza que é "preenchida" a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por outros. Psicanaliticamente, nós continuamos buscando a "identidade" e construindo biografias que tecem as diferentes partes de nossos eus divididos numa unidade porque procuramos recapturar esse prazer fantasiado da plenitude (Hall, 2006, p. 39).

Sendo assim, o contexto no qual um indivíduo é exposto, quando somado às representações de determinada cultura, pode afetar diretamente o processo de construção da identidade e sua respectiva territorialidade. Por isso, é importante definir o conceito de territorialidade e entender que este para o de território estão interligados, uma vez que a territorialidade nada mais é do que o que se encontra em um território e está submetido à sua gestão. Ratzel (1897, apud Moraes, 1990, p. 23) diz que “o território seria, em sua definição, uma determinada porção da superfície terrestre apropriada por um grupo humano” e complementa com “dessa forma, o território é posto como um espaço que alguém possui, é a posse que lhe atribui identidade”. Nesse sentido, pode ser entendida como territorialidade a maneira como os agentes moldam a organização do território.

Raffestin (1993, p. 143) acredita que o território “é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível”, pois trata-se de “um espaço onde se projetou um trabalho, seja energia e informação, e que, por consequência, revela relações marcadas pelo poder” (Raffestin, 1993, p. 144). Enquanto isso, Santos (2012) diz que

o território são formas, mas o território usado são objetos e ações, sinônimo de espaço humano, espaço habitado. Mesmo a análise da fluidez posta a serviço da competitividade, que hoje rege as relações econômicas, passa por aí. De um lado, temos uma fluidez virtual, oferecida por objetos criados para facilitar essa fluidez e que são, cada vez mais, objetos técnicos. Mas os objetos não nos dão senão uma fluidez virtual, porque a real vem das ações humanas, que cada vez mais ações informadas, ações normatizadas (Santos, 2012, p. 138).

Com essa afirmação de Santos (2012), implica-se dizer que quando se fala em território, não obrigatoriamente deve se tratar unicamente dos conceitos globalização e fluidez virtual, porque esses não abrangem todos os aspectos nos quais podem se inserir o território. Outro autor que também contribuiu bastante com o debate que gira em torno da conceitualização de território foi Sack (1986), ele buscou desvincular o conceito da noção de Estado e considerou que as relações de territorialidade se moldaram no tempo e no espaço. Na obra dele, é colocado que a territorialidade é a tentativa por uma ou mais pessoas de afetar, exercer influência ou até controlar indivíduos, suas relações e fenômenos ocorridos, delimitando e afirmando o controle sobre determinada área.

Além disso, nesse debate o autor Haesbaert (1997) busca mostrar a perspectiva da multidimensionalidade do território e, ainda, tenta distinguir “domínio” de “apropriação”, no qual o primeiro estaria voltado para um caráter mais explícito, enquanto o segundo se encontra implícito em uma visão imaterial e de caráter simbólico-cultural. Com base nessa distinção postulada, o autor também havia considerado que

o território envolve sempre, ao mesmo tempo, mas em diferentes graus de correspondência e intensidade, uma dimensão simbólico-cultural, através de uma identidade territorial atribuída pelos grupos sociais como forma de “controle simbólico” sobre o espaço onde vivem (sendo, portanto, uma forma de apropriação) e uma dimensão mais concreta, de caráter político disciplinar: o domínio do espaço pela definição de limites ou fronteiras visando a disciplinarização dos indivíduos e o uso/controlado dos recursos aí presentes (Haesbaert, 1997, p. 42).

Dessa forma, ele acredita que o processo de territorialização condiz com processos de dominação e de apropriação, interligando uma dimensão concreto-funcional e outra simbólico-afetiva. Haesbaert também põe que o território pode ser abordado em: perspectivas materialista e idealista. A primeira abrange uma dimensão físico-concreta, sendo composta por três concepções: naturalista (que considera o território com base nas relações entre sociedade e natureza), jurídico-política (que tem o território como espaço delimitado e controlado por meio do qual age um determinado poder) e econômica (onde o território é visto como fonte de recursos).

Já a perspectiva idealista, que está voltada para o lado imaterial, “prioriza a dimensão simbólica e mais subjetiva, em que o território é visto, sobretudo, como produto da apropriação/valorização simbólica de um grupo em relação ao seu espaço vivido” (Haesbaert, 2004, p. 40). Logo, Haesbaert acredita que o território pode ser abordado tanto à identificação quanto à apropriação.

Ao habitar determinado espaço e tomar consciência de sua participação, os indivíduos moldam esse espaço em um território (Andrade, 1998; Cara, 1998). Sua ocupação corresponde a experiências cujo significado está presente nas ações interligadas que fazem parte do seu processo de constituição e de formação do movimento social (Medeiros, 2009).

Silva (2002) diz que o isolamento do indivíduo originou a consciência da posse, que tornou a apropriação um processo por meio do qual se exerce a dominação sobre os lugares. Então, “o conceito de territorialidade, assim, está ligado ao de identidade porque o território pressupõe manifestações identitárias” (Carrieri; Saraiva; Soares; 2014). Dessa maneira, o tema da identidade ganha relevância com o conceito de territorialidade (Cara, 1998), sendo o território correspondente a um espaço de identificação (Medeiros, 2009).

Assim, é possível afirmar que o território comporta uma gama de fenômenos humanos e na atualidade os espaços territorializados culturalmente tendem a receber bastante influência da globalização. Nas últimas décadas tem-se tomado maior consciência dos impactos desse fenômeno ao redor do mundo, cujos indícios de seu avanço estão atrelados a diversas áreas: nas indústrias, no comércio, na política, na mídia, na música, enfim, em diversos aspectos do mundo contemporâneo.

O filósofo e sociólogo francês Edgar Morin afirmou há duas décadas atrás que o que se chama de globalização é o resultado de um processo que se iniciou com a conquista das Américas e a expansão dominadora do ocidente europeu sobre o planeta (Morin, 2002). E um fato perceptível é em como o processo de globalização chegou a afetar a cultura das pessoas, pois hoje, é possível alguém do Brasil se interessar em consumir algo da cultura do Japão, por exemplo, e meios como a internet possibilitam um acesso a isso (ainda que desigual) com certa praticidade.

Vale destacar que um dos principais meios de comunicação impulsionado e popularizado pela globalização, a partir do século XX, foi a televisão, que surgiu e trouxe uma gama de conteúdos audiovisuais, oferecendo entretenimento para diversas pessoas ao redor do mundo e, vale mencionar, também, a discussão que gira em torno de sua

influência na sociedade, sendo feita tanto por estudiosos, quanto pela própria sociedade que presencia e vive isso.

Para muitas pessoas, a televisão pode ter sido (ou ainda seja) um poderoso instrumento de modificação da conduta humana e que chegou a influenciar hábitos, costumes e até a cultura. Esse meio de comunicação ainda é muito utilizado na contemporaneidade, entretanto, segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) obtidos por meio de uma comparação apenas no período entre 2019 e 2020, o Brasil apresentou crescimento de quase 50% em relação ao uso da internet.

Sendo assim, cabe ressaltar que a internet vem ganhando um protagonismo maior e possibilitando, através de seu uso, aspectos em que a televisão é incapaz de oferecer, como fazer pesquisas e obter acesso à uma maior variedade de conteúdos, informações, entretenimento, possibilidade de interação em tempo real e escolha do conteúdo a ser consumido. No entanto, segundo Santos,

a velocidade não é um bem que permita uma distribuição generalizada, e as disparidades no seu uso garantem a exacerbação das desigualdades. A vida cotidiana também revela a impossibilidade de fruição das vantagens do chamado tempo real para a maioria da humanidade (Santos, 2001, p. 58).

Dessa maneira, para uma parte da população mundial, a globalização propiciou a ampliação das facilidades dos meios de comunicação e, como consequência, a ampliação da transmissão dos valores culturais, enquanto a outra parcela populacional não obtém acesso aos meios da mesma forma em razão das desigualdades sociais que perduram na contemporaneidade. Silva; Casteletto acreditam que

quando pensamos nos malefícios da Globalização, precisamos entender que as consequências vão além do processo em si, e tem muita relação com questões capitalistas, visto que a globalização e o capitalismo estão ligados (Silva; Casteletto, 2019, p. 3).

E os autores complementam com:

temos também outra forma de desigualdade, não economicamente falando, mas uma desigualdade na intensidade dos fluxos e no direcionamento das informações. As regiões nas quais são pertencentes de países desenvolvidos conseguem expandir com maior facilidade seus valores, costumes e informações, o que difere das regiões onde fazem partes de países de terceiro mundo. A cultura Inglesa, por exemplo, é bem mais propagada que a Africana. Podemos entender essa dinâmica por uma simples questão: a segunda não consegue repassá-las pelos meios de crescimento da globalização, diferente da primeira que consegue (Silva; Casteletto, 2019, p. 3).

Fica evidente em como os países desenvolvidos no contexto capitalista possuem a propagação de seus valores e símbolos culturais de uma forma muito mais abrangente

em comparação aos países menos desenvolvidos ou que não são capitalistas. Dentre algumas das culturas amplamente difundidas pelos meios de comunicação atualmente, pode-se citar o caso da cultura pop que, ao ser analisada, percebe-se em como os aspectos dominantes dela provém de países como Estados Unidos, Japão, Coreia do Sul, dentre outros no mesmo seguimento capitalista.

A globalização é o evento que se infiltra nas sociedades, por meio de um discurso global, afeta ou altera as culturas locais e, como resultado, suas identidades. Essas transformações culturais ocorrem devido à globalização ou por causa de seus projetos globais. O processo de globalização determina uma relação inovadora entre as culturas locais e a cultura global. Por isso, vale lembrar que a identidade cultural não está longe da definição de identidade em si, até porque é a identificação necessária da cultura de um povo.

O panorama da globalização, ao modificar os processos costumeiros de produção e reprodução da identidade, a encara com sua própria historicidade e, por conseguinte, com a possibilidade de ser diferente de si mesma. A difusão da cultura globalizada afeta os padrões existentes de comportamento, induzindo à valorização e ao reforço das manifestações culturais que são propagadas por esse meio. Para Santos (2001) a globalização é o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista.

Também se entende por identidade os jogos de ferramentas culturais em que os indivíduos utilizam para se definir ou se autoafirmar. Nesse viés, a identidade é promovida por uma lógica fundamentada no mercado e, além disso, por uma lógica social do consumo, sendo que as duas atuam em detrimento da estrutura social desigual, que reforça as diferenças, criando um ciclo que coloca o consumo como central também no processo de acumulação de valor. Com base nisso, Woodward (2000) afirma que “a globalização envolve uma interação entre fatores econômicos e culturais, causando mudanças nos padrões de produção e consumo, as quais, por sua vez, produzem identidade novas e globalizadas” (Woodward, 2000, p. 20).

Com base na ideia de que a identidade pode ser promovida por uma lógica fundamentada no mercado, o termo “indústria cultural” foi criado por Theodor Adorno e Max Horkheimer para analisar as culturas de povos de várias partes do mundo quanto a produção de produtos. Segundo os sociólogos alemães, a produção de filmes, músicas, livros e diversos outros artigos culturais de uma forma padronizada contribui para a reprodução da ideia de que a felicidade pode ser adquirida por meio do consumo de bens e serviços. De acordo com Adorno; Horkheimer (2006)

o mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural. A velha experiência do espectador de cinema, que percebe a rua como um prolongamento do filme que acabou de ver, porque este pretende ele próprio reproduzir rigorosamente o mundo da percepção quotidiana, tornou-se norma da produção. Quanto maior a perfeição com que suas técnicas duplicam os objetos empíricos, mais fácil se torna hoje obter a ilusão de que o mundo exterior é o prolongamento sem ruptura do mundo que se descobre no filme. Desde a súbita introdução do filme sonoro, a reprodução mecânica pôs-se ao inteiro serviço desse projeto. A vida não deve mais tendencialmente deixar-se distinguir do filme sonoro. (Adorno; Horkheimer, 2006, p. 104).

Nesse viés, outro autor que se insere nesse debate é Navarro (2018), no qual afirma que o mundo é filtrado pela indústria cultural e o indivíduo espectador deseja que sua vida quotidiana tenha relação com as obras que ele consome e experencia, exprimindo a vontade de se ver parte da criação “artística” e também comprando a ideia de que vê a si próprio nessas criações. Assim, a indústria utiliza dessas vontades para perpetuar as suas atividades.

Além disso, essa indústria cultural também promove uma alteração, até certo ponto, na cultura e estilo de vida dos indivíduos, o que provoca um comportamento posto como exagerado no viés da questão do consumismo exacerbado. Atualmente, esse termo tem sido mais comumente usado para se dirigir às grandes empresas, mas pode ser observado também em algumas manifestações culturais, como eventos.

Logo, é possível afirmar que a cultura também está atrelada a componentes materiais, daí surge o termo “cultura material”, que nada mais é do que a variação de objetos fabricados pelo ser humano, englobando uma organização tecnológica palpável. O autor Bauman (2001) defende a ideia de que as relações sociais são baseadas no consumo e que há, de fato, uma sociedade de consumo. Assim, pensar em globalização é pensar na cultura de consumo, pois ela atua na definição ou legitimidade de comportamentos e valores humanos, sendo de suma importância refletir sobre sua manifestação, que toca diretamente no âmbito das sociedades globalizadas.

Desse modo, “cultura material” é o termo que abrange o sentido que os objetos possuem para as pessoas imersas em uma cultura e sua influência no quesito de definir a identidade cultural, enquanto a “cultura de consumo” aborda a relação entre a cultura vivida e os recursos materiais sendo mediados pelo mercado. Assim sendo, é evidente que um dos pilares da globalização é o consumo e, a partir disso, é possível pensar que a globalização pode criar novas perspectivas de consumo que atraem mais ainda o consumidor moderno com base em uma abrangente oferta de produtos e serviços que estão justamente vinculados a aspectos de sua identidade cultural.

A sociedade contemporânea pode ser chamada de “sociedade de consumo” ou, também, de “sociedade midiática”, pois consumo e mídia são inseparáveis. Bauman afirma que a sociedade contemporânea “se distingue por uma reconstrução das relações humanas a partir do padrão, e a semelhança das relações entre consumidores e os objetos de consumo” (Bauman, 2008, p. 19). Assim, a cultura pop possui uma importância considerável nessa abordagem.

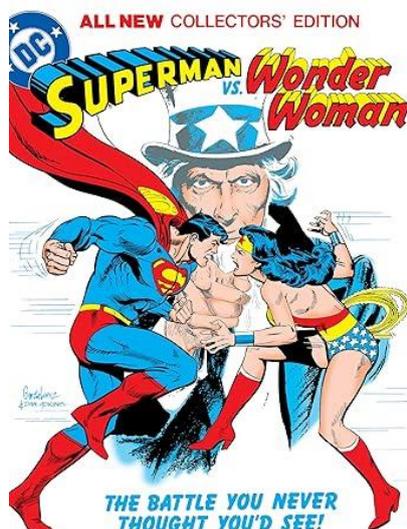
Como citado anteriormente, os países desenvolvidos no contexto capitalista possuem a propagação de suas culturas de maneira muito mais abrangente em comparação aos países menos desenvolvidos ou que não são capitalistas. Nesse contexto, as obras da cultura pop sempre estiveram ligadas à publicidade, ao consumo e, principalmente, aos Estados Unidos, sendo que décadas atrás isso era mais exclusivo desse país do que na atualidade, tendo em vista que países como Japão e Coreia do Sul também obtiveram crescimento em meio à difusão na cultura pop, posteriormente. Logo, quando se pensa em cultura pop na atualidade, vêm à cabeça aspectos culturais de mais de um país, no entanto, é importante entender a força representativa que os Estados Unidos teve no século XX.

Como um dos meios de comunicação de massa, as HQs (Histórias em Quadrinhos) surgiram nos Estados Unidos por volta do final do século XIX, sendo também uma forma de extensão da arte. Gibis e mangás (sendo este último o que dá origem à maioria dos animes) são algumas das variações dos quadrinhos em termos de conceitualização e diferenciação, mas a essência é a mesma. O principal objetivo das HQs é contar e ilustrar histórias, sejam elas reais ou ficcionais, o autor McLuhan (2007) acredita que a chegada dos quadrinhos provocou um desafio e uma alteração na cultura de consumo do filme, da fotografia e do jornal. Ademais, além de ser uma forma de expressão artística as HQs têm a capacidade de comunicação, assim, podendo também propagar valores culturais e até ideologias políticas.

O quadrinho da figura 1 foi publicado na década de 1970, enquanto o da figura 2 na década de 1940. Apesar das duas artes terem sido produzidas por artistas diferentes, empresas diferentes e também possuindo personagens distintos, notam-se alguns padrões: os super-heróis de ambas as figuras são brancos e possuem corpos musculosos, o que denota um padrão estético; outro ponto a ser citado são as cores da bandeira dos Estados Unidos nas próprias vestimentas, expressando um forte patriotismo. Mas a questão da expressão do patriotismo não se resume a isso, na primeira imagem, logo no centro, há a

presença do Tio Sam¹, além disso, na figura 2 o personagem Capitão América está lutando contra nazistas, sendo importante destacar que esse quadrinho foi publicado durante a Segunda Guerra Mundial.

Figura 1 – Capa de quadrinho ilustrando os heróis fictícios Super-Homem e Mulher-Maravilha



Fonte: Amazon, 2024

Figura 2 – Capa de quadrinho ilustrando o herói fictício Capitão América



Fonte: Amazon, 2024

Diante do exposto, esses quadrinhos e outros tipos de produções nesse estilo eram exportados para diversos países, expressando que por um longo período a cultura pop esteve fortemente (ou unicamente) ligada em propagar os valores culturais dos Estados Unidos. Outro ponto a ser citado é com relação ao visual, pois, além do patriotismo, outros

¹ Tio Sam é uma figura que remete diretamente à personificação dos Estados Unidos, sendo um dos símbolos nacionais mais famosos mundialmente.

conceitos como patriarcado e machismo também estão inseridos. Retomando à visualização da figura 1 observa-se que as vestimentas da personagem Mulher-Maravilha são extremamente curtas, o que denota uma sexualização da mesma, enquanto os personagens masculinos não expressavam isso.

Apesar do quadrinho da figura 1 ter sido publicado na década de 1970, onde o machismo era muito mais intenso na sociedade do que nos dias atuais, vale mencionar que não apenas a personagem Mulher-Maravilha era representada daquela forma, como muitas outras da cultura pop eram e outras ainda são. A maioria das obras eram escritas por homens e também consumidas, majoritariamente, por homens, sendo que essa questão se insere em outros contextos, como no dos jogos eletrônicos.

Algumas grandes empresas da cultura pop que produzem HQs, filmes, séries, jogos e afins (por exemplo: *Marvel Comics*, *DC Comics*, *Riot Games*, etc.) vêm evoluindo no sentido de representatividade² feminina, corrigindo erros do passado mediante a recriação das personagens que antes eram sexualizadas e agora já não são mais, a exemplo do que se mostra na figura 3. Mas a questão do melhoramento da representatividade não se resume ao gênero: outras etnias, culturas (como a latina, africana e árabe), pessoas negras e a comunidade LGBTQIAP+ também vêm tendo aspectos representativos que crescem gradativamente em meio à cultura pop.

Figura 3 – Antes e depois da personagem Caitlyn do jogo League Of Legends



Fonte: Not A Gamer, 2024

Sabe-se que a cultura pop esteve majoritariamente ligada em propagar os valores dos Estados Unidos, assim como em representar personagens brancos dentro dos contextos do patriarcado³ e da heteronormatividade⁴. Mas quando se trata do sentimento

² A palavra “representatividade” está associada aos conceitos de representação, reconhecimento e visibilidade. Pode ser usada para expressar inclusão e/ou igualdade.

³ O patriarcado é um sistema social segundo o qual os homens estão no centro e detêm o poder primário.

⁴ A heteronormatividade é a ideia de que apenas os relacionamentos heterossexuais são corretos ou normais perante a sociedade.

de pertencimento, é importante ressaltar que o crescimento representativo variado na mídia é algo que reforça essa questão, trazendo um maior acolhimento e ajudando, mesmo que aos poucos, na luta contra preconceitos, ou pelo menos entre a comunidade dos fãs de cultura pop.

Falando em representações midiáticas, ressalta-se que meios como a televisão, o cinema, os quadrinhos e os jogos estão dentro do conceito de cultura pop. A tecnologia televisiva surgiu com base em diversos estudos nos anos de 1800, porém sua oficialização como aparelho tecnológico tal como sua propagação foi dada no século XX. Em vários dos lugares que a televisão chegou com seus conteúdos, houve uma influência nos costumes locais, o que gerou uma certa alteração nas culturas, a exemplo da chegada dos animes no Brasil.

animes, ou animês, nomes como são popularmente conhecidas as animações nipônicas no ocidente, são atualmente um dos principais produtos vendidos pelo Japão, se tornando até mesmo uma representação da cultura pop japonesa para outros países. A história de origem dos animes tem seu início a muito tempo atrás. No decorrer do século XX as criações de animações feitas por japoneses sofreram diversas modificações e influências, como por exemplo a influência de quadrinhos e estilo de animação americana, assim como toda a questão cinematográfica (Gomes, 2022, p. 21).

Os animes são um elemento marcante na cultura pop e marcam sua chegada no país por volta da década de 1960, mas foi só a partir da década de 1990 que eles ganharam maior notoriedade, com obras como Cavaleiros do Zodíaco e Dragon Ball protagonizando a preferência do público infanto-juvenil. Essa notoriedade também se refletiu no mercado brasileiro, visto que as empresas começaram a investir na venda de produtos variados relacionados aos animes, sendo algo que perdura até os dias atuais. O extinto canal de televisão Rede Manchete⁵ foi o responsável pela transmissão de alguns dos maiores sucessos da época, que foi justamente o caso de Cavaleiros do Zodíaco, e foi vendo o sucesso dos animes que outras emissoras de TV começaram a também incluir essas animações japonesas em suas programações.

Entretanto, no final da década de 2000, os animes começam a perder força da TV aberta, diminuindo a quantidade dos transmitidos no ar. Por outro lado, a onda de serviços de streaming, surgindo e crescendo no mercado global e observando a importância das animações japonesas começam a investir nelas. Atualmente, a Netflix é uma das plataformas que mais abrigam animes em seu catálogo e que investe cada vez mais e impulsiona a popularização das obras. Porém, além dos animes, nos serviços de streaming

⁵ A Rede Manchete foi a maior protagonista no sentido de popularizar os animes no Brasil. Essa emissora de TV foi extinta em 10 de maio de 1999.

sempre houve o investimento também em filmes e séries, que são outros elementos da cultura pop, e quando se fala em filmes, é importante falar também sobre cinema.

Além da televisão, outro meio que também chegou ofertando uma gama de conteúdos foi o cinema, que apareceu no final do século XIX, no qual McLuhan afirma que “o cinema não apenas acompanhou a primeira grande era do consumo, como incentivou-o, propagou-o, transformando-se, ele mesmo, num dos mais importantes bens de consumo” (McLuhan, 2007, p. 327).

Até na contemporaneidade o cinema instiga interesse em pessoas por todo o mundo e isso se reflete nos sucessos de bilheteria que atraem públicos de quaisquer idades, que foi o caso, por exemplo, das franquias “Harry Potter”, “Star Wars” e “Os Vingadores”⁶. Dessa forma, o cinema pode ser tido como uma forma de arte que atrai e influencia as pessoas no mundo globalizado, destacando que algumas das maiores franquias de sucessos foram produzidas com base em livros (como o caso de Harry Potter) enquanto outras com base em HQs, especialmente as que tratam da temática dos super-heróis (como Os Vingadores).

Sendo outra forma de arte e também podendo ser vistos como extensões do indivíduo e do ser social, os jogos eletrônicos possuem destaque considerável no mundo contemporâneo, além do lucro gerado às empresas e organizações que os administram. Quando se fala de contemporaneidade não se pode deixar de destacar a expansão dos jogos *on-line*, que nos últimos anos abriu as portas para a modalidade *e-sports* contando com alguns títulos como “*League of Legends*” e “*Free Fire*”. Todavia, também é válido citar os jogos de cartas colecionáveis, mais conhecidos pelo termo “TCG” (que é uma abreviação de “*trading card games*”) que, segundo Reis,

o primeiro TCG a ser lançado foi *Magic: The Gathering* (MTG), criado pelo matemático americano Richard Garfield e produzido pela empresa *Wizards of the Coast* (WOTC) em 1993. Como o próprio nome diz, o jogo envolve magia, onde cada jogador é um mago que lança seus feitiços e invoca criaturas poderosas para alcançar a vitória (Reis, 2016, p. 13).

Atualmente, no TCG as cartas são adquiridas através de pacotes ou trocas entre os/as próprios/as jogadores/as, os quais utilizam essas cartas para duelos e com a expansão dessa modalidade veio a criação de competições ao redor do mundo. Sendo assim, cabe o reforço na legitimação da ideia de que os jogos são um meio de comunicação em massa.

⁶ Números de bilheterias, respectivamente: US\$ 7,7 bilhões, US\$ 9,4 bilhões (incluindo relançamentos) e US\$ 7,7 bilhões. Fonte: Box Office Mojo, Ano: 2024.

Ainda se tratando de manifestações artísticas, é importante citar a influência da música, que marca presença em variadas formas e culturas, entretanto, quando se fala em cultura pop, é possível observar a predominância de alguns gêneros musicais, principalmente o pop e o K-pop, sendo este último o com maior crescimento entre os jovens nos últimos anos. De acordo com Bernardo; Lima,

K-pop é um estilo musical que traz influências de pop, rap, R&B e música eletrônica, além de ser uma tendência midiática que vem afetando e modificando a indústria musical, da moda e do audiovisual em todo o mundo. É uma subcultura dentro da cultura sul coreana, tribos formadas principalmente entre os mais jovens, assim como as tribos emo, roqueiros, otakus, nerds, etc., os chamados kpopers são a nova "febre mundial" (Bernardo; Lima, 2019, p. 2).

Com isso, nota-se que o K-pop vem adquirindo um considerável impacto na cultura pop contemporânea, não apenas na música como também marcando presença nas tendências de moda e nas redes sociais, visto que muitos artistas desse meio contam com milhões de seguidores não apenas da Coreia do Sul, mas ao redor do mundo. Obviamente, o Brasil não fica de fora quando se trata de “absorver” essa influência: muitos adolescentes têm demonstrado interesse nesse gênero, além disso, há competições de dança com as músicas do K-pop, competições essas que se fazem presentes, inclusive, na maioria dos eventos de cultura pop. Nessa perspectiva, Souza; Fonseca (2009) citam o conceito de “tribos urbanas”, por isso, é importante entender que

as sociedades de hoje tendem para a globalização com uniformização e individualismo dos seus elementos. O conceito de “tribo urbana” surge pela primeira vez em 1985 com o sociólogo Michel Maffesoli, referindo-se à criação de pequenos grupos cujos elementos se unem por partilharem os mesmos princípios, ideais, gostos musicais ou estéticos que assumem a sua máxima expressão e visibilidade na adolescência. Estas tribos surgiram num esforço de diferenciação dos jovens e evocam particularidades que as distinguem do resto da sociedade e que as identificam (Souza; Fonseca, 2009, p. 209).

Atualmente, é possível também fazer uso do conceito de “tribos virtuais”, sendo essas formadas na internet. Entretanto, tanto as tribos urbanas quanto as virtuais são construídas, basicamente, pelos laços que as pessoas de determinado grupo compartilham. Além do K-pop, outra tribo que marca ampla presença na cultura pop é a dos roqueiros. É interessante observar que desde algumas décadas atrás se tornou decorrente encontrar fãs de animes que também sejam fãs de rock, estando essa junção presente em várias manifestações da cultura pop, como nos próprios eventos. À primeira vista essa relação pode parecer desconexa, mas a verdade é que faz bastante sentido, uma vez que a maioria das aberturas e encerramentos dos animes são produzidas por bandas de

J-rock (rock japonês), que é um gênero musical originário do Japão, mas que possui grande influência do rock ocidental.

Ademais, uma parcela dos animes possui adaptações traduzidas dessas aberturas e encerramentos para os países aos quais foram transmitidos (mais comumente os que fizeram sucesso), também sendo no gênero rock, o que aumenta a relevância desse estilo musical entre os fãs dessas animações. O rock também está presente em outras áreas como as dos filmes e séries, visto que uma quantidade considerável dessas produções já utilizou ou utiliza esse estilo musical na trilha sonora. Logo, o rock é um elemento que se faz amplamente presente entre os consumidores da cultura pop.

Nesse contexto, fica evidente que os meios de comunicação, atualmente, demonstram uma notória importância entre as relações humanas. O avanço da internet tornou possível uma maior agilidade em acompanhar os lançamentos de séries, jogos, animes, quadrinhos, música e até dos filmes a serem exibidos no cinema. As redes sociais também são redes de divulgação e influência, encontrar pessoas com gostos em comum se tornou mais fácil e a interação entre essas pessoas “abraça” mais ainda o sentimento de pertencimento delas. Mas, obviamente, a socialização entre pessoas interessadas nesses nichos não se resume apenas ao meio virtual, visto que há a existência de eventos focados na cultura pop, como, por exemplo, o HQPB.

O sentimento de pertencimento é o que produz a identidade territorial e, em razão disso, a apropriação local. Como citado anteriormente, a temática da identidade ganha relevância com o conceito de territorialidade e o território corresponde a um espaço de identificação. Sendo assim, promover um evento cultural em determinado espaço é, também, conhecer a territorialidade em seu aspecto simbólico, compreender esta identidade e fortalecer a noção de pertencimento.

3 O EVENTO HQPB

O HQPB é um evento gratuito de cultura pop que ocorre anualmente no Espaço Cultural José Lins do Rego, que fica na capital paraibana João Pessoa. Em cada edição, é estipulada a presença de milhares de pessoas não só da cidade como da Paraíba toda e, no ano de 2023, ele aconteceu nos dias 9 e 10 de setembro. O público mais esperado para este evento seriam os próprios fãs de animes, séries, jogos, filmes, K-pop, HQs e assim por diante. O evento possui classificação indicativa livre, logo, é esperado que pessoas de variadas faixas etárias estejam presentes no evento, por isso suas estratégias de marketing seriam pensadas para alcançar essas pessoas.

A primeira edição do HQPB ocorreu no dia 1 de novembro de 2008 como uma feira de troca de quadrinhos, sendo que ao longo dos anos foi ganhando grandes proporções e se tornando um dos primeiros eventos de cultura pop na Paraíba. Atualmente é o que possui mais tradição no estado, tendo sua divulgação impulsionada pelas estratégias de marketing através das mídias sociais.

Na figura 3, vê-se o anúncio do evento HQPB 2023, no qual é possível observar uma frase de impacto “o universo da cultura pop”, além da utilização de uma personagem que remete à essa mesma cultura, tanto pelo estilo das vestimentas quanto pela produção da arte, que é no mesmo viés dos animes. Assim, a utilização de uma imagem nesse estilo é um ótimo exemplo de uma técnica para alcançar seu público-alvo (ou seja, os fãs da cultura pop) mais facilmente.

Figura 4 – Anúncio do evento HQPB 2023



Fonte: Perfil do Instagram do HQPB, 2023

Nas vésperas da ocorrência do evento no ano de 2023, João Leão, um dos organizadores do HQPB, em entrevista ao programa Mulher D+, da TV Correio, afirmou que “em 2019 nós tivemos a grata e assustadora surpresa de ter por volta de 30 mil pessoas no final de semana no Espaço Cultural. Então assim, é um público muito grande, a gente acredita que esse ano o evento tenha por volta de 20 mil pessoas”. Nesse sentido, é importante mencionar que, apesar do evento ocorrer desde o ano de 2008, houve um período de três anos em que não houve a realização do mesmo, justamente por causa do período pandêmico⁷ até o ano de 2022, o que pode explicar as estimativas do organizador João Leão, em decorrência da suposição de que esses anos de pausa afetaram o ritmo de crescimento gradual do evento.

Assim, após esse período de pausa, o HQPB volta a acontecer em 2023 retornando ao calendário turístico de João Pessoa e atraindo milhares de pessoas interessadas na cultura pop e, por falar em calendário turístico, é importante citar que o evento foi oficializado no da capital paraibana no ano de 2018. Nos dois dias em que o evento ocorreu, foram seguidos cronogramas que abrigaram diversas atrações, entretanto, paralelamente aos cronogramas, é importante citar que atividades variadas ocorriam a todo momento, provocando concentrações de grupos. A seguir, segue a programação dos dois dias de evento.

Figura 5 – Programação do evento HQPB 2023

PROGRAMAÇÃO				SÁBADO 09.09				PROGRAMAÇÃO				DOMINGO 10.09			
	AUDITÓRIO	ARENA TECHNOLOGY	PALCO PRINCIPAL		AUDITÓRIO	ARENA TECHNOLOGY	PALCO PRINCIPAL		AUDITÓRIO	ARENA TECHNOLOGY	PALCO PRINCIPAL		AUDITÓRIO	ARENA TECHNOLOGY	PALCO PRINCIPAL
09H30	ABERTURA DOS PORTÕES			09H30	ABERTURA DOS PORTÕES			09H30	ABERTURA DOS PORTÕES			09H30	ABERTURA DOS PORTÕES		
11H	MODELAGEM 3D PARA COLECIONÁVEIS	JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER		11H	As mulheres em Villand Saga/NEVE	JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER		11H		JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER		11H		JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER	
12H				12H					12H						12H
13H	VIKINGMANIA /NEVE: Música de Estúdio, Vídeos e Esculpidores Leandro Kelly	TRANSMISSÃO CBL0L	KPOP CONTEST 2023	13H		JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER	KPOP CONTEST 2023	13H		JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER	KPOP CONTEST 2023	13H		JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER	KPOP CONTEST 2023
14H	VOICE MAKERS			14H					14H						14H
15H			DJ GEAN KIMOTO	15H		JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER		15H		JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER	BANDA PRECESSION	15H		JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER	
16H				16H	CONSELHO JEDI UNIVERSO STAR WARS				16H						16H
17H	SATO COMPANY	JUST DANCE OFICIAL UBISOFT, ROCK BAND E BEATSABER		17H	SATO COMPANY & EDITORA JBC			17H				17H			
18H	4º ENCONTRO DA PODOSFERA PARAIBANA			DESFILE COSPLAY	18H				18H				18H		
19H				19H	VOICE MAKERS			19H			APRESENTAÇÃO COSPLAY 2023	19H			
20H				20H				20H				20H			

Fonte: Perfil do Instagram do HQPB, 2023

⁷ Em março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia. Foi necessário o isolamento social com medidas de distanciamento.

Tendo em vista a divulgação da programação e o alcance do evento, é possível afirmar que o mesmo chama a atenção de amantes da cultura pop por todo o estado da Paraíba, o que o torna um importante atrativo turístico da cidade de João Pessoa e uma parte do público presente vêm justamente de fora da capital. Isso gera uma certa movimentação na questão da mobilidade urbana e também no setor de transportes, uma vez que as pessoas que não residiam próximas ao Espaço Cultural José Lins do Rêgo ou eram de fora da cidade precisaram se locomover ao evento de alguma forma, como por exemplo, fazendo uso de ônibus que é o transporte público mais utilizado no país, segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

O HQPB é um evento rotativo, ou seja, pessoas entram e saíam a todo momento e o mesmo recebe mais atenção ainda por ser um evento de cultura pop gratuito, sendo que a maioria de eventos dessa modalidade são privados, logo, torna-se mais viável financeiramente para pessoas de fora frequentarem o evento, visto que os custos terão que ser arcados apenas com o transporte, sem necessidade da compra de ingressos. Por outro lado, o evento possui uma questão comercial explícita, tendo estandes de vendas de produtos relacionados à cultura pop em vários pontos, inclusive na própria entrada do evento, o que induz os visitantes a se interessarem em comprar e, conseqüentemente, a gastarem mais dinheiro do que apenas com a locomoção.

Contudo, apesar da questão do comércio no evento ter sido bastante presente, vale levar em consideração que as manifestações das diferentes subculturas da cultura pop também foram. Por exemplo, quando se fala em eventos de cultura pop como o HQPB, é importante citar um elemento bastante presente que é o “*cosplay*”, tendo em vista especialmente os fãs de animes, mangás, séries, filmes e jogos. “A palavra é originada do neologismo entre a palavra ‘costume’ (fantasia, do inglês) e ‘play’ (brincar, do inglês). O termo designa o ato de fantasiar-se de maneira similar a um personagem fictício, seja por diversão ou para competição em concursos” (Bourdoukan, 2022, p. 14). E como todo evento de cultura pop, no HQPB não é diferente, visto que os *cosplayers* marcaram ampla presença por todo o Espaço Cultural José Lins do Rêgo, além da ocorrência de concurso e apresentações no palco principal.

Dessa maneira, muitas das pessoas que praticam o *cosplay* estão, ao mesmo tempo, reforçando para elas e expressando para quem as vê o sentimento de pertencimento à determinada subcultura da cultura pop e/ou apreciação a algum personagem desse meio. Assim, os *cosplayers* no HQPB compõem uma tribo urbana, mas eles não foram os únicos a se expressarem dessa maneira no evento, visto que os fãs de

K-pop, rock, animes, séries, filmes, TCG, jogos eletrônicos e afins, formaram outras tribos. A figura 6 apresenta alguns dos *cosplayers* presentes no HQPB.

Figura 6 – Pessoas fantasiadas de personagens do universo cinematográfico “Homem-Aranha”



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Diferenciar as tribos no evento não é uma tarefa difícil, visto que as pessoas que se compõem se expressam de maneiras características, seja nas vestimentas, formas que se apresentam ou ao observar em quais grupos cada indivíduo está inserido. Por exemplo: os fãs de K-pop possuem estilo de vestimentas e maquiagem semelhante ao dos artistas sul-coreanos, também podem usar acessórios e camisetas que fazem alguma referência e, também, uma parcela deles pratica coreografias de músicas desse gênero, seja para fazerem apresentações em público (figura 7) ou por vontade pessoal induzida ao verem seus ídolos dançando. No HQPB, há o *K-Pop Contest* que é um concurso de categoria solo e em grupo que ocorre desde várias edições anteriores no evento, o que o torna um aspecto de tradição no mesmo.

Figura 7 – Grupo de dança de K-Pop se apresentando no K-Pop Contest



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Outra representação com considerável notoriedade no evento foi a dos fãs da série literária Percy Jackson e os Olimpianos: essa obra estadunidense retrata a mitologia grega na perspectiva da contemporaneidade e possui adaptações para o cinema e para o crescente serviço de streaming Disney+. Na Paraíba, a equipe oficial de fãs desse universo

literário/cinematográfico se intitula como “Filhos do Olimpo” (o que faz apologia direta ao conteúdo da obra) e no evento HQPB, em 2023, eles se reuniram e realizaram atividades relacionadas (figura 8). Dessa forma, fica evidente que as formas nas quais cada tribo urbana se apresenta podem ocorrer em viés distintos, sejam elas de maneira visualmente estética, representação de símbolos ou por meio de suas relações sociais em seus respectivos grupos.

Figura 8 – Fãs da série Percy Jackson e os Olimpianos reunidos para realização de atividades



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Por outro viés, uma outra maneira que muitas pessoas fazem uso para reforçar o sentimento de pertencimento delas é justamente através do consumo de produtos relacionados a aspectos característicos daquela cultura ou subcultura. Assim, de acordo com Bauman, “a cultura está vivendo uma espécie de seção da loja de departamentos” (Bauman, 2011, p. 91), ou seja, a cultura, muitas vezes, é transformada em mercadoria e é no contexto da globalização onde esse acontecimento recebe um impulso maior. Por isso, vale lembrar que a cultura pop ganhou seu impulso ao redor do mundo nos países capitalistas especialmente por conta da globalização que propagou-a através de seus meios. Nesse sentido, como citado anteriormente, o comércio se fez amplamente presente no evento HQPB, apresentando uma gama de produtos das mais variadas subculturas e representações de tribos urbanas da cultura pop, como se observa na figura 9.

Figura 9 – Bonecos, pelúcias, livros e mangás



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Com base nisso, é importante citar que esses estandes das mais variadas mercadorias relacionadas à cultura pop estavam presentes na parte central do território, se tornando inevitável que os visitantes do evento não prestassem atenção nas mercadorias expostas. Logo, a indústria cultural e a cultura de consumo se fazem amplamente presentes no HQPB, tanto no quesito das pessoas usarem a compra de mercadorias relacionadas a seus gostos para autoafirmarem suas identidades, quanto no propósito de induzir a novos consumidores.

E sobre a questão da exposição de produtos para venda, é possível classificar os vendedores em três categorias: os que trabalhavam para grandes empresas, os que revendiam mercadorias e, por fim, os que produziam. As grandes empresas no HQPB estavam inseridas, também, como figuras patrocinadoras, por isso seus estandes possuíam maior amplitude com relação às outras, como por exemplo o da Livraria Leitura (figura 10). Ademais, as lojas independentes das pessoas que revendiam mercadorias possuíam estandes menores em comparação, à exemplo do que se expressa na figura 11.

Figura 10 – Estande da Livraria Leitura



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Figura 11 – Estande de loja alternativa



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

E falando sobre as pessoas que produziam mercadorias, há de ser citado que no HQPB havia um espaço reservado aos artistas independentes chamado *Artist's Alley*, os quais suas produções artísticas estavam relacionadas a aspectos do evento como personagens da cultura pop, no entanto, cada artista possuía suas próprias peculiaridades no quesito de representação, estilo artístico e afins (figuras 12 e 13). Apesar de tudo, vale ressaltar que a maioria desses artistas não possuem boa notoriedade nas mídias sociais, ainda mais quando se trata do crescimento da digitalização das profissões, o que torna mais importante ainda a questão da divulgação para os mesmos.

Figura 12 – Estande do artista independente Jonas Honorato no HQPB



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Figura 13 – Artista independente Paulo Santos e suas produções no HQPB



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Com isso, o HQPB proporcionou uma oportunidade ímpar de interação entre o artista com o público que já o conhecia e com o que ainda viria conhecê-lo através da exposição de suas produções, trazendo uma abordagem mais humanizada sobre essa questão do que está sendo exposto no evento, sem contar da interação desses artistas independentes entre si, o que reforçava os laços de pertencimento entre os mesmos nessa comunidade.

Diante do exposto, nota-se que o HQPB contava com apresentações, competições, exposições e demais atividades que ocorriam simultaneamente, e é justamente através disso que é possível observar a concentração de cada comunidade, tendo as pessoas atuantes e as espectadoras. Dentre as definições de “cultura” está a de ela ser a exteriorização de sentimentos humanos e de padrões comportamentais. Segundo Giddens,

a cultura se refere aos modos de vida dos membros de uma sociedade ou de grupos pertencentes a essa sociedade; inclui o modo como se vestem, as suas formas de casamento e famílias, os seus padrões de trabalho, cerimônias religiosas e atividades de lazer (Giddens, 2010, p. 22).

Assim, as relações sociais e atividades que as pessoas praticavam no evento expressavam a configuração da territorialidade do mesmo. Freqüentadores com os mesmos gostos em comum ou que exteriorizaram preferência por determinada subcultura da cultura pop tendiam a interagir entre si de maneira mais decorrente e, conseqüentemente, a formarem grupos identitários. A figura 14 mostra um dos exemplos dessas concentrações de grupos no evento, que foi a dos jogadores de TCG.

Figura 14 – Pessoas jogando TCG



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

A disposição dos grupos identitários no evento HQPB se configurou de maneira ampla e divergente entre si, no entanto, a dinamicidade também ocorreu em alguns casos, até porque não necessariamente cada pessoa é adepta apenas a uma determinada subcultura, mas também é observado que parte dos frequentadores ali presentes gostavam de mais de um aspecto, se identificando com mais de um grupo. Por exemplo: fãs de animes podem, também, gostar de K-pop e, até mesmo, serem *cosplayers*, logo, esses indivíduos acabavam por interagir com mais de um grupo identitário ou, ainda, conhecerem e se adentrarem em novas subculturas por meio do contato que o evento proporcionou. Sob essa perspectiva, Silva; Vergara (2000) escrevem que

não há sentido em falar-se em uma única identidade dos indivíduos, mas sim em múltiplas identidades que constroem-se dinamicamente, ao longo do tempo e nos diferentes contextos ou espaços situacionais dos quais esses indivíduos participam (Silva; Vergara, 2000, p. 5).

Outra questão a ser abordada é a presença de pessoas que não se identificavam com nenhum aspecto da cultura pop e foram ao evento apenas para conhecer e/ou se aprofundarem. No campo, também foi observado que algumas pessoas se tornam imersas nessa cultura por influências da própria família, sendo inseridas desde a infância, observação essa feita com base na presença de casais no evento que levavam crianças. Ademais, em ambos os casos citados, a esses indivíduos foi apresentada uma gama de expressões artísticas, produtos e contato com diferentes grupos identitários da cultura pop, que acabavam por, de alguma forma, os induzindo ao aprofundamento sobre a mesma com base nos próprios elementos presentes no evento.

Nesse sentido, vale lembrar que a territorialidade é a tentativa por um ou mais indivíduos de exercer influência sobre outros por meio da expressão de suas relações e dos fenômenos ocorridos que delimitam determinada área e a forma como os agentes moldam a organização do território é o que pode ser entendida como territorialidade. Por isso, Fuini (2014) declara:

a territorialidade pode ser definida também como o próprio conteúdo do território, suas relações sociais cotidianas que dão sentido, valor e função aos objetos espaciais. Essas territorialidades são associadas aos diferentes tipos de usos do território (Fuini, 2014, p. 230).

Dentro desse debate, também se torna importante destacar a contribuição de Sack (1986), no qual afirma que

um lugar pode ser um território num momento e não ser em outro, e um território (territorialidade) pode criar um lugar onde não existe antes. Além disso, a afirmação da territorialidade pode ser aplicada somente por um tempo limitado (Sack, 1986, p. 16).

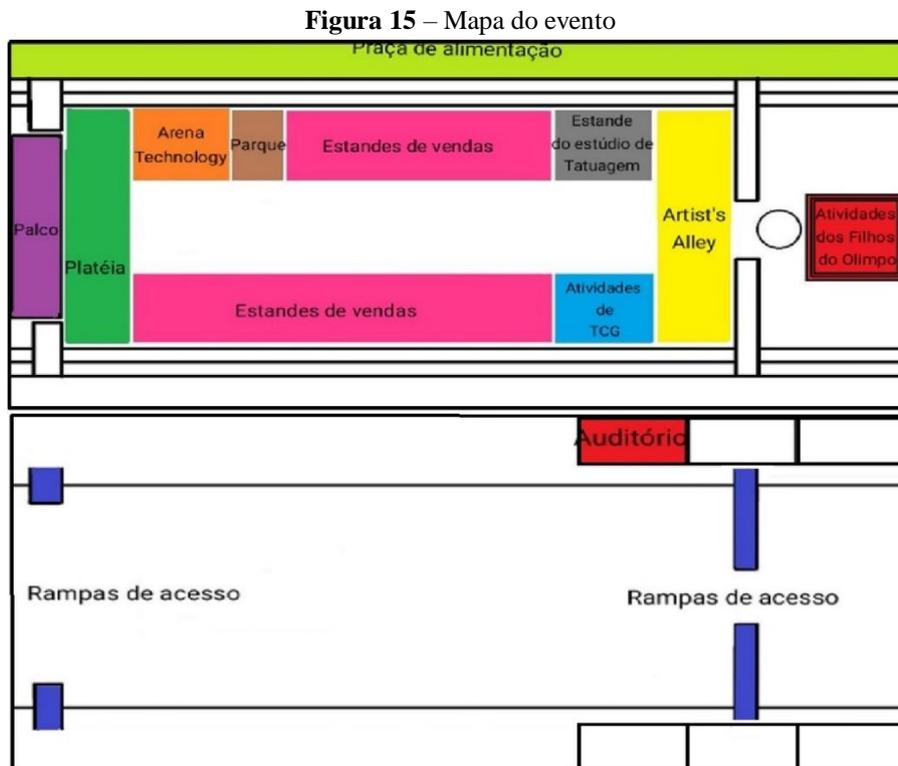
No HQPB é possível encontrar exemplos que remetem ao que Sack (1986) expressa: por exemplo, o palco principal do evento abrigou uma série de representações identitárias das subculturas da cultura pop, como apresentações de *cosplay*, exibição de *AMVs*⁸, apresentações musicais, concurso de dança K-pop, dentre outras. Por isso, tendo em vista que as territorialidades delimitam extensões no espaço e esse conceito pode ser aplicado por um tempo limitado, pode-se dizer que esse palco do Espaço Cultural José Lins do Rêgo, usado pelo HQPB, expressou territorialidades, levando em conta, também,

⁸ AMV é a abreviação de “Anime Music Video”. Basicamente, é a classificação dos videoclipes musicais feitos a partir da colagem de cenas de animes, geralmente produzidos por fãs.

o fato de que em cada representação as respectivas pessoas interessadas (que se sentiam, de alguma forma, parte de determinada representação identitária) se aglomeravam por perto e interagiam, expressando suas identidades.

A figura 15 apresenta o mapa do evento, a parte de cima corresponde ao pavimento térreo, no qual é possível visualizar o palco principal (roxo), a área disponível para a plateia (verde), a *Arena Technology* onde ocorriam atividades variadas como *Just Dance* e exibição de campeonato de *League Of Legends* (laranja), ao lado um pequeno espaço contendo um parque para as crianças pequenas que foram ao evento (marrom), os estandes de vendas (rosa), a parte destinada às atividades de TCG (azul), o *Artist's Alley* (amarelo), na lateral direita o recorte territorial destinado às atividades da comunidade “Filhos do Olimpo” (vermelho) e, por fim, a praça de alimentação (verde-limão).

Enquanto isso, a parte inferior do mapa remete ao pavimento superior onde, em azul, se encontram as rampas de acesso e a parte vermelha corresponde ao auditório que foi utilizado nos dois dias de evento para uma série de palestras dos diferentes assuntos relacionados à cultura pop (como *Star Wars*), o restante desse pavimento foi ocupado pelas pessoas como espaço para descanso, sendo essa a parte menos movimentada do evento.



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2024

Apesar de ser um evento gratuito, o HQPB precisou de patrocinadores (algo comum na maioria dos eventos), sendo que um ponto a ser abordado nesse contexto é que

o estande de um estúdio de tatuagem patrocinador (parte cinza do mapa), não se configurou como parte da dinâmica do local, tendo em vista que não englobou representações da cultura pop, o que fez do mesmo algo à parte da visualização da configuração territorial.

O território pressupõe manifestações identitárias com uma territorialidade encontrada em um território e submetida à sua gestão, sendo ela parte determinada de um espaço apropriado por algum grupo identitário, ou seja, é a posse que lhe atribui identidade e essas relações de territorialidade se moldam no tempo e no espaço. Na perspectiva de Haesbaert (2004) a territorialidade é fonte da valorização simbólica de determinado grupo social no espaço.

Sendo assim, nem de longe as territorialidades no HQPB se resumiam às apresentações no palco: o espaço onde os “Filhos do Olimpo”, ou seja, fãs de PJO (abreviação de “Percy Jackson e os Olimpianos”) se reuniram pode ser citado, assim como a área destinada aos jogadores de TCG, ou até mesmo a área reservada aos artistas independentes, dentre outros exemplos. Nos três casos anteriormente citados, também foi notória a representatividade visual (ou seja, a presença de símbolos), como na ornamentação do espaço reservado aos fãs de PJO (figura 16).

Figura 16 – Ornamentação para o encontro e realização de atividades entre os fãs de PJO



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Além de todos os conceitos aqui trabalhados, outro que pode ser inserido e diz respeito principalmente ao público do evento é o de “imaginação geográfica”. Said (2007) declarou que “lugares, regiões e setores geográficos” estão associados a “um imaginário, uma tradição de pensamento, um vocabulário que lhe dá realidade e presença” (Said, 2007, p. 31), ou seja, a geografia também estaria em “imagens e imaginários” (Said, 2007, p. 51). Nesse sentido, a “imaginação geográfica” está relacionada a teorias que buscam entender como se dá a produção de territórios e territorialidades simbólicas pelas quais uma construção identitária faz-se presente. Assim, para o público, a compreensão do

território e das territorialidades do HQPB esteve associada a atributos da própria imaginação.

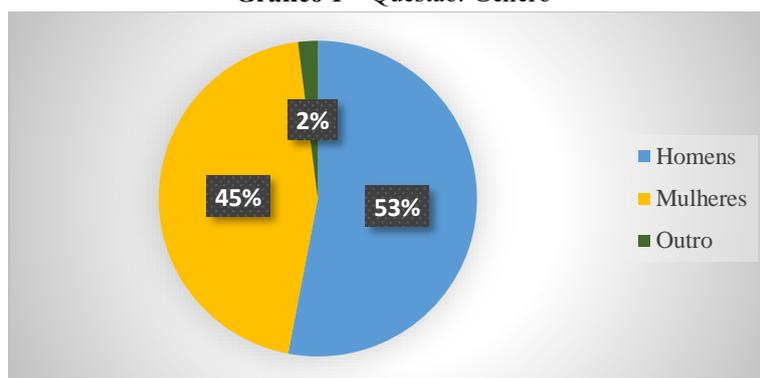
Tudo isso demonstra que o resultado do processo de produção no território que ocorreu o evento HQPB se apresentou de maneira ampla e dinâmica, pois as relações sociais eram diversas e a cultura pop não pode ser definida apenas como um aspecto resumido e imutável, mas sim como uma cultura que envolve várias subculturas e expressões artísticas que evoluem ao longo do tempo em conjunto com a cultura de consumo, a mídia e se popularizam com a adesão de novos fãs ao redor do mundo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Visto que um dos objetivos deste trabalho é traçar o perfil dos/as frequentadores/as do evento, fez-se necessária a aplicação de questionários em campo. Para a realização dessa análise, as questões foram observadas separadamente e obtivemos resultados significativos, levando à validação de alguns pontos e argumentos discorridos anteriormente e outros que ainda serão apresentados sobre o HQPB.

O questionário possui 10 questões e foi aplicado a 64 pessoas, obtendo uma amostra que apresentou resultados justificáveis. Resumidamente, aqui será tentado descobrir relações entre variáveis dentro de uma população a partir de uma amostra utilizando questionários como instrumentos de medição e tradução. As respostas de cada questão foram computadas e a seguir elas serão exibidas em gráficos com o intuito de se ter uma melhor visualização da representatividade de cada uma.

Gráfico 1 – Questão: Gênero



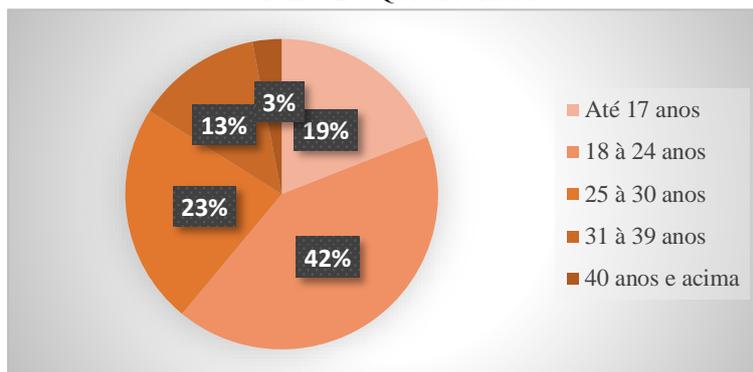
Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

De acordo com o resultado expressado no gráfico da questão 1, é possível observar que a maioria do público é do sexo masculino, no entanto, a quantidade entre homens e mulheres não é muito divergente entre si, enquanto 2% dos entrevistados responderam se identificar com outra(s) identidade(s) de gênero. Com isso, como abordado anteriormente, a maioria das obras da cultura pop eram escritas e/ou produzidas majoritariamente por homens e direcionadas aos próprios homens, e a questão do machismo nessa cultura obteve uma certa diminuição, mas não deixando de existir totalmente. Logo, é condizente pensar que nesses eventos de cultura pop, principalmente nos anos 2000, a maioria do público presente era justamente composta por homens.

Atualmente, nota-se que uma parte das obras da cultura pop foram e outras estão sendo criadas por mulheres e obtêm um notável sucesso tanto entre o público feminino quanto entre o masculino. Outro ponto a ser destacado é a representatividade feminina na

crecente criação de personagens mais fortes, independentes, protagonistas e menos sexualizadas, trazendo uma maior sensação de acolhimento e respeito às mulheres que consomem a cultura pop. Ademais, com o combate ao machismo na sociedade e melhor acesso aos meios, o público feminino têm se mostrado crescente e presente ao expressarem seus gostos em meio à cultura pop e, conseqüentemente, a frequentarem mais eventos dessa modalidade e isso também se refletiu na própria paisagem do HQPB.

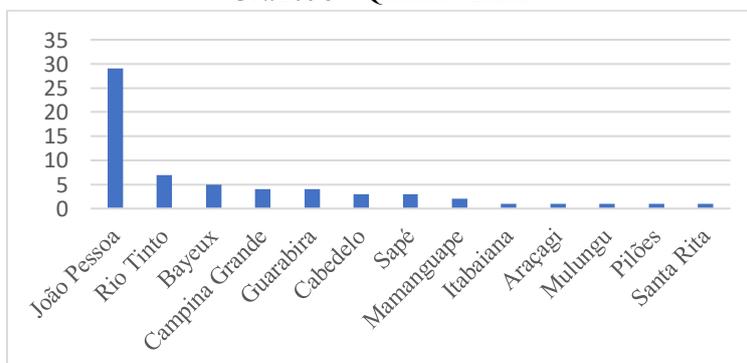
Gráfico 2 – Questão: Idade



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Como pode ser observado no gráfico da questão 2, a maioria do público presente no evento era composta por pessoas de 18 à 24 anos de idade, no entanto, mais da metade da porcentagem total engloba outros grupos de faixas etárias distintas. Apesar do questionário não ter sido aplicado a nenhuma criança, a porcentagem que corresponde a pessoas menores de idade chegou a quase 20%. Ademais, o evento possui classificação indicativa livre e não deixou de ser notório o fato de que a maioria era composta por pessoas maiores de idade e, através disso, é importante levar em consideração, também, que por meio da análise dos questionários foi visto que as pessoas que vieram de outras cidades para o evento eram justamente adultas.

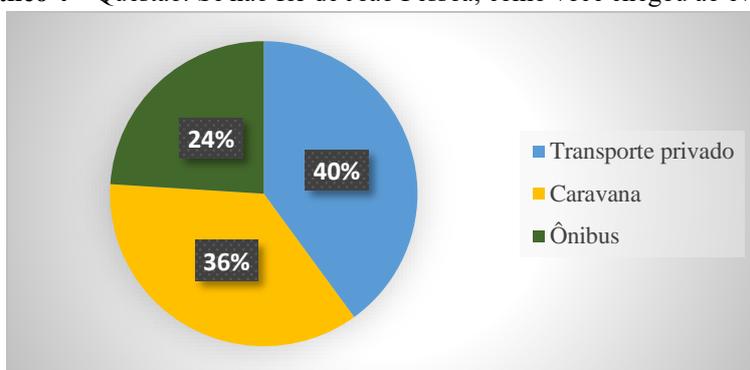
Gráfico 3 – Questão: Cidade



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Ao analisar o gráfico da questão 3 denota-se que mais da metade do público entrevistado era provindo de fora de João Pessoa. Como citado anteriormente, o HQPB é um evento que ocorre na capital paraibana e é estipulada a presença de milhares de pessoas, no entanto, isso não significa que apenas pessoas da cidade na qual ocorre o evento compareçam no mesmo, mas sim de todo o estado. Também foi analisado que as que residiam na Região Metropolitana de João Pessoa se locomoveram ao evento por meio de transporte privado urbano (como Uber) e ônibus, enquanto a maioria dos entrevistados que moravam no interior se agruparam em caravanas ou, em outros casos, ônibus. Os dados dessas afirmativas foram obtidos com base na questão 4.

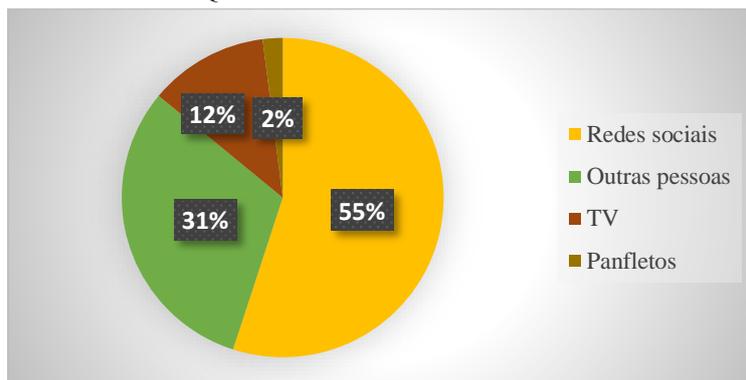
Gráfico 4 – Questão: Se não for de João Pessoa, como você chegou ao evento?



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

O turismo de eventos é uma atividade capaz de movimentar a economia de uma cidade, estado ou país. Por isso, existem diversos tipos de turistas com determinados gostos e preferências, fazendo com que eles saiam à procura de atrativos por onde possam expressar, justamente, seus gostos. Como discorrido anteriormente, além do HQPB ter oferecido um território para interação entre pessoas com os mesmos gostos em comum, o comércio também foi um aspecto que se fez amplamente presente no mesmo, transformando o evento, assim, em um atrativo turístico e ponto comercial.

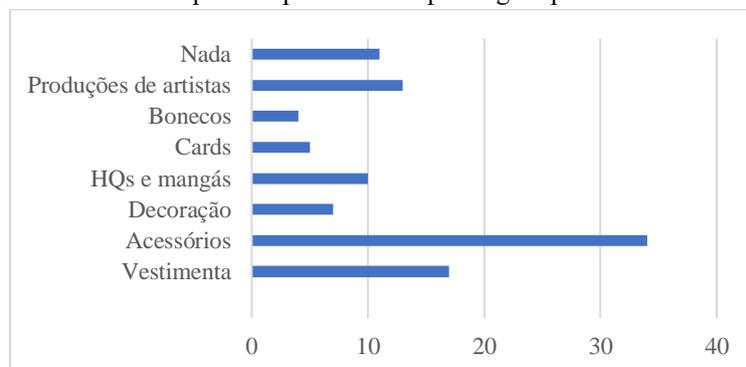
O que se observa no gráfico da questão 4 é justamente como essa questão afeta o setor de transportes, pois houve a presença do uso tanto do setor público quanto do privado. O HQPB é um dos primeiros eventos de cultura pop a chegarem no estado da Paraíba e também um dos que possuem maior notoriedade, por isso, é justificável o fato de uma considerável parcela dos entrevistados serem de cidades e municípios variados. Assim, tendo em vista o alcance do evento, é importante levar em consideração a análise sobre de que forma os visitantes ficaram sabendo do mesmo.

Gráfico 5 – Questão: Como você ficou sabendo do evento?

Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

A questão 5 mostra que mais da metade do público entrevistado ficou sabendo do HQPB por meio das mídias sociais, o que reforça a ideia de que as estratégias de marketing pensadas para alcançar o público alvo foram eficazes e, conseqüentemente, a ideia de que a internet proporciona a promoção disso de uma maneira mais efetiva e barata se comparada às mídias tradicionais. Por outro lado, cerca de 1/3 dos entrevistados responderam que ficaram sabendo do evento por meio de outras pessoas, ou seja, isso demonstra uma socialização entre as pessoas adeptas à cultura pop, sendo o evento uma maneira de compreender esse aspecto e também um espaço para interação com os demais indivíduos interessados.

Vale lembrar que a cultura pop foi impulsionada graças aos meios da globalização e esse conceito está intrinsecamente ligado ao de capitalismo. Por isso, a atividade comercial no evento expressou o conceito de cultura de consumo por meio da venda e compra de produtos relacionados à cultura pop. Para ilustrar e entender melhor isso, a questão 6 foi proposta.

Gráfico 6 – Questão: Você comprou ou pretende comprar algum produto no evento? Se sim, o quê?

Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Dessa forma, com os resultados obtidos por meio da questão 6 é possível afirmar que a maioria do público entrevistado comprou um tipo ou mais de mercadorias no

evento. Mas esse resultado não se refletiu apenas no questionário aplicado, como também se apresentou por meio da própria observação do local. O fluxo de pessoas que iam de loja em loja era intenso, assim como a movimentação no *Artist's Alley* (figura 23) e foi possível observar, além disso, muitas delas com sacolas contendo mercadorias e outras fazendo uso imediato de acessórios comprados.

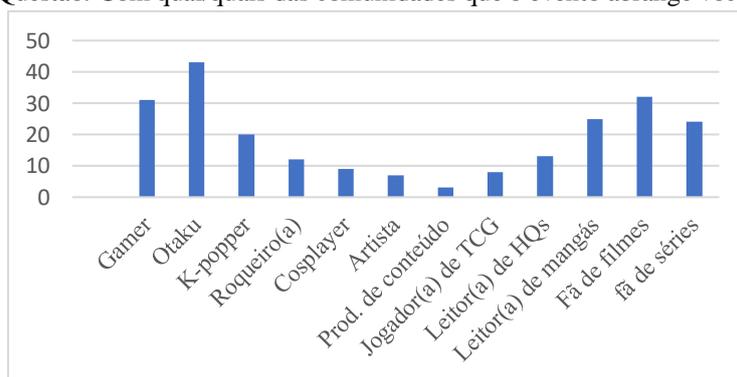
Figura 17 – Movimentação no Artist's Alley e em alguns estandes de vendas



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Como abordado anteriormente, a cultura pode ser transformada em mercadoria e, por isso, a comercialização de produtos se torna um tópico a ser debatido sobre o evento HQPB, no qual o comércio se ancora nas diferentes subculturas e representações de tribos que compõem a cultura pop. Os tipos de produtos mais comprados foram os das categorias de acessórios e vestimentas, isso remete diretamente à exteriorização que as pessoas faziam dos seus gostos e reafirmação de suas identidades por meio do visual.

Gráfico 7 – Questão: Com qual/quais das comunidades que o evento abrange você se identifica?



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Um dos principais intuitos do questionário foi justamente saber quais as preferências e identificações dos participantes do evento com relação às subculturas e quais as tribos predominantes, assim, a questão 7 tenta identificar esses aspectos. É importante ressaltar que os entrevistados podiam escolher mais de uma alternativa, visto

que, como citado anteriormente, a disposição dos grupos identitários no evento se configurou de maneira ampla e divergente, mas isso não quer dizer que cada pessoa era adepta a apenas uma determinada subcultura.

O item menos selecionado dessa questão foi “criador(a) de conteúdo”, ou seja, os fãs que produzem conteúdo para a internet relacionados à cultura pop nas redes sociais. Além disso, outro item interessante a ser analisado é a categoria “artista”, sendo que alguns dos entrevistados que selecionaram essa opção não estavam presentes no *Artist's Alley*, até porquê, não necessariamente, para ser incluído nessa categoria precisa haver exposição das obras, basta ser alguém que produz arte.

O público que se identificou como *gamers*, leitores e fãs de filmes e séries apresentaram bons números, no entanto, a predominância se deu mesmo no público otaku. Por isso, um fato a ser abordado é que os eventos de cultura pop no Brasil costumavam estar associados exclusivamente a animes, principalmente pelas pessoas não-adeptas à essa cultura e que apenas viam de fora. Essa ideia vem se desconstruindo até pela questão da maior divulgação de eventos dessa modalidade nas mídias sociais, sem contar do crescimento representativo das demais subculturas, mas ideia essa não sendo, no entanto, totalmente extinta pela sociedade.

Assim, no HQPB, os otakus tiveram maior representatividade no telão do palco principal, como nas frequentes exibições de *AMVs* (como se observa na figura 25), músicas de fundo tocadas (geralmente aberturas de animes) e também por representarem a maior parte dos produtos comercializados lá dentro.

Figura 18 – Exibição de AMV no telão do palco principal

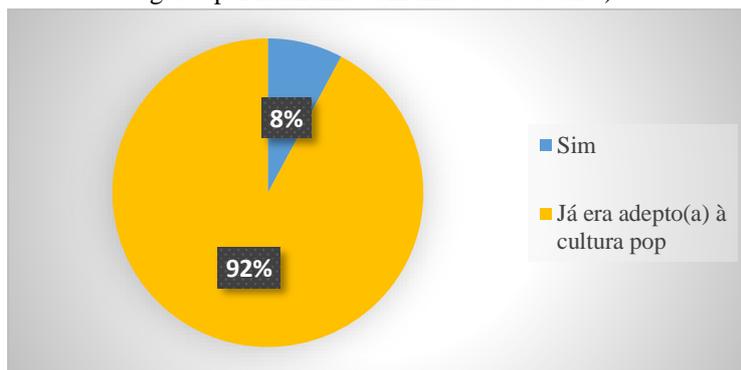


Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

A pluralidade dos visitantes do HQPB no quesito dos mesmos terem se mostrado adeptos a mais de um aspecto da cultura pop foi possível ser observada, também, na própria composição visual do evento, por exemplo: muitos dos fãs de K-pop que se reuniram para assistir às apresentações dos grupos de dança, usavam camisetas que

remetiam a outras subculturas, como a dos quadrinhos, dos animes e do rock, enquanto alguns outros eram *cosplayers*. Além disso, é possível afirmar que essa pluralidade identitária se apresentava em várias pessoas de diversas maneiras, implicando que a maioria do público presente, de fato, era composto por indivíduos adeptos a mais de uma subcultura.

Gráfico 8 – Questão: Veio apenas conhecer o evento? (pessoas que não selecionaram ter interesse ou gosto por nenhuma comunidade do evento)



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

A questão 8 foi direcionada exclusivamente às pessoas que não selecionaram nenhuma das alternativas da questão 7, ou seja, esse gráfico expressa que 8% do público entrevistado não era imerso na cultura pop e foram ao evento seja por vontade própria de conhecer ou se aprofundar mais nessa cultura ou seja por influência de outras pessoas. Por falar em influência, como citado anteriormente foi observado que muitos adultos já adeptos à cultura pop levavam seus filhos ao evento, o que denota uma inserção desde a infância.

Porém, tanto essas crianças presentes quanto os adolescentes, adultos e idosos que compareceram ao evento sem serem adeptos a nenhuma subcultura, em todos os casos eles presenciaram uma variedade de expressões artísticas, produtos e lhes foi proporcionado o contato com os diferentes grupos identitários que compõem a cultura pop. A forma como os fãs atuantes das subculturas (comunidades ou tribos) moldavam a organização do território do HQPB produziu territorialidades que continham símbolos, elementos e representações expressivas que tinham o poder de instigar interesse e/ou despertar curiosidade a mais indivíduos.

A questão 9 pergunta “quais os pontos positivos e negativos do evento?”, representando a parte mais qualitativa do questionário, visto que engloba comentários pessoais mais complexos. Por isso, fez-se necessária uma triagem de como essas respostas se relacionam e/ou se diferem. Grande parte do público entrevistado apenas ressaltou os

pontos positivos do evento, por exemplo: “*É atrativo para os fãs e a programação é boa, além de ser gratuito*” [Entrevistado 1]. O fato de ser “gratuito” foi um ponto amplamente citado nesta questão e de maneira mais decorrente entre as pessoas que não eram adeptas à cultura pop e foram apenas visitar e também entre as que já eram adeptas, mas vieram de fora da capital. Isso demonstra que ser gratuito é um fator de impulso para agrado do público, mas também por oferecer maior acessibilidade (financeira) principalmente a essas pessoas que vieram de fora e precisavam arcar com outros custos.

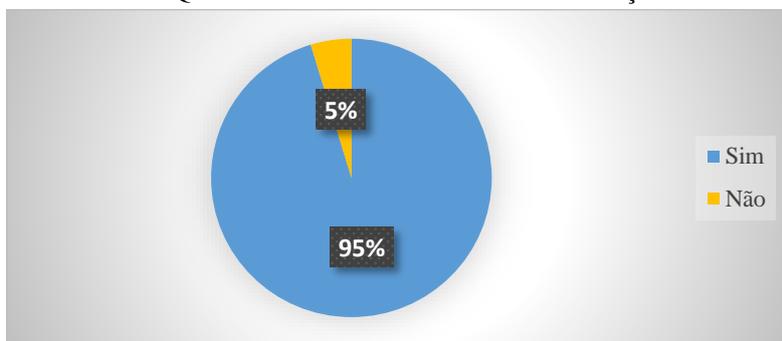
Outros comentários positivos abordaram pontos parecidos entre si, como “*reúne vários fãs com gostos em comum, não tenho críticas*” [Entrevistado 2] e “*o evento é acolhedor para nós que compartilhamos desses gostos*” [Entrevistado 3]. Assim, ao analisar o padrão desses comentários, é possível inferir que eles expressam a sensação de acolhimento e o fato de reunir as pessoas interessadas na cultura pop, que são pontos interligados, pois a interação com pessoas que possuem gostos em comum produz o sentimento de pertencimento e, conseqüentemente, o de acolhimento.

Uma parcela dos entrevistados comentou sobre já terem vindo em edições anteriores do evento HQPB e deram comentários mais específicas: “*um ponto positivo é que reúne vários fãs dessas culturas (subculturas) em comum. Um ponto negativo é a saturação de mercadorias, sempre o mesmo padrão*” [Entrevistado 4], outro que disse ser uma “*ótima experiência cultural para os fãs de arte e cultura pop (ponto positivo). Saturação das mercadorias de anime e padronização (ponto negativo)*” [Entrevistado 5]. Com isso, é importante ressaltar que a maioria dos comentários do público veterano que respondeu ao questionário seguiu essa linha de opinião, citando os pontos abordados no parágrafo anterior, mas também criticando a padronização das mercadorias expostas (no sentido de saturação no estilo de produção e também pela maioria contemplar a subcultura dos animes) que perdura a cada edição.

Alguns desses entrevistados que citaram ser veteranos também apontaram o crescimento do evento, abordando assim a diferença da edição de 2023 para as de anos anteriores: “*o evento agora é de grande porte, lotado. O crescimento é extremamente notável, antes não era assim*” [Entrevistado 6], “*o evento vem aumentando o porte, agora vem mais pessoas, mais atividades, mais atrações e está melhorando*” [Entrevistado 7]. Como discutido anteriormente, o HQPB ocorre desde o ano de 2008, sendo que naquela época os meios de divulgação eram mais limitados, o acesso à internet era bem mais restrito que nos dias de hoje. Além disso, a consolidação do evento se deu de maneira gradativa, assim como sua oficialização no calendário turístico oficial da capital

paraibana que veio só 10 anos após ocorrer a primeira edição. Logo, o crescimento do evento é um fator de destaque.

Gráfico 9 – Questão: Pretende voltar ao evento em edições futuras?



Fonte: Graciele Lindolfo Barbosa, 2023

Essa última pergunta do questionário visou uma sondagem sobre a satisfação do público entrevistado, se pretendiam voltar ao evento em edições futuras. Com isso, observa-se que 95% responderam que desejavam voltar, enquanto uma minoria representada por 5% declarou que não. Ao analisar detalhadamente os questionários foi possível notar que essas pessoas que não pretendiam voltar ao evento em edições futuras eram justamente alguns dos veteranos que criticaram a questão da saturação comercial e alguns dos visitantes que não eram adeptos à cultura pop.

No entanto, a maioria do público não-adepto à cultura pop respondeu que pretendia voltar, o que denota que o evento, de fato, instigou interesse e/ou imersão nessas pessoas com relação à cultura pop. Sendo assim, as questões 9 e 10 foram elaboradas para entender como os visitantes se sentiam em relação ao evento, podendo mensurar a qualidade e relevância do mesmo e o quão atrativo se mostrou, assim como ouvir a opinião das pessoas, mesmo que em uma pequena amostra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho buscou explicar a construção de identidade geográfica no evento HQPB, assim como dissertar sobre a dinâmica do território, traçar o perfil das pessoas que o frequentaram e também abordar a questão da cultura de consumo no mesmo. A globalização, com seus meios de comunicação, aumentou a propagação da cultura pop, enquanto as redes sociais impulsionaram a divulgação do evento.

A cultura pop é ampla e engloba diversas subculturas, o que afetou diretamente na configuração territorial do HQPB e, conseqüentemente, expressou territorialidades simbólicas por meio do sentimento de pertencimento e interação entre as próprias pessoas. Além disso, a cultura também foi transformada em mercadoria no evento, o que implicou dele não apenas ter sido um atrativo turístico, mas também um ponto comercial.

Ademais, a cultura pop, por ser de fora, pode causar o sentimento de estranheza às pessoas, não apenas pela forma que essa cultura se apresenta em si, mas também pelos indivíduos que são adeptos e suas formas de expressão (como no uso de vestimentas e termos no vocabulário que remetem a aspectos das subculturas). No entanto, esse “choque cultural” não têm se mostrado mais tão presente nas sociedades globalizadas como antes, especialmente entre as pessoas que possuem acesso a meios como a internet, sem contar que as pessoas mais jovens têm se mostrado cada vez mais interessadas em aspectos dessa cultura como filmes, séries, jogos, animes e K-pop.

Diante do exposto, torna-se perceptível que o conceito de identidade ganha relevância com o conceito de territorialidade, sendo o território correspondente a um espaço de identificação. O sentimento de pertencimento dos adeptos às subculturas da cultura pop no HQPB no Espaço Cultural José Lins do Rêgo, produziu a apropriação do local e, em consequência disso, expressou territorialidades.

Por fim, conclui-se que o HQPB possui aspectos positivos e negativos, mas a sua relevância é considerável e o fato de reunir pessoas com interesse nas subculturas, somado às atrações e atividades que aconteciam é algo de destaque para os fãs de cultura pop e, como anteriormente dito, eventos que abordam essa cultura tendem a ser privados, o que se torna mais uma barreira para pessoas de baixa renda. Assim, promover o HQPB, somado a seu fator representativo e notório crescimento, significa abraçar mais ainda os fãs de cultura pop na Paraíba.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; Horkheimer, Max. **A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

Amazon. Disponível em: <<https://www.amazon.com.br>>. Acesso em: 28 abril 2024.

ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>. Acesso em: 15 out. 2023.

ANDRADE, M. C. Territorialidades, desterritorialidades, novas territorialidades: os limites do poder nacional e do poder local. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. A.; SILVEIRA, M. L. (Org.). **Território, globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1998, p. 213-220.

BAUMAN, Zigmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERNARDO, F. C. S.; LIMA, M. B.; **K-POP: a cultura popular coreana influenciando o Brasil**. Salvador: UFBA, 2019.

BOURDOUKAN, J. D. **Identificação com personagens de animes e mangás**. São Paulo: PUC-SP, 2022.

Box Office Mojo. **IMDbPro**. Disponível em: <<https://www.boxofficemojo.com/>>. Acesso em: 20 de abril de 2024.

CARA, R. B. Territorialidade e identidade regional no Sul da Província de Buenos Aires. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. A.; SILVEIRA, Maria L. (Org.). **Território, globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1998, p. 261-269.

CORRÊA, J. S. **Geografia Cultural: Uma Breve História**. Anais do 3º Workshop de Geografia Cultural: O lugar e as disputas da cultura no espaço. Alfenas: UNIFAL-MG, 2017.

COSTA, J. F. **Psicanálise e contexto cultural: imaginário psicanalítico, grupos e psicoterapias**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

FERNANDES, K. R.; ZANELLI, J. C. O processo de construção e reconstrução das identidades dos indivíduos nas organizações. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 10, n. 1, Jan./Mar, 2006. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/vGLwXb3Br9q9QRkpsWRK3rw/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em: 16 mar. 2024.

FUINI, Lucas. L. **Território, territorialização e territorialidade: o uso da música para a compreensão de conceitos geográficos**. Ourinhos: Unesp, 2014.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrolado**: o que a globalização está fazendo de nós. 7. ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.

GOMES, Clara. **Mídias e decisão de compra**: os animes como influência na aquisição de serviços turísticos para otakus brasileiros. São Luís: UFMA, 2022.

HAESBAERT, Rogério. **Des-territorialização e identidade**: a rede gaúcha no Nordeste. Niterói: EdUFF, 1997.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

Ipea, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Disponível em: <<https://portalantigo.ipea.gov.br/agencia/>>. Acesso em: 17 maio 2024.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MEDEIROS, R. M. V. Território, espaço de identidade. In: SAQUET, M. A.; SPOSITO, E. S. (Org.). **Territórios e territorialidades**: teorias, processos e conflitos. São Paulo: Expressão Popular, 2009, p. 217-228.

MORIN, Edgar. **As duas globalizações**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

NAVARRO, V. B. **Considerações acerca da indústria cultural em Adorno e Horkheimer**. Uberlândia: UFU, 2018.

Not A Gamer. Disponível em: <<https://notagamer.net/>>. Acesso em: 17 maio 2024.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RATZEL, Friedrich. Geografia do homem (Antropogeografia). In: Moraes, Antonio Carlos Robert de (Org.). **Ratzel**. São Paulo: Ática, 1990.

REIS, Guilherme. **Trading Card Games**: a evolução do jogo físico para o digital. Americana: FATEC, 2016.

SACK, R. D. **Human territoriality**: its theory and history. London: Cambridge University, 1986.

SAID, Edward. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. São Paulo: Cia. das Letras, 2007.

SANTOS, Milton. **Espaço e método**. 5. ed. São Paulo: Edusp, 2012.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

SARAIVA, L. A. S.; CARRIERI, A. P.; SOARES, A. S. Territorialidade e identidade nas organizações: o caso do mercado central de Belo Horizonte. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, 2014, p. 97-126.

SILVA, E. J.; CASTELLETO, H. S. **A globalização e seus efeitos na sociedade**. Anais do Encontro Internacional de Produção Científica, 2019. Disponível em: <<https://rdu.unicesumar.edu.br/bitstream/123456789/3555/1/HUGO%20SANTANA%20CASTELLETO.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

SILVA, J. R. G.; VERGARA, S. C. **O significado da mudança**: as percepções dos funcionários de uma empresa brasileira diante da expectativa de privatização. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, 2000, v. 34, p. 79-99.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. **Logos**, v. 2, n. 24, 2014. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/14155>>. Acesso em: 6 abril 2024.

SOUSA, H. S. M.; FONSECA, Paula. As Tribos Urbanas as de Ontem até às de Hoje. **Nascer e Crescer**, Porto, 2009; v. 18, p. 209-214.

WOODWARD, Kathryn. Concepts of identity and difference. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Rio de Janeiro: Vozes, 2000, p. 7-72.

VAZ, H. C. L. **Cultura e universidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1966.

APÊNDICES



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

CENTRO DE HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM GEOGRAFIA

**TCC: CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE GEOGRÁFICA NO
EVENTO HQPB 2023 EM JOÃO PESSOA/PB**

ALUNA: GRACIELE LINDOLFO BARBOSA

QUESTIONÁRIO

1 – Gênero:

Feminino Masculino Outro Prefere não responder

2 – Idade: _____

3 – Cidade _____

4 – Se não for de João Pessoa, como você chegou ao evento? _____

5 – Como você ficou sabendo do evento? _____

6 – Você comprou ou pretende comprar algum produto no evento? Se sim, o quê?

7 – Com qual/quais das comunidades que o evento abrange você se identifica?

Gamer Otaku K-popper Roqueiro(a)

Cosplayer Artista Produtor(a) de conteúdo

Jogador(a) de TCG Leitor(a) de HQs

Leitor(a) de mangás Fã de filmes Fã de séries

8 – Veio apenas conhecer o evento? (pessoas que não selecionaram ter interesse ou gosto por nenhuma comunidade do evento). Sim Não

9 – Quais os pontos positivos e negativos do evento?

10 – Pretende voltar ao evento em edições futuras?

Sim Não