



O *design thinking* nas bibliotecas públicas com foco no público nerd e fãs de cultura pop da cidade de São Paulo

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

Adriana Maria Souza, Sociologia e Política Escola de Humanidades -
adrianasouza809@gmail.com

Clelia Lemonge, Sociologia e Política Escola de Humanidades FESPSP -
liablackmax@gmail.com

Eixo 7 - VI Fórum das Bibliotecas Públicas

1 INTRODUÇÃO

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

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

O intuito é propor parâmetros, a partir da abordagem do *Design Thinking*, para a implementação de serviços voltados ao público nerd e aos fãs de cultura pop em bibliotecas públicas. A partir dessa proposta, pretende-se construir o caminho que



ligará nerds e fãs de cultura pop às bibliotecas públicas, reinventando seus eventos e promovendo trocas entre os usuários para que eles possam tornar o espaço das bibliotecas em um local onde também estabeleçam encontros e promovam seus hobbies, entende-se que as bibliotecas são mais que espaços de simples armazenagem de livros, como explica Lankes, no trecho de seu livro *Expect More*:

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

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

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

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

Segundo Coelho (2008) a palavra cultura no imaginário da humanidade, normalmente está associada a alguma atividade de produzir algo para outrem ou ao mundo das artes e sempre teve um peso muito grande quando se tratava de definir padrões de excelência e delimitar as expectativas de grandezas daqueles que estavam no topo, vindo assim sempre associada de uma necessidade de se possuir um conhecimento, domínio e maestria no mundo corrente das artes consideradas clássicas. Featherstone (1995) complementa esse pensamento lembrando que o



conceito de cultura e arte nunca se desassociaram, na verdade, foram conceitos que ao longo do tempo parecem desenvolver uma relação de simbiose, onde os limites já não podem ser estabelecidos com muita clareza, devido ao caráter orgânico de ambos os conceitos.

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

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

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

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



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

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

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

3 MÉTODO DA PESQUISA

A partir dos conceitos abordados no *Design Thinking*, que essencialmente trabalha com o foco nas pessoas, a pesquisa se caracteriza pela metodologia qualitativa que segundo Triviños (1987), tal abordagem tem seus dados analisados de forma a buscar um significado, tendo como base a percepção do fenômeno dentro do seu contexto e quantitativa visando quantificar os *nerds* paulistanos e suas demandas, bem como quais os motivos que os afastaram ou, que não os inspiram, a frequentarem



os espaços das bibliotecas públicas, além de, em paralelo saber se as bibliotecas públicas oferecem soluções orgânicas e aplicáveis a essa comunidade, baseada nas respostas obtidas, com os questionários aplicados a esses dois públicos.

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

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

Grupos conhecidos como *gamers*, *geeks* foram estabelecidos dentro do termo maior nerd, para além dos fãs de cultura pop que também podem vir a consumir os conteúdos que estão dentro dessas outras subsegmentações, dentro da comunidade *nerd*, mas que também não necessariamente se interessem por um único ponto em específico ou se identificam como fãs mais fervorosos, consumindo de forma mais leve e até mesmo corriqueira outras coisas que estejam em alta na cultura de entretenimento.



4 RESULTADOS

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

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

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

Para entender esses questionamentos foi elaborado no questionário, na sequência das perguntas comportamentais, a pergunta que procurava saber se os nerds costumavam frequentar os eventos promovidos pelas bibliotecas públicas de São Paulo - *Conte um pouco os motivos que não te animam a comparecer aos eventos que são promovidos atualmente pelas bibliotecas em São Paulo* - elaborada propositalmente de forma aberta para que os nerds e fãs de cultura pop pudessem



expor de fato suas dores a respeito do que era proposto para eles pelas bibliotecas públicas e, dessa forma, o entendimento dessas “dores” ficasse mais claro para a próxima etapa do *Design Thinking*.

O interessante foi que ao iniciar a pesquisa, movida por uma percepção pessoal de que havia uma falha na programação das bibliotecas públicas de São Paulo, a respeito da temática nerd e cultura pop, mas ao coletar as respostas, ao expor os motivos do não comparecimento nesses eventos, a resposta mais recorrente, não era a falta deles em si, mas a falta de conhecimento de sua existência, um número considerável dos respondentes pontuou que sequer sabia que as bibliotecas podiam ou promoviam eventos dessa temática e para além dessas.

5 DISCUSSÃO

A comunicação e o entendimento da comunidade nerd pareceu se mostrar o maior desafio para as bibliotecas, que mesmo tendo seus eventos voltados para esse público, parece não o alcançar e, quando o faz, as expectativas parecem não ser atendidas. Sendo assim, a comunicação e a divulgação dos eventos para esses públicos devem ser o foco, mas para além disso, dentro das respostas houve algumas sugestões bem pertinentes que valem ser pontuadas, pois eles puderam colocar aquilo que gostariam de ver nas bibliotecas havendo uma certa convergência a respeito do ponto comunicação, muitas delas apontaram que a comunicação precisa ser mais efetiva por parte das bibliotecas, que precisa existir um esforço de se falar a língua deles. Nesse ponto, temos a etapa 2 do processo de *Design Thinking* sendo explorado no questionário, que corresponde à Ideação.

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



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

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

Com o objetivo geral de propor parâmetros a partir da abordagem do *Design Thinking* para a implementação de serviços voltados ao público nerd e fãs de cultura pop em bibliotecas públicas, foi estabelecido que seria preciso estabelecer se as unidades escolhidas possuíam de fato essas programações para desse ponto partir para as possíveis soluções, com base nas respostas oferecidas por 3 delas.

Ao cruzar a programação das bibliotecas pesquisadas ao longo do trabalho com as respostas dos nerds, os eventos oferecidos para a comunidade nerd eram planejados por pessoas que não entendiam do assunto ou não tinham feito uma pesquisa prévia sobre o público-alvo para estabelecer as programações, para isso é sugerido, inicialmente, uma mudança nos canais de comunicação para a divulgação da programação nerd. Entretanto, apenas migrar para as redes sociais, considerando que todas as bibliotecas já possuem perfis oficiais não é o suficiente, é preciso que o *layout* seja atrativo e atinja essa audiência, falando a mesma língua que ela, ou seja uma escala de cores que faça sentido ou mesmo o uso de memes, recurso que é largamente utilizado e muito popular para divulgar de forma eficiente informação de forma rápida de um jeito mais descontraído, além de se apropriar das plataformas de *streaming* para transmitir seus conteúdos em tempo real ao longo da realização dos eventos é uma boa forma de divulgar e atrair esse público e gerar um engajamento nas redes que pode ser convertido em visita.



A cultura nerd e pop é hoje uma realidade em todo o globo e através dela pode-se fomentar, inclusive, debates sobre temas muito relevantes para questões fundamentais para a sociedade, tais como: meio ambiente, representatividade, racismo, democracia dentre outros assuntos.

REFERÊNCIAS

CANALTECH. Geek ou nerd? Descubra as principais diferenças entre eles.

Canaltech. Jun. 2013. Sessão Entretenimento. Disponível em:

<https://canaltech.com.br/entretenimento/Geek-ou-nerd-Descubra-as-principais-diferencas-entre-eles/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

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

COELHO, Teixeira. **A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008. Disponível em:

http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/001054.pdf
Acesso em: 26 abr. 2021.

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

GEEK. *In*: **DICTIONARY.COM**, Digital Dictionary. 2021. Disponível em:

<https://www.dictionary.com/browse/geek>. Acesso em: 10 ago. 2021.

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

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

Acesso em: 14 ago. 2021.

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

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

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas S.A., 1987. Disponível em:

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4233509/mod_resource/content/0/Trivinos-Introducao-Pesquisa-em_Ciencias-Sociais.pdf. Acesso em: 22 abr. 2021.