



Graduação Pós-Graduação
 Artigo completo Relato de prática Resumo expandido

PERFIL DO CONSUMIDOR GEEK: a influência de fatores emocionais e sociais nas decisões de compra no contexto do cosplay

Larissa Martins Zaracho Faustino
UFMS
larimartins130105@gmail.com

Marcelo da Silva Mello Dockhorn
UFMS
msmdock@gmail.com

RESUMO

Este artigo analisa o perfil do consumidor geek, com foco na influência do cosplay nas decisões de compra, considerando fatores emocionais, sociais e simbólicos. A pesquisa caracteriza-se como quantitativa e descritiva, com coleta de dados realizada por meio de questionário estruturado aplicado a 205 respondentes que se identificam com a cultura geek. A análise foi conduzida por estatística descritiva, permitindo identificar padrões de comportamento e consumo. Os resultados evidenciam que o público é predominantemente jovem, com renda limitada, mas com elevada disposição para investir em produtos relacionados ao cosplay. Verificou-se que fatores como autoestima, escapismo e pertencimento exercem influência significativa nas decisões de compra, superando critérios econômicos tradicionais. Além disso, o consumo mostra-se fortemente associado à construção identitária e à inserção em comunidades de fãs, nas quais o indivíduo busca reconhecimento e interação social. O cosplay, nesse contexto, configura-se como prática que integra expressão pessoal, experiência e consumo simbólico. Conclui-se que o comportamento do consumidor geek deve ser compreendido de forma multidimensional, considerando aspectos emocionais e sociais, o que implica a necessidade de estratégias de mercado voltadas à personalização e à conexão com o público.

Palavras-chave: consumidor geek; cosplay; comportamento do consumidor; consumo simbólico; identidade.



1 INTRODUÇÃO

O crescimento da cultura geek nas últimas décadas tem promovido transformações significativas nos padrões de consumo, especialmente em segmentos relacionados ao entretenimento, cultura pop e mídias digitais. Nesse contexto, o cosplay destaca-se como uma prática que combina expressão artística, consumo e construção identitária.

O cosplay consiste na representação de personagens por meio de vestimentas, acessórios e interpretação, envolvendo não apenas aspectos estéticos, mas também emocionais e sociais. Os praticantes investem tempo, recursos financeiros e simbólicos na construção de suas identidades performáticas.

Diante disso, este estudo busca responder: como fatores emocionais e sociais influenciam as decisões de compra dos consumidores geeks praticantes de cosplay? O objetivo geral consiste em analisar o perfil desse consumidor, considerando variáveis demográficas, psicológicas e comportamentais, além de compreender o papel do cosplay na construção de identidades e práticas de consumo.

Apesar do crescimento da cultura geek, ainda são limitados os estudos que analisam de forma empírica a relação entre práticas culturais específicas, como o cosplay, e o comportamento de consumo sob a ótica emocional e identitária. Nesse sentido, este estudo busca contribuir para a literatura ao explorar essa interface de forma aplicada

2 REVISÃO DA LITERATURA

O comportamento do consumidor pode ser compreendido a partir de fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos (Kotler; Keller, 2018). No contexto da cultura geek, esses fatores assumem características específicas, uma vez que o consumo está fortemente associado à identidade e ao pertencimento.

Segundo Jenkins (2009), a cultura contemporânea é marcada pela convergência midiática e pela participação ativa dos fãs, que deixam de ser apenas consumidores para se tornarem agentes na produção e circulação de conteúdo. Essa dinâmica é evidente no universo cosplay, no qual os indivíduos reinterpretem personagens e constroem identidades a partir de práticas culturais compartilhadas.

Segundo Solomon (2016), o consumo possui dimensão simbólica, sendo utilizado como forma de expressão do “eu”. No cosplay, essa dinâmica se intensifica, pois os indivíduos não apenas consomem produtos, mas incorporam personagens com os quais se identificam.



Manso (2020) destaca que o consumidor nerd apresenta forte envolvimento emocional com os produtos consumidos, sendo influenciado por comunidades e redes de interação social, conhecidas como fandoms. Nessas comunidades, o sentimento de pertencimento desempenha papel central nas decisões de compra.

Dessa forma, o consumo no universo geek pode ser entendido como um fenômeno híbrido, no qual elementos racionais e emocionais se articulam, evidenciando a complexidade do comportamento do consumidor contemporâneo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa caracteriza-se como quantitativa, de natureza descritiva, tendo como objetivo analisar o perfil do consumidor geek e compreender a influência de fatores emocionais e sociais nas decisões de compra no contexto do cosplay. A abordagem quantitativa foi escolhida por permitir a mensuração de variáveis e a identificação de padrões de comportamento entre os participantes.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado, aplicado de forma online utilizando a plataforma Google Forms. O instrumento foi elaborado com base em estudos anteriores sobre comportamento do consumidor nerd, especialmente Manso (2020), sendo adaptado ao contexto específico da pesquisa. Antes da aplicação definitiva, o questionário passou por um pré-teste com um grupo reduzido de respondentes, com o objetivo de verificar clareza, consistência e tempo médio de resposta.

A amostra foi composta por 205 participantes que se identificam com a cultura geek, selecionados por conveniência e acessibilidade, com divulgação do instrumento em redes sociais e comunidades digitais relacionadas ao tema. O questionário contemplou questões fechadas e de múltipla escolha, organizadas em três blocos principais: perfil sociodemográfico, comportamento de consumo e aspectos emocionais relacionados ao cosplay.

Os dados coletados foram organizados e analisados por meio de estatística descritiva, utilizando-se frequências absolutas e relativas para interpretação dos resultados. Essa técnica permitiu identificar tendências, padrões e relações entre as variáveis investigadas. O instrumento apresentou consistência interna adequada para os objetivos exploratórios do estudo.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

O objetivo desta análise é compreender o perfil do consumidor *geek*, especialmente os praticantes de *cosplay*, e identificar os principais fatores de influência nas suas decisões de compra, incluindo aspectos emocionais e sociais, como autoestima de pertencimento à comunidade *geek*. A pesquisa explora, entre outras variáveis, o impacto do *cosplay* na vida dos participantes, o que envolve a conexão emocional com os personagens, a sensação do escapismo e os benefícios sociais percebidos, em concordância com as teorias de comportamento do consumidor propostas por Kotler (2018) e Solomon (2016). Esses autores fornecem uma base teórica para entender como os fatores psicológicos e sociais podem influenciar o comportamento de compra dos indivíduos, especialmente em nichos culturais como o universo *geek*.

Dessa forma, os resultados serão interpretados conforme a teoria de Manso, Solomon e Kotler, buscando relacionar os dados com as perspectivas demográficas, psicológicas e comportamentais do público pesquisado, de modo a fornecer a percepção relevantes para a compreensão do perfil do consumidor *geek* e de como o *cosplay* influencia suas decisões de compra.

Tabela 1: Perfil sociodemográfico dos respondentes

Variável	Categoria	Frequência (n)	Percentual (%)
Idade	18 a 25 anos	132	64,4%
	26 a 35 anos	48	23,4%
	36 anos ou mais	25	12,2%
Gênero	Feminino	118	57,6%
	Masculino	82	40,0%
	Outro/Prefere não dizer	5	2,4%
Ocupação	Estudante	121	59,0%
	Trabalhador(a)	68	33,2%
	Outros	16	7,8%
Renda mensal	Até 1 salário mínimo	109	53,2%
	1 a 3 salários mínimos	71	34,6%
	Acima de 3 salários	25	12,2%

Fonte: dados da pesquisa.

A Tabela 1 evidencia que o perfil predominante dos respondentes é composto por jovens entre 18 e 25 anos, representando 64,4% da amostra. Esse resultado indica que o público *geek*

praticante de cosplay é majoritariamente jovem, o que pode estar associado à maior exposição às mídias digitais e à cultura pop contemporânea.

No que se refere ao gênero, observa-se uma predominância do público feminino (57,6%), o que sinaliza uma transformação importante no perfil tradicionalmente associado à cultura geek, historicamente vinculada ao público masculino. Esse dado reforça a ampliação e diversificação desse mercado.

Quanto à ocupação, verifica-se que a maioria dos respondentes é composta por estudantes (59,0%), o que se relaciona diretamente com a faixa etária predominante. Esse aspecto também contribui para compreender o perfil econômico da amostra.

Em relação à renda mensal, destaca-se que 53,2% dos participantes possuem rendimento de até um salário mínimo, evidenciando um público com limitações financeiras. No entanto, esse dado, quando analisado em conjunto com os padrões de consumo apresentados posteriormente, revela um comportamento interessante: mesmo com menor poder aquisitivo, os indivíduos demonstram disposição para investir em produtos relacionados ao cosplay.

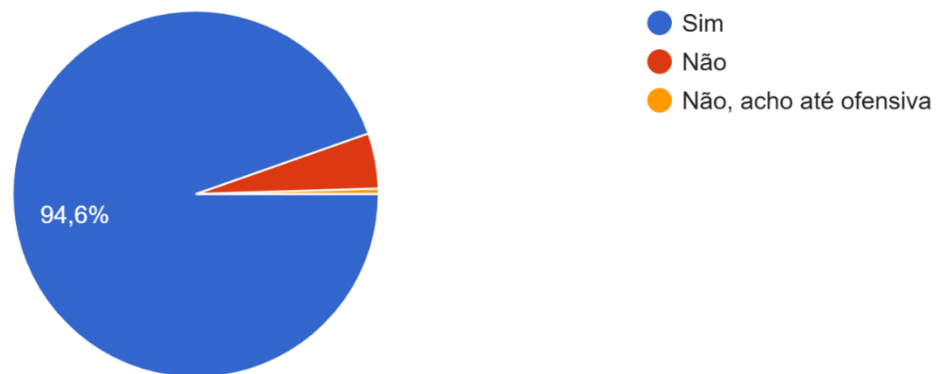
De forma geral, os dados indicam que o consumidor geek analisado apresenta um perfil jovem, majoritariamente feminino, com forte vínculo estudantil e renda relativamente baixa. Esse conjunto de características reforça a importância de fatores simbólicos e emocionais no comportamento de consumo, uma vez que as decisões de compra não se baseiam exclusivamente em critérios econômicos.

O segundo aspecto a ser analisado é a Identidade e pertencimento (conclusão central) ou, identificação com a definição de GEEK e autopercepção como GEEK. O total de respostas coletadas foi de 205. Os dados revelam que 10 respostas (4,9%) não se identificam com a definição *geek* e 194 respostas (94,6%) afirmam que se identificam com a definição *geek*, indicando uma forte aceitação e reconhecimento com os termos e suas características.

Essa alta porcentagem de identificação sugere que o público que respondeu ao questionário é de fato composto por consumidores que possuem uma ligação sólida e autêntica com a cultura *geek*. Esse fator é essencial para entender o perfil do consumidor, pois, segundo Kotler (2018), o comportamento de consumo é frequentemente influenciado por valores e identidades pessoais. No caso dos *geeks*, a identidade de “*ser geek*” não é apenas uma preferência particular de quem eles são, o que pode influenciar significativamente suas decisões de compra. Esse dado reflete o conceito de “tribo de consumo” discutido por Solomon (2016), em que grupos de consumidores se unem em torno de interesses e valores comuns. A cultura *geek* se configura como uma dessas tribos modernas, onde seus integrantes buscam

pertencimento e reforço de sua identidade por meio de produtos e práticas compartilhadas. Dessa forma, o consumo não é apenas individual, mas reforça uma rede de significados, simbolismos e laços sociais dentro dessa comunidade, conforme o gráfico 01.

Gráfico 01: Identificação com a definição *geek*



Fonte: autor com base nos dados da pesquisa.

Como terceira perspectiva de análise tem-se a influência da autoestima e do pertencimento no perfil dos frequentadores dm eventos Geek de Cosplay. Os dados coletados sobre o impacto emocional dos *cosplayers*, fornecem uma compreensão profunda sobre o papel do *cosplay* na construção de identidade, autoestima e senso de pertencimento. A prática do *cosplay*, conforme mostram os dados, vai além de um simples *hobby*, tornando-se uma ferramenta para auto descoberta e socialização significativa. Com base nas teorias de Kotler (2018) e Solomon (2016), é possível interpretar que o *cosplay* exerce um impacto psicológico e social fundamental nos consumidores *geek*.

Primeiramente, ao analisar a declaração fazer *cosplay* aumenta a minha autoestima e confiança a mim mesmo (a), com 111 respostas (54,14%) dos respondentes concordam totalmente, é evidente que o *cosplay* atua como um meio de expressão de autoconfiança e de fortalecimento da autoestima. Solomon (2016) argumenta que atividades que promovem uma elevação na percepção de valor pessoal tendem a ter um impacto duradouro sobre a identidade do consumidor. Dessa forma, o *cosplay* não se resume a uma atividade recreativa, mas também contribui significativamente para a autopercepção positiva e para a formação de um “eu idealizado” que os praticantes buscam incorporar.

Por outro lado, com 119 respostas (58,04%) dos respondentes afirmaram que o *cosplay* é uma forma de escapar da rotina, ou seja, é vista como uma fuga da realidade cotidiana. Segundo Solomon (2016), o escapismo é uma motivação comum que proporciona uma

experiência fora do ordinário. No caso do *cosplay*, essa imersão permite aos praticantes se “transportarem” para o universo de seus personagens favoritos, o que traz alívio emocional e promove a satisfação.

Já com 110 respostas (53,65%) dos respondentes, a oportunidade de fazer amigos, essa criação de laços com pessoas que compartilham dos mesmos interesses é uma forte evidência da função social do *cosplay*. Segundo Solomon (2016), os consumidores procuram se associar a grupos que reforçam seu senso de pertencimento, o que fortalece a identidade e a lealdade a essa prática. Essa rede de amizade construída é uma poderosa influência social, contribuindo para a formação de uma comunidade de suporte mútuo.

Logo, com 107 respostas (52,19%) os respondentes sentem que o *cosplay* permite esquecer dos problemas do dia a dia. Este dado indica que a prática do *cosplay* cumpre uma função terapêutica para muitos, oferecendo um meio de aliviar o estresse e proporcionar momentos de desconexão. Kotler (2018), menciona que os consumidores muitas vezes buscam produtos e experiências que ofereçam uma “escapada” do dia a dia, e o *cosplay* se encaixa perfeitamente nesse contexto como uma atividade de lazer que ajuda a relaxar e reduzir tensões cotidianas.

Na mesma forma, com 101 respostas (49,26%) dos respondentes afirmam que ao praticar o *cosplay*, tendem a ter um sentimento de pertencimento a uma comunidade. Kotler (2018) explica que o senso de pertencimento é um motivador psicológico que reforça o engajamento do consumidor. Esse sentimento é essencial para o perfil *geek*, que valoriza a socialização e a identificação com grupos específicos que compartilham interesses em comum.

Na sequência com 89 respostas (43,41%) dos respondentes sentem-se mais seguros e confortáveis consigo mesmo ao estarem em *cosplay*, observa-se que essa prática cria um espaço psicológico seguro para os indivíduos, Kotler (2018) destaca que experiência que geram um sentimento de segurança contribuem significativamente para o bem-estar e a satisfação pessoal, o que incentiva o consumidor a repetir essas práticas. Esse dado sugere que o *cosplay* proporciona um ambiente no qual os participantes podem expressar-se livremente, elevando a segurança e o conforto pessoal.

Logo depois, com 72 respostas (35,12%) dos respondentes que indicam uma forte conexão emocional com o personagem refletindo um comportamento de consumo que, segundo Solomon (2016), está relacionado à construção de identidade. O *cosplay* permite ao participante “ser” o personagem, expressando aspectos da própria personalidade e projetando características que valoriza. Nesse sentido, a escolha do personagem não é meramente estética, mas também



uma manifestação psicológica do eu, alinhada com o conceito de autorrepresentação e consumo simbólico.

Por fim, com 70 respostas (34,14%) dos respondentes acreditam que o *cosplay* os ajuda a entender melhor a sua própria personalidade, temos um indicativo de que essa atividade funciona como uma ferramenta de autoconhecimento. De acordo com Kotler (2018), essa é uma expressão de valor pessoal que influencia as decisões de consumo, ou seja, o *cosplay* é uma forma pela qual o indivíduo explora e reforça traços de sua identidade e valoriza sua qualidade como demonstrado na tabela 02.

Tabela 02: Concordância ao se produzir no seu *cosplay*

Entre as afirmações abaixo, indique o seu grau de concordância ao se produzir no seu <i>cosplay</i> ? Responda numa escala de 1 a 5 em que 1 discorda totalmente e 5 concordo totalmente					
	1- Discordo totalmente	2- Discordo	3- Não concordo e nem discordo	4- Concordo	5-Concordo totalmente
Sinto uma forte conexão emocional com o personagem que escolhi para fazer <i>cosplay</i>	8	15	41	58	72
Acredito que o <i>cosplay</i> me ajuda a entender melhor minha própria personalidade	12	15	42	47	70
Fazer <i>cosplay</i> aumenta minha autoestima e confiança em mim mesmo(a)	9	6	24	40	111
Sinto-me mais segura(o) e confortável comigo mesma(o) quando estou em <i>cosplay</i>	9	8	39	40	89
O <i>cosplay</i> me permite fazer amigos com pessoas que compartilham dos meus mesmos interesses	5	8	21	48	110
Participar de eventos de <i>cosplay</i> me faz sentir parte de uma comunidade	5	10	28	46	101
O <i>cosplay</i> é uma forma de escapar da rotina e me transportar para outros mundos	8	9	22	31	119

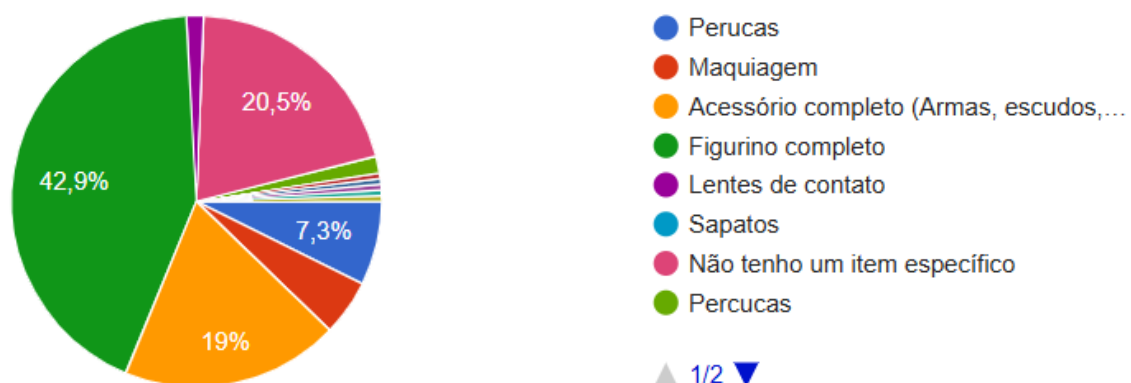
Quando estou em cosplay, esqueço dos meus problemas do dia a dia	7	13	22	37	107
--	---	----	----	----	-----

Fonte: autor com base nos dados da pesquisa.

A próxima perspectiva de análise representa o investimento, faixas de preços e lugares de preferência de aquisição de itens de cosplay. Ao investigar o item de *cosplay* mais caro dos 88 respondentes (42,9%) indicaram que investem em figurinos completos como seu item mais valioso, seguido por 39 respondentes (19%) que destacam em acessórios completos, 15 respondentes (7,3%) marcam como perucas e 42 respondentes (20,5%) disseram que não tem item específico que foi investido, esses resultados demonstram que, para muitos *geeks*, o *cosplay* é mais do que apenas uma vestimenta, mas um meio de se envolver com seus personagens favoritos de forma detalhada e autêntica. Isso reflete o conceito de “compra simbólica” discutido por Solomon (2016), onde os produtos não apenas atendem a uma necessidade funcional, mas simbolizam algo significativo para o consumidor, que busca através desses itens expressar seu envolvimento com personagens favoritos. Para Kotler, essa escolha reflete aspectos psicológicos e sociais no comportamento do consumidor.

O cosplay atende a uma necessidade de pertencimento e de afirmação dentro de uma comunidade *geek*, influenciando as decisões de compra ao envolver não só preferências pessoais, mas também a valorização social dos produtos adquiridos, como demonstrado no gráfico 02.

Gráfico 02: Acessório de *cosplay* mais caro



Fonte: autor com base nos dados da pesquisa.

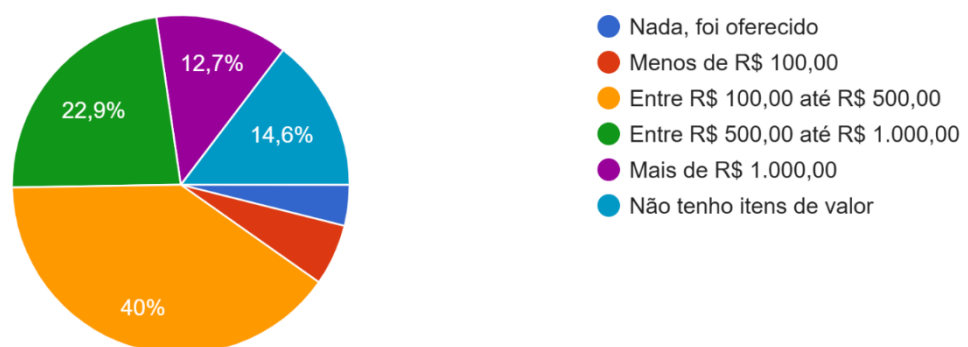
O gráfico 03, mostra a questão do valor investido no traje ou acessório mais caro,

observa-se uma distribuição de respostas, com 82 respostas (40%) dos respondentes afirmam ter gasto entre R\$100,00 e R\$500,00, com 47 respostas (22,9%) relataram que gastam entre R\$500,00 até R\$1.000,00, com 26 respostas (12,7%) investem mais de 1.000,00 no seu traje ou acessório mais caro e por fim com 30 respostas (14,6%) afirmam não ter item específico.

Esse padrão de investimento reflete o compromisso financeiro e emocional dos consumidores que se identificam com o universo *geek* e, especificamente, com o *cosplay*. Segundo Kotler, consumidores que pertencem a nichos bem definidos – como o grupo *geek* – apresentam comportamentos e valores que influenciam suas decisões de compra, buscando itens que não apenas têm valor funcional, mas também simbólico, representando sua identidade e reforçando seu senso de pertencimento. No caso dos *geeks* e *cosplayers*, o investimento em trajes e acessórios é uma forma de validar essa identidade e de demonstrar seu envolvimento com o universo que valorizam.

Solomon (2016) complementa essa visão ao sugerir que grupos de consumidores que compartilham interesses específicos formam “tribos de consumo”. Essas tribos se conectam em torno de valores, símbolos e práticas que os identificam como uma comunidade. No contexto dos *cosplayers*, investir em trajes e acessórios significa mais do que adquirir um produto e sim uma maneira de fortalecer os laços com o grupo, demonstra uma realidade e expressa seu compromisso com o personagem ou universo *geek* ao qual se dedicam, como demonstrado no gráfico 03.

Gráfico 03: Valor dos acessórios de *cosplay*



Fonte: autor com base nos dados da pesquisa.

Os dados revelam uma preferência clara por lojas online, com 127 respostas (62%) dos respondentes indicando essa opção como o principal local para aquisição de trajes e acessórios de *cosplay*. Esse resultado sugere que a conveniência, a variedade de produtos e a possibilidade

de comparação de preços oferecidas pelas plataformas online são fatores decisivos para os consumidores *geeks* ao escolherem onde comprar seus itens de *cosplay*.

Com 21 respostas (10,2%) dos respondentes adquirirem em lojas físicas assim como também com 20 respostas (9,8%) dos respondentes adquirem seus trajes e acessórios em grupos das redes sociais como *whatsapp*, *instagram*, *facebook*. Ainda assim, uma parcela significativa dos respondentes opta por alternativas mais personalizadas e comunitárias. Alguns participantes mencionaram que adquirem seus itens diretamente com outros *cosplayers*, outros fazem o seu próprio *cosplay*, outros gostam de ir em *ateliê* fazer sob medida e também esses consumidores optam por todas as respostas acima, um pouco aqui e um pouco ali.

Assim, essas respostas evidenciam que o consumidor *geek* de *cosplay* valoriza tanto a conveniência oferecida por lojas online quanto experiências mais pessoais e autênticas proporcionadas por outros *cosplayers*, fabricação própria ou *ateliês* especializados. Essa variedade de preferência demonstra que, para muitos, o ato de adquirir itens de *cosplay* é tão importante quanto o próprio uso desses produtos, reforçando laços sociais e afirmando sua identidade dentro da comunidade *geek*, conforme demonstrado no gráfico 04.

Gráfico 04: Local de preferência de compra dos itens



Fonte: autor com base nos dados da pesquisa.

Ao analisar os fatores importantes na aquisição de trajes e acessórios de *cosplay*, observou-se com 52 respostas (25,36%) dos respondentes adquirem exclusividade, com 130 respostas (63,41%) foram a qualidade dos materiais, visto que foram considerados os fatores mais importantes, demonstrando que o consumidor *geek* busca valor de longo prazo e funcionalidade em suas aquisições, com 118 respostas (57,56%) dos respondentes alegaram o preço, evidenciando uma preocupação com o custo, embora os respondentes priorizem qualidade e durabilidade em relação ao preço, com 129 respostas (62,92%) dos respondentes alegaram o conforto ao usar o traje, indicando que a experiência física com o produto é fundamental para

essa categoria de consumidores, por fim com 134 respostas (65,36%) dos respondentes relataram a durabilidade do produto, conforme demonstra a tabela 03.

Tabela 03: Importância ao adquirir um traje de *cosplay*

Qual a importância de cada um dos seguintes fatores ao adquirir um traje ou acessório de <i>cosplay</i> : Responda numa escala de 1 a 5 em que 1 nada é importante e 5 Muito importante					
	1- Não é nada importante	2- As vezes é importante	3- Moderado	4- Importante	5- Muito importante
Exclusividade	41	44	41	33	52
Qualidade dos materiais	10	12	21	35	130
Preço	15	14	24	37	118
Conforto ao usar o traje	12	9	24	33	129
Durabilidade	11	7	14	41	134

Fonte: autor com base nos dados da pesquisa.

A influencia da autoestima e do sentimento de pertencimento no perfil dos frequentadores de eventos de *cosplay*.

Os dados coletados sobre o impacto emocional dos *cosplayers*, fornecem uma compreensão profunda sobre o papel do *cosplay* na construção de identidade, autoestima e senso de pertencimento. A prática do *cosplay*, conforme mostram os dados, vai além de um simples *hobby*, tornando-se uma ferramenta para auto descoberta e socialização significativa. Com base nas teorias de Kotler (2018) e Solomon (2016), é possível interpretar que o *cosplay* exerce um impacto psicológico e social fundamental nos consumidores *geek*.

Primeiramente, ao analisar a declaração fazer *cosplay* aumenta a minha autoestima e confiança a mim mesmo (a), com 111 respostas (54,14%) dos respondentes concordam totalmente, é evidente que o *cosplay* atua como um meio de expressão de autoconfiança e de fortalecimento da autoestima. Solomon (2016) argumenta que atividades que promovem uma elevação na percepção de valor pessoal tendem a ter um impacto duradouro sobre a identidade do consumidor. Dessa forma, o *cosplay* não se resume a uma atividade recreativa, mas também contribui significativamente para a autopercepção positiva e para a formação de um “eu idealizado” que os praticantes buscam incorporar.

Por outro lado, com 119 respostas (58,04%) dos respondentes afirmaram que o *cosplay* é uma forma de escapar da rotina, ou seja, é vista como uma fuga da realidade cotidiana. Segundo Solomon (2016), o escapismo é uma motivação comum que proporciona uma

experiência fora do ordinário. No caso do *cosplay*, essa imersão permite aos praticantes se “transportarem” para o universo de seus personagens favoritos, o que traz alívio emocional e promove a satisfação.

Já com 110 respostas (53,65%) dos respondentes, a oportunidade de fazer amigos, essa criação de laços com pessoas que compartilham dos mesmos interesses é uma forte evidência da função social do *cosplay*. Segundo Solomon (2016), os consumidores procuram se associar a grupos que reforçam seu senso de pertencimento, o que fortalece a identidade e a lealdade a essa prática. Essa rede de amizade construída é uma poderosa influência social, contribuindo para a formação de uma comunidade de suporte mútuo.

Logo, com 107 respostas (52,19%) os respondentes sentem que o *cosplay* permite esquecer dos problemas do dia a dia. Este dado indica que a prática do *cosplay* cumpre uma função terapêutica para muitos, oferecendo um meio de aliviar o estresse e proporcionar momentos de desconexão. Kotler (2018), menciona que os consumidores muitas vezes buscam produtos e experiências que ofereçam uma “escapada” do dia a dia, e o *cosplay* se encaixa perfeitamente nesse contexto como uma atividade de lazer que ajuda a relaxar e reduzir tensões cotidianas.

Na mesma forma, com 101 respostas (49,26%) dos respondentes afirmam que ao praticar o *cosplay*, tendem a ter um sentimento de pertencimento a uma comunidade. Kotler (2018) explica que o senso de pertencimento é um motivador psicológico que reforça o engajamento do consumidor. Esse sentimento é essencial para o perfil *geek*, que valoriza a socialização e a identificação com grupos específicos que compartilham interesses em comum.

Na sequência com 89 respostas (43,41%) dos respondentes sentem-se mais seguros e confortáveis consigo mesmo ao estarem em *cosplay*, observa-se que essa prática cria um espaço psicológico seguro para os indivíduos, Kotler (2018) destaca que experiências que geram um sentimento de segurança contribuem significativamente para o bem-estar e a satisfação pessoal, o que incentiva o consumidor a repetir essas práticas. Esse dado sugere que o *cosplay* proporciona um ambiente no qual os participantes podem expressar-se livremente, elevando a segurança e o conforto pessoal.

Logo depois, com 72 respostas (35,12%) dos respondentes que indicam uma forte conexão emocional com o personagem refletindo um comportamento de consumo que, segundo Solomon (2016), está relacionado à construção de identidade. O *cosplay* permite ao participante “ser” o personagem, expressando aspectos da própria personalidade e projetando características que valoriza. Nesse sentido, a escolha do personagem não é meramente estética, mas também



uma manifestação psicológica do eu, alinhada com o conceito de autorrepresentação e consumo simbólico.

Por fim, com 70 respostas (34,14%) dos respondentes acreditam que o *cosplay* os ajuda a entender melhor a sua própria personalidade, temos um indicativo de que essa atividade funciona como uma ferramenta de autoconhecimento. De acordo com Kotler (2018), essa é uma expressão de valor pessoal que influencia as decisões de consumo, ou seja, o *cosplay* é uma forma pela qual o indivíduo explora e reforça traços de sua identidade e valoriza sua qualidade como demonstrado na tabela 04.

Tabela 04: Concordância ao se produzir no seu *cosplay*

Entre as afirmações abaixo, indique o seu grau de concordância ao se produzir no seu <i>cosplay</i> ? Responda numa escala de 1 a 5 em que 1 discorda totalmente e 5 concordo totalmente					
	1- Discordo totalmente	2- Discordo	3- Não concordo e nem discordo	4- Concordo	5-Concordo totalmente
Sinto uma forte conexão emocional com o personagem que escolhi para fazer <i>cosplay</i>	8	15	41	58	72
Acredito que o <i>cosplay</i> me ajuda a entender melhor minha própria personalidade	12	15	42	47	70
Fazer <i>cosplay</i> aumenta minha autoestima e confiança em mim mesmo(a)	9	6	24	40	111
Sinto-me mais segura(o) e confortável comigo mesma(o) quando estou em <i>cosplay</i>	9	8	39	40	89
O <i>cosplay</i> me permite fazer amigos com pessoas que compartilham dos meus mesmos interesses	5	8	21	48	110
Participar de eventos de <i>cosplay</i> me faz sentir parte de uma comunidade	5	10	28	46	101
O <i>cosplay</i> é uma forma de escapar da rotina e me transportar para outros mundos	8	9	22	31	119

Quando estou em cosplay, esqueço dos meus problemas do dia a dia	7	13	22	37	107
--	---	----	----	----	-----

Fonte: autor com base nos dados da pesquisa.

A partir dos observado code-se ter um panorama do perfil do consumidor geek sob o aspecto da a influência do universo *geek* nas decisões de compras dos consumidores de *cosplay*.

5 CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo analisar o perfil do consumidor geek, com foco na influência do universo cosplay nas decisões de compra, evidenciando como fatores emocionais e sociais impactam esse comportamento. Com base nas teorias de comportamento do consumidor, especialmente em Kotler (2018) e Solomon (2016), e na contribuição de Manso (2020), foi possível estruturar uma análise consistente a partir dos dados coletados.

Os resultados empíricos, sintetizados nas tabelas e gráficos apresentados, indicam que o público analisado é predominantemente jovem, com forte presença de estudantes e renda limitada. Ainda assim, observa-se disposição significativa para investir em produtos relacionados ao cosplay, o que reforça a ideia de que o consumo nesse contexto não é orientado prioritariamente por fatores econômicos. Esses achados reforçam a compreensão do consumo contemporâneo como um fenômeno simbólico e relacional, no qual produtos assumem significados que ultrapassam sua função utilitária.

A análise dos dados demonstra que o cosplay ultrapassa a dimensão do lazer, configurando-se como um importante mecanismo de construção identitária. Os resultados relacionados aos impactos emocionais evidenciam que fatores como aumento da autoestima, sensação de escapismo e possibilidade de socialização exercem influência direta no comportamento dos consumidores. Esses achados confirmam a centralidade das dimensões simbólicas e emocionais no processo de decisão de compra.

Além disso, verificou-se que critérios como qualidade, conforto e autenticidade são mais relevantes do que o preço, indicando que o consumidor geek valoriza a experiência proporcionada pelo produto. A presença de práticas como produção própria e aquisição em ateliês reforça a busca por personalização e expressão individual.

No que se refere ao aspecto social, os dados evidenciam que o consumo está fortemente associado ao pertencimento a comunidades, nas quais os indivíduos buscam reconhecimento, interação e validação. Dessa forma, o cosplay configura-se não apenas como prática cultural, mas como espaço de construção de vínculos sociais.

Em comparação com Manso (2020), os resultados convergem ao destacar a importância dos fatores emocionais e sociais, ao mesmo tempo em que avançam ao analisar especificamente o cosplay como elemento central na formação da identidade do consumidor geek.

Por fim, os resultados deste estudo dialogam com as proposições de Jenkins (2009), ao evidenciar que o consumo no universo geek vai além da aquisição de produtos, inserindo-se em uma lógica de participação ativa. A prática do cosplay demonstra que os indivíduos não são apenas consumidores, mas agentes na recriação de conteúdos simbólicos. Nesse contexto, o consumo se articula com identidade e pertencimento, fortalecendo vínculos sociais. Assim, as decisões de compra refletem o engajamento em comunidades de fãs, nas quais o consumo assume papel cultural e relacional.

Como implicação prática, o estudo sugere que organizações que atuam nesse segmento devem priorizar estratégias voltadas à personalização, à criação de experiências e ao fortalecimento da conexão emocional com o público, indo além de abordagens centradas apenas no preço. Por fim, reconhecem-se limitações relacionadas à amostra por conveniência e à ausência de análise longitudinal. Recomenda-se que pesquisas futuras ampliem o escopo geográfico e investiguem a influência de variáveis como redes sociais e tecnologias digitais no comportamento do consumidor geek.

Conclui-se, portanto, que o consumo no universo cosplay deve ser compreendido como um fenômeno multidimensional, no qual fatores emocionais, sociais e simbólicos desempenham papel central, evidenciando a relevância desse campo tanto para a academia quanto para o desenvolvimento de estratégias de mercado.

REFERÊNCIAS

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

MANSO, Cátia Daniela Pinheiro. **Perfil do consumidor Nerd: um exemplo de subcultura urbana**. 2020. Tese de Doutorado. Doctoral dissertation). Coimbra: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.



SOLOMON, Michael R. *Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.