

**BENS DIGITAIS, CONSUMO E ENTRETENIMENTO: UM ESTUDO DE
ABORDAGEM QUALITATIVA COM USUÁRIOS DO GAME MARVEL SNAP**

DIGITAL GOODS, CONSUMPTION, AND ENTERTAINMENT: A QUALITATIVE
STUDY WITH MARVEL SNAP GAME USERS

BIENES DIGITALES, CONSUMO Y ENTRETENIMIENTO: UN ESTUDIO
CUALITATIVO CON USUARIOS DEL JUEGO MARVEL SNAP

Vicente Martin Mastrocola

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP

ORCID: 0000-0003-0394-8924

São Paulo, SP, Brasil

Recebido: 09/11/2024 / Aprovado: 08/09/2025

Como citar: MASTROCOLA, V. M. Bens Digitais, Consumo e Entretenimento: um estudo de abordagem qualitativa com usuários do game Marvel Snap. Revista GEMInIS, v. 16, p. 315-336, 2025

Direito autoral: Sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 3.0 Internacional.

RESUMO

Este artigo analisa o videogame Marvel Snap e busca compreender pistas de como a aquisição de bens digitais no jogo molda a experiência individual e a dinâmica coletiva de seus jogadores. Ao analisarmos a relação entre o consumo de cartas digitais e itens cosméticos no ecossistema do game, buscamos entender como esses elementos operam como marcadores sociais nesse contexto. Em relação à pesquisa bibliográfica nos apoiamos principalmente em autores como Baccega (2009), Castells (2010), Matta (2012), Mastrocola (2024; 2015), Nitsche (2008) e Bourdieu (2010). A partir das referências bibliográficas também realizamos quatro entrevistas qualitativas, adaptando ideias metodológicas para análise de games propostas por Cote e Raz (2015). Nas conclusões, apresentamos que a personalização cosmética das cartas do jogo não apenas possui um caráter de entretenimento, mas também fomenta a interação e o engajamento com a experiência de consumo do game, fortalecendo os laços sociais entre os jogadores no contexto proposto.

Palavras-chave: bens digitais; Marvel Snap; distinção social.

ABSTRACT

This article analyzes the video game Marvel Snap and seeks to understand how the acquisition of digital goods within the game shapes the individual experience and the collective dynamics of its players. By analyzing the relationship between the consumption of digital cards and cosmetic items within the game's ecosystem, we aim to understand how these elements operate as social markers in this context. For the literature review, we relied mainly on authors such as Baccega (2009), Castells (2010), Matta (2012), Mastrocola (2024; 2015), Nitsche (2008), and Bourdieu (2010). Based on the bibliographic references, we also conducted four qualitative interviews, adapting methodological ideas for game analysis proposed by Cote and Raz (2015). In the conclusions, we present that the cosmetic personalization of the game's cards not only has an entertainment character but also fosters interaction and engagement with the game's consumption experience, strengthening social bonds among players in the proposed context.

Keywords: digital goods; Marvel Snap; social distinction.

RESUMEN

Este artículo analiza el videojuego Marvel Snap y busca comprender cómo la adquisición de bienes digitales dentro del juego moldea la experiencia individual y la dinámica colectiva de sus jugadores. Al analizar la relación entre el consumo de cartas digitales e ítems cosméticos dentro del ecosistema del juego, buscamos entender cómo estos elementos operan como marcadores sociales en este contexto. Para la revisión bibliográfica, nos apoyamos principalmente en autores como Baccega (2009), Castells (2010), Matta (2012), Mastrocola (2024; 2015), Nitsche (2008) y Bourdieu (2010). A partir de las referencias bibliográficas, también realizamos cuatro entrevistas cualitativas, adaptando ideas metodológicas para análisis de juegos propuestas por Cote y Raz (2015). En las conclusiones, presentamos que la personalización cosmética de las cartas del juego no solo posee un carácter de entretenimiento, sino que también fomenta la interacción y el compromiso con la experiencia de consumo del juego, fortaleciendo los lazos sociales entre los jugadores en el contexto propuesto.

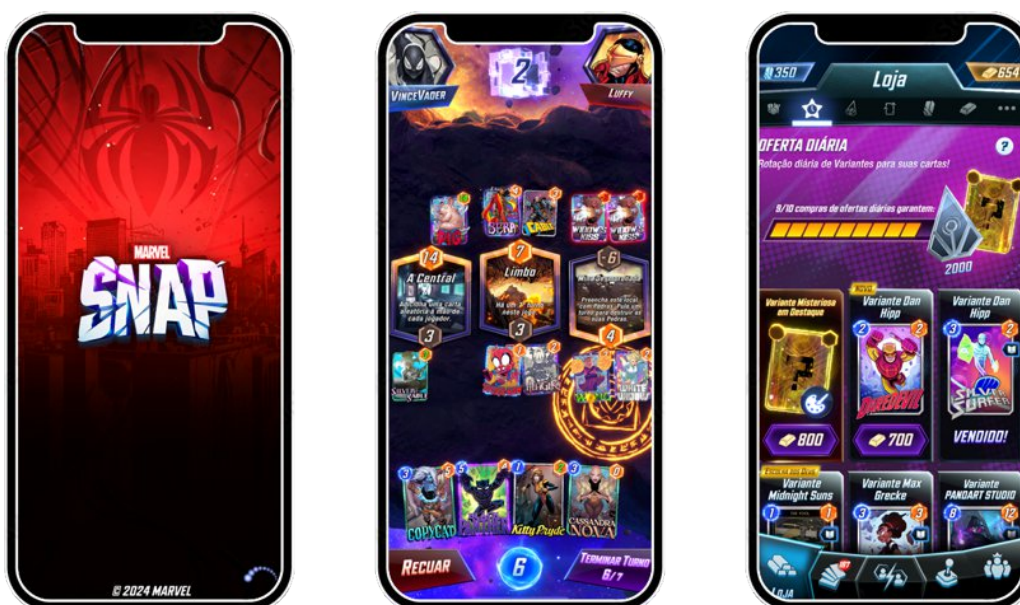
Palabras Clave: bienes digitales; Marvel Snap; distinción social.

1. INTRODUÇÃO: SOBRE O GAME MARVEL SNAP

O presente estudo possui como objeto empírico o jogo de cartas digital Marvel Snap (Figura 1), um game disponível para smartphones e PCs. Inserido no contexto mais amplo dos jogos de cartas colecionáveis digitais (ou, em inglês, *digital collectable card games*), Marvel Snap se destaca por suas partidas rápidas e explora as potencialidades de utilização das franquias de personagens desse universo, estabelecendo, inclusive, conexões entre o jogo e filmes de cinema ou séries do canal de *streaming* Disney+. A escolha por este game como objeto de análise se justifica pela sua relevância comercial e cultural, bem como por sua capacidade de ilustrar as complexas relações entre indústria, cultura e consumo na era digital. Seguindo a perspectiva de Mastrocola (2024), também entendemos Marvel Snap como um espaço de disputa simbólica no qual se entrelaçam elementos lúdicos, sociais e econômicos, conforme iremos discutir no decorrer deste trabalho.

Para tanto, este artigo estrutura-se a partir de uma revisão bibliográfica que mobiliza conceitos de capital simbólico de Bourdieu (2010) e de consumo em Sassatelli (2010) e Matta (2012), articulados à análise de jogos digitais proposta por Nitsche (2008). A investigação empírica adota uma abordagem qualitativa, utilizando-se de entrevistas em profundidade com jogadores de Marvel Snap, com roteiro adaptado do modelo de Cote e Raz (2015), para explorar como a aquisição de bens digitais se relaciona com a construção de identidade e o pertencimento social no contexto do jogo.

Figura 1 – Telas de abertura, *gameplay* e loja virtual do jogo Marvel Snap



Fonte: captura de tela realizada em 25/09/2024 pelo autor em conta pessoal do Marvel Snap

Segundo Mastrocola (2015, pp. 13-14), jogos como Marvel Snap adotam um modelo de negócios denominado *free-to-play* com microtransações monetárias; um tipo de estratégia comum na indústria de jogos digitais, especialmente em plataformas como smartphones e tablets. Desde o seu lançamento, até julho de 2024, o game atingiu um faturamento em torno de US\$ 200 milhões e alcançou 22 milhões de downloads em aparelhos móveis e computadores¹.

No caso de nosso objeto de estudo, os jogadores podem fazer o download e jogar o game gratuitamente, sendo recompensados com uma moeda virtual – representada como barras de ouro – por suas atividades cumprindo missões diárias. No entanto, para acelerar o progresso ou adquirir itens exclusivos, os *players* podem optar por comprar barras de ouro com dinheiro real. A economia interna de Marvel Snap permite que os jogadores invistam suas barras de ouro em uma gama diversificada de itens cosméticos e funcionais, oferecendo um caráter de personalização. Além de adquirir variantes de cartas com artes exclusivas, os jogadores também podem diferenciar seus perfis com avatares e bordas temáticas com efeitos visuais para suas cartas preferidas. A loja virtual também oferece pacotes especiais que combinam diferentes itens, como barras de ouro, cartas variantes e créditos para progressão no jogo.

Figura 2 – Conversão de barras de ouro do jogo Marvel Snap para dólares



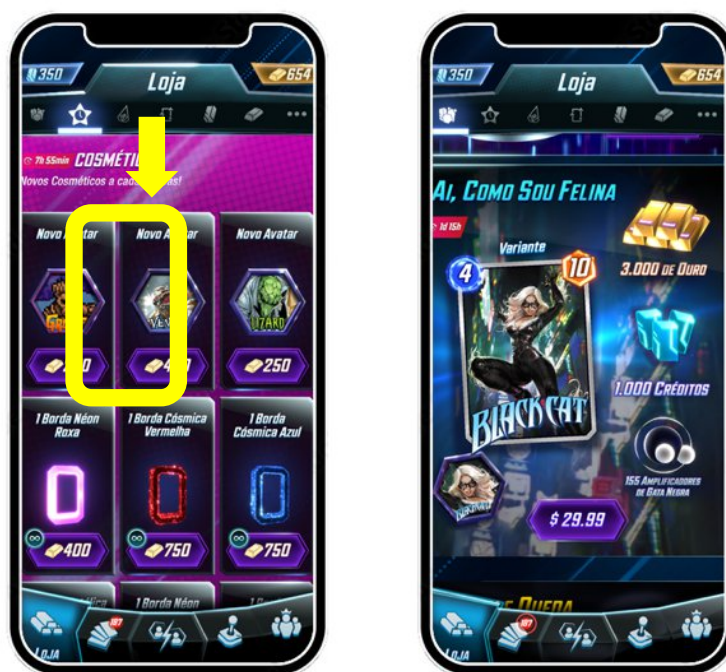
Fonte: captura de tela realizada em 25/09/2024 pelo autor em conta pessoal do Marvel Snap

¹ Conforme visto na matéria *Estúdio de Marvel Snap ganha US\$ 100 mi e projeta grande futuro* disponível na URL <<https://flowgames.gg/estudio-marvel-snap-ganha-100-mi-grande-futuro/>>. Acesso em 09/11/2024.

Essa mecânica de aquisição de barras de ouro, ilustrada na Figura 2, permite que a Niverse (publicadora chinesa do jogo) e a Second Dinner (estúdio estadunidense criador do game) gerem receita de forma contínua, mesmo oferecendo Marvel Snap gratuitamente. Em setembro de 2024, por exemplo, era possível adquirir aproximadamente 60 barras de ouro por US\$ 1, o que demonstra a relação das microtransações dentro do contexto do game².

Para entendermos com mais detalhes como se dá o fluxo de investimento monetário do game, vamos tomar como exemplo o avatar da personagem Venom que é mostrado em destaque na imagem da esquerda da Figura 3. Este bem digital custa 400 barras de ouro, ou seja, algo em torno de US\$ 6,60 (R\$ 36,30). Já o pacote especial intitulado “*Ai, como sou felina*” que vemos na imagem da direita oferece barras de ouro, carta variante especial da personagem Black Cat, créditos para evolução de ranking e uma imagem de avatar pelo preço de US\$ 29,99 (R\$ 165,00). Há, inclusive, alguns pacotes de itens em Marvel Snap que chegam a custar até US\$ 99,99 (R\$ 550,00) que incluem uma série de itens exclusivos e a possibilidade de progredir rapidamente no ranking de coleção do game.

Figura 3 – Imagens de áreas da loja virtual do game Marvel Snap



Fonte: captura de tela realizada em 25/09/2024 pelo autor em conta pessoal do Marvel Snap

² Em setembro de 2024, com base em índices do jornal Valor Econômico, a cotação do Dólar para o Real estava em US\$ 1 = R\$ 5,50. Ou seja, o pacote mais barato de barras de ouro do game Marvel Snap que custava US\$ 4,99, resultava em uma conversão de R\$ 27,50.

Nestes aspectos introdutórios sobre o game Marvel Snap, notamos que a estrutura do jogo possui uma miríade de bens digitais e é importante, para o desencadeamento deste artigo, conceituar como entendemos estes itens no contexto aqui proposto. Castells (2010, p. 59) caracteriza os bens digitais como ativos intangíveis, constituídos por dados e informações, que possuem existência exclusiva no âmbito digital - segundo o autor, a gama de bens digitais é vasta e abrangente, desde arquivos de texto e imagens até softwares complexos e moedas virtuais. A característica marcante desses bens é a sua replicabilidade infinita e a facilidade de distribuição em redes digitais. Nesse sentido, os itens disponíveis para venda na loja do jogo Marvel Snap (cartas variantes, bordas especiais, avatares etc.) se encaixam como exemplos desse tipo de bens, demonstrando como elementos virtuais podem adquirir valor econômico e social dentro de ecossistemas digitais específicos.

Além disso, o design do jogo é meticulosamente planejado para influenciar o comportamento do jogador e estimular o consumo. Mecânicas como ofertas por tempo limitado e sistemas de recompensa baseados em RNG (Random Number Generator)³, como as “variantes misteriosas”, criam um senso de urgência e expectativa, ativando ciclos de satisfação que motivam os jogadores a continuar engajados e a investir financeiramente. O modelo de monetização de Marvel Snap, embora centrado em itens cosméticos, compartilha características com outros sistemas controversos. A natureza aleatória de certas recompensas se assemelha aos sistemas “gacha”⁴, populares em jogos onde os jogadores investem na esperança de obter itens ou personagens raros. Ao mesmo tempo, o foco em personalização visual por meio da compra direta de variantes de cartas ecoa o bem-sucedido mercado de *skins* de jogos como Counter-Strike e Fortnite, onde os itens não alteram a jogabilidade, mas funcionam como importantes símbolos de status e identidade dentro da comunidade. Essa abordagem híbrida permite que Marvel Snap monetize tanto o desejo por exclusividade quanto o apelo da aleatoriedade.

³ Em games, RNG (sigla em inglês para *Random Number Generator*, ou Gerador de Números Aleatórios em uma tradução livre) é um sistema que cria resultados imprevisíveis, como se fosse um dado virtual. Ele é o que determina se algo vai acontecer ou não de forma aleatória. No entanto, vale frisar que o RNG em jogos é um algoritmo matemático e, no caso de Marvel Snap, pode mapear os dados dos usuários para exibir conteúdos mais relevantes e que sejam mais desejados pelos usuários. Conforme visto na matéria *Random Number Generation (RNG)* disponível na URL <[https://gameplay.fandom.com/pt-br/wiki/Random_Number_Generation_\(RNG\)](https://gameplay.fandom.com/pt-br/wiki/Random_Number_Generation_(RNG))>. Acesso em 03/09/2025.

⁴ Um jogo gacha é um tipo de jogo de videogame, comum em plataformas mobile, que incentiva os jogadores a gastarem dinheiro para receber itens virtuais aleatórios. O nome “gacha” vem de “gashapon”, que são máquinas de brinquedos populares no Japão que distribuem cápsulas aleatórias com brindes como miniaturas de personagens. A mecânica principal desses jogos é o sorteio. Você usa uma moeda virtual (que pode ser conquistada no jogo ou comprada com dinheiro real) para ter a chance de conseguir personagens, equipamentos, cartas ou outros itens valiosos para o contexto do game. A maioria dos itens que adquiridos são comuns e pouco úteis, mas existe uma pequena chance de conseguir itens raros e poderosos. Conforme visto na matéria *O que é um jogo gacha?* Disponível na URL <<https://canaltech.com.br/games/o-que-e-um-jogo-gacha/>>. Acesso em 03/09/2025.

No entanto, é fundamental destacar que a dimensão lúdica de Marvel Snap transcende a mera acumulação de itens virtuais. Seguindo a premissa básica de qualquer jogo, como defendem Santaella e Feitoza (2008, p.XIII), a imersão e a interação entre os jogadores são elementos cruciais para a construção de uma experiência significativa. A estrutura mecânica de *Marvel Snap* proporciona o arcabouço necessário para a exploração de diversos outros atributos, tornando-o mais do que um simples “álbum de figurinhas” digitalizado.

Ao oferecer uma variedade de itens cosméticos personalizáveis, as empresas por trás do game estimulam a criação de uma identidade única para cada jogador, fomentando a competição social e o engajamento com a comunidade de Marvel Snap. Essa dinâmica, que se assemelha a sistemas de status encontrados em outras plataformas online, incentiva os jogadores a investirem tempo e recursos no jogo para demonstrarem suas habilidades e conquistas. A possibilidade de exibir tais “troféus” para outros *players* cria um ciclo de recompensa e reconhecimento, contribuindo para a retenção dos jogadores e para a construção de uma comunidade potencialmente engajada e leal à marca; uma comunidade que, inclusive, não se restringe apenas a jogar Marvel Snap, mas também acompanhar outros tipos de conteúdo que tratam do jogo em fóruns, canais de YouTube, páginas de redes sociais etc.

Vale lembrar também, seguindo o raciocínio de Santaella (2017, p.3) que os jogos digitais forjam uma estética singular e distintiva, comparável à estética cinematográfica - tal analogia, frequente nos estudos de mídia, decorre não apenas da convergência entre narrativa e imagem em movimento, característica comum a ambos os meios, mas também da complexa colaboração de equipes multidisciplinares envolvidas em sua produção. Tal multidisciplinariedade gera possibilidades a serem exploradas em termos de aspectos visuais, narrativos e tecnológicos no contexto de Marvel Snap, configurando o game como um objeto que dialoga com diferentes audiências e atrai múltiplos tipos de interesse. Sem contar também que o fato de o jogo em questão ser 100% online, possui por trás de sua interface repleta de ludicidade o que Santaella (2017, p.100) denomina um “manto algorítmico”, um complexo sistema de códigos que busca entender em detalhes os comportamentos individuais de cada jogador para criar ofertas personalizadas diárias e estimular a prática de jogar e o consumo de bens digitais com maior precisão.

Com base nesses *features* do game colocamos a seguinte questão de pesquisa neste trabalho: como se articulam o entrelaçamento entre o consumo de bens digitais e a construção de capital social em plataformas de entretenimento como Marvel Snap? O objetivo deste trabalho é entender, por meio de entrevistas qualitativas em profundidade, como determinados jogadores valorizam - ou não valorizam - a experiência de construção identitária e pertencimento a uma comunidade que tem como

foco o jogo de cartas digital. No entanto, é preciso entender, antes disso, algumas dinâmicas relativas ao processo de experienciar um game em diferentes camadas.

2.OS CINCO PLANOS DO ATO DE JOGAR

Estudiosos como Huizinga (2001 [1938]), Caillois (1986 [1968]), Juul (2005) e Retondar (2013) entendem os jogos como práticas culturais intrínsecas à experiência humana e que estabelecem relações complexas com a sociedade. Estes autores ressaltam que os jogos têm servido como mecanismos de socialização, identidade e expressão cultural. Sejam eles analógicos ou digitais, os jogos moldam e são moldados pelos valores, crenças e estruturas sociais de uma determinada época. As relações entre jogos e sociedade são, portanto, dinâmicas e em constante transformação.

Além disso, vale destacar que, atualmente, os games exercem um papel fundamental na economia, se constituindo como uma indústria robusta com previsão de faturamento de US\$ 211 bilhões até o final de 2025⁵.

Os autores supracitados no início deste tópico são fundamentais para entendermos a relação entre aspectos da experiência humana e os jogos, mas, por questões metodológicas, e para entendermos com mais clareza como se dá o entrelaçamento entre os elementos de jogabilidade e aspectos sociais, trazemos para nossa discussão, especificamente, o pensamento de Nitsche (2008) que aponta que - na contemporaneidade - é preciso observar que a interação entre um jogador e um jogo molda um universo social complexo, composto por cinco dimensões distintas que o autor denomina como “cinco planos conceituais para a análise da estrutura de um jogo”. Segundo Nitsche (2008, pp.15-16), estes cinco planos são:

- A) O **plano de regras** que é a base matemática com os códigos do jogo, a física do mundo virtual e a inteligência artificial que definem as regras do game. A experiência de Marvel Snap é projetada em códigos que permitem que o jogo opere em PCs e smartphones de maneira online sempre colocando um jogador contra outro. Embora os *players* não precisem compreender os códigos que percorrem o sistema, é imprescindível que estes funcionem corretamente para que ocorra a fruição do título em questão.
- B) O **plano mediado** se refere à tela que faz as vezes de uma “janela” para o universo do jogo. O game de cartas digitais que analisamos neste trabalho oferece uma interface repleta de animações, cores, efeito visuais, sons e outros recursos que são estrategicamente propostos

⁵ Segundo o estudo *Global Games Market Report* do instituto de pesquisa holandês Newzoo disponível na URL <<https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-games-market-report-2024-free-version>>. Acesso em 09/11/2024.

para engrandecer a experiência do jogo. É no plano mediado, inclusive, que um jogador pode visualizar determinados bens digitais que adquiriu no decorrer de sua experiência jogando.

- C) O **plano ficcional** de Marvel Snap está conectado diretamente com as criações da Marvel Studios que povoam a interface do jogo. Ao jogar com personagens como Homem-Aranha, Wolverine, Mulher Invisível, Thor, Demolidor, Viúva Negra, Thanos e tantos outros, há uma proposta de consumo de narrativa que se faz presente e que, inclusive, pode ser um forte motivador para que um determinado *player* venha a investir em itens cosméticos para adornar as cartas de suas personagens preferidas.
- D) O **plano do jogar** representa a interação entre jogador-interface-*device* formando o circuito de experiência do game. Os comandos e escolhas do jogador acionam códigos que são traduzidos em ações em uma tela, permitindo que ele explore o mundo virtual e interaja com os elementos do jogo. No caso de Marvel Snap, a experiência de uma partida ocorre online contra outro jogador com uma média de três minutos de duração. O processo de customização das cartas e aquisição de bens digitais na loja virtual é algo também realizado sempre de maneira online. Ou seja, em Marvel Snap é preciso ter conexão com internet durante todo o tempo para que se possa experienciar o jogo.
- E) Por último, há o **plano social** que é um ponto fundamental quando abordamos a construção de um senso de pertencimento em comunidade e aquisição de bens digitais. A interação com outros jogadores em Marvel Snap amplia a experiência como um todo. As partidas online contra pessoas de diferentes lugares do mundo, rankings e troféus virtuais criam um senso de comunidade e competição. Nesse sentido, os bens virtuais como as cartas variantes e outros itens cosméticos funcionam, potencialmente, como um combustível que fomenta o engajamento no ecossistema do game.

Estes cinco planos são indissociáveis quando observamos a experiência de Marvel Snap ou qualquer outro game. Estamos dando ênfase neste artigo às questões de pertencimento social e entretenimento mediante a aquisição de bens digitais no jogo, que configuram como elementos importantes quando observamos o **plano social** proposto por Nitsche. No entanto, sem os demais planos, não há a experiência de jogo, tampouco interação social entre os *players*.

Sendo assim, é possível observar que há uma complexa relação entre elementos tecnológicos e sociais neste contexto que molda uma comunidade de jogadores que partilham um interesse em comum.

Entendemos que, além da experiência de fruição/competição do game, há ainda a possibilidade de uma imersão e participação nesta comunidade que vai além dos fatores puramente lúdicos.

3.A CONSTRUÇÃO DE CAPITAL SIMBÓLICO E O CONSUMO DE BENS DIGITAIS

Com base nas ideias de Nitsche (2008) e visando aprofundar a compreensão das dinâmicas sociais presentes em Marvel Snap, recorreremos à perspectiva de Bourdieu (2010), que propõe uma analogia entre os campos sociais e os campos de jogos. Segundo o sociólogo francês, as relações sociais se estruturam em campos de disputa, nos quais os indivíduos ocupam posições diferenciadas e competem por recursos simbólicos. Assim como em um jogo, as regras e as estratégias empregadas pelos jogadores são cruciais para a obtenção de vantagens e a manutenção de suas posições. A esse respeito é interessante notar a aproximação estabelecida entre o pensamento de Bourdieu e as concepções sobre o universo lúdico trabalhadas por Huizinga (2001 [1938]):

Em seu famoso livro, *Homo Ludens*, Huizinga observa que, a partir de uma etimologia falsa, ‘*illusio*’, palavra latina que vem da raiz *ludus* (jogo), poderia significar estar no jogo, estar envolvido no jogo, levar o jogo a sério. A *illusio* é estar preso ao jogo, preso pelo jogo, acreditar que o jogo vale a pena ou, para dizê-lo de maneira mais simples, que vale a pena jogar (BOURDIEU, 2010, p. 139).

Ludus (jogo) dá origem ao termo *illusio*. No entanto, *illusio* não é tomado, como se poderia pensar, como sinônimo de ilusão: erro cognitivo que toma a realidade por algo que ela não é. Muito pelo contrário. É um termo usado para indicar a comunhão real que é estabelecida entre o jogador e o jogo: *illusio* mostra quão preso está o jogador ao jogo. Nesse sentido, o termo está intimamente relacionado às noções de interesse e de investimento (BOURDIEU, 2010).

O consumo de bens digitais no jogo Marvel Snap, por exemplo, transcende a mera satisfação estética. Ao exibir uma carta variante ou item cosmético diferenciado, o jogador sinaliza aos demais participantes da comunidade sua inserção em determinadas práticas culturais e sua capacidade de investimento no game. Essa ação pode ser interpretada como uma forma de acumulação de capital simbólico, um conceito central na teoria de Bourdieu. Ao investir tempo, dinheiro e esforço na obtenção de cartas exclusivas, o jogador demonstra seu pertencimento a um grupo específico de jogadores, reforçando sua identidade e status dentro da comunidade (BOURDIEU, 2010).

Neste contexto, adquirir bens digitais está de acordo com as ideias de Sassatelli (2010) que nos convida a pensar o consumo como um fenômeno complexo que transcende a simples aquisição de produtos. O consumo, nesse sentido, engloba um amplo espectro de ações que vão desde a escolha e aquisição até o uso, a manutenção e o descarte dos bens. Além disso, o consumo também envolve práticas simbólicas e imaginárias, como o desejo e a fantasia. Ao adotar essa perspectiva, entendemos

o consumo como um processo social que não apenas satisfaz necessidades materiais, mas também constrói identidades, estabelece relações sociais e confere significado à vida cotidiana. Nesse contexto, o consumo não está ligado apenas aos objetos físicos, mas abrange também bens imateriais, como serviços, experiências ou os bens digitais presentes na interface de nosso objeto de estudo.

Em consonância com as ideias de Sassatelli, Matta (2012) também argumenta que o consumo não se limita à aquisição de bens materiais, mas se estende ao consumo de informação e de bens simbólicos. Essa visão mais abrangente do consumo tem sido fundamental, inclusive, para o desenvolvimento de campos como a sociologia e a antropologia do consumo, que o estudam como um processo socialmente construído e culturalmente mediado. Ao contrário da visão economicista, que o concebe como um fenômeno natural e universal, essas disciplinas destacam a diversidade e a historicidade das práticas de consumo (MATTA, 2012, p.15).

Entrelaçando as ideias de Sassatelli e Matta, também trazemos Baccega (2009) para nossa discussão que argumenta que os atos de consumo envolvem um processo de significação social. Segundo a autora (BACCEGA, 2009, p.114), tanto um produto quanto um signo linguístico são incompletos por si só e adquirem significado no contexto de suas respectivas práticas sociais, afinal de contas, ao consumir um produto, o indivíduo não apenas satisfaz uma necessidade, mas também expressa sua identidade, seus valores e suas relações sociais. Dessa forma, o consumo (de um bem físico ou digital) se torna um meio de comunicação e de construção de sentido, no qual os objetos adquirem valor simbólico e contribuem para a formação de comunidades e culturas.

Por fim, pontuando este tópico sobre a construção de capital simbólico e o consumo de bens digitais, apresentamos o raciocínio de Vartanova (2015) que evidencia a influência da produção e do consumo de informação em diferentes grupos sociais, com destaque para aqueles envolvidos com tecnologias digitais. Essa “sociedade digital”, segundo a autora (VARTANOVA, 2015, p.16), fomenta a conexão e o acesso a uma vasta gama de conteúdos, impactando a vida pessoal e profissional dos indivíduos. No contexto dos jogos digitais, como Marvel Snap, essa dinâmica se torna ainda mais evidente, pois os jogadores, inseridos nesse ambiente, têm suas experiências sociais e individuais significativamente moldadas pelo conteúdo simbólico/digital consumido. Essa característica torna tais jogadores um público atrativo para empresas e organizações que buscam captar sua atenção e direcionar esforços de comunicação sobre marcas, produtos (materiais ou digitais) e serviços. No caso de Marvel Snap, faz com que as empresas envolvidas na produção e distribuição do jogo estejam sempre criando itens digitais para a audiência que valoriza este tipo de experiência com o intuito de sempre mantê-la engajada e interagindo com o game. Estes aspectos serão aprofundados no próximo tópico, que traz as entrevistas realizadas para este artigo.

4. UMA INVESTIGAÇÃO QUALITATIVA SOBRE MARVEL SNAP

Em estudo não-participativo sobre o game Marvel Snap, Mastrocola (2024) observou em alguns fóruns de discussão do site Reddit⁶ como determinados jogadores da comunidade, entre outras atividades, se engajavam em discussões sobre a ideia de adquirir bens digitais no jogo gastando dinheiro na atividade. O estudo, apesar de sinalizar ideias interessantes sobre o tema, não oferece profundidade de respostas, já que não há interação direta com os usuários da plataforma.

Com base nisso, entendemos que ouvir os usuários do game por meio de entrevistas qualitativas em profundidade pode revelar um caminho - potencialmente - mais amplo para a discussão sobre o tema de aquisição de bens digitais e encontrar pistas sobre como estes bens operam como uma espécie de moeda de socialização no contexto do jogo. Pois, como lembram Cote e Raz (2015, p.93) é sempre importante lembrar que videogames são fundamentalmente interativos, dependendo da comunicação entre o jogador e seu personagem, o jogador e o conteúdo e até mesmo jogadores entre si; e é fundamental ponderar que enquanto os jogos são desenvolvidos por uma empresa, pelo menos parte de seu significado e importância é criada quando determinados indivíduos desfrutam da experiência proposta.

Com base nisso, buscamos nesse artigo refinar questões prévias apontadas por Mastrocola (2024) utilizando entrevistas qualitativas em profundidade para entender como a aquisição de bens digitais em Marvel Snap gera potenciais estratégias de construção de capital social, inserção em círculos sociais específicos e engajamento com uma propriedade intelectual (no caso, as personagens da Marvel Studios). O método qualitativo, para os fins deste trabalho, busca uma maneira de entender estes temas ouvindo jogadores em entrevistas que possuem uma sequência específica de perguntas. Para tanto, adaptamos um modelo proposto pelas pesquisadoras Cote e Raz (2015) que – originalmente – foca em entrevistas qualitativas para testes de jogos, mas que se ajusta de maneira satisfatória aos interesses de nosso trabalho. Também utilizamos as bases do trabalho de netnografia de Kozinets (2014) para dar sustentação ao modelo das autoras citadas, assim como uma consultoria

⁶ O site Reddit, disponível na URL <<https://www.reddit.com/>> é uma plataforma online que funciona como uma extensa coleção de fóruns, cada um dedicado a um tema específico, chamados de *subreddits*. Nesses fóruns, os usuários podem postar links, imagens, vídeos e textos, além de comentar e votar nos conteúdos dos outros. Essa votação influencia a ordem em que os posts aparecem, fazendo com que os mais populares subam para o topo. O Reddit é conhecido por sua diversidade de tópicos, desde notícias e ciência até hobbies e cultura pop, e pela interação intensa entre os usuários, que podem criar comunidades engajadas em torno de interesses específicos.

fornecida por Guilherme Guimarães de Almeida, profissional especialista de pesquisa de mercado com público *gamer* da empresa Seeds Market Research⁷.

Com base no modelo de Cote e Raz (2015, p.104), um roteiro objetivo de entrevista qualitativa para investigar comportamentos de *players* com games específicos pode ser elaborado com base na seguinte estrutura:

- A) Uma apresentação formal do que será abordado na entrevista;
- B) Uma série de perguntas de “aquecimento” para deixar o participante à vontade e construir empatia. Alguns exemplos que as autoras usam são “Há quanto tempo você joga videogames?” e “Qual é uma das suas memórias favoritas com games?”;
- C) Perguntas substantivas para coletar dados mais profundos que respondam às perguntas de pesquisa. Ressaltamos que este item é nuclear para as entrevistas deste trabalho, pois será referente às questões de aquisição dos bens digitais, razões para adquirir tais bens, quais são as sensações que envolvem este ato de consumo etc.;
- D) Perguntas demográficas para coletar e-mail, telefone ou autorização para utilização do material discutido.

Com base nas ideias das autoras, elaboramos o seguinte roteiro para as entrevistas deste artigo:

- A) Olá, <NOME>. Hoje vamos falar um pouco sobre o game Marvel Snap e os bens digitais no contexto do jogo. Esta entrevista será gravada e gostaria de saber se você autoriza a transcrição dela para fins acadêmicos e a publicação do áudio da nossa conversa em formato de *podcast* no YouTube. O foco da nossa entrevista é sobre a aquisição de cartas variantes, bordas com efeitos especiais, avatares de personagens e coleções de cartas de personagens específicas. Vamos discutir o quanto estes elementos são importantes para a sua experiência com o game. Vamos lá?
- B) Antes de começarmos a falar especificamente sobre Marvel Snap, me conte um pouco sobre seus games favoritos. Me fale desde quando você joga e conta um pouco sobre uma experiência marcante envolvendo algum jogo que você teve.
- C) Agora, especificamente sobre o game Marvel Snap, eu gostaria que você comentasse alguns pontos específicos:
 - c1) O que você acha dos bens digitais do game? As cartas variantes, as bordas especiais, avatares etc. Para você, são elementos que acrescentam ou não acrescentam nada na experiência do jogo? Me fale sobre isso.
 - c2) Você costuma gastar dinheiro no jogo para aquisição destes bens digitais?

⁷ O site da empresa Seeds pode ser acessado na URL <<https://seedsmr.com/>>. Acesso em 09/11/2024.

- c3) Qual a sensação de jogar contra um oponente que nitidamente investe recursos para customização de suas cartas?
- c4) Qual a sensação de adquirir os bens digitais do jogo?
- c5) Há algum tipo de carta, efeito cosmético ou avatar do jogo que você gostaria de ter, mas ainda não conseguiu?
- c6) Ao adquirir bens digitais do game, você se sente mais parte da comunidade do jogo? Você sente que se engaja mais na atividade?

D) Obrigado pela assinatura do termo de consentimento e pelo seu tempo. Assim que o texto estiver publicado, vou enviar o link com o material completo para você.

Com base neste roteiro, foram realizadas quatro entrevistas de maneira online no período de 24 até 27 de setembro utilizando a plataforma Microsoft Teams⁸. Os áudios das entrevistas foram agrupados em um formato de *podcast* e estão disponíveis junto com as transcrições das falas dos entrevistados e o termo de consentimento da entrevista em uma página online para consulta complementar ao conteúdo deste artigo⁹. A pesquisa seguiu todos os preceitos éticos, e os entrevistados foram informados sobre os objetivos do estudo, concordando em participar e autorizando a divulgação de seus nomes e áudios para fins acadêmicos por meio da assinatura de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)¹⁰.

O critério de seleção dos entrevistados se baseou em alguns fatores: ser jogador do game Marvel Snap, trabalhar/estudar em área correlacionada ao universo dos games ou tecnologia e possuir idade entre 18 e 25 anos – faixa que monta a maior parte do público jogador segundo o site Stream Charts¹¹. Com base nesses aspectos, foi direcionado um convite em redes internas de duas faculdades que o autor leciona: PUC-SP e ESPM-SP. Em retorno ao convite, foram selecionados para as entrevistas quatro *players*: A) Pietro Caus, 20 anos, estudante da graduação de Jogos Digitais da PUC-SP; B) Vinícius Almeida, 23 anos, graduado em Jogos Digitais da PUC-SP e desenvolvedor Unreal na empresa liveX360; C) Giovanna Souza Gomes, 21 anos, estudante da graduação de Sistemas de Informação da ESPM-SP; D) Ricardo Eller, 25 anos, estudante da graduação de Sistemas

⁸ A escolha do Microsoft Teams se deu pelo fato da ferramenta oferecer um sistema de transcrição de áudio automático com inteligência artificial e por ser um aplicativo que todos os entrevistados possuíam instalados em seus computadores e/ou smartphones. A transcrição automática utilizando recursos de IA gerou um ganho de tempo significativo para o processo de composição deste artigo.

⁹ Este material pode ser acessado na URL <<https://vincevader.net/snap/index.html>>. Acesso em 09/11/2024.

¹⁰ Os quatro termos de consentimento assinados e autorizados pelos entrevistados podem ser acessados nas URLs a seguir: Giovanna Souza Gomes <<https://vincevader.net/snap/termo01.png>>, Pietro Carvalho Caus <<https://vincevader.net/snap/termo02.png>>, Ricardo Eller Vaz Penteado <<https://vincevader.net/snap/termo03.png>> e Vinicius Gonçalves de Almeida <<https://vincevader.net/snap/termo04.png>>.

¹¹ Conforme visto na URL <<https://streamscharts.com/games/marvel-snap>>. Acesso em 09/11/2024.

de Informação da ESPM-SP. Todos os entrevistados assinaram o termo de consentimento e concordaram em ter seus nomes e os áudios de suas entrevistas divulgados na íntegra para fins acadêmicos deste artigo.

A seguir, apresentamos uma síntese dos principais *insights* encontrados durante o processo de entrevistas de caráter qualitativo.

5. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

As perguntas de abertura de nosso roteiro, na qual todos foram questionados sobre seus jogos favoritos e há quanto tempo jogam videogame, revelam que os quatro entrevistados possuem uma conexão com o universo dos games desde a infância. Todos afirmam, em tom entusiasmado, que começaram jogando desde muito novos e foram gostando cada vez mais do *hobby* conforme foram crescendo. É nítido pela empolgação da voz dos quatro entrevistados que as memórias com os games que eles apresentam na entrevista fazem parte de momentos felizes de suas vidas. Estas declarações se mostram como uma validação que os quatro selecionados formam um grupo com características que realmente atendem aos propósitos deste trabalho.

Em relação à primeira pergunta (c1), que trata especificamente de Marvel Snap e propõe uma reflexão sobre bens digitais do game e se eles são elementos que acrescentam ou não acrescentam algo na experiência do jogo, os quatro entrevistados afirmam categoricamente que os bens digitais são uma peça fundamental do título e veem eles como um aspecto importante para incrementar a experiência com o jogo. Nesse sentido dois comentários¹² merecem destaque:

Para mim, o Marvel Snap consegue usar muito bem isso dentro da experiência do jogador. Ele utiliza o meio de *upgrade* das suas cartas como um método de você conseguir cartas novas. Isso faz muita diferença na sua *gameplay*. Então, assim: eu preciso adquirir tal variante ou comprar o passe ou comprar uma borda diferente para conseguir aumentar o nível da minha coleção e ter cartas novas, pra mim, faz muita diferença isso. – Pietro Caus

... as variantes e as bordas é algo que eu acho superlegal! Recentemente, eu comprei minha primeira variante suprema do Jeff¹³ e coloquei uma borda paga também nele. Então, toda vez que eu jogo essa carta eu sinto uma felicidade em ter e estar jogando essa carta do jeitinho que eu queria ela! – Vinícius Almeida

Vinícius Almeida, inclusive, pontua que ter conseguido adquirir a carta especial e customizá-la com adereços cosméticos especiais gera um sentimento de “felicidade”. Aqui, encontramos ecos

¹² Os comentários foram reproduzidos no artigo conforme foram transcritos e sem nenhuma alteração, visando preservar o fator de autenticidade e espontaneidade dos entrevistados.

¹³ Uma personagem dos quadrinhos da Marvel Comics.

de Sassatelli (2010) mencionados no terceiro tópico: o entrevistado, apesar de estar consumindo um bem imaterial/digital, sente uma satisfação que pode ser tão ou mais intensa do que adquirir um bem físico. Ter a carta com os elementos cosméticos desejados gera a satisfação de uma conquista, porque o jogo possui importância para quem está envolvido nele conforme as ideias de Bourdieu (2010) também mencionadas.

Em relação à segunda pergunta sobre o jogo (c2), na qual os entrevistados foram questionados se gastam dinheiro adquirindo os bens digitais do jogo, apenas Giovanna Souza Gomes diz não ter investido um centavo no game desde que começou a jogar, mas deixa claro que isso nunca atrapalhou sua experiência com Marvel Snap. Pietro Caus relata que chega a gastar - em média - R\$ 50,00 por mês. Ricardo Eller aponta que gasta muito pontualmente quando há alguma carta disponível de uma personagem que ele se identifica muito e Vinícius Almeida comenta que compra itens digitais cosméticos com regularidade e que, inclusive, o faz frequentemente em todos os jogos que possuem este tipo de recurso.

Quando questionados sobre a sensação de jogar contra oponentes que nitidamente investem recursos para customização de cartas (pergunta c3), temos algumas reações que merecem destaque, pois elas alternam entre uma sensação de incredulidade em relação a investir muito dinheiro em bens digitais e uma certa sensação de “inveja” ao visualizarem oponentes que investem mais recursos monetários para adquirir os bens recentes ou uma quantidade alta de bens cosméticos. Nesse caso, apresentamos frases dos quatro entrevistados que sinalizam isso:

É bem curioso porque realmente dá mais vontade de você querer ter cartas diferentes. (risos) Isso é algo que realmente pega no inconsciente. (...) É realmente é algo que pega e você acaba sendo incentivado a querer gastar mais. – Ricardo Eller

Ah, assim, vou te falar, às vezes dá um pouco de raiva, né? (risos) Porque você olha assim o cara e, sei lá, ele tem um deck específico aí, tipo um deck de destruição. Aí o cara tem todas as cartas de destruição preto e branco com a variante com bolinhas escuras! Aí, eu falo: “mano, esse cara gastou quanto tempo e dinheiro pra fazer isso”, entendeu? Aí você fala: “mano é, impossível! Ele é muito dedicado!” – Pietro Caus

Ai, essa parte é triste! (risos) Ai, o que me deixa mais triste, nem é a customização da carta em si é quando eles gastam para ter os *emotes* diferentes¹⁴. - Giovanna Souza Gomes

Olha, algumas eu acho um pouco demais. Porque tem a situação do dólar e como está valorizado isso. Algumas coisas são só para as “baleias” do jogo, por assim dizer, tipo, os pacotes de 500 reais. Acho muito legal quando eu vejo alguma dessas *skins* em jogo, mas ao mesmo tempo eu olho e falo “aí já é loucura demais”. Por ser

¹⁴ Os *emotes* são pequenas imagens das personagens da Marvel que um jogador pode enviar para o outro durante uma partida. Há *emotes* de provocação, de comemoração, de frustração, de sarcasmo etc.

muito dinheiro investido em talvez algo que não valha tanto a pena. – Vinícius Almeida

Já na questão que trata da sensação de adquirir os bens digitais do jogo (c4), os entrevistados trazem colaborações importantes que sinalizam o quanto estão emocionalmente conectados à experiência de Marvel Snap. Giovana Souza Gomes diz que é muito bom poder colecionar cartas de uma personagem específica e suas variantes. A estudante conta que possui várias versões do herói Wolverine e que vai investir sempre em adicionar diferenciais cosméticos nelas para que elas possam se destacar nas partidas e ainda ressalta este fato com o seguinte comentário:

Tanto é que em cada deck e eu tenho uma variante diferente, porque eu penso que não consigo ficar só usando uma. Eu tenho que usar pelo menos uma em cada deck, porque todas elas estão no meu coração! Eu realmente gosto muito!

Já Ricardo Eller diz que a sensação de adquirir os bens digitais do jogo vem junto com uma sensação de “empolgação”. Pietro Caus relata que adquirir os bens digitais é uma ótima experiência, mas o estudante enfatiza que a melhor sensação é poder olhar para sua coleção de cartas customizadas e pensar “hummm, essa aqui ninguém tem”. Vinícius Almeida descreve de maneira entusiasmada como é para ele a sensação de adquirir bens digitais no game:

É muito boa, é muito boa! Ainda mais quando, por exemplo, eu jogo a *skin* que eu customizei, gastei um monte de dinheiro e o adversário manda um *emotizinho* de coração nela. (risos) Putz! Você fala: “nossa!”. E é gostoso você ter um deck inteiro cheio de variantes do jeito que você quer. Dá uma característica mais pessoal pro jogo.

A pergunta sobre algum tipo de carta, efeito cosmético ou avatar do jogo que os entrevistados gostariam de ter (c5), mas ainda não conseguiram gerou declarações sobre os personagens/efeitos que eles possuem mais conexão. Vinícius Almeida se diz fã de qualquer tipo de carta que possua imagem de fundo ou borda dourada. Ricardo Eller comenta que gostaria de ter o maior número de cartas com estilo de arte em pixels. Giovanna Souza Gomes gostaria de ter a carta da personagem Marvel Boy e Pietro Caus menciona que tem muita vontade de conseguir uma carta da personagem Galactus que vem com a arte no formato de uma revista em quadrinhos.

Por último, a questão “Ao adquirir bens digitais do game você se sente mais parte da comunidade do jogo? Você sente que se engaja mais na atividade?” (c6) resulta em uma resposta unânime por parte dos entrevistados: sim, todos se sentem mais parte da comunidade de Marvel Snap e possuem uma ideia clara de que estão mais engajados com o game por conta da aquisição desses bens digitais. Alguns comentários que merecem destaque sobre essa pergunta são:

Ah, com certeza, com certeza. Porque eu gosto de ver também os vídeos de baralhos do momento, né? Então eu acho que quando você acaba gastando dinheiro, comprando as variantes diferentes e *upando* seu nível de carta, você fica mais dentro da comunidade, ainda mais eu, que sou muito competitivo e gosto sempre, de estar, tipo, no ranking infinito, estar dentro das ligas pra competir. Eu acho que faz diferença isso. – Pietro Caus

Ah, eu sinto, eu sinto. Ainda que eu não tenha os *emotes* e tudo mais, uma das coisas que eu acho muito legal nas partidas é que tem como você reagir às cartas, reagir aos lugares. Então eu acho muito legal quando, tipo, eu jogo uma carta, é uma carta bem customizada minha, que tem uma borda legal, tem uma variante legal e alguém reage com tipo “caraca, que carta da hora!” – Gioavanna Souza Gomes

Sim, querendo ou não, sim, porque algumas *skins* ou algumas variantes são sonho de consumo de vários jogadores. A *skin* do Iron Man, do conjunto com o Knull, que lançou recentemente é maravilhosa! Todo mundo que vê essas *skins* fica louco. Então eu acho que sim. Faz parte da comunidade mostrar a variante e, além do mais, aqui pode acontecer de vir uma variante para a mesma carta, então você pode escolher qual agrega mais pra sua personalidade, qual você gosta mais. – Vinícius Almeida

Sim, eu diria que sim. Que aí eu, quando eu encontro os meus amigos, aí eu fico vendo o que cada um se dispôs a gastar e (...) como eu falei, como ficou a composição do deck com os visuais. Realmente faz com que o assunto volte à tona sempre para tratar do visual das cartas. – Ricardo Eller

As quatro entrevistas realizadas para este artigo, forneceram alguns *insights* interessantes para pensarmos sobre a relação entre bens digitais, consumo e entretenimento. Por meio das palavras dos entrevistados, tivemos oportunidade de aprofundar alguns aspectos sobre a experiência de Marvel Snap, conforme iremos discutir em nosso último tópico. Um ponto de destaque nas falas dos entrevistados é a correlação entre a aquisição de bens cosméticos e a percepção subjetiva da própria experiência de jogo. Embora as variantes de cartas em Marvel Snap não ofereçam vantagens de desempenho, um fator que diferencia o jogo de modelos *pay-to-win*¹⁵, os jogadores relatam um aumento na “felicidade” e “empolgação” ao utilizar seus itens personalizados. Essa satisfação emocional, por sua vez, parece influenciar positivamente o engajamento e a frequência com que jogam. A exibição de uma carta rara ou de uma coleção customizada funciona como um marcador de

¹⁵ Um jogo *pay-to-win* (ou P2W como é comumente abreviado) é um tipo de jogo, geralmente online e gratuito, no qual os jogadores podem gastar dinheiro para obter vantagens significativas e diretas nas partidas. Diferente de jogos que vendem apenas itens cosméticos ou atalhos que não afetam a performance do jogador, um jogo P2W permite que a compra de itens, equipamentos ou moedas virtuais conceda uma superioridade imediata sobre jogadores que não pagam. Isso cria um desequilíbrio, no qual a habilidade do jogador se torna menos importante do que a capacidade de gastar dinheiro, prejudicando a competitividade e a experiência para aqueles que preferem jogar sem gastar. Conforme visto em *O que são jogos pay to win (P2W)? Entenda o que é, exemplos e polêmicas* disponível na URL <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/10/o-que-sao-jogos-pay-to-win-p2w-entenda-o-que-e-exemplos-e-polemicas.ghtml>>. Acesso em 03/09/2025.

dedicação e capital simbólico, reconfigurando as interações sociais dentro da partida. Um oponente que exhibe uma determinada coleção é, potencialmente, percebido como muito dedicado, alterando a dinâmica psicológica do confronto, mesmo sem qualquer alteração mecânica no jogo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar a relação entre o consumo de bens digitais e a construção de capital social no jogo Marvel Snap. Por meio de entrevistas qualitativas em profundidade, buscamos entender como determinados jogadores valorizam (ou não valorizam) a experiência de construção identitária e pertencimento a uma comunidade que tem como foco este jogo de cartas digital. A partir da análise de entrevistas com os quatro jogadores, concluiu-se que a aquisição de itens cosméticos influencia significativamente a experiência e o senso de pertencimento à comunidade do game evidenciando o papel do consumo como um mecanismo de construção de identidade e status social nesse contexto.

No entanto, é importante ressaltar que este estudo possui limitações que abrem caminhos para futuras investigações. A amostra, focada em quatro entrevistados com idades entre 18 e 25 anos e com vínculo acadêmico, restringe a generalização dos achados. Futuros estudos poderiam se beneficiar de uma amostra mais ampla e diversificada em termos de faixa etária, formação educacional e *background* cultural, permitindo avaliar como a percepção e o consumo de bens digitais variam entre diferentes grupos demográficos. Além disso, o foco exclusivo em Marvel Snap limita a comparação com outros ecossistemas de jogos. Análises comparativas com jogos que possuem diferentes modelos de monetização e comunidades poderiam gerar resultados distintos e aprofundar a compreensão sobre o fenômeno.

De toda forma, entendemos que resultados desta pesquisa possuem implicações potencialmente relevantes para determinadas empresas desenvolvedoras de games. Ao compreender a importância dos bens digitais na construção da experiência do jogador e na formação de comunidades, estas empresas podem desenvolver estratégias de monetização mais eficazes e personalizadas. Além disso, os resultados deste estudo podem servir como referência para que determinadas empresas desenvolvedoras de games promovam experiências sociais mais engajadoras e significativas.

Adicionalmente, a análise do sistema de aquisição de bens digitais em Marvel Snap oferece *insights* relevantes para mercados emergentes, como os ecossistemas de metaverso, por exemplo. Enquanto plataformas como o Horizon Worlds¹⁶ da empresa Meta enfrentam dificuldades iniciais

¹⁶ Plataforma disponível na URL <<https://horizon.meta.com/>>. Acesso em 03/09/2025.

para engajar consumidores, jogos como Marvel Snap demonstram um sucesso notável ao ancorar o valor de seus bens digitais em um elemento lúdico robusto e em uma propriedade intelectual consolidada. O sucesso do game sugere que a utilidade simbólica e social dos itens virtuais é potencializada quando integrada a uma experiência de entretenimento intrinsecamente motivadora, uma lição crucial para o desenvolvimento de economias sustentáveis em ambientes virtuais futuros, que não podem depender apenas da promessa de propriedade digital, mas devem oferecer valor experiencial concreto.

Este artigo evidenciou que a aquisição de itens cosméticos desempenha um papel relevante na formação da identidade social dos jogadores e na intensificação de seus laços com a comunidade do game. Ao se apropriarem de bens digitais que permitem personalização de conteúdo, os *players* demonstram sua afiliação a determinados grupos sociais dentro do jogo, reforçando sua identidade e status.

Ao adotarmos a perspectiva teórica de Bourdieu (2010), este estudo contribui para a compreensão de como os jogos digitais funcionam como campos de disputa simbólica, nos quais os jogadores competem por capital social por meio da aquisição e exibição de seus bens digitais. Além disso, a pesquisa corrobora os estudos de Baccega (2009), Sassatelli (2010) e Matta (2012) sobre o consumo como um processo de construção de significado e identidade.

Por fim, este estudo demonstra a complexidade das relações entre jogos, consumo e sociedade. Ao analisar o caso específico do Marvel Snap, evidenciamos como o consumo de bens digitais transcende a mera aquisição de produtos, desempenhando um papel fundamental na construção de identidades sociais e na formação de comunidades online.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACCEGA, Maria Aparecida. Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo. *Animus* (Santa Maria Online), v. 15, p. 1-15, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papyrus, 2010.

CAILLOIS, Roger. **Los juegos y los hombres**: la máscara y el vértigo. Ciudad de Mexico: Fondo de Cultura Económica, 1986.

CASTELLS, Manuel. **The rise of the network society**: the information age - economy, society, and culture. New Jersey: Wiley-Blackwell, 2009.

COTE, Amanda; RAZ, Julia. In-depth interviews for game research. IN: LANKOSKI, Petri; BJÖRK, Staffan (Eds.). **Game research methods**: an overview. Halifax: ETC Press, 2015. p.93-117.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

JUUL, Jesper. **Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds**. USA: MIT Press, 2005.

KOZINETS, Robert. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online (métodos de pesquisa)**. Porto Alegre: Penso, 2014.

MASTROCOLA, Vicente Mastrocola. O consumo simbólico de bens digitais no game Marvel Snap. In: COGO, Denise; CASADEI, Eliza Bachega; ALMEIDA, Gabriela; HOFF Tânia. (Org.). **Dinâmicas e Perspectivas das Interfaces Comunicação e Consumo**. Porto Alegre: Sulina, 2024.

MASTROCOLA, Vicente Martin. **Game design: modelos de negócio e processos criativos - um trajeto do protótipo ao jogo produzido**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

MATTA, João Schiavon. **Mal-estar na adolescência: jovens de agendas lotadas nas redes sociais**. São Paulo: PUC-SP, 2012. 257 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2012.

NITSCHKE, Michael. **Videogame spaces: image, play and structure in 3D worlds**. Massachusetts: MIT Press, 2008.

RETONDAR, Jeferson. **Teoria do jogo: a dimensão lúdica da existência humana**. Petrópolis: Vozes, 2013.

SANTAELLA, Lucia. Game art in the context of digital art. **DAT Journal**, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 3–14, 2017. DOI: 10.29147/2526-1789.DAT.2017v2i1p2-13. Disponível em <<https://datjournal.anhembri.br/dat/article/view/38>>. Acesso em 27/09/2024.

SANTAELLA, Lúcia. A cultura digital na berlinda. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassallo; KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Orgs.). **Comunicação, cultura e mídias sociais**. São Paulo: ECA-USP, 2015. p.93-101.

SANTAELLA, Lucia; FEITOZA, Mirna. **Mapa do Jogo: a Diversidade Cultural dos Games**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SASSATELLI, Roberta. **Consumer culture: history, theory and politics**. London: Sage, 2010.

VARTANOVA, Elena. Media in digital society: challenges of active audiences. **Global Media Journal - Slovak Edition**, Bratislava, v.3, n.1, p. 16-27, 2015.

Informações sobre o Artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese: este artigo é fruto de pesquisa de pós-doutorado realizado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo no Programa de Tecnologias da Inteligência e Design Digital.

Fontes de financiamento: não se aplica.

Apresentação anterior: não se aplica.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: não se aplica

Vicente Martin Mastrocola

Professor de game design na graduação de Jogos Digitais da PUC-SP. É autor de 8 livros sobre o tema e também trabalha como game designer criando jogos de tabuleiro e digitais.

E-mail: vincevader@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0394-8924>