

<https://doi.org/10.47456/simbitica.v12i2.46681>

Entretenimento e consumo: adquirindo bens digitais e criando distinção social no game Marvel Snap

Entertainment and consumption: acquiring digital goods and creating social distinction in the game Marvel Snap

Entretenimiento y consumo: adquiriendo bienes digitales y creando distinción social en el juego Marvel Snap

Vicente Martin Mastrocola

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Resumo Este estudo tem como objeto empírico o game Marvel Snap. Nele, analisamos como a aquisição de bens digitais influencia a experiência do jogador e as dinâmicas sociais dentro da comunidade do jogo por meio da venda de cartas e itens cosméticos em uma loja virtual. Apoiamo-nos em autores como Bordieu (2010), Castells (2009), Castro (2012; 2014), Flanagan (2009), Mastrocola (2015; 2016; 2024) e Santaella (2008; 2014; 2015) investigamos como a aquisição de bens digitais pode conferir distinção social neste contexto. A partir de uma observação não-participativa, adaptando ideias de Kozinets (2014) no site Reddit, concluímos que os bens digitais em jogos como Snap desempenham um papel importante na construção da identidade do jogador e no fortalecimento da comunidade. Portanto, configura-se como um modelo escalável para o jogo Marvel Snap, permitindo que a marca maximize o potencial de sua propriedade intelectual.

Palavras-chave: Bens Digitais; Marvel Snap; Distinção Social; Comunicação e Consumo.



Abstract This study empirically examines the game Marvel Snap. It analyzes how the acquisition of digital goods, through the sale of cards and cosmetic items in a virtual store, influences the player's experience and the social dynamics within the game's community. Drawing on authors such as Bordieu (2010), Castells (2009), Castro (2012; 2014), Flanagan (2009), Mastrocola (2015; 2016; 2024) and Santaella (2008; 2014; 2015) we investigate how the acquisition of digital goods can confer social distinction in this context. Through non-participatory observation, adapting ideas from Kozinets (2014) on a Reddit page, we conclude that digital goods in games like Marvel Snap play a significant role in constructing the player's identity and strengthening the gaming community. Therefore, this constitutes a scalable model for the Marvel Snap game, allowing the brand to maximize the commercial potential of its intellectual property.

Keywords: Digital Goods; Marvel Snap; Social Distinction; Communication and Consumption.

Resumen Este estudio tiene como objeto empírico el juego Marvel Snap. En él, analizamos cómo la adquisición de bienes digitales influye en la experiencia del jugador y las dinámicas sociales dentro de la comunidad a través de la venta de cartas y objetos cosméticos en una tienda virtual. Apoyándonos en autores como Bordieu (2010), Castells (2009), Castro (2012; 2014), Flanagan (2009), Mastrocola (2015; 2016; 2024) y Santaella (2008; 2014; 2015) y investigamos cómo la adquisición de bienes digitales puede conferir distinción social en este contexto. A partir de una observación no participativa, adaptando ideas de Kozinets (2014) el sitio Reddit, concluimos que los bienes digitales en juegos como Snap desempeñan un papel importante en la construcción de la identidad del jugador y en el fortalecimiento de la comunidad. Por lo tanto, se configura como un modelo escalable para el juego Marvel Snap, permitiendo que la marca maximice su propiedad intelectual.

Palabras clave: Bienes Digitales; Marvel Snap; Distinción Social; Comunicación y Consumo.

Recebido em 08-11-2024

Modificado em 18-04-2025

Aceito para publicação em 06-06-2025

Introdução

O presente artigo possui como base o pensamento de Flanagan (2009:67), que reconhece os videogames como formas legítimas de expressão e importância cultural. Na contemporaneidade, os games transcendem a mera “brincadeira de criança” e se configuram como (multi)plataformas midiáticas que ultrapassam os limites do entretenimento, enraizando-se em áreas como treinamentos empresariais, educação, publicidade e marketing (Mello & Mastrocola, 2016). Um aspecto fundamental a ser debatido aqui é o fato de que, mais do que produtos da indústria do entretenimento, os videogames se transformaram em mídia e, a esse respeito, Silverstone (2002:14) postula que “a mídia agora é parte da textura geral da experiência”. Ainda sobre o tema, Regis (2014:278) disserta que a “importância cultural e econômica dos games cresce na mesma proporção em que seus públicos se expandem e diversificam” e que – portanto – os videogames se transformaram, assim, em um poderoso meio de comunicação, transmissão de mensagens, relações sociais e interação na contemporaneidade.

É importante mencionar também que o aperfeiçoamento dos games enquanto plataformas midiáticas está diretamente relacionado ao quanto estes evoluíram por conta das tecnologias surgidas nas últimas três décadas – com destaque para a internet que possibilitou todo um circuito de conexões e formações de comunidades neste contexto. Seguindo o pensamento de Santaella (2015:94), do início dos anos 2000 para cá, vivenciamos desenvolvimentos tecnológicos que impactaram como vivemos, trabalhamos, estudamos, nos relacionamos e existimos no mundo. Segundo a autora (Santaella, 2015:94), passamos a “habitar ecologias saturadas de tecnologias, algumas delas adaptativas para nos fornecer aquilo de que necessitamos (informação e serviços), de acordo com nossas necessidades” — sendo assim, com base nas palavras da pesquisadora, entendemos, no contexto deste artigo, que determinados indivíduos encontram no universo dos games algo que preenche suas necessidades em relação ao entretenimento e pertencimento social.

A expansão das fronteiras dos videogames enquanto mídia, impulsiona a pesquisa mercadológica e acadêmica neste campo. Um dos estudos centrais da indústria em questão é realizado anualmente pelo instituto holandês *Newzoo*, especializado em auditar o mercado mundial de videogames. Em sua última edição, tal pesquisa revelou que o faturamento de 2022 para 2023 dessa área orbitou um valor de US\$ 185 bilhões e uma estimativa de 3,4 bilhões de indivíduos-jogadores; sendo que a previsão para 2026 é de um faturamento de US\$ 206 bilhões com uma média de 3,8 bilhões de jogadores¹. Tal fato, apesar de chamar atenção hoje, não é inédito. Na introdução da obra “Mapa do Jogo: a diversidade cultural dos games” (2008) Santaella e Feitoza já

¹ Dados retirados do estudo *Newzoo's Global Games Market Report 2024* disponível em <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-games-market-report-2024-free-version>. Acesso em: 08 nov. 2024.

sinalizavam que os games haviam superado o cinema em faturamento e sinalizavam um crescimento pujante para os anos vindouros.

O notável crescimento da indústria de videogames se encontra intimamente ligado à ascensão do modelo de distribuição e consumo digital de conteúdo, especialmente em smartphones. De acordo com o supracitado estudo da *Newzoo*, essa modalidade já responde por metade do faturamento global da indústria. A tradicional distribuição física de jogos em varejos e lojas físicas especializadas, embora persista, cede espaço à crescente popularidade do download em computadores, smartphones e consoles. Essa reconfiguração dos aspectos de distribuição, consumo e estruturação de conteúdo digital redefine o “ecossistema” em que diferentes públicos se inserem.

Ainda sobre o protagonismo da mídia móvel, Santaella (2014) destaca que os aparelhos móveis de comunicação como os smartphones, fazem parte do que convencionou-se chamar de computação ubíqua e reconfiguraram sobremaneira a cultura contemporânea influenciando a maneira como indivíduos se relacionam e a maneira pela qual empresas/marcas estão fazendo negócios. Apesar de a autora não mencionar especificamente os games, é possível entender que o impacto da mídia móvel se estendeu também para esta área do entretenimento. Uma indústria desse porte com grande engajamento de diferentes audiências mostra que é fundamental criar constantes novas reconfigurações nos modelos de negócios e nas formas de consumo dentro desse ambiente. Com o intuito de esquadriarmos alguns aspectos desse ecossistema, focamos nossos esforços nesse artigo em um produto específico dessa indústria: o game *Marvel Snap* (Figura 1), nosso objeto empírico para este trajeto que, como aponta Mastrocola (2024:93), permite uma observação ampla sobre o complexo ambiente lúdico no qual emergem as disputas simbólicas em um espaço que permite a utilização de estratégias de socialização e monetização.

Figura 1. Telas de abertura e tela de *gameplay* do jogo *Marvel Snap*



Fonte: Marvel Snap.

Lançado em outubro de 2022 pelo estúdio estadunidense *Second Dinner*, Marvel Snap é um jogo digital de cartas que funciona de maneira online sempre colocando um jogador para disputar com outro em tempo real. Com partidas que duram — em média — três minutos, Marvel Snap ganhou o prêmio de jogo *mobile* do ano no *The Game Awards*, um evento de destaque da indústria de games, no mesmo ano que foi lançado². Desde o seu lançamento, até julho de 2024, o game gerou em torno de US\$ 200 milhões em receita e alcançou 22 milhões de downloads em aparelhos de smartphone e computadores³. O game é jogado com decks de cartas virtuais de personagens do universo Marvel, como Deadpool, Homem-Aranha, Wolverine, Viúva Negra, Capitão América, Thor, Jean Grey, Mulher Hulk e Homem de Ferro. No entanto, periodicamente, também são trazidos personagens não tão conhecidos para a interface do game.

Marvel Snap utiliza um modelo de negócio considerado *free to play* (Mastrocola, 2015:13-14) com possibilidade de compra de itens virtuais, uma modalidade na qual o game é adquirido gratuitamente via download em smartphone/computador e, a cada partida disputada, ao cumprir certas missões e participar de desafios, os *players* são recompensados com créditos que podem ser usados para adquirir bens digitais. O jogo em questão possui uma moeda corrente representada por barras de ouro. Um jogador pode adquirir este dinheiro virtual jogando partidas e cumprindo missões/tarefas diárias, ou adquirindo as barras de ouro pagando com dinheiro real, conforme podemos observar na Figura 2.

Entre agosto e setembro de 2024, enquanto este texto era produzido, com US\$ 5 era possível adquirir 300 barras de ouro na loja virtual dentro do jogo⁴. Ou seja, nesse mês, com US\$ 1, um jogador conseguia adquirir 60 barras de ouro comprando o pacote mais barato do game. A cifra mencionada de 200 milhões de dólares de faturamento de Marvel Snap, inclusive, advém das vendas realizadas nessa loja virtual que converte dinheiro real na moeda do game.

² Conforme visto no site oficial do game Marvel Snap disponível em <https://www.marvelsnap.com/>. Acesso em: 08 nov. 2024.

³ Conforme visto na matéria *Estúdio de Marvel Snap ganha US\$ 100 mi e projeta grande futuro* disponível em <https://flowgames.gg/estudio-marvel-snap-ganha-100-mi-grande-futuro/>. Acesso em: 08 nov. 2024.

⁴ Em outubro 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 básico de aquisição de barras de ouro do game Marvel Snap custava R\$ 27,50.

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

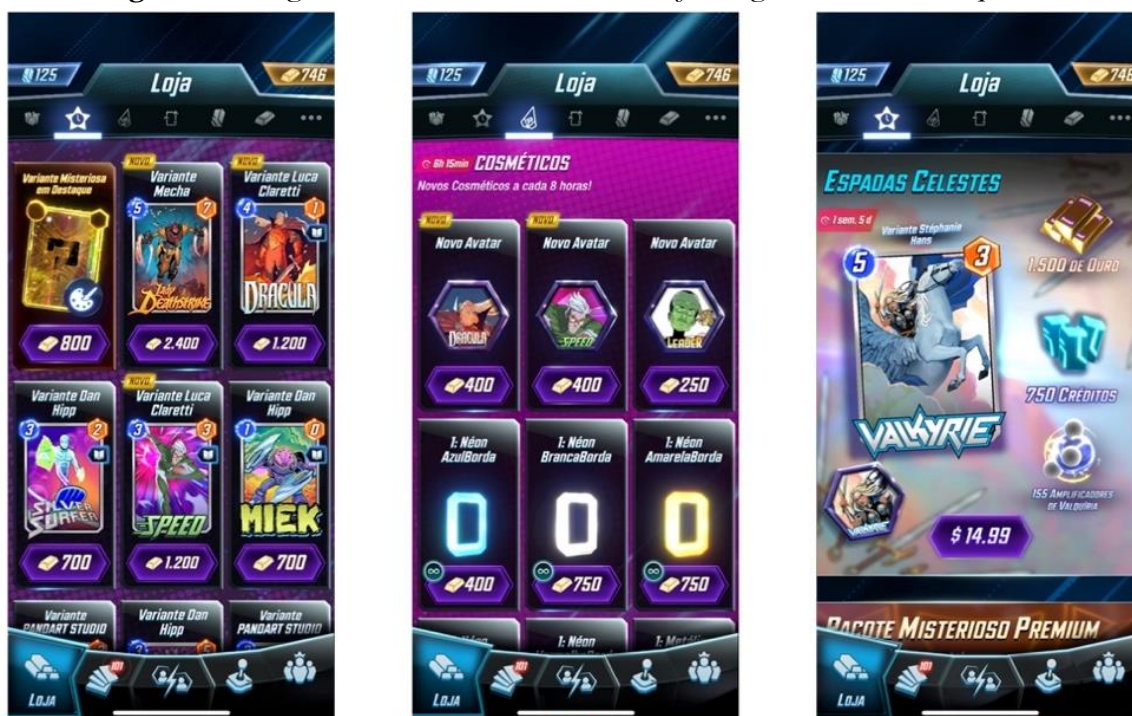
Fonte: Marvel Snap⁵.

De posse da moeda corrente do game, um jogador pode investir em diferentes bens digitais presentes na loja virtual: é possível adquirir uma determinada carta com ilustração diferenciada (chamada “variante”), comprar bordas especiais que aplicam um efeito visual em uma carta, obter “emojis” (pequenos ícones que são usados para comunicação entre os *players*), obter avatares para utilizar no perfil, conseguir créditos e fichas — outros tipos de moeda que permitem evoluir de nível no ranking do game e conseguir novas cartas para incrementar as estratégias do game.

Para entendermos com mais detalhes como se dá o fluxo de investimento monetário do game, vamos tomar como exemplo a carta variante da personagem Dracula desenhada pelo artista Luca Claretti que é mostrada no canto superior direito da imagem esquerda da Figura 3. Esta variante custa 1200 barras de ouro, ou seja, algo em torno de US\$ 20 (R\$ 120,00). Já o avatar da personagem Dracula para ser usado no perfil do jogador que pode ser visto na imagem central da Figura 3, custa 400 barras de ouro — o equivalente a US\$ 6,60 (R\$ 36,00). O pacote especial intitulado “Espadas Celestes” que vemos na imagem da esquerda oferece barras de ouro, carta variante especial da personagem Valkyrie, créditos para evolução de ranking e uma imagem de avatar pelo preço de US\$ 14,99 (R\$ 82,50).

⁵ Captura de tela realizada pelo autor em conta pessoal do jogo.

Figura 3. Imagens das diferentes áreas da loja do game Marvel Snap



Fonte: Marvel Snap⁶.

Em um primeiro momento, as questões de aquisição destes bens digitais podem parecer atreladas meramente ao colecionismo. No entanto, vale ressaltar que o game Marvel Snap não opera simplesmente como um “álbum de figurinhas virtual” com suas cartas variantes e itens cosméticos. Antes de tudo, ele é um game e, como ensinam Santaella e Feitoza (2008:XIII), o pressuposto básico de qualquer game é que ele seja, por natureza, imersivo e interativo – pois sem a participação dos jogadores e o prazer de jogar, não haveria jogo. A estrutura mecânica que permite a interação entre os *players* é a base de sustentação para que outros atributos sejam explorados dentro do contexto do título.

Ao oferecer uma variedade de itens cosméticos, o estúdio responsável pelo título cria um sistema de recompensas que motiva os jogadores a alcançarem objetivos e a competirem entre si. Essa dinâmica social, fortalecida pela possibilidade de exibir os itens adquiridos para outros usuários, contribui para a retenção dos jogadores e para a atração de novos públicos. Além disso, a personalização das cartas e aquisições dos “acessórios” cosméticos permite que os jogadores expressem sua individualidade e criem um senso de pertencimento à comunidade de Marvel Snap, o que, por sua vez, reforça a fidelidade à marca e — potencialmente — objetiva garantir a longevidade do jogo — como veremos em detalhe no terceiro tópico referente ao nosso estudo de observação não-participativa no site *Reddit*.

⁶ Captura de tela realizada pelo autor em conta pessoal do jogo.

Partindo desta contextualização sobre o game, passamos para o nosso segundo tópico no qual iremos discutir a ideia de bens digitais e como eles formam a base para criação de uma experiência que envolve comunicação, consumo, pertencimento e entretenimento.

Pertencimento e distinção social por meio de bens digitais no game Marvel Snap

Para iniciarmos este tópico, entendemos ser fundamental definir, para os propósitos deste trabalho e no contexto abordado, o que vem a ser um “bem” e o que vem a ser um “bem digital”.

Seguindo as ideias de Mazurek e Polivanov (2012:5) um “bem” pode ser definido como “um objeto de posse, de domínio de alguém ou de algum grupo, que se caracteriza por possuir uma utilidade e/ou valor, simbólico ou não, que o torna necessário ou desejável”. Sendo assim, eliminando a ideia de bem digital momentaneamente da nossa discussão, poderíamos citar exemplos de objetos de posse (materiais) como uma casa, um carro, uma determinada roupa etc. Lembrando que, como apontam Mazurek e Polivanov, mesmo sendo bens físicos, estes elementos podem conter uma carga simbólica e carregar um valor que ultrapassa o limite funcional de um bem; uma mansão de luxo, um carro esporte de última geração, uma marca de roupa que figura como um destaque no mundo da moda etc. são exemplos práticos dessa categoria.

Já um “bem digital”, como bem evidenciado nos primórdios da internet domiciliar por Shapiro, Shapiro e Varian (1998:148), é caracterizado pela facilidade de distribuição eletrônica — essa característica, que já era notável nos anos 1990, tornou-se ainda mais acentuada com o advento das redes sociais digitais e internet móvel, gerando bens que podem ser distribuídos eletronicamente como *softwares*, aplicativos, imagens e notícias. Neste sentido, conforme ressalta Castro (2012), a expansão das redes digitais, com sua característica rizomática e descentralizada, intensificou a produção e o consumo de bens digitais, moldando novas formas de sociabilidade e negócios.

Visando expandir a ideia de bem digital discutida no parágrafo anterior, trazemos para nossa discussão Castells (2010:59) que caracteriza os bens digitais como entidades não-materiais, existentes exclusivamente em formato digital — e que são, portanto, bens intangíveis constituídos por dados ou informações que podem ser distribuídos, acessados e replicados digitalmente sem qualquer limitação física. Essa definição engloba uma vasta gama de produtos, desde músicas e livros eletrônicos até games como Marvel Snap. As cartas variantes e artefatos cosméticos do jogo, por exemplo, são criadas a partir de arquivos originais que, após a configuração para o formato do game, podem ser replicadas infinitamente sem perda de qualidade, conforme a descrição de Castells (2010:59). Ou seja, os bens digitais podem ser armazenados em dispositivos

eletrônicos e replicados infinitamente sem perda de qualidade. No caso de Marvel Snap, uma vez que uma carta de determinada personagem é criada, uma borda especial é elaborada com efeitos em um *software* ou um artefato tridimensional é estruturado, estes elementos são distribuídos sem limite.

Em consonância com Rebs (2012:207), que realizou estudo específico sobre o tema, observamos que os jogadores, em games que utilizam bens virtuais, atribuem valor intrínseco a elementos digitais que possuem funcionalidades específicas dentro do universo virtual. Tais bens, adquiridos por meio de transações que envolvem moedas virtuais, dinheiro real ou outros mecanismos, também revelam a construção de um valor simbólico e, em muitos casos, econômico, associado a objetos que existem exclusivamente no âmbito digital. A disposição dos jogadores em investir recursos nesses bens demonstra a complexidade das relações entre o mundo virtual e o real, onde objetos digitais adquirem significado/importância e valor para os usuários.

Para entendermos o protagonismo dos bens digitais e sua relação com as questões de distinção/pertencimento social no contexto do game Marvel Snap, também recorremos ao pensamento de Dille e Platten (2007:52) que apontam que um game não é feito apenas de personagens, gráficos, música, diálogos e interações mecânicas. A participação em uma comunidade que joga determinado game ou mesmo um *feature* de colecionismo (como os bens digitais presentes em nosso objeto de estudo) podem ser mecanismos para conectar emocionalmente os *players* com o produto apresentado.

Reforçando a ideia desses dois autores, também trazemos as palavras de Belman (2016:45) que afirma que os jogos digitais emergem como microcosmos culturais, incorporando os valores, crenças e perspectivas de seus desenvolvedores e jogadores - ao analisarmos os sistemas de regras, os elementos personalizáveis, os bens digitais disponíveis e as opções de jogabilidade, é possível desvelar as convicções subjacentes que moldam a experiência lúdica e que promovem valores particulares, inclusive valores de aspectos sociais.

Partindo disso, entendemos que determinados jogos, como Marvel Snap, vão além do *gameplay*⁷ e se apresentam como uma experiência de consumo de bens simbólicos e participação/inserção em uma comunidade formada por interesses similares.

Uma questão pertinente emerge dessa situação: adquirir um bem digital pode ser considerado como um ato de consumo tanto quanto o de consumir um bem físico? Para esse questionamento recorremos ao auxílio de Castro (2014:60) que salienta que o ato de consumir transcende a mera aquisição de bens e serviços; ele se insere em um complexo tecido de práticas sociais e culturais, moldando nossas identidades e as

⁷ *Gameplay*, segundo Adams e Rollings (2009:674) é um termo que está relacionado aos desafios apresentados a um jogador e as ações que ele tem acesso para superar esses desafios. É um termo amplamente utilizado no universo dos videogames e engloba desde as mecânicas básicas, como os controles e as regras, até os elementos como a narrativa e a progressão da personagem. Em essência, o *gameplay* é a interação do jogador com o jogo, incluindo todas as ações, desafios e recompensas que ele encontra ao longo da partida.

relações que estabelecemos. Ao escolhermos o que consumir, comunicamos quem somos, a quais grupos pertencemos e a que aspirações damos valor, construindo assim nossa identidade social. Em outras palavras, o consumo, neste contexto, transcende a mera aquisição de um bem material, seja ele físico ou digital. Já Slater (2002:131), aponta que o ato de consumir é profundamente cultural, envolvendo a atribuição de significados, a construção de identidades e o estabelecimento de vínculos sociais. A aquisição de um bem digital no game *Marvel Snap*, por exemplo, não se limita à funcionalidade do item em si, mas sim à sua capacidade de inserir o jogador em um determinado grupo social e de conferir a ele um status específico dentro dessa comunidade.

Por outro lado, a aquisição de bens digitais no jogo em questão serve como elemento (potencialmente) catalisador para uma construção de capital social e pode ser um fator estruturador de relações sociais — pois, conforme aponta Bourdieu (2011), as estruturas simbólicas podem sim estruturar relações sociais “reais” na contemporaneidade. Afinal de contas, tais estruturas simbólicas, como aponta Thompson (2004:34), não são meramente reflexos da realidade social, mas sim construções complexas que possuem um significado intrínseco. Sua estrutura interna, composta por padrões e relações particulares, confere-lhes a capacidade de representar e significar algo além de si mesmas. O bem digital adquirido e consumido no universo do game *Marvel Snap* é exibido para outros jogadores e passa a constituir um elemento distintivo que, mesmo sendo de natureza virtual, cria laços e efeitos positivos/negativos dentro do contexto daquela comunidade específica.

Bourdieu (2010:10) também argumenta que os sistemas simbólicos, por sua natureza estruturada, exercem um poder fundamental na construção da realidade social. Ao estabelecer consensos sobre o significado do mundo, eles contribuem para a reprodução da ordem social. Esse poder simbólico, como este autor esclarece (Bourdieu, 2010:14), reside na capacidade de constituir o que é dado como verdadeiro, de moldar a visão de mundo e, conseqüentemente, de influenciar as ações dos indivíduos. No entanto, esse poder não é inerente aos sistemas simbólicos em si, mas sim à relação de força que se estabelece entre aqueles que os dominam e aqueles que lhes estão submetidos, ou seja, à estrutura do campo social. No contexto do jogo *Marvel Snap*, investir tempo e, ocasionalmente, dinheiro em variantes de cartas e elementos cosméticos do game, pode — oportunamente — gerar sentimentos de reconhecimento, admiração, inveja, ódio e outros por parte da comunidade envolvida na atividade lúdica proposta.

Sobre este tema, Bourdieu (2011a:73), inclusive, se vale de uma metáfora aderente ao universo dos games que estudamos neste trabalho e explica que um campo é bastante similar a um jogo. No entanto, uma das principais diferenças é que o campo, ao contrário de um jogo, não possui um princípio normativo central, uma entidade ou

instituição responsável por enunciar e garantir as regras, pois, no campo, as regras são mais fluidas e estão sujeitas à negociação e renegociação contínuas.

O campo em questão, se estrutura com uma série de códigos próprios. O que faz com que indivíduos que não fazem parte da experiência do game, não sejam tomados pelo jogo da mesma forma que os *players* mais envolvidos com a experiência. Tais indivíduos enxergam a disputa por cartas variantes, adereços cosméticos, recompensas ou outros bens digitais de Marvel Snap como algo sem nenhum sentido. Assim, a noção de interesse opõe-se à noção de desinteresse, bem como à de indiferença: “o indiferente não vê o que está em jogo [...] é alguém que não tendo os princípios de visão e divisão necessários para estabelecer as diferenças, acha tudo igual” (Bourdieu, 2010:140).

Com base nessas ideias sobre bens digitais e construção de capital simbólico, em um campo específico, que é o ambiente do game Marvel Snap, partimos para o próximo tópico de nosso texto no qual iremos realizar uma observação não-participativa em um post do site Reddit que discute a aquisição de distinção social por meio da aquisição de bens digitais.

Uma observação não-participativa sobre a construção de capital social por meio da aquisição de bens digitais no game Marvel Snap

Com o objetivo de observarmos na prática o entrelaçamento entre a aquisição de bens digitais e a construção de distinção social no game Marvel Snap, optamos por adaptar uma metodologia de observação participativa proposta por Kozinets (2014:63) em uma observação não-participativa para investigação em plataformas digitais que consiste em cinco etapas: A) definição dos objetivos de pesquisa e espaço digital a ser explorado; B) identificação, reconhecimento e seleção de uma comunidade a ser investigada; C) envolvimento participativo ou não-participativo com captura de dados; D) análise do material observado; E) *insights*, conclusões e reflexões sobre o material.

Em relação à **etapa A**, optamos por procurar listas de discussão online sobre o game Marvel Snap. O site Reddit⁸ se apresentou como uma boa opção, por ser um espaço digital que reúne, em grande parte, um número expressivo de páginas com discussões sobre games, quadrinhos, cultura pop, filmes e séries. Uma vez no site Reddit, realizamos uma varredura por vinte listas de discussão com mais relevância na plataforma sobre o game e elencamos uma que nos chamou a atenção (**etapa B**) por ter mais de 249 comentários do dia 18/08/2024 até 28/08/2024 intitulada “*Marvel Snap*

⁸ O site Reddit, (disponível em <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.

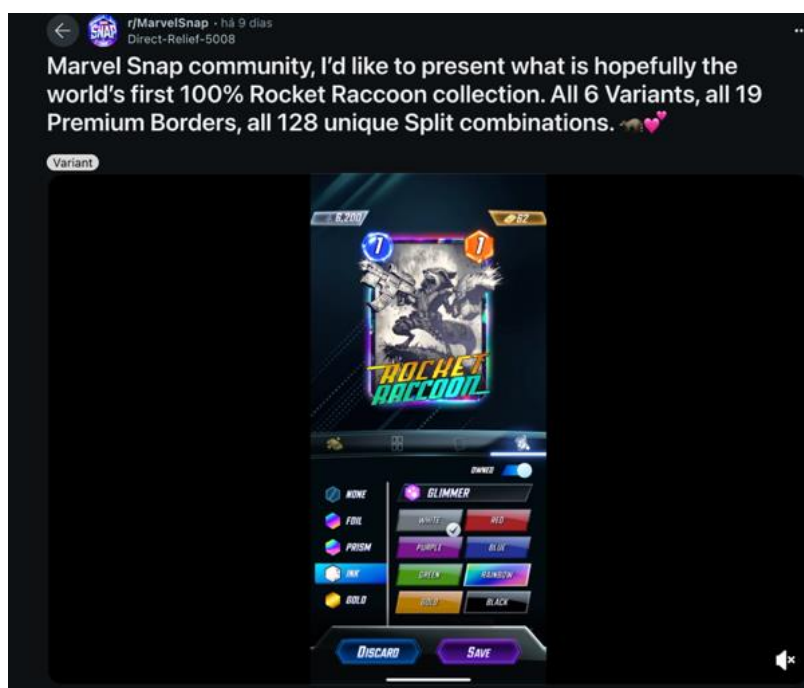
community, I'd like to present what is hopefully the world's first 100% Rocket Raccoon collection. All 6 Variants, all 19 Premium Borders, all 128 unique Split combinations □ ♡⁹. Há poucas listas em português sobre o game Marvel Snap no site Reddit, por isso, optamos por uma que possuía o conteúdo totalmente em inglês para realizarmos a observação.

Partindo desta lista de discussão, escolhemos trilhar o caminho não-participativo para captura de dados (**etapa C**) que permite organizar os comentários por categorias e separando-os percentualmente com o intuito de localizar que tipo de reação é mais presente em relação ao que o usuário em questão (autor do post) apresenta (**etapa D**). Ao final da observação, conectamos as questões teóricas propostas com as questões práticas em conclusões e considerações finais para este estudo (**etapa E**).

No post inicial da lista de discussão do site Reddit, o usuário *Direct-Relief-5008* mostra em um vídeo curto e sem edição como adquiriu todas as seis variantes disponíveis de cartas da personagem Rocket Raccoon, que faz parte da franquia de filmes “Guardiões da Galáxia” do Universo Cinematográfico da Marvel. O usuário aponta que comprou as 19 bordas de cartas com efeitos especiais que permite que ele gere até 128 combinações cosméticas diferentes das cartas da personagem para utilizar em suas partidas (Figura 4). Entendemos que, no contexto que tal “feito” é apresentado, faz-se necessário mostrar uma prova que ele é legítimo, por isso, o vídeo é o material principal compartilhado na lista de discussão e é o que deflagra toda a experiência de discussão e comentários de outros usuários que reagem de maneira diferentes ao se depararem com a ação exibida.

⁹ O título da lista de discussão pode ser traduzido como “Comunidade Marvel Snap, gostaria de apresentar o que espero que seja a primeira coleção 100% Rocket Raccoon do mundo. Todas as 6 Variantes, todas as 19 Bordas Premium, todas as 128 combinações Split exclusivas”. No caso, o usuário que possui a alcunha de *Direct-Relief-5008*, exibe em tom orgulhoso que conseguiu completar todas as variáveis possíveis de visual cosmético da carta da personagem Rocket Raccoon da franquia Guardiões da Galáxia. Esta lista de discussão está disponível em https://www.reddit.com/r/MarvelSnap/comments/1eveqw2/marvel_snap_community_id_like_to_present_what_is/. Acesso em: 08 nov. 2024.

Figura 4. Captura de tela do site Reddit com post do usuário *Direct-Relief-5008*



Fonte: Reddit¹⁰.

A postagem do usuário em questão, como dito, até 28/08/2024 contava com 249 comentários. Os conteúdos das respostas ao post de *Direct-Relief-5008* apresentam, em grande parte, reações de incredulidade e elogios. Poucas são as críticas que encontramos no material. Dos 249 comentários, 75 são respostas do usuário *Direct-Relief-5008* para outros participantes da lista. Ou seja, aproximadamente 30% do conteúdo é formado por interações do autor do post com outros entusiastas de Marvel Snap. Os 70% restantes são posts que podem ser agrupados nas seguintes categorias: A) reações de incredulidade; B) elogios/admiração; C) dúvidas sobre quanto tempo e recursos foram consumidos para conseguir todas as variáveis cosméticas da personagem; D) comentários irônicos; E) reações negativas/ofensivas.

Na Tabela 1 a seguir¹¹, organizamos as categorias de comentários mostrando a porcentagem de frequência que eles figuram na lista de discussão e trazemos exemplos pertinentes que ilustram a categoria apresentada com os devidos nomes de usuários citados. Alguns comentários transitam em mais de uma categoria, mas — por questões metodológicas — optamos por enquadrar estes em apenas uma delas para não termos sobreposições percentuais que pudessem atrapalhar a clareza de nossa observação.

¹⁰ Captura de tela da comunidade Reddit. Disponível em https://www.reddit.com/r/MarvelSnap/comments/1eveqw2/marvel_snap_community_id_like_to_present_what_is/. Acesso em: 24 mai. 2025.

¹¹ Por questões metodológicas e pelo artigo estar em português, optamos por traduzir os comentários em inglês selecionados utilizando a ferramenta *Google Translate* disponível no navegador *Google Chrome*.

Ao que tudo indica, o usuário *Direct-Relief-5008* com sua lista de discussão nomeada “*Marvel Snap community, I’d like to present what is hopefully the world’s first 100% Rocket Raccoon collection. All 6 Variants, all 19 Premium Borders, all 128 unique Split combinations* □ ♡” conseguiu obter um número expressivo de reações positivas e gerou um diálogo relevante no contexto da comunidade do jogo.

Tabela 1. Categorias e frequências dos comentários observados no site Reddit

| Categoria do comentário | Frequência (%) | Exemplo(s) de comentário(s) da categoria |
|---|-----------------------|--|
| Reações de incredulidade | 47 | <i>Eu nem sabia que isso era possível</i> □ – usuário No_Bear_496 <i>Posso perguntar uma coisa? Por quê? Por que ele?</i> – usuário XoXius |
| Elogios/admiração | 33 | <i>Eu queria ser tão dedicado a literalmente qualquer coisa na minha vida quanto você é dedicado ao Rocket Raccoon no Marvel Snap</i> – usuário OkAccountant6122 <i>Eu amei cada segundo desse vídeo</i> – usuário Zakatsuki_joestar <i>Você é um completo louco. Brilhante!</i> – usuário HomelessKB |
| Dúvidas sobre quanto tempo e recursos foram consumidos para conseguir todas as variáveis cosméticas da personagem | 15 | <i>Você é um louco absoluto, dedicação louca, presumo que você não evoluiu nenhuma outra carta. Quanto tempo isso levou para você?</i> – usuário JuThrone <i>Vejo que você tem o Rocket em todos os decks e vai evoluindo ele, mas todas essas bordas custam ouro, então você comprou alguma? E se sim, quanto você estima que todas essas versões do Rocket custaram?</i> – usuário ChopSueyXpress |
| Comentários irônicos | 11 | <i>Sua família deve estar orgulhosa de você</i> – usuário TheHahndude <i>Sua namorada deve estar orgulhosa de você</i> – usuário DerangedSmilez |
| Reações negativas/ofensivas | 4 | <i>Ok agora quero ver você jogando com ele sem perder</i> – usuário Dropdeadsnap |

Fonte: elaboração própria¹².

Entendemos que esta amostra é pequena perante a quantidade de jogadores que fazem parte do ecossistema do jogo Marvel Snap; no entanto, ela sinaliza alguns caminhos interessantes para refletirmos sobre as questões de aquisição de bens digitais e como eles podem ser uma “moeda” de compra de aspectos de distinção social nesse ambiente.

¹² Elaborado com base em observação não-participativa na lista de discussão disponível em https://www.reddit.com/r/MarvelSnap/comments/1eveqw2/marvel_snap_community_id_like_to_present_what_is/. Acesso: em 03 set. 2024.

A seguir, apresentamos nossas considerações finais que concluem a última etapa da observação não-participativa no modelo proposto por Kozinets (2014).

Considerações finais

Os videogames possuem suas origens na década de 1950 com experimentos embrionários utilizando controles em telas interativas, sendo o *Tennis for Two* de 1958 um dos exemplos mais emblemáticos da época — porém, é somente na década de 1970 que eles começam a se estabelecer como uma indústria de relevância e com sinais de que um dia seriam plataformas midiáticas (Fortim, Spritzer & Lima, 2019:12-13).

Nesse intervalo de tempo, vimos os games ganharem um pujante protagonismo na indústria do entretenimento, ampliarem seus alcances e reunirem comunidades das mais variadas naturezas em seus ecossistemas.

Neste trabalho, tivemos a oportunidade de observar uma pequena parte dessa indústria gigantesca que entrelaça entretenimento, comunicação, bens digitais e constituição de distinção social por meio do game Marvel Snap.

A atenciosa abordagem não-participativa realizada no site *Reddit* nos revelou que um usuário pode explorar uma conquista realizada por meio de bens digitais para, potencialmente, tentar conquistar o respeito de seus pares e adquirir algum tipo de distinção em meio a eles. No contexto de Marvel Snap, os bens digitais (cartas variantes, bordas com efeitos especiais, avatares exclusivos etc.) não são meramente visuais. Ao adquirir e utilizar um desses bens, o jogador demonstra um engajamento mais profundo com o jogo, sinalizando para outros jogadores um investimento significativo de tempo, dinheiro ou ambos. Essa prática, conforme aponta Bourdieu (2010), está intrinsecamente ligada aos conceitos de interesse, desejo e investimento, revelando não apenas uma preferência estética, mas também um status e uma identificação com a comunidade do game.

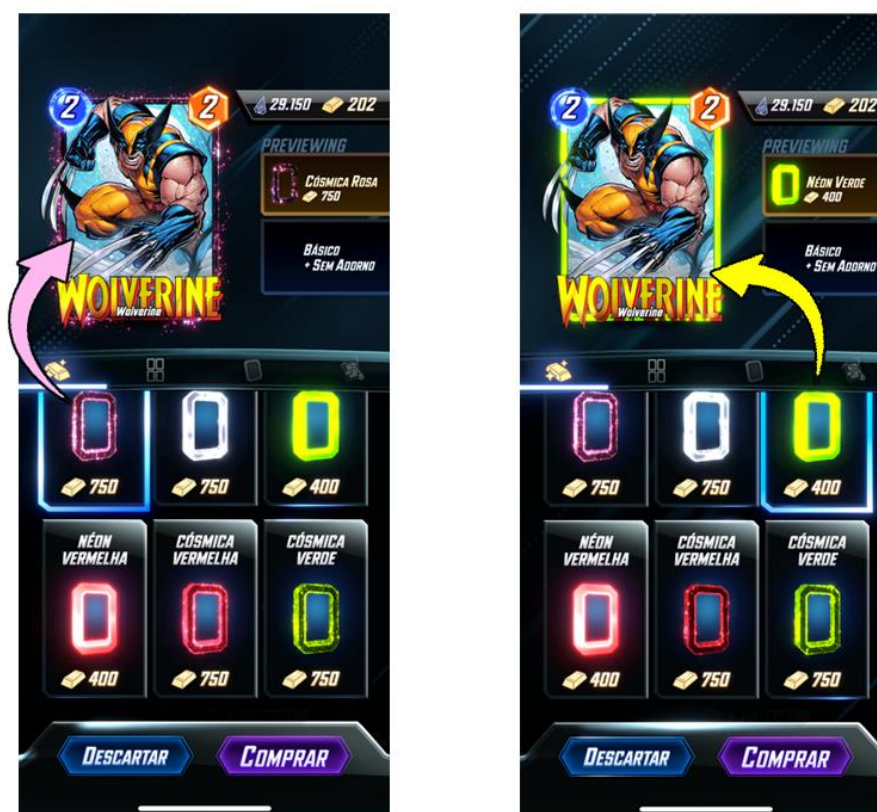
O ecossistema do game Marvel Snap funciona como um microcosmo social, no qual os *players* competem e cooperam simultaneamente. A busca por bens digitais variados cria uma hierarquia virtual, mas a comunidade como um todo contribui para a manutenção do jogo. Essa dinâmica, moldada pelas regras do game, demonstra a força da competição social e o potencial das plataformas de jogos como espaços de socialização. A indústria do entretenimento, ao criar sistemas de recompensa e reconhecimento, estimula a participação dos jogadores e oferece a oferta de determinadas empresas se consolidarem nesse mercado.

A experiência de jogar Marvel Snap transcende a mera diversão. Os jogadores também são, em parte, motivados por um desejo intenso de reconhecimento social, expresso por meio da busca por bens digitais que operam, de certa forma, como troféus

virtuais. Essa motivação, de natureza profundamente psicológica, está ligada à necessidade humana de superação e à crença no valor simbólico das recompensas.

Na Figura 5, por exemplo, temos uma visualização de efeito estético aplicado em uma carta variante da personagem Wolverine. Na imagem da esquerda, temos a carta com uma borda “rosa cósmica” que custa 750 barras de ouro (US\$ 12,50 ou R\$ 68,75). Já na imagem da direita, temos a mesma carta com a borda “verde neon” que custa 400 barras de ouro (US\$ 6,60 ou R\$ 36,30). Como discutimos, os efeitos estéticos em nada mudam a performance mecânica do jogo, os efeitos especiais adquiridos com esses bens digitais em nada alteram o funcionamento das jogadas. O que temos é claramente nesse exemplo é um *feature* do jogo que permite que jogadores personalizem suas cartas e demonstrem para outros na comunidade que investiram tempo e recursos para conquistar tais aquisições.

Figura 5. Mudanças cosméticas com bordas especiais na carta da personagem Wolverine



Fonte: Marvel Snap¹³.

Percebe-se que esta estratégia de utilização de bens digitais, quando bem estruturada, congrega determinados indivíduos pré-dispostos a investir tempo e recursos (materiais ou simbólicos) para interagir com o game de várias maneiras. Aqui, o universo simbólico da Marvel ganha peso em um canal de comunicação privilegiado

¹³ Captura de tela realizada pelo autor em conta pessoal do jogo.

como a internet, em que fãs podem exibir seus bens digitais e — de alguma maneira — expressarem sua subjetividade. Como já analisado em nossa observação não-participativa, um usuário pode utilizar um fórum na internet para gerar um canal aberto de discussão, objetivando ampliar seu reconhecimento no contexto do jogo, além de relacionar-se com outros aficionados.

Ao observarmos este conjunto de indivíduos que participam da discussão no site *Reddit* e os milhões de jogadores que montam a base de usuários do game, é notável que o consumo do universo Marvel vai além de simplesmente assistir aos filmes. Nesse caso, o consumo deste produto de entretenimento é entendido como prática sociocultural, alimentando a construção de identidades e sociabilidade.

Pudemos observar, neste estudo, um detalhe específico de uma complexa trama de negócios envolvendo um produto cultural. Sabemos, entretanto, que há muitas outras estratégias e caminhos de comunicação possíveis dentro dessa vasta indústria do entretenimento que temos tão presente no cenário atual. Para utilizarmos uma boa metáfora do mundo dos games, é possível dizer que ainda há muitos *continues* para essa jornada.

Referências

- ADAMS, Ernest; ROLLINGS, Andrew. (2009). *Fundamentals of Game Design*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- BELMAN, Jonathan. (2016). “Elementos dos jogos: a linguagem dos valores”, in M. Flanagan e H. Nissenbaum. *Values at play: valores em jogos digitais*. São Paulo, Blucher, pp.45-83.
- BOUDIEU, Pierre. (2011). *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre, Zouk.
- BOUDIEU, Pierre. (2011a). *O sociólogo e o historiador*. São Paulo, Autêntica.
- BOUDIEU, Pierre. (2010). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.
- BOUDIEU, Pierre. (2010a) *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas, Papirus.
- CASTELS, Manuel. (2009). *The rise of the network society: the information age - economy, society, and culture*. New Jersey, Wiley-Blackwell.
- CASTRO, Gisela. (2014). “Comunicação e consumo nas dinâmicas culturais do mundo globalizado”. *pragMATIZES - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura*, Rio de Janeiro, Ano 4, n.6, p. 58-71 [Consult. 08/11/2024]. Disponível em <https://periodicos.uff.br/pragmatizes/article/view/10373>
- CASTRO, Gisela. (2012). “Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor-fã”. *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos*, Porto Alegre, ano 14, n.2, pp.133-140 [Consult. 08/11/2024]. Disponível em <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2012.142.07>
- DILLE, Flint; PLATTEN, John Zuur. (2007). *The ultimate guide to video game writing and design*. New York, Skip Press.
- FLANAGAN, Mary. (2009). *Critical play: radical game design*. Cambridge, MIT Press.
- FORTIM, Ivelise; SPRITZER, Daniel T.; LIMA, Maria Thereza A. (2019). *Games viciam. Fato ou ficção*. Barueri, Estação das Letras e Cores.
- KOZINETS, Robert. (2014). *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online (métodos de pesquisa)*. Porto Alegre, Penso.

- MASTROCOLA, Vicente M. (2024). “O consumo simbólico de bens digitais no game Marvel Snap”, in D. Cogo, E. B. Casadei, G. Almeida e T. Hoff (orgs.). *Dinâmicas e Perspectivas das Interfaces Comunicação e Consumo*. Porto Alegre, Sulina, pp.83-94.
- MASTROCOLA, Vicente M. (2015). *Game design: modelos de negócio e processos criativos - um trajeto do protótipo ao jogo produzido*. São Paulo, Cengage Learning.
- MAZUREK, Mike; POLIVANOV, Beatriz. (2013). “Consumo de bens virtuais em jogos online – status, diferenciação e sociabilidade em League of Legends”. Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Ciberultura, *Anais eletrônicos [...]* Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, pp. 1-15. [Consult. 08/11/2024]. Disponível em: https://abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_5_Entretenimento_Digital/25500_arq10043174760.pdf
- MELLO, Felipe C.; MASTROCOLA, Vicente M. (2016). *Game cultura: comunicação, entretenimento e educação*. São Paulo: Cengage Learning.
- REBS, Rebeca R. (2013). “Bens virtuais em social games”. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 35, n. 2, pp.205-224 [Consult. 08/11/2024]. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/1451>
- REGIS, Fatima. Games. (2014). “Verbete game”, in Baccega, Maria Aparecida et al. (Orgs.). *Dicionário de Comunicação - escolas, teorias e autores*. São Paulo, Contexto, pp.78.
- SANTAELLA, Lúcia. (2015). “A cultura digital na berlinda”, in M. I. V. Lopes, M. M. K. Kunsch, (Orgs.). *Comunicação, cultura e mídias sociais*. São Paulo, ECA-USP, pp.93-101.
- SANTAELLA, Lúcia. (2014). *Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação*. São Paulo, Paulus.
- SANTAELLA, Lucia; FEITOZA, Mirna. (2008). *Mapa do Jogo: a Diversidade Cultural dos Games*. São Paulo, Cengage Learning.
- SILVERSTONE, Roger. (2002). *Por que estudar a mídia?* São Paulo, Edições Loyola.
- SLATER, Don. (2002). *Cultura do consumo e modernidade*. São Paulo, Nobel.
- THOMPSON, John B. (2004). *Ideologia e cultura moderna*. Petrópolis, Vozes.

Vicente Martin Mastrocola



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



<http://lattes.cnpq.br/9175184110106855>

Doutor em Comunicação e Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (Brasil) com pós-doutorado no programa de Tecnologias da Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Atua como game designer e professor. E-mail: vmastrocola@pucsp.br