

Práticas colecionistas em comunidades digitais associadas a marcas: consumo, identidade e disputas simbólicas¹

Alexandre Rodarte Cintra²

Universidade Paulista - UNIP

RESUMO

Este artigo investiga o colecionismo digital como prática comunicacional e simbólica em comunidades voltadas a colecionadores da cultura pop, do apego emocional, da raridade, do reconhecimento, da expressão da identidade ou da satisfação pessoal, especialmente nas plataformas mais conhecidas, como *Reddit*, *Discord*, *Instagram* e *Facebook*. O estudo analisa como colecionadores constroem distinção, reconhecimento e pertencimento por meio de interações mediadas por algoritmos, onde a exibição de itens raros e o domínio de discursos especializados funcionam como capitais simbólicos. A partir de uma abordagem qualitativa e de etnografia digital, observam-se dinâmicas de legitimação, disputas e performances identitárias que tensionam a promessa de uma cultura participativa democrática. As análises revelam como o colecionismo se insere nas lógicas do consumo contemporâneo e do capitalismo de plataforma, reforçando hierarquias mesmo em ambientes colaborativos.

PALAVRAS-CHAVE: Colecionismo; Cultura do Consumo; Capital Simbólico; Comunidades Digitais; Dinâmica Comunicacional.

INTRODUÇÃO

O colecionismo, tradicionalmente compreendido como um hábito de acumulação e preservação de objetos, assume novas configurações na contemporaneidade ao se articular às dinâmicas comunicacionais das redes sociais digitais. Neste contexto, mais

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT03SE - Comunicação, consumo e organizações), evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Doutorando do Curso de Comunicação - Universidade Paulista - UNIP, email: alekcintra@gmail.com

do que acumular, colecionar torna-se uma prática social e simbólica atravessada por processos de distinção, reconhecimento e negociação de pertencimento em comunidades digitais. Este artigo propõe analisar como o colecionismo, enquanto prática social e cultural, assume centralidade na era contemporânea ao ser intensamente mediado pelas dinâmicas das redes sociais digitais. Ao contrário das abordagens clássicas, que tratavam o colecionismo como mero acúmulo de objetos, hoje ele se configura como um fenômeno de distinção simbólica, pertencimento e performance social. Este artigo analisa colecionadores de objetos vinculados a determinadas culturas – entre elas a cultura pop (*action figures*, *funkos* e *cards*) – além de outras comunidades de colecionadores reconhecidos, que constroem relações sociais e simbólicas por meio de interações em plataformas como *Reddit*, *Discord*, *Instagram* e *Facebook*. A pesquisa busca compreender as lógicas que atravessam essas práticas, marcadas pela busca de autenticidade, validação de *expertise* e performance de si, mediadas por dinâmicas algorítmicas e disputas no campo do consumo, nas específicas comunidades criadas nas plataformas digitais. Essas comunidades virtuais não apenas funcionam como espaços de trocas e negociações, mas principalmente como arenas de reconhecimento social, nas quais os colecionadores comunicam e disputam legitimidade, demonstram e projetam identidades. O trabalho busca compreender como tais práticas são influenciadas por lógicas algorítmicas, discursos especializados e pelas transformações da cultura de consumo na era digital.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O colecionismo contemporâneo deve ser entendido como prática social situada nas transformações do consumo e da comunicação. Benjamin (2012), em sua análise sobre a “aura” dos objetos, problematizava como os bens colecionáveis carregam significados que extrapolam sua materialidade, incorporando valores históricos, afetivos e simbólicos. Giddens (1991), destaca que, na modernidade tardia, as práticas de consumo passaram a ser centrais na constituição de identidades, o que se evidencia nas dinâmicas de autoapresentação dos colecionadores em redes sociais.

Baudrillard (1970) interpreta o consumo como um sistema de signos, no qual os objetos funcionam como símbolos de distinção — perspectiva aprofundada por Bourdieu (1984), ao relacionar consumo, capital simbólico e *habitus*. Nas redes sociais, o

coleccionismo torna-se uma prática comunicacional marcada pela busca de reconhecimento e distinção, segundo Fontenelle (2018). Hills (2002) e Jenkins (2006), mostram que, em comunidades de fãs, as práticas de colecionismo estão conectadas em relações de experiência e hierarquias simbólicas.

Farina, Toledo e Corrêa (2006), propõem uma visão abrangente do colecionismo, destacando seu caráter multifacetado, que envolve desde questões psicológicas até dinâmicas sociais e culturais. Lipovetsky (2007), aponta para o hiperconsumo e a estetização da vida cotidiana — fenômeno visível no modo como colecionadores expõem suas coleções nas redes sociais, incorporando discursos especializados e práticas performáticas. Pearce (1995), contribui ao analisar o colecionismo enquanto prática de significação, na qual o colecionador atribui sentidos e narrativas aos objetos, conferindo-lhes valor para além do econômico.

Di Nallo (1999), em “*The Meeting Point*”, explora como as comunidades digitais servem de pontos de encontro para consumidores colecionadores com interesses semelhantes, facilitando a troca de informações e experiências. Essas interações reforçam a cultura do colecionismo ao criar espaços onde indivíduos compartilham paixões e influenciam uns aos outros, moldando tendências e comportamentos de especialistas, bem como discursos de apropriação.

METODOLOGIA

Optou-se por uma abordagem qualitativa e interpretativa, utilizando a etnografia digital (Hine, 2015; Kozinets, 2014), como método principal. O campo empírico foi composto pela análise de comunidades digitais dedicadas ao colecionismo da cultura pop e a estilos de colecionadores ligados a modelos antigos de objetos, em redes sociais como *Reddit*, *Discord*, *Instagram* e *Facebook*, selecionadas por suas atividades e diversidade de membros. A pesquisa foi realizada por meio de observação direta, registro de postagens, interações, práticas de troca e discussões internas. As análises buscaram identificar as formas de distinção simbólica, os processos de legitimação e as disputas de sentido que emergem dessas interações, seguindo as diretrizes de Flick (2009) e de Silva (2010), para análise de dados qualitativos.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados observados revelam que o colecionismo digital ultrapassa a lógica da acumulação material, constituindo-se como prática identitária, de sociabilidade e de disputa simbólica. A distinção social manifesta-se na exibição de itens raros, customizados ou autenticados, na demonstração de conhecimento técnico e na inserção ativa nas dinâmicas das comunidades. Verifica-se que as práticas de legitimação estão associadas à incorporação de discursos especializados, muitos dos quais oriundos de mercados e mídias tradicionais, reforçando hierarquias simbólicas.

Contudo, essas dinâmicas não são plenamente horizontais. A mediação algorítmica das redes condiciona a visibilidade e o reconhecimento, reforçando desigualdades internas às comunidades. Embora haja um discurso recorrente de democratização do consumo e do colecionismo, observa-se que o campo segue tensionado entre o desejo de autonomia dos sujeitos e as restrições impostas pelas lógicas comerciais e técnicas das plataformas digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo evidencia que o colecionismo nas redes sociais digitais reconfigura práticas de distinção e de reconhecimento social, mobilizando elementos históricos do consumo e dinâmicas contemporâneas da cultura de fãs e do capitalismo de plataforma. As interações dos colecionadores, bem como suas disputas e performances, demonstram como o colecionismo funciona como prática comunicacional, atravessada por valores simbólicos e pela busca de reconhecimento em espaços mediados por algoritmos e mercados.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. Tradução: Zulmira Ribeiro Tavares. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo: L&PM, 2012.

BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. *In*: RICHARDSON, J. G. (Ed.). **Handbook of theory and research for the sociology of education**. New York: Greenwood, 1986. p. 241-258.

DI NALLO, Egeria. **Meeting points**. Tradução: Marcos Cobra. São Paulo: Marcos Cobra, 1999.

FARINA, Maria Cecília; TOLEDO, Gilmar Lúcio; CORRÊA, Gustavo Barbosa Furtado. **Colecionismo**: uma perspectiva abrangente sobre o comportamento do consumidor. São Paulo: USP, 2006.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONTENELLE, Isabel. **Cultura do consumo**: fundamentos e formas contemporâneas. São Paulo: Boitempo, 2018.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Tradução: Raul Fiker. São Paulo: Editora UNESP, 1991. (Biblioteca Básica).

HILLS, Matt. **Fan cultures**. London: Routledge, 2002.

JENKINS, Henry. **Convergence culture**: where old and new media collide. New York: NYU Press, 2006.

KOZINETS, Robert V. **Netnography**: redefined. 2. ed. London: Sage Publications, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PEARCE, Susan M. **On collecting**: an investigation into collecting in the European tradition. London: Routledge, 1995.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documentos de identidade**: uma introdução às teorias do currículo. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.