

# É o fim da mídia física de filmes e jogos? Locadoras e colecionismo dizem que não

A última locadora de jogos de videogame da capital paulista mantém viva até hoje o que era o normal no início do século XXI

Sofia Faltz RA 2300235 JOS4E



Acervo da locadora conta com jogos para diferentes consoles. Foto: Sofia Faltz

O ano é 2004. Final de tarde, você está em casa com os seus amigos até que decidem escolher um filme para assistir. Um deles corre para pegar o porta CD, uma bolsinha em que se guarda os DVDs dos filmes que você comprou. Enquanto alguém faz a pipoca, vocês tentam entrar em comum acordo para elencar o melhor filme para aquela ocasião. Você liga o *DVD player*, passa pelo menu do filme até, de fato, iniciar o longa.

Vinte anos depois, agora em 2024, a realidade é bem diferente. Você liga a sua televisão *smart*, abre o aplicativo do seu streaming favorito, afinal, são várias opções de catálogo. O algoritmo desses aplicativos já entendeu qual é o seu gênero favorito e logo na tela de entrada aparecerão as melhores recomendações para o seu perfil. Só na Netflix são mais de seis mil

filmes para escolher. Provavelmente você vai gastar mais tempo do que gostaria para ver um filme.

Essa mesma situação acontece também com os videogames. Antes, você tinha que ir até uma loja para comprar o jogo do momento, como um lançamento da franquia Fifa. Hoje em dia, você não é dono dos *games* que você compra virtualmente. Na verdade, as empresas concedem uma licença de uso, que pode ser revogada a qualquer momento.

Cansada de deixar os algoritmos escolherem por mim, resolvi sair da zona leste de São Paulo, pegar dois ônibus até chegar na Vila Gustavo, bairro tradicional da zona norte da cidade. Avistei uma placa com o Mario, personagem clássico da Nintendo, e percebi que estava no local certo, a World Games.



Fachada da locadora World Games. Foto: Sofia Faltz

A locadora é a última que sobrou de um passado em que era super comum alugar jogos de videogame, já que era mais em conta do que comprar vários títulos. Em um subsolo charmoso e aconchegante, a loja conta com um acervo de quase quatro mil jogos, para diferentes consoles, como PlayStation, Xbox e Nintendo. Quem me atende é o Márcio, que

trabalha lá há mais de doze anos. De cara, ele me pergunta se eu conheci a locadora através do TikTok.

Em julho deste ano, um antigo cliente da locadora gravou um vídeo mostrando o comércio, que viralizou na rede social. Márcio me conta que, desde lá, a clientela só aumentou, “Em julho de 2024, batemos o número de 16 mil fichas (de clientes) abertas. Desde lá, arrecadamos mais de 200 novos clientes. Inclusive, você é a nº 16224”.

A locadora está no coração da zona norte paulistana há quase 30 anos, desde 1995. O negócio é tocado por Roberto De Sousa Caetano, de 73 anos, que é apelidado carinhosamente pelos clientes de Tiozinho. “Aqui a gente não tem clientes, nós temos uma família de 16 mil pessoas, que é o que temos de cadastro. Para alugar um jogo, é necessário abrir uma ficha com os seus dados, e o valor do aluguel vai depender da geração do console escolhido. Variedade é o que não falta na World Games, já que o catálogo extenso de quatro mil jogos abrange os consoles de Sony, Microsoft e Nintendo, como Playstation 2, 3, 4 e 5, Xbox 360 e Xbox One, Nintendo Wii e Switch.

Apesar de ser um comércio, a locadora de Tio Roberto vai além de um simples negócio. As locadoras não são apenas um local de aluguel de mídias, mas sim um espaço de debate, conversas, amizade e indicações. Os streamings trouxeram praticidade no dia a dia mas, com tanta inovação tecnológica, o contato humano ficou para trás. Além de tornarem os jogos mais acessíveis, visto que os preços estão cada vez mais altos, as locadoras nos permitem ter uma vivência cultural que se perdeu no meio da modernização.

Porém, há uma ameaça iminente que pode se tornar a vilã dessa história, que é o declínio do consumo e da produção de mídia física. No início da década de 2010, houve um crescimento significativo no comércio digital, com o surgimento de plataformas de compras de jogos como Steam, PlayStation Store e Xbox Live. Essas plataformas possuem gastos reduzidos com produção e distribuição dos jogos, tornando os *games* mais baratos. Segundo dados do relatório anual da indústria dos jogos realizado pela Games Industry Biz., as compras digitais representaram 94% das vendas do setor no ano de 2022.

A verdade é que CDs, DVDs, Blu-rays e cartuchos sempre foram sinônimo de jogos nos consoles. Comprar uma mídia física também era um investimento, já que era comum ver os jogadores emprestando ou revendendo os títulos para amigos. Além disso, você pode acessá-los da onde quiser, sem depender de uma conexão de internet ou de um catálogo online. Porém, a praticidade e os valores acabam influenciando na decisão final do consumidor, que acaba vendo no jogo online uma comodidade maior.

O que era antes a principal forma de consumo, hoje se tornou um item de colecionador. A possibilidade de ter estantes repletas de caixinhas com encartes especiais faz brilhar os olhos de pessoas como Paulo do Prado, conhecido online pelo *username* GameMovieCollector.

Paulo Prado tem 41 anos de idade, é gestor de T.I. mas, nas horas vagas, se divide entre suas grandes duas paixões: a paternidade e o colecionismo. Ele começou com esse hobby desde jovem, no final dos anos 90. “Quando peguei pela primeira vez o meu primeiro DVD, eu já sabia que era isso o que eu queria fazer pelo resto da minha vida”.

O acervo fica na sala de seu apartamento, e conta com mais de mil itens entre jogos, filmes e séries. Ele admite gastar mais dinheiro do que devia para manter a sua coleção, mas é aficionado em colecionar as edições físicas de seus filmes e jogos preferidos.



Coleção de jogos do Sonic. Foto: Paulo Prado

Impressionada com tanta dedicação para o colecionismo, perguntei para Paulo se ele acreditava no possível fim da mídia física. Prado afirma não ter dúvidas de que as mídias físicas ainda estarão aqui no futuro. “A mídia física é um artigo de nicho, um artigo de

coleccionador, assim como os discos de vinil, que voltaram com força ao mercado. Mídia física e streaming podem conviver em paz!”

Talvez o segredo para o futuro das mídias físicas seja esse que o senhor Roberto já está implementando em sua locadora, que é entender que os streamings continuarão existindo, mas o contato humano sempre será o diferencial.