

Exterior de olho na Brasileira

POR MIRELA TAVARES
FOTOS ALEXANDRE DE OLIVEIRA

Produtora comandada por Magda Barbieri e Bia Flecha completa um ano em nova sede e aumenta trabalhos para mercado externo

Préstes a completar um ano na nova sede, no bairro paulistano de Pinheiros, a Brasileira Filmes aumenta o número de trabalhos para o exterior. Com uma equipe atual de 16 pessoas, além das equipes contratadas a depender de cada trabalho, a empresa tem se destacado em projetos como a campanha para Sony Vaio, da agência americana Ignated, para ser exibida em toda a América Latina. "Aumentamos em 30% as produções para fora", conta a sócia e diretora executiva, Magda Barbieri.

Para 2009, apesar da crise que tem assustado o mercado publicitário, as previsões da Brasileira se mantêm otimistas. "Pretendemos dobrar os projetos" afirma Magda, exemplificando que fazer seis filmes full (a produtora cria desde o conceito até as filmagens) em 2009 já seria uma boa performance. Até outubro deste ano, a produtora já tinha feito quatro filmes full para a Sony.

Com a oferta de tanta tecnologia e a explosão de profissionais filmando, a Brasileira se mantém mais focada no conteúdo a ser exibido. "Estamos prontos para criar em

qualquer formato; as idéias são prioridade, não importa se para filmagem em 35mm, 16mm ou com uma câmera de celular", diz a sócia e diretora de cena, Bia Flecha. "Produzimos para qualquer capai, para qualquer formato", completa Magda, acrescentando que a tecnologia hoje permite inúmeras opções. "Mas a forma como se conta a história ainda é o diferencial", completa.

A própria Bia foi convidada para fazer um curta-metragem com uma câmera de celular para o Nokia Trends. "E é muito boa", diz ela, que gostou da experiência. E ela gostou, mais ainda, de ter dirigido um



Bia Flecha (esq.) e Magda Barbieri: as idéias são prioridade

comercial com o cineasta espanhol Pedro Almodóvar para o Instituto Criar, da Vivo, feito pela Y&R. "Ele foi incrível e a experiência é inesquecível", conta. »