O comercial é brasileiro, mas o cenário é do país vizinho

Preços mais em conta e pouca burocracia tornam Uruguai atrativo para produções

DIVULGAÇÃO

'LOCAÇÃO PERFEITA' – Gravação da campanha da Neosaldina, da agência SantaClaraNitro, em Montevidéu, Uruguai: produtor negociou uso de prédio em poucas horas

Marili Ribeiro

No para-brisa do antigo carro azul, estacionado em frente a um prédio dos anos 50 em estilo neoclássico, há uma multa. A motorista chega e não titubeia. Pega o papel, prende a um balão vermelho que surge ao vento e fica observando ele subir aos céus. Não dá para identificar o lugar. Poderia ser o centro velho de Porto Alegre, Rio ou São Paulo. Mas é Montevidéu, no Uruguai. O país vizinho – que exporta trigo, malte, tubarões azuis congelados, carnes e leite em pó para o Brasil – passou a imprimir suas paisagens nos comerciais vistos por brasileiros.

A escolha do Uruguai para a filmagem do novo comercial da Neosaldina não é um fato isolado. Nos últimos quatro anos, tem se intensificado o trânsito de produções para o país. E há vários motivos para isso. Mas o que mais pesa é o bolso. Filmar lá pode ficar até 50% mais barato que no Brasil.

"Por 30 anos a Argentina foi um destino solicitado para realização de comerciais. Como locação e também graças ao menor custo. Porém, nos últimos tempos, tem ficado inviável produzir lá", diz Maximiliano Fox, produtor internacional de RTV da agência NeogamaBBH. "O Uruguai ganhou adesões."

Argentino, há três anos vivendo no Brasil, Max, como é conhecido, não tem perdão para com seus conterrâneos: "No Uruguai, as paisagens são semelhantes às argentinas, os talentos bem menos exigentes e inexiste burocracia dificultando o trabalho. Na Argentina, o governo torna uma tortura interditar algum espaço público, ainda que por algumas horas. Os sindicatos fazem exigências dignas de Hollywood para contratação de figurantes", conta Max.

A facilidade de deslocamento e a agilidade na tomada de decisões são fatores que reduzem os custos. Isso sem contar impostos e aluguel de equipamentos que também são mais baratos. "O Uruguai é pequeno, tem uma economia limitada e precisa de qualquer atividade que gere receita", diz o diretor da produtora Paranoid BR, Egisto Betti. "O Film Comission deles, órgão facilitador de filmagens presente em vários países, é um dos mais eficientes que conheci. Consegue liberar uma rua para tomadas cinematográficas em 24 horas. No Brasil, isso levaria uns dez dias, e ainda haveria o pedágio embutido nas inúmeras instâncias fiscais de aprovação."

Na gravação do comercial da Neosaldina, Murilo Lico, sócio e diretor de criação da agência SantaClaraNitro, viu que essa combinação de fatores faz diferença na prática. "Uma das locações fundamentais para o filme não estava funcionando e, por isso, fomos visitar uma segunda opção. No caminho, vimos um prédio perfeito. O produtor uruguaio desceu, tocou o interfone, fez meia dúzia de telefonemas e, com algumas horas de negociação com os proprietários, o prédio estava liberado. Nunca tinha visto isso na vida", conta Lico.

A escolha de Montevidéu, como conta Lico, foi muito motivada pelo roteiro, que requeria várias tomadas externas e tinha prazo de gravação curto. "A luz daquela cidade é menos dura do que em grande parte do Brasil, e a arquitetura abre possibilidades para imprimir lugares diferentes num mesmo contexto", explica. "Outro ponto interessante é que se consegue um elenco desconhecido no Brasil, o que ajuda a evitar atores manjados de comerciais. Um recurso que se pode usar quando não há diálogos."

Foi para sair da mesmice que o diretor de filmes Pedro Becker começou a sugerir o Uruguai. Foi por lá que ele dirigiu, em 2007, o comercial criado pela agência AlmapBBDO para o Golf, da Volkswagen. A campanha é uma paródia do filme *Forrest Gump*, um personagem abobalhado que corre o mundo sempre envolvido em situações inusitadas e históricas.

Da mesma agência e para o mesmo cliente, outro comercial mais recente rodado no Uruguai é o premiado Cachorro-Peixe, que abocanhou troféus em todos os festivais que concorreu no último ano. Nele, um motorista sonha que seu cachorro é um misto de peixe. "Foi rodado na praia de Jose Inácio, embora achem que é no litoral brasileiro", conta Betti, que, na época, trabalhava na AlmapBBDO. ●

FRASES

Maximiliano Fox
Produtor da agência NeogamaBBH

••• "No Uruguai, as paisagens são semelhantes às argentinas, os talentos bem menos exigentes e inexiste burocracia dificultando o trabalho. Na Argentina, o governo torna uma tortura interditar algum espaço público, ainda que por algumas horas"

Egisto Betti
Diretor da Paranoid BR

••• "O Uruguai é pequeno, tem uma economia limitada e precisa de qualquer atividade que gere receita"

••• "O Film Comission deles, órgão facilitador de filmagens presente em vários países, é um dos mais eficientes que conheci"

Fonte: O Estado de S.Paulo, São Paulo, 1 fev. 2010, Negócios, p. N16.