

Anhangabaú é a locação preferida para comerciais

Vanessa Correa

Região do vale paulistano, onde fica o viaduto do Chá, atrai produtores pela "universalidade" e "unidade estética"

No vídeo, local pode se passar por qualquer outra metrópole de "país de primeiro mundo", diz cineasta

Vestido com um terno, o executivo dirige seu carro pelas ruas de uma metrópole de primeiro mundo. Ele poderia estar em Nova York ou Paris.

Mas ele é na verdade um ator e está em um comercial, filmado na região do Anhangabaú, centro de São Paulo, locação preferida das produtoras de filmes publicitários.

Diretores de cinema também têm prestigiado a região central em suas obras.

A pedido da Folha, a Secretaria de Coordenação das Subprefeituras elaborou um ranking com as 16 ruas para as quais mais foram emitidas autorizações de filmagem (veja ao lado). Exceto para gravações com a câmera no ombro, é preciso obter a autorização do município.

"Quando pensamos em grandes metrópoles, o que vem à nossa mente é a arquitetura mais antiga, como a de Nova York. O centro de São Paulo passa essa ideia de primeiro mundo", diz Paula Trabulsi, cineasta e sócia-diretora da BossaNovaFilms.

A produtora elaborou recentemente um comercial para os sucos Tang, no qual crianças dançam no viaduto Santa Ifigênia, que cruza o vale do Anhangabaú.

Outra vantagem do centro para filmagens, explica Paula, é a "universalidade" da região. São Paulo não pode ser identificada, não remete a nenhuma outra cidade e a nenhuma outra região do mundo. Por isso, afirma a cineasta, também é muito procurada para filmes e comerciais estrangeiros.

O centro da capital paulista também pode ser qualquer cidade, com sua arquitetura variada, "dos anos 20, 40, 60, 70. Os estrangeiros ficam ensandecidos com as possibilidades", diz Paula.

Segundo ela, os edifícios construídos nestas duas últimas décadas remetem ao leste europeu, e poderiam até mesmo ambientar um filme cuja história se desenrola naquela parte do mundo.

"O vale do Anhangabaú tem prédios históricos, bonitos. Queríamos um lugar aberto, urbano, com bastante circulação de pessoas, e essa foi a melhor opção", afirma Júlio Taubkin, diretor da produtora Colmeia.

Na sexta-feira, ele filmou no local um "evento documental" para colocar no site da marca de eletrônicos LG.

Não deu detalhes do projeto, que usou celulares pendurados em forma de móbile e uma grande caixa transparente cheia de abelhas.

Na questão "universalidade", Taubkin concorda com sua colega cineasta. "Essa arquitetura copiada de fora é muito universal. Uma pessoa mais nova não vai saber se é Buenos Aires ou São Paulo."

Ele aponta ainda a unidade estética do centro como vantagem. "Quando você muda o plano, não são acrescentados elementos novos. Toda a cena vai mostrar um lugar parecido." Para o diretor, tanto o centro quanto a avenida Paulista, também no topo das mais filmadas, transmitem essa clareza.

Entre os lugares que já filmou, Taubkin cita o Beco do Batman, na Vila Madalena (zona oeste de São Paulo), e a avenida Faria Lima e seus prédios "monumentais".

A Lei Cidade Limpa também ajudou muito. Segundo Paula, foi uma "revolução imagética". Para ela, essa limpeza visual "normalmente só se encontra em países de primeiro mundo".

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 24 out. 2010, Cotidiano, p. C6.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais