

'Esqueci o Não' da Skol sai de cena, mas cai na mira do Conar

(Folha de S. Paulo, 14/02/2015) Após receber 30 denúncias de consumidores, o Conar (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) abriu nesta sexta-feira (13) uma representação contra a campanha do “Esqueci o Não”, da Skol.

A campanha -um cartaz com a frase “Esqueci o ‘não’ em casa”, exibido em pontos de ônibus- foi alvo de críticas de pessoas que entenderam se tratar de uma apologia ao estupro.

Leia mais:

[Publicitários reconhecem sexismo em anúncios de cerveja \(Folha de S. Paulo, 17/02/2015\)](#)
[Após semana marcada por propaganda polêmica, Ambev comunica troca de diretor de marketing \(O Estado de S. Paulo, 15/02/2015\)](#)

[Campanha #BebeuPerdeu vira hit nas redes sociais e volta a ser criticada \(Bem Estar, 15/02/2015\)](#)

['Esqueci o Não' da Skol sai de cena, mas cai na mira do Conar \(Folha de S. Paulo, 14/02/2015\)](#)

As críticas surgiram depois que a publicitária Pri Ferrari e a jornalista Mila Alves publicaram nas redes sociais fotos ao lado do cartaz com o complemento “e trouxe o nunca” pichado.

Com a repercussão, foi iniciada uma campanha para estimular as pessoas a denunciar o caso no Conar.

Nesta sexta-feira pela manhã, antes mesmo de o Conar abrir o caso, a Ambev, que fabrica a Skol, anunciou a retirada dos cartazes e divulgou uma nova campanha que fala de respeito no Carnaval.

“Em nenhum momento tivemos a intenção de ofender ou passou pela nossa cabeça que pudesse haver essa interpretação. Mas temos que estar preparados para ouvir, dialogar e mudar o rumo se for preciso”, diz o diretor de comunicação da Ambev, Alexandre Loures. “Não podemos ignorar nenhuma voz da sociedade. Se 1% se sente ofendido, temos de corrigir.”

Ele conta que na quinta-feira ligou para Pri Ferrari para explicar a intenção da campanha e ouvir as críticas. E que a nova campanha foi feita com base em questões que surgiram na conversa.

O “esqueci o não” deu lugar a “Não deu jogo. Tire o time de campo” ou “Quando um não quer, o outro vai dançar”, seguido da assinatura: “Neste Carnaval, respeite”.

As outras peças da campanha original, que compartilham o mesmo espírito de libertinagem carnavalesca -“Topo antes de saber a pergunta” e “Tô na sua, mesmo sem saber qual é a sua”-, continuam a ser veiculadas.

A análise do caso pelo Conar segue independentemente de a campanha ter sido retirada ou não. Ela deve ir a julgamento em março.

Mariana Barbosa

Acesse o PDF: ['Esqueci o Não' da Skol sai de cena, mas cai na mira do Conar \(Folha de S. Paulo, 14/02/2015\)](#)