

# Skol lança ação para trocar cartazes machistas de bares

*Marca diz que imagens de mulheres com apelo sexual fazem parte do passado e convidou artistas mulheres para fazerem releituras de pôsteres antigos.*

[\(G1, 08/03/2017 - acesse no site de origem\)](#)

*Skol lança ação para trocar cartazes machistas de bares por releituras feitas por artistas mulheres (Foto: Divulgação)*

Neste Dia Internacional da Mulher, a Skol decidiu lançar uma campanha para retirar de bares cartazes antigos da marca com a estereotipada imagem da mulher retratada como objeto sexual.

“Isso não nos representa mais”, anuncia o vídeo que está sendo lançado nesta quarta-feira (8) nos canais digitais da marca. [Veja o vídeo da Skol](#)

Oito artistas mulheres foram convidadas para fazerem releituras de pôsteres antigos da marca e a Skol está pedindo que as pessoas indiquem bares com cartazes machistas ainda pendurados na parede para que seja feita a substituição.

Não é de hoje que esse tipo de propaganda incomoda muita gente e tem sido alvo de críticas. Aos poucos, as marcas de cerveja em se esforçando para mudarem a forma de representação da mulher.

Em seu novo posicionamento, a Skol passou a adotar desde o último verão a assinatura “Redondo é sair do seu quadrado”, em que já procurava dar um enfoque mais plural para a clássica fórmula praia, sol e piscina.



*Skol diz que cartazes de campanhas antigas como essas incomodam e não representa mais o posicionamento da marca (Foto: Divulgação)*

A campanha de agora não chega a ser um pedido de desculpas pelas peças do passado, mas representa de certa forma um marco, à medida em que a empresa admite que as peças do passado eram machistas e que imagens sexistas não mais a representam, e também a incomodam.

“Não é uma forma de pedir desculpa, é uma forma de evoluir junto com o mundo, sem negar o que aconteceu de fato”, disse ao **G1** a diretora de marketing de Skol, Maria Fernanda de Albuquerque. “É uma virada de página. É uma megarreflexão de olhar e admitir que não faz sentido aquilo existir”, acrescenta.

Segundo ela, cartazes com mulheres seminuas como o das imagens acima já não fazem parte das campanhas da marca há pelo menos 10 anos, mas continuam sendo encontrados em bares pelo país, principalmente fora dos grandes centros.

“Chega uma hora que esses cartazes passam a incomodar”, afirma a diretora. “É uma coisa que naquele momento funcionava, mas que hoje não faz mais sentido, não conversa com os valores da empresa muito menos com os jovens”.



*Skol convidou artistas mulhetes para fazerem releituras de peças publicitárias antigas da marca (Foto: Divulgação)*

## ‘Não tem mais volta’

E como a Skol pretende retratar a mulher daqui para frente? Segundo a diretora de marketing, não se trata necessariamente de deixar de mostrar a mulher de biquíni, e sim de retratar a realidade sem estereótipos.

“[A ideia] Não é mostrar uma mulher diferente, é simplesmente retratar a realidade, as mulheres como elas são. Uma executiva, uma mãe, uma dona de casa... não servindo cerveja, mas tomando”, afirma.

Embora esteja liderando o movimento dentro da Ambev, a Skol afirma se tratar de um novo posicionamento que está assumido por todas as marcas da

companhia. “Não tem mais volta”, diz Maria Fernanda de Albuquerque.

Ela lembra que a Brahma destacou o trabalho de uma mestre cervejeira em sua última campanha e que a própria Antarctica vem deixando de se referir às mulheres como sendo a “Boa”. “A Boa mesmo, que era a Juliana Paes, há muitos anos não é mais. Vem sendo muito mais referida à cerveja”, destaca.



*Skol diz não ter intenção de esconder o passado e sim de aprender com ele (Foto: Divulgação)*

## Releituras

A ação lançada para este Dia da Mulher foi criada pela agência F/Nazca Saatchi & Saatchi. As artistas convidadas para fazer as releituras de pôsteres antigos da marca foram: Eva Uviedo, Elisa Arruda, Carol Rosseti, Camila do Rosário, Manuela Eichner, Tainá Criola, Sirlaney Nogueira e Evelyn Queiroz, a Negahamburger.

“Como resultado, surgiram diferentes visões e estilos, mas o mesmo ponto em comum: a mulher empoderada”, afirma o material de divulgação da campanha. *Veja abaixo mais imagens*

Segundo a Skol, será criado no site da marca um espaço para as pessoas indicarem bares e outros pontos de venda que ainda tenham peças antigas, para que essas possam ser substituídas.



*Oito artistas foram convidadas para fazerem releituras de pôsteres antigos da marca (Foto: Divulgação)*



*Skol quer que público indique bares com as cartazes antigos para que seja feita a substituição (Foto: Divulgação)*



*Skol diz que objetivo não é apagar a história e sim virar uma página (Foto:*

*Divulgação)*



*Releituras apresentam versões de artistas para a mulher empoderada (Foto: Divulgação)*



*Skol lança ação para trocar cartazes machistas de bares (Foto: Divulgação)*