

Campanha publicitária contra o racismo gera polêmica na internet

(O Estado de S.Paulo, 30/04/2014) Críticos dizem que #somostodosmacacos dá cheque em branco para os preconceituosos

Se por um lado o gesto de Daniel Alves de comer uma banana atirada em sua direção no jogo entre Villarreal e Barcelona recebeu elogios em todas as partes do planeta, por outro a criação da hashtag #somostodosmacacos gera polêmica. Criado pela agência de publicidade Loducca, a pedido de Neymar, o conceito tinha a intenção de tirar o peso preconceituoso da palavra “macaco”, mas teve muita gente que achou que o tiro saiu pela culatra.

Segundo Amir Somoggi, consultor de marketing e gestão esportiva, a criação poderia ter sido mais inteligente. “Essa campanha está dando um cheque em branco para os racistas chamarem de macaco quem eles quiserem. Estava tudo armado esperando que alguém jogasse uma banana. Aí eles aproveitaram para comercializar o racismo e trataram como se fosse um sabonete ou um desodorante”, diz ele. “O racismo não é um produto de prateleira ou de gôndola. Ele tem de ser enfrentado de frente, como fez o Villarreal. Foi o único que tratou de forma rígida e dura.”

O Villarreal identificou e baniu para sempre de seus jogos o torcedor que atirou a banana no gramado do Estádio El Madrigal. Somoggi aprova a ação de Daniel Alves, mas insiste que a criação do conceito foi infeliz. “Foi usado um termo extremamente pejorativo e as pessoas negras estão incomodadas. É como se falasse: ‘Dei de ombros, o racismo não me atinge’. Mas todos que foram atingidos sabem o quanto dói. Acho que perdemos uma grande chance de trabalhar fortemente uma campanha que não fosse superficial.”

Guga Ketzer, sócio e vice-presidente de criação da Loducca, explica que não se trata de uma campanha publicitária, mas um movimento para debater uma ideia levada à agência por Neymar. “A ideia é tirar o preconceito da palavra.

Se os caras estão te chamando de macaco e isso não ofende mais, eles param de chamar. Buscamos um ato leve e que nos fez pensar. Tratamos até com um certo humor, que é a cara do Neymar.”

Ele garante que a intenção não é vender nada. Só que, no embalo do conceito, outra polêmica surgiu com o lançamento de uma camiseta se apropriando do assunto. O apresentador Luciano Huck, que tem uma grife vendida pela internet, fez um material com a hashtag, a imagem de uma banana e os dizeres “respeito” e “somos iguais”. Muita gente viu o gesto como uma forma de oportunismo.

Acesse o PDF: [Campanha publicitária contra o racismo gera polêmica na internet \(O Estado de S.Paulo, 30/04/2014\)](#)