

CAMPANHA DO BK COM CENAS DA MADRUGADA É ADVERTIDA NO CONAR

Marca fez vídeo com cenas internas que se passam em suas lojas durante a noite, mostrando clientes alcoolizados e brigas

Bárbara Sacchitiello

Em agosto, para incentivar as pessoas a pedirem os itens da rede, via delivery, durante a noite, o Burger King lançou uma campanha chamada “BK na Madrugada”, em que oferecia descontos de até 70% para pedidos realizados via iFood, Uber Eats e Rappi entre 0h e 6h.

Criada pela David, a campanha questionava se os consumidores estavam com saúde das madrugadas vivenciadas no Burger King e exibia uma sequência de cenas, captadas dentro das unidades da rede de fast food.

Esses vídeos, que foram enviados pelos próprios consumidores e também por funcionários do Burger King, mostram pessoas alcoolizadas dormindo nas mesas, brigando ou tentando lavar o rosto na máquina de refrigerantes; brigas com cadeiras; pessoas caindo no chão; amigos fazendo brincadeiras uns com os outros, etc.

A ideia era mostrar às pessoas que elas poderiam usufruir de todo o cardápio do BK, via delivery, sem precisar presenciar tais cenas. Tanto que a frase que encerra o vídeo é: “O Melhor do BK. Sem o Pior do BK”.

Nesta semana (21 outubro), o Conselho de Ética do Conar reuniu-se para julgar diversos processos e, entre eles, havia um movido contra essa campanha do Burger King. Por maioria de votos, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária determinou uma advertência ao anunciante.

Nesse caso, não é necessário deixar de veicular a campanha e tampouco a realização de qualquer mudança no filme. O Conar apenas envia uma carta ao anunciante advertindo-o sobre algumas mensagens incorretas que podem ser passadas por meio da campanha, solicitando mais atenção a esses casos.