

# NotCo retira campaña en Brasil tras polémica con Parmalat y entidades de la industria láctea

■ La firma liderada por Matías Muchnick había lanzado una publicidad con adultos vestidos como crías de animales, similar a la de la empresa francesa en 1996.



NotCo, la empresa chilena de tecnología alimentaria de origen vegetal, debió retirar su campaña publicitaria en Brasil luego de que el Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (Conar) de ese país recibiera una queja del gigante de los lácteos, Parmalat.

Si bien la firma liderada por Matías Muchnick acogió la solicitud del organismo, en una nota irónica publicada este miércoles en la red social Instagram, afirmó que decidió detener los avisos porque “generaban intolerancia”.

“¿Quién lo hubiera pensado? La campaña diseñada para intolerantes resultó incómoda para algunos”, se puede leer en un extracto del

comunicado.

El anuncio, creado por la agencia David, es una reinterpretación de la clásica publicidad “Parmalat Mammals”, emitida por primera vez en 1996 y que quedó grabada en la memoria de muchos brasileños por mostrar a niños vestidos como crías de animales. El éxito de la acción dio lugar a la producción masiva de peluches y a relanzamientos en 2007 y 2015.

En el nuevo anuncio de NotCo, adultos disfrazados de animales parecían experimentar molestias intestinales después de tomar leche. Sin embargo, al probar NotMilk, los personajes parecían felices y saludables. Esta campaña de NotCo no fue bien recibida por Parmalat ni por la industria láctea.

Así, Parmalat –controlada por la empresa francesa Lactalis– presentó una demanda ante el Conar alegando uso indebido de propiedad intelectual, desinformación y un ataque despectivo al sector.

