

No Dia da Mulher, Magazine Luiza vai "meter a colher em briga de marido e mulher"

Magalu começa a vender, hoje, uma colher especial, com mensagem contra a violência doméstica. Renda será revertida a organizações de apoio às mulheres

São Paulo, 08 de março de 2018 – "Em briga de marido e mulher, não se mete a colher." O Magazine Luiza, uma das maiores plataformas de varejo do Brasil, vai desafiar o ditado popular neste Dia da Mulher. A partir de hoje, o Magalu venderá -- em suas 860 lojas físicas e no site magalu.com -- uma colher especial com os dizeres: "Em briga de marido e mulher, tem que meter a colher, sim. Ligue 180 e denuncie". Cada colher custará 1,80 real, uma referência ao número de denúncia para casos de violência contra as mulheres, o Ligue 180. O dinheiro arrecadado com a venda, ao final da campanha, será revertido a duas entidades: Instituto Patrícia Galvão, uma organização social que desde 2001 trabalha pela garantia do direito das mulheres de viver sem violência, e a rede colaborativa Mete a Colher, que funciona por meio de um aplicativo mobile, que conecta mulheres vítimas de violência com outras que podem oferecer apoio. "Denunciar é sempre um grande desafio", diz Ilca Sierra, diretora de marketing multicanal do Magalu. "Por isso, a empresa, que já tem um histórico de engajamento nessa luta, considera de grande importância promover campanhas que incentivem mulheres e homens a dar esse grande passo." A ação é assinada pela agência DAVID. Há oito meses, o Magalu lançou uma iniciativa interna para reduzir os casos de violência contra a mulher entre suas mais de 11 000 funcionárias. Elas têm acesso ao Canal da Mulher, um sistema de denúncia - monitorado diretamente por Luiza Trajano, presidente do Conselho de Administração - cuja função é apoiar as funcionárias expostas a esse tipo de violência.

Dados publicados pelo portal G1 mostram que o Brasil registrou 4 473 assassinatos de mulheres em 2017, um aumento de 6,5% em relação ao ano anterior -- o que significa uma mulher morta a cada duas horas no país.

"O envolvimento e a contribuição das empresas no enfrentamento da violência contra as mulheres são extremamente importantes. Essa campanha mostra que esse é um problema de todos: das empresas, como o Magazine Luiza, e da sociedade", diz Jacira Melo, diretora do Instituto Patrícia Galvão.