

Halls promove campanha #RespiraFundo e Lute pelas Mulheres

Para dar continuidade ao trabalho iniciado em 2020, marca incentiva o debate sobre os impactos do machismo no Dia Internacional da Mulher



Imagens: divulgação

Março, 2021 – Diariamente, mulheres passam por diversas situações abusivas. Seja na rua, no trabalho, na roda de amigos ou até dentro de casa. Em uma sociedade patriarcal, as mulheres precisam batalhar em dobro para terem seus direitos respeitados e conseguirem agir contra práticas machistas. Pensando nesse contexto, Halls, marca da Mondelêz Brasil, lança a campanha **#RespiraFundo e Lute pelas Mulheres**, como uma continuidade aos projetos iniciados em 2020. A campanha, criada pela agência DAVID, baseia-se no posicionamento da marca que estimula as pessoas a “respirar fundo” e agirem diante de um desafio.

A campanha conta com um filme que será reproduzido nas principais plataformas digitais da marca, um time de influenciadoras para falar sobre o assunto (Hana Khalil, Alexandra Gurgel e Magá Moura) e que receberá uma edição exclusiva dos produtos, com frases e contextos comuns enfrentados pelas mulheres, incentivando o combate ao machismo. O objetivo é continuar estimulando a reflexão sobre as mudanças necessárias desses hábitos e reforçar que não basta dizer um “não ao machismo”, mas sim respirar fundo para AGIR.

Em 2020, a marca promoveu outras ações de apoio às mulheres, dando destaque às suas áreas de atuação, como o patrocínio da surfista Maya Gabeira, a lutadora de MMA Amanda Ribas e a jovem skatista Atali Mendes além de ter participado da ação de Guaraná Antártica em prol das mulheres no futebol de base, ambientes tradicionalmente machistas do esporte.

No filme **#RespiraFundo e Lute pelas Mulheres**, com criação propositalmente minimalista, é possível sentir o impacto do machismo no dia a dia das mulheres, explorando algumas frases-gatilhos tradicionalmente presentes no cotidiano, e muitas vezes tidas como inofensivas.

“Falaram que aquela vaga não é pra você? Respira fundo e confie em você”

“Não é esporte pra mulher? Respira fundo e mostre que é”

“Acha que está num relacionamento abusivo? Respira fundo e se abra com uma amiga”

“Te disseram que toda mulher nasceu pra ser mãe? Respira fundo e viva como você quiser”

“Criticaram seu corpo? Respira fundo e ame-o com o ele é”

“Ouviu briga de marido e mulher? Respira fundo e disque 180”

Para ver o filme acesse o link: <https://www.instagram.com/hallsbrasil/>



Imagem: packs especiais de Halls/não estão à venda

“Acreditamos que para promover uma mudança é necessário gerar conscientização, debate e empatia com os impactos que isso tem no dia a dia. Por isso, no mês das mulheres, vamos novamente valorizar o papel das mulheres na construção da nossa sociedade e incentivar um debate e reação contra o machismo que, infelizmente, ainda é muito parte do cotidiano de nós, mulheres. Em 2020, fizemos este trabalho no ambiente esportivo que ainda carrega traços bastante machistas e exige que mulheres respirem ainda mais fundo para conquistar seus espaços, e este ano decidimos ampliar esta mensagem”, comenta Anna Carolina Teixeira, diretora da categoria de gomas e balas da Mondelēz Brasil.

Para ampliar a conversa, Halls convidou as grafiteiras Carolina Folego (@afolego), Regina Elias (@soberanaziza), Jaqueline (@poucatintamuitagana) para produzirem um grafite no próprio dia 8/3 em Pinheiros (Rua Irmão Lucas com Lacerda Franco) em São Paulo. A arte representa a força das mulheres a partir da releitura da pose da mulher maravilha - com peito aberto e braços na cintura (comprovadamente uma posição que empodera) - melhora a autoconfiança, autoestima e ajuda as pessoas a respirarem mais fundo antes de enfrentarem uma situação difícil.

De acordo com a psicóloga social Amy Cuddy, em palestra no programa TEDGlobal, a linguagem corporal afeta a maneira como os outros nos veem, mas também pode mudar a maneira como nos vemos. Ficar em uma postura confiante, mesmo quando não nos sentimos confiantes, pode estimular sentimentos de confiança e pode ter um impacto nas nossas chances de sucesso frente a um desafio. Além disso, a profissional explica que as expressões não-verbais de poder e domínio são sobre “expandir”, o que explica a pose de peito aberto da mulher maravilha ou mesmo os braços abertos em V quando um corredor ultrapassa a linha de chegada, mostrando um momento de poder que eles sentem. E Halls escolheu especificamente a pose da mulher maravilha para retratar força das mulheres frente às situações de machismo.

“Essa não é uma conversa que deve ficar limitada às mulheres. Queremos convidar todos – homens e mulheres – a agirem. O objetivo da campanha é chamar a atenção para a importância

do combate ao preconceito. É uma discussão que ainda encoraja cada uma delas a não desistir dos seus sonhos”, diz Carolina Vieira, Head de Atendimento da DAVID.

Para fundamentar e especializar ainda mais o processo de criação e desenvolvimento da campanha, Halls contou com o apoio e assessoria da **65/10**, uma consultoria especializada em comunicação com mulheres.

Outras ativações de Halls dando voz às mulheres:

A campanha de agora é uma continuidade de outras iniciativas realizadas pela marca neste tema, que teve início no ano passado e envolveu mulheres de destaque em sua área de atuação. Em 2020, a marca lançou uma campanha Vai com Tudo Vai com Halls, trazendo o produto como um importante aliado que pode inspirar e oferecer a motivação necessária para seus consumidores superarem aquele frio na barriga diante dos obstáculos do dia a dia. Pensando nisso, a marca convidou mulheres do esporte que são desafiadas diariamente pelo machismo.

A surfista Maya Gabeira foi recordista mundial do surfe em setembro, na praia do Norte – Portugal, e a skatista Atali Mendes, de 20 anos, é a representação das mulheres que superam seus desafios nas rampas de skate e tem o desafio de manter a mente trabalhada para se encorajar a aprender novas manobras. Já Amanda Ribas, contratada pelo UFC e esperança brasileira no peso palha, também enfrentou muitos desafios para chegar aonde está hoje e vive em constante evolução em um esporte pouco valorizado às mulheres.

Uma segunda iniciativa foi a parceria de Halls à campanha do Guaraná Antártica para apoiar o futebol feminino de base no Brasil, colaborando diretamente na formação do esporte feminino com o projeto Meninas em Campo. Criado em 2016, ele oferece treinos de futebol e já atendeu mais de 200 atletas, sendo que 40 delas foram selecionadas para jogar em equipes profissionais. Várias marcas também entraram nessa parceria, como Avon, Burger King, ESPN, GOL, Lays, Puma, Vivo, Banco BMG e Consul e todo o dinheiro arrecadado na campanha foi destinado à estrutura física, à expansão da equipe e ao fortalecimento da metodologia do projeto. Em abril de 2021, Guaraná Antártica começará a circular suas latinhas com os logos das marcas que se juntaram à campanha, como forma de agradecimento ao time que apoiou e incentivou o projeto.

Sobre a Mondelēz International no Brasil:

A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) empodera as pessoas a escolherem snacks do jeito certo em aproximadamente 160 países ao redor do mundo. Com receita líquida de cerca de US\$ 26 bilhões em 2017, a MDLZ está liderando o futuro dos snacks com marcas globais e locais icônicas, como biscoitos Oreo, belVita e LU; Cadbury Dairy Milk, chocolate Milka e Toblerone; Sour Patch Kids e gomas Trident. No Brasil, a empresa tem em seu portfólio marcas valiosas, como Trident, Chiclets e Halls, os chocolates Lacta, Bis e Sonho de Valsa, os biscoitos Club Social, Oreo e Trakinás, os refrescos em pó Tang, Clight e Fresh, as sobremesas e o fermento em pó Royal e o cream cheese Philadelphia.

Mondelēz International se orgulha de ser membro da Standard and Poor’s 500, da Nasdaq 100 e do Índice Dow Jones de Sustentabilidade. Visite www.mondelezinternational.com/br.