

Antyrasiści kontra Starbucks

16 października 2011

Francuskie kawiarnie amerykańskiej firmy Starbucks dostały się po ogień krytyki zawodowych „antyrasistów” po tym gdy w kawiarniach pojawiły się plakaty przestrzegające przed kieszonkowcami.

Plakaty przedstawiały ciemnoskórego mężczyznę otoczonego strzałkami wskazującymi na telefon komórkowy, laptop, plecak i portfel. Tekst na plakacie głosił: „Miej się na baczności, gdy widzisz nietypowe zachowanie nieznajomego. Nie pozwól kieszonkowcom zepsuć Twojej chwili relaksu w Starbucks. Miej oko na swoje rzeczy”.

Zostało to zinterpretowane jako „rasistowskie” przez klienta kawiarni w Paryżu, który powiadomił zajmujących się „walką z rasizmem” zawodowców z organizacji SOS Racisme. Grupa ta zażądała usunięcia plakatów z kawiarni argumentując to tym, że są one „wymierzone w mniejszości” oraz „przypisują im przestępcze zachowania”.

Przedstawiciele Starbucks w odpowiedzi na zarzuty stwierdzili, że postacie na plakatach to klienci narażeni na kradzież, a nie złodzieje. Inny plakat z tej samej serii przedstawia białą kobietę w tym samym kontekście, w którym przedstawiony jest czarnoskóry. Jednak ten plakat nie zwrócił uwagi „antyrasistów”, podobnie jak nie przekonały ich tłumaczenia rzecznika firmy, który powiedział, że plakaty zostały źle zrozumiane i że przedstawiają one klientów.

Pod presją „antyrasistowskiej” organizacji Starbucks wycofał plakaty z sieci swoich kawiarni na terenie Francji.

Źródło: [Autonom](#)