

Koncerny, marki, puby – wszyscy przepraszają za „rasizm”

19 czerwca 2020

Kajanie się po śmierci czarnoskórego George’a Floyda z amerykańskiego Minneapolis nie ustaje. Kolejne firmy, marki, ubezpieczalnie czy nawet puby przepraszają więc za „rasistowskie” konotacje ich nazw czy marek produktów. Niektóre z nich zamierzają chociażby zmieniać swoje towary, aby w ten sposób walczyć z rzekomymi „stereotypami rasowymi”.



Znany koncern PepsiCo zapowiedział zmianę nazwy i logo swoich popularnych produktów śniadaniowych. Firma ze Stanów Zjednoczonych uznała, że towary sprzedawane pod marką Aunt Jemima mogą na swoich opakowaniach nawiązywać do XIX-wiecznych „stereotypów rasowych”. Widnieje bowiem na nich roześmiana twarz czarnoskórej kobiety, przedstawianej jako „domowa szczęśliwa niewolnica”.

Nowe logo należące do Quaker Foods, czyli spółki zależnej PepsiCo, ma zostać zaprezentowane w czwartym kwartale tego roku. Jednocześnie koncern zapowiedział przeznaczenie 400 mln dolarów na potrzeby zgłaszane przez czarnoskóre społeczności. Z podobnym „problemem” mierzy się koncern Mars. Zmieni on opakowania swojej znanej marki „Uncle Bens”, ponieważ widnieje na niej roześmiany starszy murzyn.

Do kajania się za swoją przeszłość dołączył też przedsiębiorstwa z Wielkiej Brytanii. Popularna sieć pubów Greene King postanowiła przeprosić za posiadanie przez siebie plantacji na Karaibach, która należała do jej założyciela Benjamina Greene. Warto zauważyć, że Greene był właścicielem

owych pól do... 1833 roku, gdy na Wyspach Brytyjskich zniesiono niewolnictwo. Założony w 1688 roku ubezpieczyciel Lloyd's przeprosza z kolei za ubezpieczanie statków niewolniczych.

Na podstawie: TheGuardian.com, Rp.pl

Źródło: [Autonom.pl](https://autonom.pl)