19 Ιουνίου 2020

Τέλος εποχής: Γιατί αλλάζουν logo γνωστά προϊόντα μετά τη δολοφονία Φλόιντ

/ Ειδήσεις και Ανακοινώσεις / Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός



Οι εικόνες με μαύρους στις συσκευασίες πασίγνωστων προϊόντων αποσύρονται, καθώς θεωρούνται απαράδεκτες και ρατσιστικές – Γιατί οι μαύροι αποκαλούνταν «θείοι» και «θείες»



Boxes of Uncle Ben's branded rice stand on a store shelf inside of a shop in the Brooklyn borough of New York City, New York, U.S., June 17, 2020. REUTERS/Brendan McDermid

Διάσημα προϊόντα στις ΗΠΑ που απεικονίζουν μαύρους αλλάζουν όνομα και logo, καθώς δεν θεωρούνται πλέον κοινωνικά και ηθικά αποδεκτά εν έτει 2020, την ώρα που στη χώρα συνεχίζονται οι διαδηλώσεις του κινήματος Black Lives Matter.

Ένα από τα προϊόντα παγκοσμίου φήμης που θα αλλάξει εντελώς είναι το ρύζι Uncle Ben's, στη συσκευασία του οποίου απεικονίζεται έναν ασπρομάλλη μαύρο αγρότη με μαύρο παπιγιόν.



Bottles of ConAgra Brands Inc. Mrs. Butter-Worth's branded syrup are seen along side Aunt Jemima branded syrup on a store shelf in the Brooklyn borough of New York City, New York, U.S., June 17, 2020. Picture taken June 17, 2020. REUTERS/Brendan McDermidf

Το ίδιο ισχύει και για δύο διάσημα σιρόπια για κρέπες και βάφλες που κυκλοφορούν στις ΗΠΑ: το Aunt Jemima και το Mrs. Butterworth's.



Τέλος, έλεγχος στη συσκευασία θα γίνει και για το αλεύρι Cream of Wheat, που απεικονίζει έναν μαύρο σεφ, καθώς και στις οδοντόκρεμες Darlie (που παλιά ονομάζονταν Darkie).

Γιατί οι μαύροι αποκαλούνταν «θείοι» και «θείες»;
Ο χαρακτηρισμός «θείος» και «θεία» για τους Αφροαμερικάνους έχει τις ρίζες του στον 19ο αιώνα.

Τότε, οι λευκοί αφέντες του αμερικανικού Νότου αποκαλούσαν έτσι τους μαύρους σκλάβους τους, διότι αρνούνταν να τους αποκαλέσουν «κύριο» και «κυρία».

Επίσης, τόσο ο Uncle Ben όσο και η Aunt Jemima χαμογελούν, καθώς δείχνουν τη χαρά τους που υπηρετούν τους λευκούς…

Σύμβολο σκλαβιάς το παπιγιόν του «Μπάρμπα Μεν»
Το ρύζι Uncle Ben’s κυκλοφόρησε επίσημα από τη μητρική εταιρεία Mars το 1948. Το όνομα και η εικόνα του Μπάρμπα Μπεν βασίζεται σε δύο πρόσωπα.

Το όνομα προέρχεται από έναν μαύρο Τεξανό αγρότη της εποχής, τον θείο Μπεν, που ήταν γνωστός για το ρύζι του. Η εικόνα του ασπρομάλλη μαύρου με το κοστούμι βασίζεται σε έναν διάσημο σεφ και σερβιτόρο από το Σικάγο, με το όνομα Φρανκ Μπράουν.

Ωστόσο, είναι γνωστό ότι παπιγιόν φορούσαν οι λευκοί στους μαύρους σκλάβους τους και τους χρησιμοποιούσαν είτε ως μπάτλερ είτε για αγροτικές δουλειές.

Η μητρική εταιρεία Mars προσπάθησε να κάνει ένα rebranding το 2007, δίνοντας «προαγωγή» στον φανταστικό χαρακτήρα του Uncle Ben: πλέον ήταν ιδιοκτήτης μίας εταιρείας ρυζιού.

«Ο ρατσισμός δεν έχει καμία θέση στην κοινωνία»
Πλέον, η Mars θεωρεί ότι η εικόνα του μαύρου άνδρα είναι πλέον απαρχαιωμένη και δεν συμβαδίζει με τη σημερινή εποχή.

«Ακούμε τις φωνές των καταναλωτών, ειδικά της μαύρης κοινότητας και τη φωνή των συνεργατών μας σε όλο τον κόσμο και αναγνωρίζουμε ότι τώρα είναι η κατάλληλη στιγμή να αναδειχθεί το brand «Uncle Ben’s», συμπεριλαμβανομένης της οπτικής ταυτότητας, την οποία θα δημιουργήσουμε» αναφέρει η εταιρεία.

Σύμφωνα με την εταιρία, ο ρατσισμός δεν έχει καμία θέση στην κοινωνία. «Στεκόμαστε με αλληλεγγύη στη μαύρη κοινότητα, τους συνεργάτες μας και τους εταίρους μας στη μάχη για κοινωνική δικαιοσύνη».

Η Mars εξετάζει όλες τις εναλλακτικές για αλλαγές στο προϊόν, μεταξύ αυτών και ένα νέο όνομα.



A box of Aunt Jemima branded pancake mix stands on a store shelf inside of a shop in the Brooklyn borough of New York City, New York, U.S., June 17, 2020. REUTERS/Brendan McDermid

Η ρατσιστική ιστορία πίσω από τη «θεία Τζεμάιμα»

Ακόμα πιο άσχημη είναι η ιστορία πίσω από τη «θεία Τζεμάιμα», το πρόσωπο της οποίας βρίσκεται στο αγαπημένο σιρόπι που συνοδεύει το πρωινό των Αμερικανών, καθώς και σε μιξ για βάφλες.

Η Aunt Jemima ήταν μία από τις πρωταγωνίστριες των minstrel shows, ένα είδος μουσικοθεατρικής παράστασης των αρχών του 19ου αιώνα όπου οι λευκοί υποκρίνονταν τους μαύρους και τους κορόιδευαν. Στα σκετσάκια αυτά, οι λευκοί ηθοποιοί έβαφαν το πρόσωπό τους μαύρο – το λεγόμενο «blackface», το οποίο πλέον θεωρείται ταμπού.

Η θεία Τζεμάιμα αποτελούσε τον τύπο – καρικατούρα της «mammy», της όμορφης μαύρης γυναίκας που χαιρόταν να είναι σκλάβα των λευκών. Στα minstrel shows, ένα από τα πιο δημοφιλή τραγούδια ήταν το «Old Aunt Jemima».



Boxes of Uncle Ben's branded rice stand on a store shelf inside of a shop in the Brooklyn borough of New York City, New York, U.S., June 17, 2020. REUTERS/Brendan McDermid

Το σιρόπι και το μιξ για βάφλες με την Aunt Jemima άρχισε να κυκλοφορεί τη δεκαετία του 1880. Μάλιστα, οι τότε δημιουργοί της είχαν προσλάβει την ηθοποιό Νάνσι Γκριν, που είχε γεννηθεί στη σκλαβιά, για να διαφημίσει τα προϊόντα

Το 1926, τα προϊόντα για βάφλες της Aunt Jemima ήρθαν στα χέρια της πασίγνωστης εταιρείας Quaker. Άρχισαν να κυκλοφορούν στο μαζικό εμπόριο με σήμα – κατατεθέν τη μαύρη Τζεμάιμα με ένα μαντήλι στο κεφάλι της, μια χαρακτηριστική ένδειξη σκλαβιάς.

Μόλις το 1989, η εικόνα άλλαξε και απεικονίζει μια χαμογελαστή μαύρη γυναίκα με φουντωτό μαλλί. Το 2001, η PepsiCo αγόρασε το brand της Aunt Jemima.

Η Pepsi δεσμεύθηκε να αλλάξει το όνομα και την εικόνα της μαύρης γυναίκα στα προϊόντα για βάφλες, δίνοντας τέλος έτσι στο brand αυτό που είχε συνδέσει το όνομά του με το πρωινό των Αμερικανών.

Η οδοντόκρεμα Darlie, που παλιά λεγόταν… Darkie
Σάλο έχει προκαλέσει και η οδοντόκρεμα Darlie, που μέχρι το 1989 ονομαζόταν Darkie (σε ελεύθερη μετάφραση, «μαυρούλα»), η οποία έχει πολύ υψηλές στην Κίνα.

Γνωστή ως «Darkie» μέχρι το 1989, η μετέπειτα Darlie άλλαξε όνομα καθώς

θεωρήθηκε ρατσιστική η επωνυμία. Οι ιδιοκτήτες ζήτησαν συγνώμη και αντικατέστησαν το όνομα στα αγγλικά.

Παράλληλα, το σήμα αντί να απεικονίζει έναν μαύρο, χαμογελαστό άνδρα σταδιακά άλλαξε και πλέον απεικονίζει ένα πρόσωπο, που είναι μισό λευκό και μισό μαύρο. Διαφήμιση στην Κίνα πάντως, διαβεβαίωνε τους πελάτες ότι το προϊόν θα εξακολουθήσει να ονομάζεται «Η οδοντόκρεμα των Μαύρων» στα κινέζικα.

Η Darlie είναι ένα κινεζικό brand που ανήκει στην Colgate σε συνεργασία με την Joint Hawent, Hawley & Hazel.

«Για περισσότερα από 35 χρόνια, συνεργαζόμαστε για την εξέλιξη της μάρκας, συμπεριλαμβανομένων ουσιαστικών αλλαγών στο όνομα, το λογότυπο και τη συσκευασία. Αυτήν τη στιγμή συνεργαζόμαστε για να εξετάσουμε και να αναπτύξουμε περαιτέρω όλες τις πτυχές του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένης της επωνυμίας», δήλωσε εκπρόσωπος της Colgate-Palmolive στην HKFP.

Πηγή: in.gr