



12 אוגוסט, 2013

לכבוד,

עמוס שוקן

מו"ל הארץ

באמצעות דואר אלקטרוני: amos.schocken@haaretz.co.il

**הנדון: פרסומת ויראלית ברשת**

אנו פונות אליכם לאחר הצטברות של תלונות שהגיעו אלינו מגולשות וגולשים ברשת, שהזדעזעו מהפרסומת הויראלית של עיתון הארץ ברשת.

ברצוננו להעיר כי מדובר בפרסומת, אשר לוקה בטעם רע עושה נזק ושירות רע לציבור הצרכניות והצרכנים שלכם, בעבר ובעתיד.

אנו מוחות על הסגנון הפרסומי כמו גם על המסרים המיושנים והפוגעניים שעולים ממנו. גופה של האישה איננו מוצר צריכה, הפיכת מיניותה של אישה ל"חווית משתמש בעיתון" הוא מסר חברתי רע, שיש בו נזק והוא מצעיד את החברה לאחור במקום קדימה. המסר הכפול שמתבטא בפרסומת זו הוא ברור, שלא לומר נדוש ומיושן.

כתנועה המקיימת בכל שנה קמפיין ציבורי כנגד פרסומות סקסיסטיות ומעניקה אות קלון לחברה המסחרית אשר הפיקה פרסום פוגעני, לא העלינו על דעתנו שעיתון הארץ, שמסקר בכל שנה את הקמפיין, יהיה מועמד לקבלת התואר המפוקפק ביום האישה הבינלאומי 2014.

אנו דורשות כי תסירו לאתר את הפרסומת דלעיל מכל כלי התקשורת ומן המרחב הציבורי. אנו מקוות ומאמינות, כי אתם מכירים בחשיבותם של ערכים כדוגמת כבוד האדם והשוויון בין המינים, וכי בבחירת הקמפיין הפרסומי הבא של עיתון הארץ, יעמדו לנגד עינכם, לא רק הרצון ליצור פרובוקציה ולמשוך את תשומת ליבו של הצרכן או הצרכנית, אלא דגש על פרסום בטעם טוב, בעל מסרים חברתיים.

בכל הכבוד הראוי,

גילה אשרת

יו"ר ויצו ישראל

שרון צירקסקי

מנהלת תחום קשרי ממשל

ויצו ישראל