CLASSIFIED DOCUMENT
CASE NO. 7749-B
INTERROGATION REPORT
SUBJECT: UNKNOWN / MALE / AGE 52
DATE: 12 NOV 1966 | TIME: 02:18 AM
LOCATION: SITE B – HOLDING ROOM 3
OFFICER: DET. K. MARLOW
SUBJECT WAS DETAINED AFTER INCIDENT AT DOCK YARD. REFUSED TO PROVIDE NAME. POSSESSES NO IDENTIFICATION. CLAIMS NOTES: COOPERATIVE BUT EVASIVE. PENDING FURTHER INTERROGATION.
APPROVED – CASE OPEN
12/NOV/66
12/NOV/66

SCHICK, WILKINSON AT ANG TATLONG KAMALASAN

Kaunting espasyo lamang ang inilalaan ko sa payunir na ito ng kanyang panahon, dahil sa tatlong simpleng dahilan:

1) Hindi nagsimula ang kanyang kuwento sa isang imbensiyong iginuhit sa mesa ng drowing, kundi sa isang aksidente at sa hirap sa isang liblib na kapaligiran ng minahan at hangganan.

2) Ang una niyang tagumpay sa komersiyo ay hango sa riple, hindi sa pang-ahit. Hiniram ng Magazine Repeating Razor ang konsepto nito ng pagkakarga mula sa mga riple na paulit-ulit pumuputok at mula sa karanasang militar.

3) Ang pinakakakaibang detalye sa lahat: naging mamamayan siya ng Canada sa huli upang iwasan ang isang imbestigasyon sa buwis ng Kongreso ng Amerika, matapos ilipat ang malaking bahagi ng kanyang yaman sa mga holding company sa Bahamas.

Pinili ni G. Schick na talikuran ang kanyang pagkamamamayang Amerikano at maging Canadian, at sa gayon ay inilayo ang sarili sa abot ng isang pagsisiyasat ng Kongreso sa pandaraya at pag-iwas sa buwis.

Walang marangal na pinagmulang ipagdiriwang dito, ni anumang dakilang alamat ng pagkakatatag lampas sa mga katotohanang karaniwang iniuulat at inilalagay sa konteksto ng kasaysayan.

Gayunman, may isang detalyeng tumutulong magpaliwanag kung bakit hindi kailanman naging higit-sa-buhay na pigura si Jacob Schick sa loob mismo ng brand o sa mas malawak na salaysay na pumapalibot sa industriya ng pag-aahit.

Inilipat niya ang malaking bahagi ng kanyang kayamanan sa isang network ng mga holding company sa Bahamas at sa huli ay naging naturalisadong

mamamayan ng Canada.

Hindi ko hinuhusgahan ang imbentor.

Itinatala ko lamang ang mga katotohanan.

Ang Gillette, ang Wilkinson, at iba pang mga brand ay nagtayo ng kanilang mga alamat sa paligid ng mga produkto, mga ritwal, at alaalang institusyonal.

Ang Schick naman ay nag-iwan sa salinlahi ng isang kuwentong halos nakasentro sa tao mismo.

Marahil iyon ang dahilan kung bakit mas naaalala natin ang pang-ahit kaysa sa imbentor nito.

Ferdinando