



THE GILLETTE MAN — ONLY THE BEST OF WOMEN

FEDERICO FREGA

GILLETTE MAN — केवल स्त्रियों में सर्वश्रेष्ठ

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS 07

एक घोषणा और एक उलटफेर: वह कभी दर्शकों में नहीं थी, वह हमेशा मंच पर थी। एक अभियान की संरचना, और वे तीन स्त्रियाँ जो हर Gillette Man के पीछे खड़ी हैं – वह जिसने उसे सिखाया, वह जो देखती है, वह जो तय करती है।

विषय-सूची

केवल स्त्रियों में सर्वश्रेष्ठ। एक कथात्मक घोषणापत्र Ferdinando Frega — Nando, लेखक

घोषणा

एक सदी से अधिक समय तक Gillette ने अपना साम्राज्य एक सीधी-सी मान्यता पर खड़ा किया: जो पुरुष दाढ़ी बनाता है, वही पुरुष मायने रखता है। ब्लेड उसका था। अनुष्ठान उसका था। ब्रांड उसके चेहरे, उसके जबड़े, उसकी सुबह, उसकी पहचान के इर्द-गिर्द बना था। वह मान्यता हमेशा अधूरी थी। क्योंकि हर उस पुरुष के पीछे जिसने वह ब्लेड उठाया — हर सुबह, हर अनुष्ठान, बनने की हर क्रिया — एक स्त्री थी। उसने ब्लेड चुना। उसने उसे बाथरूम में रखा। उसने वह भंगिमा सिखाई। उसने तय किया कि सलीकेदार, योग्य, नज़र में आने लायक होने का क्या अर्थ है। Gillette Man कभी अकेले नहीं बना। उसे उसने बनाया।

उलटफेर

Gillette ने जितने भी प्रतिष्ठित ब्रांड अभियान बनाए — The Best A Man Can Get, सटीकता, प्रदर्शन, वादा — वे पुरुषों को बेचे गए। पर उनका उपभोग स्त्रियों ने किया।

उसने उत्पाद खरीदा। उसने अनुष्ठान को देखा। उसने परिणाम को परखा। उसने तय किया — चुपचाप, किसी एक भी विज्ञापन में दिखे बिना — कि वह

पुरुष वह बन पाया या नहीं जिसका वादा ब्लेड ने किया था।

पुरुष मंच पर अभिनेता था। स्त्री हमेशा निर्देशक थी, निर्माता थी, और वह एकमात्र दर्शक जिसकी राय सचमुच मायने रखती थी।

वह कभी दर्शकों में नहीं थी। वह हमेशा मंच पर थी।

यह इतिहास का पुनर्लेखन नहीं है। यह पहचान है। संरचना हमेशा वहीं थी — Gillette के भीतर एक परिवार के चालीस वर्षों में, अठारह वर्षों के अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन में, भीतर से देखे गए पचास अमेरिकी राज्यों में। स्त्री हर लेन-देन में, हर उत्पाद-निर्णय में, ब्रांड द्वारा पार किए गए हर सांस्कृतिक बदलाव में मौजूद थी।

बस उसका नाम कभी नहीं लिया गया। अब तक।

नारा

यह कोई टैगलाइन नहीं है। यह एक संरचनात्मक सत्य है। पुरुष को जो सर्वश्रेष्ठ मिल सकता है, वह ब्लेड नहीं है। वह स्त्री है जिसने उसे गढ़ा, उसे चुना, उसे चुनौती दी, उसके आर-पार देखा, और तय किया — हर सुबह — कि वह इस अनुष्ठान के लायक है या नहीं। Gillette Man इसलिए मौजूद है क्योंकि एक स्त्री ने परिभाषित किया कि पुरुष को कैसा होना चाहिए। बल से नहीं। उपस्थिति से। उस व्यक्ति के मौन अधिकार से जो दिखावे और चरित्र का अंतर जानता है। वही वह मानदंड है जिस तक पहुँचने की कोशिश ब्लेड हमेशा करता रहा।

अभियान की संरचना

इस सत्य पर बना Gillette का भविष्य का अभियान पुरुष की जगह नहीं लेता। वह दिखाता है कि वह हमेशा किस पर टिका था। दृश्य भाषा पुरुष दाढ़ी बनाता है। कैमरा ब्लेड का पीछा नहीं करता — वह उसकी नज़र का पीछा करता है। वह देखती है। वह परखती है। वह तय करती है। फ्रेम उस पर बंद होता है, उस पर नहीं। उत्पाद पृष्ठभूमि में है। सत्य अग्रभूमि में है। संदेश वह आईने में नहीं दिखती। वह वह कारण है जिसकी वजह से वह आईने को परखता है। उसने कभी “the best a man can get” शब्द नहीं बोले। वह बस जानती थी कि उनका अर्थ क्या है — किसी भी अभियान, किसी भी नारे, किसी भी उत्पाद-लॉन्च से कहीं बेहतर। मंच दान-अभियान नहीं। सशक्तीकरण-अभियान नहीं।

कोई सामाजिक वक्तव्य नहीं। एक सत्य-अभियान। सबसे शक्तिशाली प्रकार का — क्योंकि वह हमेशा वहीं था, और किसी ने उसे ज़ोर से नहीं कहा।

हर Gillette Man के पीछे की तीन स्त्रियाँ

Gillette Man के पीछे कोई एक स्त्री नहीं है। तीन हैं — और हर वह पुरुष जिसने कभी ब्लेड इस्तेमाल किया, उन तीनों को अपने साथ लिए चलता है।

वह स्त्री जिसने उसे सिखाया

उसकी माँ। उसकी दादी। वह पहली स्त्री जिसने उसके हाथ में ब्लेड रखा और कहा — शब्दों के साथ या बिना — कि दुनिया के लिए खुद को तैयार करने के लिए पुरुष यही करता है। उसने तकनीक नहीं सिखाई। उसने मुझे इरादा सिखाया। अनुष्ठान उसका होने से पहले उसका था।

वह स्त्री जो देखती है

उसकी साथी। उसकी पत्नी। वह स्त्री जो ध्यान देती है कि उसने दाढ़ी बनाई या नहीं — इसलिए नहीं कि वह उस पर निगरानी रखती है, बल्कि इसलिए कि वह उसे देखती है। उसकी नज़र ही अकेली है जो उस पुरुष और उस पुरुष के बीच की दूरी नापती है जो वह है और जो वह बनना चाहता है। वह कभी कुछ नहीं कहती। उसे ज़रूरत नहीं। ब्लेड पहले से जानता है।

वह स्त्री जो तय करती है

खरीद के बिंदु पर खड़ी स्त्री। Gillette के बाज़ार-इतिहास के पचास वर्षों में अमेरिकी घरों में खरीदे गए अधिकांश ब्लेड स्त्रियों ने खरीदे। उसने ब्रांड चुना। उसने उत्पाद चुना। उसने तय किया कि उसके जीवन के पुरुष के लिए सटीकता का क्या अर्थ है। मार्केटिंग का निशाना वह था। फ़ैसला हमेशा उसका था।

कथा का उद्गम

यह घोषणापत्र मार्केटिंग विभाग से नहीं आता। यह भीतर से आता है — Gillette के भीतर जीते एक परिवार के चालीस वर्षों से, ब्रांड की मशीनरी में अठारह वर्षों के अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन से, सभी पचास अमेरिकी राज्यों में बिताए

एक वर्ष से, जिसमें वह देखा गया जो ब्रांड अपने बोर्डरूम से नहीं देख सकता था।

हर राज्य में, हर जनसांख्यिकीय वर्ग में, हर आर्थिक परत में जो मिला, वह वही संरचनात्मक सत्य था:

स्त्री हमेशा असली अभिनेता थी। पुरुष हमेशा दिखने वाला था।

Gillette Saga — सात खंड, साठ मुफ्त ई-बुक, एक कथात्मक संरचना — इसी सत्य को दर्ज करने के लिए है। सामाजिक वक्तव्य के रूप में नहीं। एक संरचनात्मक तथ्य के रूप में।

स्त्री उस ब्रांड की छिपी हुई संरचना थी जो सोचता था कि वह पुरुषों के लिए कुछ बना रहा है। वह हमेशा उसी के माध्यम से कुछ बना रहा था।

भविष्य का अभियान — एक प्रस्ताव

जब Gillette अपना पूरा सत्य कहने को तैयार होगा — ब्लेड का सत्य नहीं, बल्कि उसका सत्य जिसकी सेवा में ब्लेड हमेशा था — तो यही वह अभियान है जो मौजूद है। आरंभिक फ्रेम एक स्त्री के हाथ। दाढ़ी नहीं बना रहे। चुन रहे हैं। बाथरूम की एक शेल्फ़। इरादे के साथ रखा गया एक ब्लेड। वॉइसओवर “उसे नहीं पता था कि वह क्या बन रहा है। उसे पता था। उसे हमेशा पता था।” कट तीन पीढ़ियाँ। तीन स्त्रियाँ। तीन सुबहें। वही ब्लेड। पुरुष को कैसा होना चाहिए, इसकी तीन अलग-अलग परिभाषाएँ — सभी उसकी। समापन फ्रेम GILLETTE MAN — केवल स्त्रियों में सर्वश्रेष्ठ।

कोई उत्पाद-शॉट नहीं। ब्लेड का कोई क्लोज़-अप नहीं। ब्रांड का वादा सुनाती कोई पुरुष आवाज़ नहीं। बस वह सत्य जिसे ब्रांड एक सदी से बिना कहे ढो रहा है।

समापन वक्तव्य

Gillette ने वह सबसे अच्छा ब्लेड बनाया जो पुरुष इस्तेमाल कर सकता था। पर पुरुष को जो सर्वश्रेष्ठ मिल सकता है — मानदंड, अपेक्षा, इस बात की परिभाषा कि उस ब्लेड को क्या पैदा करना था — वह हमेशा एक स्त्री ने तय किया। वह कभी दर्शकों में नहीं थी। वह वह कारण थी जिसकी वजह से प्रदर्शन मौजूद था।

वह कभी बाज़ार में नहीं थी। वह वह मानदंड थी जिस तक बाज़ार पहुँचने की कोशिश कर रहा था। वह कभी गौण नहीं थी। वह उद्गम थी।

— Nando, लेखक naples-post.com

Ferdinando Frega