



THE GILLETTE MAN — ONLY THE BEST OF WOMEN

FEDERICO FREGA

# Ο ΑΝΤΡΑΣ ΤΗΣ GILLETTE — ΜΟΝΟ ΟΙ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 08

---

*Μια διακήρυξη και μια αντιστροφή: εκείνη δεν ήταν ποτέ στο κοινό, ήταν πάντα στη σκηνή. Η αρχιτεκτονική μιας καμπάνιας και οι τρεις γυναίκες που στέκονται πίσω από κάθε άντρα της Gillette — αυτή που τον δίδαξε, αυτή που τον κοιτάζει, αυτή που αποφασίζει.*

## Περιεχόμενα

ΜΟΝΟ ΟΙ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ. Ένα αφηγηματικό μανιφέστο  
Ferdinando Frega — Nando The Scribe

## **Η διακήρυξη**

Για περισσότερο από έναν αιώνα, η Gillette έχτισε την αυτοκρατορία της πάνω σε μια απλή προϋπόθεση: ο άντρας που ξυρίζεται είναι ο άντρας που μετράει. Η λεπίδα ήταν δική του. Η τελετουργία ήταν δική του. Η μάρκα χτίστηκε γύρω από το πρόσωπό του, το σαγόνι του, το πρωινό του, την ταυτότητά του. Εκείνη η προϋπόθεση ήταν πάντα ελλιπής. Γιατί πίσω από κάθε άντρα που έπιανε εκείνη τη λεπίδα — κάθε πρωί, σε κάθε τελετουργία, σε κάθε πράξη του να γίνει κάποιος — υπήρχε μια γυναίκα. Εκείνη διάλεγε τη λεπίδα. Εκείνη την έβαζε στο μπάνιο. Εκείνη δίδασκε τη χειρονομία. Εκείνη όριζε τι σήμαινε να είσαι ευπαρουσίαστος, άξιος, ορατός. Ο Άντρας της Gillette δεν χτίστηκε ποτέ μόνος του. Εκείνη τον έχτισε.

## ***Η αντιστροφή***

Κάθε εμβληματική καμπάνια που έκανε ποτέ η Gillette — The Best A Man Can Get, η ακρίβεια, η απόδοση, η υπόσχεση — πουλήθηκε στους άντρες. Όμως την κατανάλωσαν οι γυναίκες.

Εκείνη αγόραζε το προϊόν. Εκείνη παρατηρούσε την τελετουργία. Εκείνη αξιολογούσε το αποτέλεσμα. Εκείνη αποφάσιζε — σιωπηλά, χωρίς να εμφανιστεί ποτέ ούτε σε μία διαφήμιση — αν ο άντρας είχε καταφέρει να γίνει αυτό που υποσχόταν η λεπίδα.

Ο άντρας ήταν ο ηθοποιός στη σκηνή. Η γυναίκα ήταν πάντα η σκηνοθέτις, η παραγωγός και το μόνο κοινό που μετρούσε στ' αλήθεια.

## ***Εκείνη δεν ήταν ποτέ στο κοινό. Ήταν πάντα στη σκηνή.***

Αυτό δεν είναι αναθεώρηση της ιστορίας. Είναι αναγνώριση. Η αρχιτεκτονική ήταν πάντα εκεί — σε σαράντα χρόνια μιας οικογένειας μέσα στη Gillette, σε δεκαοκτώ χρόνια διεθνούς διοίκησης, σε πενήντα αμερικανικές πολιτείες παρατηρημένες από μέσα. Η γυναίκα ήταν παρούσα σε κάθε συναλλαγή, σε κάθε απόφαση για ένα προϊόν, σε κάθε πολιτισμική αλλαγή που διέσχισε η μάρκα.

Απλώς δεν την ονόμασε ποτέ κανείς. Μέχρι τώρα.

Το σύνθημα

Αυτό δεν είναι διαφημιστική ατάκα. Είναι μια δομική αλήθεια. Το καλύτερο που μπορεί να έχει ένας άντρας δεν είναι μια λεπίδα. Είναι η γυναίκα που τον διαμόρφωσε, τον διάλεξε, τον προκάλεσε, είδε μέσα του και αποφάσιζε — κάθε πρωί — αν άξιζε την τελετουργία. Ο Άντρας της Gillette υπάρχει επειδή μια γυναίκα όρισε τι πρέπει να είναι ένας άντρας. Όχι με τη βία. Με την

παρουσία. Με τη σιωπηλή εξουσία κάποιας που ξέρει τη διαφορά ανάμεσα στην εμφάνιση και στον χαρακτήρα. Εκείνη είναι το μέτρο που η λεπίδα προσπαθούσε πάντα να φτάσει.

### ***Η αρχιτεκτονική της καμπάνιας***

Μια μελλοντική καμπάνια της Gillette χτισμένη πάνω σε αυτή την αλήθεια δεν αντικαθιστά τον άντρα. Αποκαλύπτει πάνω σε τι ήταν πάντα χτισμένος. Οπτική γλώσσα Ο άντρας ξυρίζεται. Η κάμερα δεν ακολουθεί τη λεπίδα — ακολουθεί το βλέμμα της. Εκείνη κοιτάζει. Εκείνη αξιολογεί. Εκείνη αποφασίζει. Το κάδρο κλείνει πάνω της, όχι πάνω του. Το προϊόν είναι στο βάθος. Η αλήθεια είναι στο πρώτο πλάνο. Το μήνυμα Εκείνη δεν εμφανίζεται στον καθρέφτη. Είναι ο λόγος που εκείνος τον εξετάζει. Δεν είπε ποτέ τις λέξεις “το καλύτερο που μπορεί να έχει ένας άντρας”. Απλώς ήξερε τι σήμαιναν — καλύτερα από οποιαδήποτε καμπάνια, οποιοδήποτε σύνθημα, οποιοδήποτε λανσάρισμα προϊόντος. Η πλατφόρμα Όχι φιλανθρωπική καμπάνια. Όχι καμπάνια χειραφέτησης. Όχι κοινωνική δήλωση. Μια καμπάνια Αλήθειας. Το πιο ισχυρό είδος — γιατί ήταν πάντα εκεί, και κανείς δεν το είπε δυνατά.

### ***Οι τρεις γυναίκες πίσω από κάθε άντρα της Gillette***

Δεν υπάρχει μία μόνο γυναίκα πίσω από τον Άντρα της Gillette. Υπάρχουν τρεις — και κάθε άντρας που χρησιμοποίησε ποτέ τη λεπίδα τις κουβαλά όλες.

### ***Η γυναίκα που τον δίδαξε***

Η μητέρα του. Η γιαγιά του. Η πρώτη γυναίκα που του έβαλε μια λεπίδα στο χέρι και του είπε — με λόγια ή χωρίς — ότι αυτό κάνει ένας άντρας για να ετοιμαστεί για τον κόσμο. Δεν του δίδαξε

τεχνική. Του δίδαξε πρόθεση. Η τελετουργία ήταν δική της πριν γίνει ποτέ δική του.

### ***Η γυναίκα που κοιτάζει***

Η σύντροφός του. Η γυναίκα του. Η γυναίκα που προσέχει αν ξυρίστηκε ή όχι — όχι επειδή τον ελέγχει, αλλά επειδή τον βλέπει. Το βλέμμα της είναι το μόνο που μετρά την απόσταση ανάμεσα στον άντρα που είναι και στον άντρα που θέλει να γίνει. Δεν λέει ποτέ τίποτα. Δεν χρειάζεται. Η λεπίδα το ξέρει ήδη.

### ***Η γυναίκα που αποφασίζει***

Η γυναίκα στο σημείο της αγοράς. Σε πενήντα χρόνια ιστορίας της Gillette στην αγορά, τα περισσότερα ξυραφάκια που αγοράστηκαν στα αμερικανικά νοικοκυριά τα αγόρασαν γυναίκες. Εκείνη διάλεγε τη μάρκα. Εκείνη διάλεγε το προϊόν. Εκείνη αποφάσιζε τι σήμαινε ακρίβεια για τον άντρα της ζωής της. Το μάρκετινγκ στόχευε εκείνον. Η απόφαση ήταν πάντα δική της.

### ***Η αφηγηματική αφετηρία***

Αυτό το μανιφέστο δεν έρχεται από το τμήμα μάρκετινγκ. Έρχεται από μέσα — από σαράντα χρόνια μιας οικογένειας που έζησε μέσα στη Gillette, από δεκαοκτώ χρόνια διεθνούς διοίκησης μέσα στον μηχανισμό της μάρκας, από έναν χρόνο σε όλες τις πενήντα αμερικανικές πολιτείες, παρατηρώντας ό,τι η μάρκα δεν μπορούσε να δει από τις αίθουσες συνεδριάσεών της.

Αυτό που βρέθηκε, σε κάθε πολιτεία, σε κάθε δημογραφική ομάδα, σε κάθε οικονομικό στρώμα, ήταν η ίδια δομική αλήθεια:

Η γυναίκα ήταν πάντα ο πραγματικός πρωταγωνιστής. Ο άντρας ήταν πάντα ο ορατός.

Η Gillette Saga — επτά τόμοι, εξήντα δωρεάν ηλεκτρονικά βιβλία, μία αφηγηματική αρχιτεκτονική — υπάρχει για να καταγράψει αυτή την αλήθεια. Όχι ως κοινωνική δήλωση. Ως δομικό γεγονός.

Η γυναίκα ήταν η κρυφή αρχιτεκτονική μιας μάρκας που νόμιζε ότι έχτιζε κάτι για τους άντρες. Πάντα έχτιζε κάτι μέσα από εκείνη.

### ***Η μελλοντική καμπάνια — μια πρόταση***

Όταν η Gillette θα είναι έτοιμη να πει όλη την αλήθεια της — όχι την αλήθεια μιας λεπίδας, αλλά την αλήθεια αυτού που η λεπίδα πάντα υπηρετούσε — αυτή είναι η καμπάνια που υπάρχει. Πρώτο κάδρο Τα χέρια μιας γυναίκας. Δεν ξυρίζει. Διαλέγει. Ένα ράφι στο μπάνιο. Μια λεπίδα τοποθετημένη με πρόθεση. Φωνή εκτός κάδρου “Εκείνος δεν ήξερε τι γινόταν. Εκείνη ήξερε. Πάντα ήξερε.” Κοπή Τρεις γενιές. Τρεις γυναίκες. Τρία πρωινά. Η ίδια λεπίδα. Τρεις διαφορετικοί ορισμοί του τι πρέπει να είναι ένας άντρας — όλοι δικοί της. Τελευταίο κάδρο Ο ΑΝΤΡΑΣ ΤΗΣ GILLETTE — MONO OI ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ.

Κανένα πλάνο του προϊόντος. Κανένα κοντινό στη λεπίδα. Καμία αντρική φωνή να εκφωνεί μια υπόσχεση της μάρκας. Μόνο η αλήθεια που η μάρκα κουβαλά εδώ και έναν αιώνα χωρίς να την πει ποτέ.

### ***Η καταληκτική δήλωση***

Η Gillette έφτιαξε την καλύτερη λεπίδα που θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει ένας άντρας. Όμως το καλύτερο που μπορεί να έχει ένας άντρας — το μέτρο, η προσδοκία, ο ορισμός του τι έπρεπε να παράγει εκείνη η λεπίδα — το όριζε πάντα μια γυναίκα. Δεν ήταν ποτέ στο κοινό. Ήταν ο λόγος που υπήρχε η παράσταση. Δεν ήταν ποτέ στην αγορά. Ήταν το μέτρο που η αγορά

προσπαθούσε να φτάσει. Δεν ήταν ποτέ δεύτερη. Ήταν η αφετηρία.

— Nando The Scribe [naples-post.com](https://naples-post.com)

*Ferdinando Frega*