



THE GILLETTE MAN — ONLY THE BEST OF WOMEN

FEDERICO FREGA

GILLETTE மனிதர் — பெண்களில் சிறந்தவர்கள் மட்டுமே

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 08

ஓர் அறிவிப்பும் ஒரு தலைகீழாக்கமும்: அவள் ஒருபோதும் பார்வையாளர்களிடையே இருந்ததில்லை, எப்போதும் மேடையில் இருந்தாள். ஒரு பிரச்சாரத்தின் கட்டமைப்பு, ஒவ்வொரு Gillette மனிதருக்கும் பின்னால் நிற்கும் மூன்று பெண்கள் – அவருக்குக் கற்றுக்கொடுத்தவள், கவனிப்பவள், முடிவு செய்பவள்.

பொருளடக்கம்

பெண்களில் சிறந்தவர்கள் மட்டுமே. ஒரு கதையாடல் பிரகடனம் Ferdinando Frega — Nando The Scribe

அறிவிப்பு

ஒரு நூற்றாண்டுக்கும் மேலாக, Gillette தன் பேரரசை ஓர் எளிய அடிப்படையின் மேல் கட்டியது: சவரம் செய்யும் மனிதரே முக்கியமான மனிதர். பிளேடு அவருடையது. சடங்கு அவருடையது. பிராண்ட் அவருடைய முகம், அவருடைய தாடை, அவருடைய காலை, அவருடைய அடையாளம் ஆகியவற்றைச் சுற்றிக் கட்டப்பட்டது. அந்த அடிப்படை எப்போதும் முழுமையற்றதாகவே இருந்தது. ஏனெனில் அந்தப் பிளேடைக் கையில் எடுத்த ஒவ்வொரு மனிதருக்கும் பின்னால் — ஒவ்வொரு காலையும், ஒவ்வொரு சடங்கும், உருவாகும் ஒவ்வொரு செயலும் — ஒரு பெண் இருந்தாள். அவள் பிளேடைத் தேர்ந்தெடுத்தாள். அவள் அதைக் குளியலறையில்

வைத்தாள். அவள் அந்தச் சைகையைக் கற்றுக்கொடுத்தாள். பார்வைக்கு ஏற்றவராக, தகுதியானவராக, கவனிக்கப்படுபவராக இருப்பது என்றால் என்ன என்பதை அவள் வரையறுத்தாள். Gillette மனிதர் ஒருபோதும் தனியாகக் கட்டப்படவில்லை. அவள் அவரைக் கட்டினாள்.

தலைகீழாக்கம்

Gillette இதுவரை உருவாக்கிய ஒவ்வொரு அடையாளச் சின்னமான பிராண்ட் பிரச்சாரமும் — The Best A Man Can Get, துல்லியம், செயல்திறன், வாக்குறுதி — ஆண்களுக்கு விற்கப்பட்டது. ஆனால் அதைப் பெண்கள் நுகர்ந்தார்கள்.

அவள் பொருளை வாங்கினாள். அவள் சடங்கைக் கவனித்தாள். அவள் விளைவை மதிப்பிட்டாள். அவள் முடிவு செய்தாள் — மெளனமாக, ஒரே ஒரு விளம்பரத்தில்கூடத் தோன்றாமல் — பிளேடு வாக்களித்ததாக மாறுவதில் அந்த மனிதர் வெற்றி பெற்றாரா என்று.

மனிதர் மேடையில் இருந்த நடிகர். பெண் எப்போதும் இயக்குநர், தயாரிப்பாளர், உண்மையிலேயே கணக்கில் கொள்ளப்பட்ட ஒரே பார்வையாளர்.

அவள் ஒருபோதும் பார்வையாளர்களிடையே இருந்ததில்லை. அவள் எப்போதும் மேடையில் இருந்தாள்.

இது வரலாற்றைத் திருத்தி எழுதுவது அல்ல. இது அங்கீகாரம். கட்டமைப்பு எப்போதும் அங்கே இருந்தது — Gillette-க்குள் ஒரு குடும்பத்தின் நாற்பது ஆண்டுகளில், பதினெட்டு ஆண்டுகால சர்வதேச

நிர்வாகத்தில், உள்ளிருந்து கவனிக்கப்பட்ட ஐம்பது அமெரிக்க மாநிலங்களில். ஒவ்வொரு பரிவர்த்தனையிலும், ஒவ்வொரு பொருள் முடிவிலும், பிராண்ட் கடந்து சென்ற ஒவ்வொரு பண்பாட்டு மாற்றத்திலும் பெண் இருந்தாள்.

அவள் பெயர் மட்டும் ஒருபோதும் சொல்லப்படவில்லை. இதுவரை.

முழக்கம்

இது ஒரு விளம்பர வரி அல்ல. இது ஒரு கட்டமைப்பு உண்மை. ஒரு மனிதர் பெறக்கூடிய மிகச் சிறந்தது ஒரு பிளேடு அல்ல. அவரை வடிவமைத்தவள், அவரைத் தேர்ந்தெடுத்தவள், அவருக்குச் சவால் விட்டவள், அவரை ஊடுருவிப் பார்த்தவள், அவர் அந்தச் சடங்குக்குத் தகுதியானவரா என்று — ஒவ்வொரு காலையும் — முடிவு செய்தவள், அந்தப் பெண்தான். ஒரு மனிதர் என்னவாக இருக்க வேண்டும் என்பதை ஒரு பெண் வரையறுத்ததால்தான் Gillette மனிதர் இருக்கிறார். பலத்தால் அல்ல. உடனிருப்பால். தோற்றத்துக்கும் குணத்துக்கும் இடையிலான வேறுபாட்டை அறிந்த ஒருவரின் மௌன அதிகாரத்தால். பிளேடு எப்போதும் எட்ட முயன்ற தரநிலை அவள்தான்.

பிரச்சாரத்தின் கட்டமைப்பு

இந்த உண்மையின் மேல் கட்டப்படும் எதிர்கால Gillette பிரச்சாரம் மனிதரை மாற்றீடு செய்யாது. அவர் எப்போதும் எதன் மேல் கட்டப்பட்டிருந்தார் என்பதை அது வெளிப்படுத்துகிறது. காட்சி மொழி மனிதர் சவரம் செய்கிறார். கேமரா பிளேடைப் பின்தொடர்வதில்லை — அது அவளுடைய

பார்வையைப் பின்தொடர்கிறது. அவள் கவனிக்கிறாள். அவள் மதிப்பிடுகிறாள். அவள் முடிவு செய்கிறாள். சட்டகம் அவர் மீது அல்ல, அவள் மீது முடிகிறது. பொருள் பின்னணியில் இருக்கிறது. உண்மை முன்னணியில் இருக்கிறது. செய்தி அவள் கண்ணாடியில் தோன்றுவதில்லை. அவர் அதை ஆராய்வதற்கான காரணம் அவள்தான். "the best a man can get" என்ற சொற்களை அவள் ஒருபோதும் சொன்னதில்லை. அதன் அர்த்தம் அவளுக்குத் தெரிந்திருந்தது, அவ்வளவுதான் — எந்தப் பிரச்சாரமும், எந்த முடிக்கமும், எந்தப் பொருள் அறிமுகமும் ஒருபோதும் அறிய முடியாத அளவுக்கு நன்றாக. தளம் ஒரு தொண்டுப் பிரச்சாரம் அல்ல. ஓர் அதிகாரமளிப்புப் பிரச்சாரம் அல்ல. ஒரு சமூக அறிக்கை அல்ல. ஓர் உண்மைப் பிரச்சாரம். மிக வலிமையான வகை — ஏனெனில் அது எப்போதும் அங்கே இருந்தது, யாரும் அதை உரக்கச் சொல்லவில்லை.

ஒவ்வொரு Gillette மனிதருக்கும் பின்னால் இருக்கும் மூன்று பெண்கள்

Gillette மனிதருக்குப் பின்னால் ஒரே ஒரு பெண் இல்லை. மூன்று பேர் இருக்கிறார்கள் — பிளேடைப் பயன்படுத்திய ஒவ்வொரு மனிதரும் அவர்கள் அனைவரையும் சுமக்கிறார்.

அவருக்குக் கற்றுக்கொடுத்த பெண்

அவருடைய தாய். அவருடைய பாட்டி. அவர் கையில் முதன்முதலில் ஒரு பிளேடை வைத்து — சொற்களோடோ சொற்கள் இல்லாமலோ — உலகத்துக்குத் தன்னைத் தயார்படுத்த ஒரு மனிதர் செய்வது இதுதான் என்று சொன்ன முதல் பெண். அவள்

நுட்பத்தைக் கற்றுக்கொடுக்கவில்லை. அவள் நோக்கத்தைக் கற்றுக்கொடுத்தாள். அந்தச் சடங்கு அவருடையதாவதற்கு முன்பே அவளுடையதாக இருந்தது.

கவனிக்கும் பெண்

அவருடைய துணை. அவருடைய மனைவி. அவர் சவரம் செய்தாரா இல்லையா என்பதைக் கவனிக்கும் பெண் — அவள் அவரைக் கண்காணிப்பதால் அல்ல, அவள் அவரைப் பார்ப்பதால். அவர் இப்போது இருக்கும் மனிதருக்கும் அவர் ஆக விரும்பும் மனிதருக்கும் இடையிலான இடைவெளியை அளக்கும் ஒரே பார்வை அவளுடையதுதான். அவள் எதுவும் சொல்வதில்லை. சொல்ல வேண்டிய தேவையும் இல்லை. பிளேடுக்கு ஏற்கெனவே தெரியும்.

முடிவு செய்யும் பெண்

வாங்கும் இடத்தில் இருக்கும் பெண். Gillette-இன் ஐம்பது ஆண்டுகாலச் சந்தை வரலாற்றில், அமெரிக்க வீடுகளில் வாங்கப்பட்ட பெரும்பாலான பிளேடுகள் பெண்களால் வாங்கப்பட்டவை. அவள் பிராண்டைத் தேர்ந்தெடுத்தாள். அவள் பொருளைத் தேர்ந்தெடுத்தாள். தன் வாழ்க்கையில் இருக்கும் மனிதருக்குத் துல்லியம் என்றால் என்ன என்பதை அவள் முடிவு செய்தாள். சந்தைப்படுத்தல் அவரை இலக்காகக் கொண்டது. முடிவு எப்போதும் அவளுடையது.

கதையாடலின் தோற்றம்

இந்தப் பிரகடனம் சந்தைப்படுத்தல் துறையிலிருந்து வரவில்லை. அது உள்ளிருந்து வருகிறது — Gillette-க்குள்

வாழ்ந்த ஒரு குடும்பத்தின் நாற்பது
ஆண்டுகளிலிருந்து, பிராண்டின் இயந்திர
அமைப்புக்குள் பதினெட்டு ஆண்டுகால சர்வதேச
நிர்வாகத்திலிருந்து, தன் சொந்த இயக்குநர்
அறைகளிலிருந்து பிராண்டால் பார்க்க முடியாததைக்
கவனித்துக்கொண்டு ஐம்பது அமெரிக்க மாநிலங்கள்
அனைத்திலும் கழித்த ஓர் ஆண்டிலிருந்து.

ஒவ்வொரு மாநிலத்திலும், ஒவ்வொரு மக்கள்தொகைப்
பிரிவிலும், ஒவ்வொரு பொருளாதார அடுக்கிலும்
கண்டறியப்பட்டது அதே கட்டமைப்பு உண்மை:

பெண் எப்போதும் உண்மையான நடிகையாக
இருந்தாள். மனிதர் எப்போதும் கண்ணுக்குத்
தெரிபவராக இருந்தார்.

Gillette காவியம் — ஏழு தொகுதிகள், அறுபது இலவச
மின்னூல்கள், ஒரே கதையாடல் கட்டமைப்பு — அந்த
உண்மையைப் பதிவில் வைப்பதற்காக இருக்கிறது.
ஒரு சமூக அறிக்கையாக அல்ல. ஒரு கட்டமைப்பு
உண்மையாக.

ஆண்களுக்காக ஏதோ ஒன்றைக் கட்டுவதாக
நினைத்துக்கொண்டிருந்த ஒரு பிராண்டின் மறைந்த
கட்டமைப்பு பெண்தான். அது எப்போதும் அவள்
வழியாகவே ஏதோ ஒன்றைக் கட்டிக்கொண்டிருந்தது.

எதிர்காலப் பிரச்சாரம் — ஒரு முன்மொழிவு

Gillette தன் முழு உண்மையைச் சொல்லத்
தயாராகும்போது — ஒரு பிளேடின் உண்மை அல்ல,
அந்தப் பிளேடு எப்போதும் எதற்குச் சேவை செய்தது
என்பதன் உண்மை — இருக்கும் பிரச்சாரம் இதுதான்.
தொடக்கச் சட்டகம் ஒரு பெண்ணின் கைகள். சவரம்
செய்யவில்லை. தேர்ந்தெடுக்கின்றன.

குளியலறையின் ஓர் அலமாரி. நோக்கத்தோடு வைக்கப்பட்ட ஒரு பிளேடு. பின்னணிக் குரல் “தான் என்னவாக மாறிக்கொண்டிருக்கிறோம் என்று அவருக்குத் தெரியவில்லை. அவளுக்குத் தெரிந்தது. அவளுக்கு எப்போதும் தெரிந்தது.” வெட்டு மூன்று தலைமுறைகள். மூன்று பெண்கள். மூன்று காலைகள். அதே பிளேடு. ஒரு மனிதர் என்னவாக இருக்க வேண்டும் என்பதற்கான மூன்று வெவ்வேறு வரையறைகள் — அனைத்தும் அவளுடையவை. நிறைவுச் சட்டகம் GILLETTE மனிதர் — பெண்களில் சிறந்தவர்கள் மட்டுமே.

பொருளின் காட்சி இல்லை. பிளேட்டின் அண்மைக் காட்சி இல்லை. பிராண்ட் வாக்குறுதியைச் சொல்லும் ஆண் குரல் இல்லை. ஒரு நூற்றாண்டாகப் பிராண்ட் ஒருபோதும் சொல்லாமல் சுமந்துவந்த உண்மை மட்டுமே.

நிறைவு அறிக்கை

ஒரு மனிதர் பயன்படுத்தக்கூடிய மிகச் சிறந்த பிளேடை Gillette கட்டியது. ஆனால் ஒரு மனிதர் பெறக்கூடிய மிகச் சிறந்தது — தரநிலை, எதிர்பார்ப்பு, அந்தப் பிளேடு எதை உருவாக்க வேண்டும் என்பதன் வரையறை — எப்போதும் ஒரு பெண்ணால் நிர்ணயிக்கப்பட்டது. அவள் ஒருபோதும் பார்வையாளர்களிடையே இருந்ததில்லை. அந்த நிகழ்த்துதல் இருந்ததற்கான காரணம் அவள். அவள் ஒருபோதும் சந்தையில் இருந்ததில்லை. சந்தை எட்ட முயன்ற தரநிலை அவள். அவள் ஒருபோதும் இரண்டாம் நிலையில் இருந்ததில்லை. அவள்தான் தோற்றம்.

— Nando The Scribe naples-post.com

Ferdinando Frega