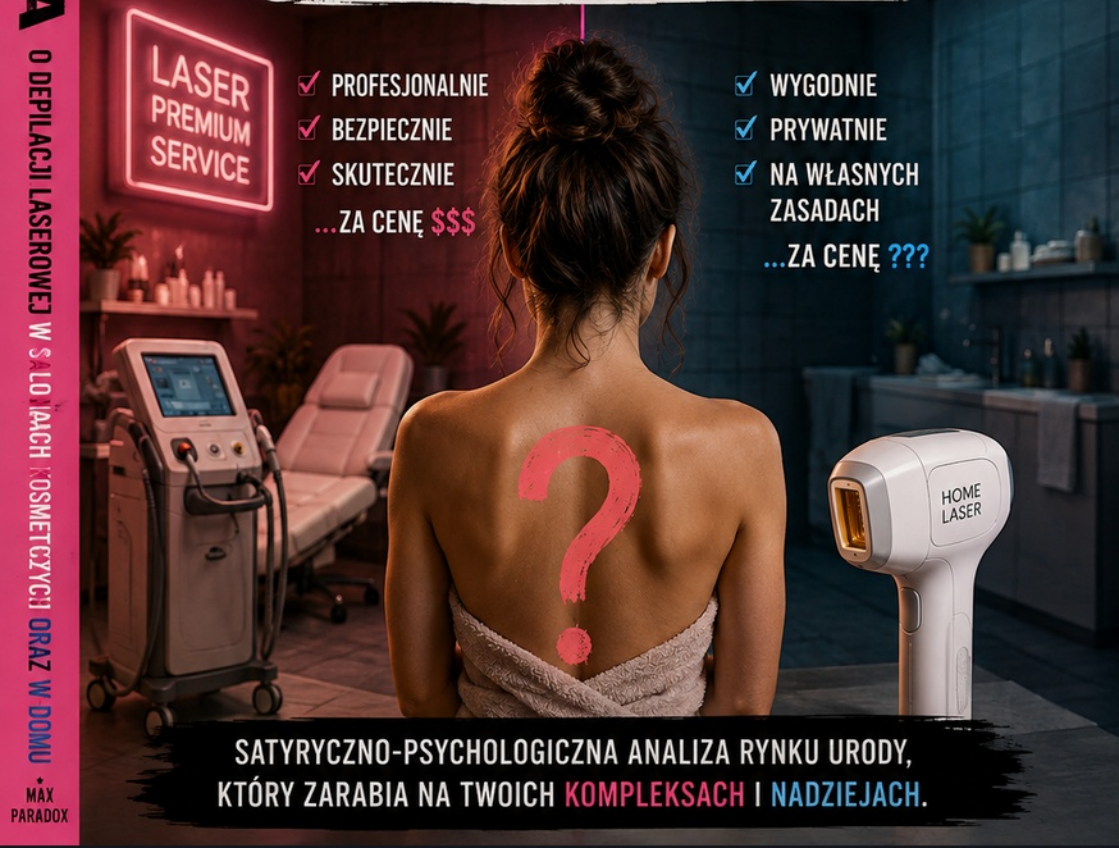
MAX PARADOX

BRUTALNA PRAWDA

O DEPILACJI LASEROWEJ W SALONACH KOSMETYCZNYCH ORAZ W DOMU

GŁADKA SKÓRA, DROGIE OBIETNICE I WOJNA O WŁASNE CIAŁO



SATYRYCZNO-PSYCHOLOGICZNA ANALIZA RYNKU URODY, KTÓRY ZARABIA NA TWOICH KOMPLEKSACH I NADZIEJACH.

BRUTALNA PRAWDA
O DEPILACJI LASEROWEJ W SALONACH KOSMETYCZNYCH ORAZ W DOMU
MAX PARADOX

SPIS TREŚCI

INTRO 3

Rozdział 1 - Gdy włos staje się problemem 13

Rozdział 2 - Profesjonalnie brzmi drożej 23

Rozdział 3 - Domowe urządzenie i iluzja pełnej kontroli. 34

Rozdział 4 - Ból, który ma sens, bo został opłacony 46

Rozdział 5 - Gładkość, która natychmiast przestaje wystarczać 58

Rozdział 6 - Ta sama skóra, dwie różne obietnice 69

Rozdział 7 - Kiedy reklama depiluje rzeczywistość 80

Rozdział 8 - Najdroższe jest to, czego już nie chcesz stracić 91

Rozdział 9 - Intymność wystawiona na światło 101

Rozdział 10 - Wakacje zaczynają się kilka miesięcy wcześniej 111

Rozdział 11 - Gdy promocja decyduje za ciebie 120

Rozdział 12 - Kiedy efekt staje się częścią tożsamości 130

Rozdział 13 - Skoro już zaczęłam, to trzeba skończyć .. 139

Rozdział 14 - Ból, który miał być „praktycznie niewyczuwalny” 152

Rozdział 15 - Domowy sprzęt, profesjonalne oczekiwania 163

Rozdział 16 - Kiedy wygoda zamienia się w obowiązek 177

Rozdział 17 - Certyfikat na ścianie, zaufanie w głowie .. 191

Rozdział 18 - Pakiet, abonament i klient, który miał przyjść tylko raz 205

Rozdział 19 - Efekt „przed i po”, czyli najkrótsza historia świata 219

Rozdział 20 - Kiedy wreszcie możesz przestać o tym myśleć 234

INTRO

W salonie jest ciepło, czysto i wystarczająco elegancko, żeby człowiek przez chwilę uwierzył, że właśnie uczestniczy w czymś bardziej wyrafinowanym niż systematyczne atakowanie własnego owłosienia światłem. Na stoliku stoi katalog zabiegów, na ścianie wiszą certyfikaty, urządzenie wygląda jak sprzęt pożyczony z prywatnej kliniki przyszłości, a osoba wykonująca zabieg spokojnym głosem tłumaczy, że potrzebna będzie seria spotkań. Klientka kiwa głową, chociaż jeszcze kilka tygodni wcześniej była przekonana, że depilacja laserowa polega mniej więcej na tym, że przychodzi się z włosami, wychodzi bez włosów i można zająć się poważniejszymi problemami egzystencjalnymi. Teraz dowiaduje się o fazach wzrostu, odstępach między zabiegami, przeciwwskazaniach, goleniu maszynką, unikaniu słońca i tym, że efekt zależy od szeregu czynników. Brzmi rozsądnie, profesjonalnie i naukowo. Dopiero gdzieś pomiędzy czwartym a szóstym spotkaniem pojawia się pytanie, którego reklama raczej nie umieszcza na grafice przedstawiającej idealnie gładką nogę: ile właściwie trzeba wydać pieniędzy, czasu i cierpliwości, żeby przestać zajmować się czymś, czym podobno po kilku zabiegach miało się już nie zajmować?

Kilka kilometrów ta sama historia rozgrywa się w łazience, tylko bez recepcji, certyfikatów i uspokajającego zapachu kosmetyków. Na pralce leży pudełko z domowym urządzeniem do usuwania owłosienia, kupionym po kilku wieczorach czytania rankingów, oglądania testów i porównywania parametrów, których właściciel jeszcze tydzień wcześniej nie potrafiłby nawet nazwać. Urządzenie kosztowało tyle, że pierwsze użycie powinno właściwie

zostać poprzedzone symbolicznym przecięciem wstęgi. Instrukcja zapewnia o technologii, aplikacja przypomina o kolejnej sesji, reklama pokazuje skórę tak gładką, jakby włosy nigdy nie zostały przewidziane w projekcie ludzkiego ciała. Człowiek przesuwa urządzenie centymetr po centymetrze i próbuje sobie przypomnieć, czy poprzednim razem zrobił już ten fragment uda. Po dwudziestu minutach zaczyna negocjować sam ze sobą. Pachy jeszcze zrobi. Łydki też. Uda może jutro. Bikini kiedyś, gdy odzyska wolę życia. Rewolucja technologiczna po raz kolejny okazuje się mieć ładowarkę, instrukcję i wymagać regularności.

Depilacja laserowa jest fascynująca nie dlatego, że pozwala ograniczać owłosienie. Fascynujące jest to, jak ogromny system znaczeń udało się zbudować wokół kilku milimetrów keratyny wyrastających ze skóry. Włos na głowie może być symbolem młodości, zdrowia, atrakcyjności i przedmiotem desperackiej walki o każdy dodatkowy centymetr objętości. Ten sam biologiczny materiał kilkadziesiąt centymetrów niżej potrafi zostać potraktowany jak awaria wymagająca natychmiastowej interwencji technologicznej. Kupujemy kosmetyki mające sprawić, żeby jedne włosy rosły szybciej, i urządzenia mające sprawić, żeby inne rosły wolniej. Jedne wzmacniamy, drugie wyrywamy, trzecie przycinamy, czwarte naświetlamy, a potem z pełną powagą nazywamy cały proces pielęgnacją. Biologia musi patrzeć na to z pewnym zdziwieniem, ale biologia nie prowadzi kampanii reklamowych.

Problem zaczyna się znacznie wcześniej niż w momencie wyboru między profesjonalnym zabiegiem a urządzeniem domowym. Zaczyna się wtedy, gdy człowiek przestaje postrzegać określoną cechę swojego ciała jako neutralną i zaczyna traktować ją jak zadanie do wykonania. Włos

przestaje być włosem. Staje się zaległością. Czymś, co trzeba ogolić przed basenem, usunąć przed randką, sprawdzić przed wyjazdem, poprawić przed założeniem sukienki, skontrolować przed wizytą u kosmetyczki i najlepiej ostatecznie wyeliminować, żeby nigdy więcej nie trzeba było o nim myśleć. To właśnie obietnica uwolnienia od obowiązku jest jednym z najpotężniejszych elementów całego rynku. Nie kupujesz przecież wyłącznie gładkiej skóry. Kupujesz wizję przyszłości, w której pewien drobny problem przestanie regularnie domagać się twojej uwagi.

Tyle że człowiek ma niezwykły talent do przekształcania metod oszczędzania czasu w nowe obowiązki. Kupuje urządzenie, żeby nie chodzić do salonu, po czym musi pamiętać o jego regularnym używaniu. Wybiera serię profesjonalnych zabiegów, żeby nie golić się co kilka dni, po czym zaczyna planować wizyty na kolejne miesiące. Śledzi cykl zabiegowy, pilnuje ekspozycji na słońce, analizuje reakcje skóry i zastanawia się, czy pojawiające się włosy są jeszcze normalnym etapem procesu, czy dowodem, że coś poszło nie tak. W pewnym momencie projekt pod tytułem „chcę mieć mniej roboty" zaczyna posiadać własny harmonogram. Jest to jeden z bardziej eleganckich paradoksów współczesnej pielęgnacji: żeby kiedyś nie musieć się czymś zajmować, trzeba przez dłuższy czas zajmować się tym wyjątkowo systematycznie.

Salon sprzedaje w tym układzie coś więcej niż dostęp do urządzenia. Sprzedaje delegowanie odpowiedzialności. Klient nie musi sam oceniać każdego centymetra skóry, zastanawiać się nad ustawieniami i pilnować techniki wykonywania kolejnych impulsów. Pojawia się w określonym miejscu i oddaje ciało oraz część odpowiedzialności osobie, która ma wiedzieć, co robi. Psychologicznie jest to

niezwykle wygodne, ponieważ profesjonalna przestrzeń potrafi zamienić niepewność w procedurę. Nawet ból staje się bardziej akceptowalny, kiedy ktoś w rękawiczkach mówi, że wszystko przebiega prawidłowo. Nawet wydatek łatwiej uzasadnić, jeśli towarzyszy mu formularz, konsultacja i urządzenie większe od nocnego stolika. Cena przestaje wtedy oznaczać wyłącznie koszt. Zaczyna pełnić funkcję dowodu, że wydarzyło się coś profesjonalnego.

Domowe urządzenie sprzedaje zupełnie inną fantazję. Tutaj główną walutą jest kontrola. Nie trzeba umawiać wizyty, wychodzić z domu, rozbierać się przed obcą osobą ani organizować kalendarza wokół dostępnych terminów. Można wykonać sesję o dwudziestej trzeciej, w piżamie, oglądając serial i zastanawiając się, dlaczego producent najwyraźniej zakładał, że człowiek posiada trzy ręce. W teorii otrzymujemy wolność. W praktyce otrzymujemy urządzenie wymagające czegoś, czego żadna technologia nie potrafi dostarczyć w pudełku: konsekwencji. Sprzęt może mieć czujniki, aplikację, kilka poziomów intensywności i eleganckie etui, ale nadal nie jest w stanie zmusić właściciela, żeby w niedzielę wieczorem zamiast położyć się na kanapie przez kilkadziesiąt minut metodycznie przesuwał głowicę po własnych nogach.

- Salon sprzedaje profesjonalizm, procedurę i możliwość przekazania części odpowiedzialności komuś innemu.
- Domowe urządzenie sprzedaje niezależność, prywatność i poczucie, że jednorazowy zakup zakończy regularne wydawanie pieniędzy.
- Oba rozwiązania sprzedają przede wszystkim wyobrażenie przyszłości, w której owłosienie zajmuje mniej miejsca w życiu niż obecnie.

Właśnie tutaj zaczyna się obszar, którym ta książka naprawdę się interesuje. Nie będzie instrukcją wyboru urządzenia, rankingiem salonów ani katalogiem parametrów technicznych. Nie będzie też kolejnym tekstem próbującym przekonać czytelnika, że powinien pokochać każdy włos na swoim ciele albo przeciwnie - usunąć go dla własnego dobra. Takie wojny są wyjątkowo wygodne, ponieważ pozwalają podzielić rzeczywistość na dwie drużyny i natychmiast przestać myśleć. Znacznie ciekawsze jest pytanie, dlaczego w ogóle potrzebujemy uzasadniać decyzję dotyczącą kilku centymetrów własnej skóry. Dlaczego usuwanie owłosienia może być jednocześnie przedstawiane jako osobisty wybór, standard estetyczny, forma dbania o siebie, wygoda, inwestycja i niemal technologiczne wyzwolenie? Im więcej odpowiedzi pojawia się wokół tak prostej czynności, tym bardziej podejrzane staje się pytanie.

Rynek kosmetyczny doskonale rozumie, że niezadowolenie jest ekonomicznie bardziej użyteczne niż neutralność. Człowiek, któremu jego ciało po prostu nie przeszkadza, jest wyjątkowo trudnym klientem. Nie potrzebuje natychmiastowego rozwiązania, nie analizuje nowych metod i nie spędza wieczoru na porównywaniu modeli urządzeń. Dlatego reklama rzadko musi powiedzieć wprost, że z twoim ciałem jest coś nie tak. Wystarczy, że pokaże wersję, która wygląda na łatwiejszą, czystszą, gładszą i bardziej uporządkowaną. Resztę wykonuje umysł. Pojawia się małe pytanie: skoro można tego nie mieć, to dlaczego ja nadal to mam? W tym momencie włos przestaje być biologicznym szczegółem. Staje się niedokończoną sprawą.

Najbardziej interesujące jest jednak to, że decyzja o depilacji może być całkowicie autentyczna i jednocześnie

pozostawać pod wpływem otoczenia. Te dwie rzeczy nie wykluczają się tak wygodnie, jak chcieliby uczestnicy internetowych dyskusji. Człowiek może naprawdę preferować gładką skórę, czuć się z nią komfortowo i nie potrzebować do tego żadnego manifestu. Jednocześnie jego wyobrażenie o tym, co wygląda estetycznie, nie powstało w sterylnym laboratorium odciętym od reklam, partnerów, znajomych, mody i kultury. Preferencje nie spadają z nieba w chwili osiągnięcia pełnoletności. Są budowane przez tysiące drobnych komunikatów, które z czasem stają się tak oczywiste, że przestajemy je zauważać. Najskuteczniejsza norma nie brzmi przecież jak rozkaz. Brzmi jak własna opinia.

Do tego dochodzi pieniądz, który ma wyjątkową zdolność zmieniania kosmetycznych decyzji w projekty inwestycyjne. Koszt kilku lub kilkunastu wizyt zaczyna być porównywany z ceną maszynek, wosku, kremów, czasu i domowych urządzeń. Powstają kalkulacje obejmujące następne lata, jakby przedmiotem analizy nie były pachy, lecz infrastruktura energetyczna niewielkiego państwa. Domowy sprzęt zaczyna wyglądać jak inwestycja, bo przecież „zwróci się" po określonej liczbie użyć. Pakiet zabiegów w salonie również staje się inwestycją, ponieważ płaci się za profesjonalny efekt i wygodę. Gdy wydaliśmy już odpowiednią sumę, pojawia się kolejny mechanizm: potrzeba udowodnienia sobie, że decyzja była dobra. Im droższy zakup, tym trudniej powiedzieć, że urządzenie od trzech miesięcy leży w szufladzie.

- Jeśli zabiegi działają zgodnie z oczekiwaniami, wydatek łatwo staje się dowodem rozsądnej decyzji.

- Jeśli efekty przychodzą wolniej, można uznać, że potrzeba jeszcze kilku zabiegów, kolejnego pakietu albo większej systematyczności.
- Jeśli domowe urządzenie nie jest używane regularnie, problem można przenieść ze sprzętu na właściciela, który zaczyna oskarżać samego siebie o brak konsekwencji.

I właśnie dlatego rozmowa o depilacji szybko przestaje być rozmową wyłącznie o włosach. Wchodzi w nią wstyd, kontrola, atrakcyjność, seksualność, pieniądze, dyscyplina, porównywanie się z innymi i potrzeba doprowadzania własnego ciała do stanu uznanego za zakończony. Problem polega na tym, że ciało wyjątkowo niechętnie przyjmuje do wiadomości, że jakiś projekt został zakończony. Starzeje się, zmienia, reaguje na hormony, środowisko i czas, a przede wszystkim nie czyta naszych planów. Człowiek chciałby wykonać serię zabiegów, odhaczyć zadanie i przejść . Biologia odpowiada czymś znacznie mniej satysfakcjonującym: zobaczymy.

Nie oznacza to, że profesjonalne zabiegi są oszustwem ani że domowe technologie są bezużytecznymi gadżetami. Takie uproszczenie byłoby równie wygodne jak reklama obiecująca rozwiązanie problemu. Interesujący jest obszar pomiędzy skutecznością technologii a oczekiwaniem człowieka, ponieważ właśnie tam powstaje większość rozczarowań. Technologia może ograniczać owłosienie, ale klient potrafi usłyszeć obietnicę definitywnego końca włosów. Producent może opisywać rezultaty osiągane przy regularnym stosowaniu, ale właściciel urządzenia zapamięta przede wszystkim obraz gładkiej skóry. Salon może uczciwie mówić o konieczności kolejnych sesji, a klient i tak zacznie liczyć, ile włosów zostało po trzeciej wizycie. Między informacją a wyobrażeniem znajduje się ogromna

przestrzeń, którą marketing potrafi urządzić wyjątkowo komfortowo.

Jest jeszcze ból, jeden z najbardziej absurdalnych elementów całej układanki. Przez lata powtarzano, że dla urody trzeba cierpieć, aż w końcu technologia zaczęła obiecywać, że cierpienie można przynajmniej profesjonalnie zoptymalizować. Chłodzenie, poziomy mocy, tryby delikatne i kolejne rozwiązania mają sprawić, że doświadczenie będzie łatwiejsze, ale sama gotowość do znoszenia dyskomfortu pozostaje fascynującym dowodem hierarchii wartości. Człowiek potrafi odkładać dentystę przez pół roku, ponieważ „nie ma kiedy", a jednocześnie niezwykle precyzyjnie znaleźć termin na zabieg kosmetyczny. Nie dlatego, że jedno jest obiektywnie ważniejsze od drugiego. Dlatego, że pilność nie zawsze wynika z konsekwencji. Czasami wynika z tego, jak często określona rzecz przypomina nam o sobie w codziennym kontakcie z własnym ciałem.

Największa brutalność tej historii nie znajduje się jednak w salonie ani w domowym urządzeniu. Znajduje się w momencie, w którym efekt zostaje osiągnięty i okazuje się... normalny. Pierwsze rezultaty mogą dawać satysfakcję, kolejne budować poczucie postępu, aż w końcu nowy stan staje się codziennością. Człowiek nie budzi się każdego ranka zachwycony, że jego pachy wymagają mniej uwagi. Adaptuje się. To, co miało być źródłem trwałej satysfakcji, zostaje włączone do standardu i przestaje produkować emocje. Jest to mechanizm znacznie większy niż depilacja, ale właśnie na takich drobnych przykładach widać go wyjątkowo wyraźnie. Wczorajsze marzenie niezwykle szybko potrafi zostać dzisiejszym minimum.