

# Go-See, Kraw-Gen, Intro: Sa Daigdig ng Promo

**Niles Jordan Breis**

(Magalang po akong nag-alok ng *Expoliant X* sa Misis na 'yun pero sininghalan n'ya ako. Nasira raw ang mukha n'ya at nagkandabakbak dahil sa *Expoliant X*. Tapos, pinagmumura n'ya ako. Malumanay po akong sumagot ng, "Misis kahit walang *Expoliant X*, sira na talaga ang mukha n'yo. Susuko kahit si Doktor Calayan o Doktor Belo." Masama bang magsabi ng totoo? Ako ang unang binastos.  
Ako pa ang mali? Ba't naman po gano'n?)

—*Promo Girl*  
sa nagreklamong superbisor  
ng isang *mall*

\*\*\*

## 1) OO NA. OO NA

EKSAKTO. Eksaktong araw—Enero 17—na ginugunita ang, sa tantiya ko, ikatatlumpong anibersaryo ng pagtatapos ng Batas Militar, nagtipon kaming magkakaibigan sa aking bagong *condo flat* sa Makati. Taong 2011 yaon.

Hindi kami karaniwang magkakaibigan. Kaming anim ay pawang mga dating "tibak" o aktibista. Simula pa 1985 at matapos ang People Power ni Cory noong

Pebrero 1986. May kani-kaniyang pinagkakaabalahan na kami ngayon. Pito talaga kami. Isa na lamang ang aktibo, ang nanatiling kadre o rebolusyonaryo.

Sa karaniwang inuman, ako ang minarkahang “kapitalista.” Na hindi ko agad tinanggap bagama’t lutang ang aking pagkakaiba kung ang pagbabatayan ay ang mga kasalukuyang propesyon ng lima pang dating “kasama.” Sa lima, may naging abogado sa isang ahensiya ng gobyerno na nagiging bantog na sa katiwalian. May naging prinsipal sa isang eskuwelahan ng mga anak-milyonaryo sa Ayala Alabang. Naging katuwang na *editor* ng magasing pang-*showbiz* ang isa at napabilang din sa mga sinampahan ng libelo ng isang mahusay na aktres. Doktor naman—*neurosurgeon*—sa mamahaling ospital ang dating pinakatahimik sa grupo. At, *sales regional head* ng isang kompanyang sikat sa *frozen foods* ang pinakamabida noon sa amin.

Sa umpisa, may pagkakaasiwa kami sa pagdalo ng rebolusyonaryo na ako rin ang may pakana. Pinangahasan ko yaon pagkat alam kong napapanahon na rin upang harapin namin ang sari-sariling multo ng nakaraan—sa konteksto bilang mga dating “tibak.” Tawagin na lamang nating “Ka Dulas” ang naturang rebolusyonaryo—isang matapang na kadre na minsan ding pinangarap naming anim.

Nangako rin naman si “Ka Dulas” na magpapaka-sensitibo sa sitwasyon naming anim. Siya, higit sa lahat, ang pinakabukas ang isipan sa anumang pagbabago, noon pa man. Tigil-putukan daw muna sa diskursong pulitika, at sa kalagitnaan ng kumustahan, pabiro ang kaniyang paanyaya sa amin. Siya raw ang nakangiti naming multo, naisin man o hindi. Aniya, “O, di ako manduduro. Nasa baso lamang ng alak ang kamay ko.”

May kagaanan nga ang naturang pagkikita-kita at ang siste pa nga nito, ang ilang seryosong bahagi ng pag-uusap ay sa akin pabalik-balik—ako bilang “kapitalista” umano.

Bagama’t may pagsasalimbayan ng mga tawanan at patutsadahan, ako nga naman ang lumilitaw na malapit-lapit sa ilang aspekto ng salitang “kapitalista.” Higit sa lahat, ako ang mas may direktang papel sa kaugnay pang salik ng naturang termino: ang hayag na kapangyarihan hinggil sa buhay at kapakanan ng mga manggagawa. Hindi nga maiwasang pagtulong-tulungan nila ako. Kaya, sa halip na mapikon, halos pinangatawanan ko na ang paratang sa pagsasabing “Nagnenegosyo lang po.” Ni sa hinagap, hindi ko akalaing hahantong ako sa industriya ng tinaguriang *marketing communications*. O sa mas partikular na linya na aming negosyo: ang *below-the-line communications* o promosyong BTL.

Sa teknikal na depinisyon ng marketing, ang BTL ay isa nang hiwalay na kategorya.

Dati, ang *marketing* ay mas nakasentro lamang sa tinatawag na *above-the-line* (ATL): ang mga patalastas sa TV, radyo, at yaong mga nakalimbag na promosyon

sa diyaryo, magasin, at iba pang katulad nito. Ngayon, ang *BTL* ay may sariling pamamayagpag sa anyo ng iba't ibang gawaing *promo* na hindi kinakailangang gumamit ng teknolohiyang likas sa TV, radyo, at mga babasahin. Ang *BTL* ay patungkol rin sa mga malawakang proyektong *promo* ng mga multinasyonal na kompanya upang maipakilala at maibenta ang kanilang mga produkto—nang direkta mismo kung nasaan ang mga tao. Mas tampok dito ang mga produktong kabilang sa tinatawag na *fast-moving consumer goods* o FMCGs tulad ng: *shampoo*, sabon, *facial wash*, *moisturizer*, *deodorant*, kape, *instant noodles*, karne norte, sigarilyo, alak, bitamina, at marami pang iba.

Ibig sabihin, ang FMCGs ay halos saklaw na lahat—mula ulo hanggang paa, paloob man o palabas ng katawan, pansarili o pang-komunidad, pang-mahirap o pang-mayaman. At lahat na rin ng mga kaugnay pang produkto—o kahit pa nga mga serbisyo—na mas iglap na kailangan kaya't agarang binibili. At mabilis na nakokonsumo. Bilyon-bilyon nga ang inaabot na benta sa FMCGs taon-taon. Hindi nakapagtataka na milyon-milyon naman bawat taon ang nakalaang badyet sa promosyong *BTL*. O sa simpleng salita: *promo*.

At—oo na, oo na—milyon-milyon din ang kita ng aming kompanya na maituturing na isa sa mga eksperto sa *promo*. Sa laki at dami ng proyekto bawat taon, umaasa ang aming kompanya sa humigit-kumulang tatlong libong tao upang maisakongkreto ang ninanais ng mga kliyente. Totoo, mas nakasalalay nga sa mga manggagawa namin ang tagumpay ng bawat proyektong *promo*. At bilang direktor ng *human resource* at kaugnay na departamento ng *promo manpower*, ako mismo ang nangangasiwa sa lahat ng manggagawa. Mga manggagawang arawan ang sahod ang tinutukoy ko at dahil kailangan lamang sila sa mga pansamantalang proyekto, nakaklasipika sila bilang *project hires*. Sa pinaikling katawagan, *prohires*—batay na rin sa kategorya ng kasalukuyang Labor Code.

LUMALALIM na ang gabi at sa mas umiingay nang inuman, inamin ko na sa grupo—sa mga kapwa dating aktibista at kay “Ka Dulas”—na tanggap ko na ang kanilang pang-aalaska. Na “Oo na. Oo na. Isa na nga akong kapitalista.” Ngunit nilinaw ko sa kanila: “Kapitalista na kung kapitalista, pero di ko naman pinagsasamantalahan ang aming mga manggagawa.” Ang mabilis na sundot ni “Ka Dulas.” “Ha? Hindi pa ba?”

Nagtawanan silang lahat at oo, nakitawa na rin ako gayong lihim akong nasaktan, kahit papaano.

## 2) GO-SEE: ANG MAPUPUTI

MASAKIT sa dibdib ang anumang seryosong paratang lalo't nakakubli ito sa mas

magaang biruan. Alam ko, lehitimong industriya ang promo at sa simula pa, tanggap ko ang katotohanan na asa rin ang aming kompanya sa mga naipapanalo lamang na proyekto. Mga implementasyong promo mula isang oras hanggang santaon na kontrata. Lohikal kung gayon na, bagama't may sarili kaming mga regular na empleyado, mas tugma sa kabuuan ng aming operasyon na kumuha ng mas maraming project hires—sila na ang trabaho ay nililimita ng ikli o haba ng bawat iginawad na kontrata ng kliyente sa amin, o sila na nakasalalay lamang ang trabaho sa partikular na talentong hinihingi ng proyekto tulad ng pagiging *host* o promo girl.

Mas patok na patok ang pagiging promo girl. Halos 95% ng aming proyekto ay nauuwi sa pagtukoy ng promo girls na aangkop sa produktong kakatawanin. At nagsisimula ang lahat sa tinatawag na *go-see*. Ibig sabihin, papuntahin ang mga tao (go) para makilatis (see). Matapos makilatis, ibababa ang hatol: “Pasado” o “Go-see ka na lang uli.” Ang unang berdugo ay walang iba kundi ako (o itinalagang kapalit) bago pa sila ipakita sa ikalawang berdugo—ang kliyente.

Hindi ko makalimutan ang go-see noon para sa isang bagong sabon na pampaputi. Iniutos ko sa aking bagitong *recruitment officer* na magpapunta siya ng mga bagong mukha—mga babae, edad 18–25 para mas lumawak ang aming pagpipilian. Lahat ng interesadong magtrabaho bilang promo girls ay nagsisugod nga sa opisina. Ang kaso: sa 80 na dumating, 25 lamang ang mapuputi. Sa 25, mga lima lamang ang masasabing “hindi gaanong masakit sa mata.” Ang tatlo sa lima ay may mga bulok pang ngipin.

Pangmaramihan nga ang naturang go-see dahil ordinaryong promo girl na maputi lang naman ang hinihingi. Ibig sabihin, yaong “pasok” lamang sa *minimum wage* o arawang sahod noon na Php350.00. Walang nangyaring indibidwal na go-see, ayon sa orihinal na plano. Isang tinginang go-see ang ginawa ko. Wala nang salitaan pa. Sa hiwalay na silid, nanginginig sa takot ang aking inutusang tao habang ipinamumukha ko sa kaniya ang nangyayaring “katangahan.” Baka naman kako hindi niya alam na ang kaniya palang utak ay nasa sarili niyang talampakan. Nagpasiya akong palambutin ang pag-eetsapuwersa. Humarap ako sa mga nakaupo nang babae. 80 pa rin sila. Nagpasalamat ako sa kanilang pagdating at nangakong may nakalaan na iba pang proyekto sa mga hindi papasa. Ibinalita ko na mayroon din kaming *selling promo* ng bagong suka at bagong panlinis-pabango sa inidoro. Magbahay-bahay nga lang ang mapipili, kapag nagkataon.

Halata ang pag-ismid ng ilan at unang tumayo ang isa sa kanila, sunog ang kaniyang balat at tila kinoryente ang buhok: “Diretsuhin n’yo na kami! Namasaha at nagpagod kaming pumunta rito para sa sabon na pampaputi. Tapos, gano’n-gano’n na lang?” Nagsunuran ang iba. Trabaho raw ang hanap nila. Tapos,

paaasahin lang daw sila. Napakalutong ng mura ng naturang babae, ang kaunahang tumayo: “Tangina naman! Ano ’to? Lokohan?” Nagpanting na ako: “Gusto n’yong marinig ang totoo? Sabon na pampaputi ang produkto ng kliyente namin. Hindi uling! Ngayon, pumunta rito sa unahan ang totoong maputi. Ang totoong makinis ang pagkaputi!”

Natahimik ang lahat. Malumanay na ang aking boses pagkaraan at humingi ako ng paumanhin. Hiningi ko ang kanilang tiwala sa ipinangako kong iba pang proyektong hindi mapanghusga sa kulay ng kani-kanilang balat. Pagkalipas ng kasunod pang maikling patlang, dumagundong ang palakpakan. Napagtanto ko nang araw na yaon na marahas nga ang totoong mundo. O minsan, umaayon lamang sa realidad ng sitwasyon. Desperado ang mga tao na kumita kaya’t binubulag nila ang sari-sarili. *Kung makapagpapatuti lamang sa isang iglap ang hangarin kong mapagbigyan silang lahat, sa loob-loob ko, bagama’t naniniwala akong wala sa kaputian o anumang kulay ng balat ang totoong pagkatao o pagpapakatao. Mga sampu lamang ang bumalik kinabukasan. Sila lamang ang pumayag na sumubok sa mga proyektong nababagay sa kanila. Kabilang dito si Dina, ang kaunahang tumayo noon at nagpakawala ng malutong na mura. Natuto siyang maging matinik na permit taker sa mga palengeke. Sa tuwing may go-see para sa mapuputi, kukulitin ako ni Dina. Na baka pupuwede na umano na maging promo girl dahil pumuti na nga raw siya. At saka niya ipahahabol ang: “Yun nga lang, puting an-an.”*

### **3) INTRO: ANG PANDAK, ANG “BURDADO”**

MATAPOS dumaan sa go-see na hiningi, halimbawa, ng kliyente, pagdadaan naman ng mga nakapasang promo *attendants* (babae man o lalaki) ang tinatawag na *intro* (pinaikling *introduction*). Kung lumusot man ang promo girl sa go-see, mas kailangan niyang lagpasan ang, kalimitan, mas madugong intro. May iba’t ibang ritwal ang intro ngunit lagi nang mararanasan ang mga hakbang tulad ng: Ipakikilala ng promo girl ang sarili sa superbisor ng human resource ng mall, *supermarket* o minsan, botika. Kikilatisin uli siya batay sa pisikal na kaanyuan, angking kaalaman ukol sa produktong ibinebenta, husay sa pagbigkas ng isinaulong *promo spiels*, at kung gaano katotoo ang mga dala-dala niyang dokumento.

Posibleng hindi siya pumasa dahil pa rin sa mga nabanggit na batayan o iba pang mga di-nasunod na pamantayan tulad ng minsang ipinagdiinan ng *supermarket manager* sa promo girl: “Masyado kang pandak. Naaalibadbaran ang mga kustomer namin sa mga pandak. Hindi ito supermarket ng mga unano.” Mga gano’ng tipo o minsan, mas masasakit pang salita, at babalik ang promo girl namin sa opisina. Namumugto ang mga mata. At ngingiti lamang kung pangangakuan siyang

ililipat na lang sa iba pang proyekto na hindi basehan ang kaniyang kaliitan. Kung lumusot naman sa intro at dagdag na oryentasyon, may mga “pagsubok” pa ring dapat lagpasan—mga pahabol na hakbang na saklaw pa rin ng intro, sabihin pang nakaligtaan ang mga yaon.

Kakaiba sa lahat ang nangyari noon sa aming promo girl sa isang istriktong *trade outlet* na paboritong bilihan ng ilang maliliit na negosyante. Pasado na ang aming tao at ilang minuto na lamang ay magsisimula na siyang mag-promo. Ngunit bigla siyang hinarang ng superbisor ng outlet at ako naman ay pinayuhang tumahimik muna. Inutusan ng superbisor ang promo girl: ipakita raw nito ang suot na *panty*. Nagulantang ang babae. Pati ako. Pumayag din akong “ipasilip” ang naturang panloob nang ipinaliwanag ng superbisor ang bago nilang patakaran. Na puti dapat ang suot na *panty* at, ang pinakamahalaga, may burda ng *outlet logo*—eksaktong kulay din dapat. Bago pa “sumilip” ang superbisor, nagpaabiso ito. May asawa raw siyang tao at masaya siya sa misis niya. Trabaho lang daw. Pilit akong nangatwiran, humingi ng konsiderasyon dahil nga nang araw rin lang na yaon ipinaalam ang nasabing patakaran. Uuwi pa ang promo girl para magpalit ng puting *panty* at hihintayin pa namin ang pagpasok ng magbuburda ng outlet. Kinatatakutan ko ang mga dagdag-abala.

Ngunit mas kinatatakutan ko ang posibleng reklamo ng kliyente kapag nahuli kami sa takdang simula ng promo—na wala siyang pakialam sa mga burda-burda, na nagpapalusot lamang kami o sayang ang ibinabayad niya. Etsetera, etsetera. Sinubukan kong humirit, pabiro: “Hindi naman siguro kakasya ang malaking lata ng *powdered milk* sa *panty* ng tao namin.” Umayuda na rin ang promo girl; malambing nitong sinabi na manipis umano “ang itinatago niya” sa suot na pulang *panty*. Ang bira ng superbisor na talagang nakatitigalgal: “Walang mani-manipis sa isang promo girl na magnanakaw at ang biglang tumambok na *panty* ay hindi laging matambok na puke ang laman.”

Panalo talaga ang linya ng superbisor. Kinabisa ko yaon at nais kong matawa sa sarili dahil kasikatan noon ng dulang *Vagina Manologues*. Napanood ko pa sa Music Museum ang bersiyon ng dula—sa wikang Filipino.

Isipin ninyo na lamang kung ano ang mga posibleng hinanakit kung makapagsasalita rin ang puke ng isang promo girl.

Matalim ang ipinukol kong tingin sa superbisor; humihikbi na ang tao ko. Paninigurado raw ang lahat—na ang suot na *panty* pagpasok ay ang suot pa ring *panty* paglabas. Kaya, dapat “burdado.”

Habang nagkakaburdahan na, nakabantay pa rin ang superbisor. Umayayaw na ang tao ko; humalo na ang luha niya sa kolorete. Ibinubulong ko, paulit-ulit, na magugutom ang anak niya kapag tumigil siya sa pagtatrabaho.

Katulad ng marami naming promo girls, isa siyang *solo parent*. Nakagawian ko nang ibili ng gatas ang kanilang mga bunso, sa mga oras ng kakapusan. Nakatatanggal ng aking pagod ang pagiging pansamantalang ama sa mga anak-anak ng kung sino-sinong promo girls — “burdado” man o hindi.

#### 4) KRAW-GEN: SARAH DOMATA

INUGATAN na, kung baga, sa gawaing promo si Sarah ngunit natitiyak ko na bago pa man siya pumasok sa amin, may mga pumutok nang ugat sa kaniyang mga mata. *Kraw-gen* naman ang linya niya. Ang *kraw-gen* ay ang halos pabalbal at pinaikling tawag niya sa *crowd gen* o *crowd generation* na aspekto ng promo. Ibig sabihin, si Sarah at iba pa niyang kasamahan ang naniniguro na tatauhin ang bawat *event* o *activation*.

Maaaring purong event lamang tulad ng rakrakan o konsiyerto sa pangunguna ng isang *brand* ng alak. O kaya, *sampling* o pamumudmod ng produkto sa, halimbawa, mga hinakot na buntis sa bulwagan ng isang barangay. Simple lang ang batayan ng mga kliyente sa *kraw-gen*: ang mapadalo ang eksaktong bilang ng mga tao na inaasahang dumalo sa event man o activation. Kung sanlibo, halimbawa, ang pangako naming pipila na matatanda, lalo’t yaong mga kasapi ng OSCA (Office of the Senior Citizen’s Affairs), dapat ay sanlibo ang makikita ng kliyente. Kung sumobra, mas maganda, at kapag dinumog ang event, malamang na magbibida ang kliyente na talagang “No. 1” ang gatas nila sa matatandang malulutong na ang buto kahit ang totoo, ni wala nga sa Top 3 ang naturang produkto sa sarili nitong kategorya.

Sanlibo nga ang dapat pumunta sa isang *mall event* namin noon. 900 pa lang ang dumating kaya, nagpupuputak na ang kliyente: “Palpak yata ang ginawa ninyong pag-iimbata. E, ang daming matatandang nagkalat sa Pilipinas! Ano nang gagawin?” Siyempre, bawal mamilosopo sa isang nerbiyosong kliyente. Bawal ang, halimbawa, ganitong sagot: “Baka puwede kang makapaghintay? Puwede? Maaga pa kaya. Maayos kaya ang pag-iimbata namin. Pati nga mga bangkay ng matatanda, hinukay na namin. Hindi mo pa ba naamoy ang mga naagnas na laman?” Ang dapat na magalang na sagot: “Ma’m, nasa biyahe na po ang natitirang sandaan. Abisuhan ko po kayo pag andito na sila.” Pagtalikod ng kliyente, agad kong pinalapit si Sarah at siningil kung bakit hindi pa nasundo lahat. “Ho? Kumpleto na po ang sanlibo, kanina pa,” ang salag ni Sarah. At aapuhapin niya ang sariling makapal na antipara. Naniningkit niyang aaninagin ang hawak na listahan ng mga pangalan ng matatanda. Saka mapapipikit, parang biglang nahapo. Kasunod na ang kaniyang pagpapaumanhin. Ang tingin at bilang niya umano sa mga nakaupong matatanda ay sanlibo. Tama, sa loob-loob ko, ang ibininyag ko sa kaniya.

*Sarah Cruz* ang tunay niyang pangalan ngunit sa tuwing tinatanong ako ng mga

tao, ang lagi kong tugon: “Si Sarah? Ang buo niyang pangalan ay *Sarah Domata*.” Basahin: *Sarado Mata*. Biro rin yaon na kinasanayan na ni Sarah. Ngunit, isang araw, sineryoso ko na talaga siya. Mapanganib na kako sa mga proyektong promo ang malabo niyang paningin. Baka kako kailangan niya ng pahinga.

Ako mismo ang nagulat sa gilas at sigasig ni Sarah matapos ang pag-uusap namin noon. At hanggang ngayon, tila wala siyang kapaguran sa mga gawaing kraw-gen. Palista rito, palista roon. Hakot kung hakot ng tao. Napakaliksing kumilos. Minsan, inalalayan niya na bumaba ng elebeytor ang isang matandang lalaki. Kasama nila ako dahil nga ako rin ang opisyal na “Hari ng Kraw-gen” ng buong kompanya. Habang pababa, ibinubulong sa akin ni Sarah na pusturang-*rockstar* daw ang kasama niyang matanda gayong malala na ang katarata.

Dagdag pa ni Sarah, pabiro: “Sisikmuraan ko pa talaga ’yan pag nagpatulong pang umihi.” Halatang ako ang mas luminaw ang paningin nang pagbigyan ko si Sarah sa isa pang pagkakataong magpatuloy sa trabaho. Pagkakataon na hindi ko rin ipinagkait sa mga katulad niya. Sa edad na 45, mas mukha siyang malapit nang magsisenta. Marami pa raw siyang pinapag-aral kaya kailangang kumita. Kailangan din daw ang totoong pagpapakumbaba. Na aminin sa sarili ang mga pagkukulang, dulot man daw ang mga ito ng limitasyon ng edad o mababang pinag-aralan—at sikaping mapangibabawan. Ipinasa minsan ni Sarah ang isang *text* galing daw sa panganay niya. Basahin ko raw ’pagkat yaon daw ang dahilan kung bakit determinado siyang magpatuloy sa labanan. Natawa ako sa natanggap na *text*: *Ang pride parang underwear. Walang mangyayari kung di mo ito ibababa!* Hindi ko pa rin naitatanong, hanggang ngayon, kung bakit hindi na isinusuot ni Sarah ang makapal niyang antipara.

### 5) GO-SEE: NASUNUGAN MINSAN

BAHAGYA lamang na lutang ang ganda ni Kat sa iba pang kapwa niya promo girls na ang presyo ay mula minimum wage o PhpHP 404 noon hanggang Php700. Kataasan na ang huli. Makinis din siya, hindi nga lang mamula-mula ang balat kung ihahambing sa maraming promo *models* na maituturing na *high-end*. Yaong mga pumapatak mula tatlo hanggang walong libong piso ang presyo bawat araw—sa walong oras na tindigan. Ang angking husay sa pagbibigkas ng promo spiels at kaugnay na lambing sa pakikipag-usap sa kostumer ang dalawang katangian ni Kat na talagang hinahangaan ng mga kliyente. Siya lamang, kung tutuusin, ang nakatatawid mula promo girl hanggang promo model, ayon na rin sa mga hiwalay na pakiusap ng ilang kliyente. *Crossover girl* nga ang bansag namin sa kaniya. At dahil may reputasyon din siya bilang mang-aagaw umano ng lalaki, tinatawag naman siyang *crossover da bakod girl* ng iba pang kasamahan niya, lalo’t yaong mga sinulot daw. Sa tuwing uutusan



kami—o ako mismo—na tiyaking makararating si Kat sa isa na namang go-see, umiikot ang tumbong namin.

Parang mga hari ang aming mga kliyente. Batas ang kanilang salita. Kapag sinuway, may kakabit agad na parusa. Pagbabanta ng isang Ingliserang kliyente: “*That girl called Kat or forget the project.*” Ikinatuwiran ng nasabing kliyente na halos nakasalalay ang mismong disenyo ng promo sa katauhan ni Kat na siya ring gagamitin umano sa mall na dadalawin mismo ng dayuhang presidente ng kompanya. Alam ko, magpapakitang-gilas ang aming kliyente sa kanilang presidente. Ipagmamalaki niya ang hawak na *brand promo activation*—tipikal na lapat sa mga bansang Asyano. At si Kat—tipikal na babaeng taga-Asya. Karinyosa. Ang patotoo nga minsan ng isa pa naming kliyente sa kakaibang pagka-karinyosa ni Kat ay halos histerikal na. Sabi ng kliyente, sa wikang talamak sa ilang kolehiyala: “*Oh, that girl. Nagwo-walk na magnet. She can make any lalaki to push himself to lapit to her. OMG! The lalaki bought agad all the products.*”

Inilalampaso rin ni Kat kahit ang mga nakasabayang matatangkad at mga artistahing promo models sa, halimbawa, go-see para sa mamahaling *cellphones* at *gadgets*. Ikinagulat ng ilang modelo ang pagkakasali niya. May nagparinig pa nga raw na baka isa siyang “tsimay” ng isa sa mga modelong dumating. May nagpahabol pa raw ng “Baka siya na ang nawawala kong yaya.” Sa kahulihan, ito ang ibinida sa akin ng baklang *brand manager* na nanguna sa nasabing go-see: “Totoo ang tsismis. *Over* ’yung Kat na ’yun. *Ordinary* ang *looks* pero nang magsalita, kinabog lahat! At sa Ingles, ha!”

Matagal ko na ring inaalagaan si Kat. Ang totoo, lahat naman ng promo girls namin, upang matiyak, lalo na, na hindi sila mawawala sa takdang go-see, intro o sa mismong araw ng pagsisimula ng promo. Nakakakaba ang mga pagkakataon na bigla na lamang hindi lilitaw ang kinakailangang promo girls. Isa na namang kliyente ang minsang nagbanta na kapag hindi nila nakita ang anino ni Kat sa go-see para sa isang bagong sabon na panlaba, ikakansela umano ang promo. Sa mismong araw ng go-see na yaon, tumawag si Kat upang ipaalam ang dahilan kung bakit hindi siya makasisipot. Ang biglang sigaw ko: “Nasunugan ka? ’Yun na nga! At bakit ngayon ka pa nasunugan? Puwede namang bukas o sa ibang araw. Basta, magpakita ka rito!” At saka ko lamang napagtanto ang lohika ng pinagsasabi ko nang maputol sa linya si Kat. Dumating pa rin siya—at nang matapos ang go-see, pinalapit ko siya at niyapos. Humingi ako ng tawad at saka lamang siya nakaiyak. Nakita kami ng kliyente at lumapit, namimilog ang mga mata, at ang sabi: “Alam n’yo, parang maganda kung ang mga promo models natin ay nakasuot-diwata. Puting-puti! Tapos, mag-iiiyak sila at ’yung mga luha nila ang pinaka-*cue* ng *product reveal*. Tapos, napalakas na *drum roll*.”

*Voila! Eto na! Eto na ang bagong sabon na panlaba na magwawakas ng inyong pagdurusa!*  
Pumapalampak si Kat ngunit tuloy pa rin ang tulo ng luha niya.

### **6) INTRO: LAGING INAAYAWAN**

TOTOO, pati *promo helpers* na pulos lalaki ay sumasailalim din sa intro. Mas hinihigpitan pa nga sila minsan. Mga hay-iskul lang daw ang inabot ng mga ito kaya sa tingin ng mga superbisor ng bawat mall o supermarket, mas lalong dapat pagdudahan. Kaya, dapat walang masamang rekord sa NBI, walang *tattoo*, at butas sa isa o sa magkabilang tainga. Maayos din dapat ang gupit, mabango ang hininga. Bawal ang may “putok” o buni sa katawan. At kapag nakapasa naman sila sa mga nabanggit na pamantayan, saka naman minsan magreklamo ang superbisor: “Ba’t naman mukhang kuko sa paa ang helper n’yo? Sana, ’yung medyo kamukha ni Jericho Rosales.” “Ma’m, promo helper po s’ya. Hindi artista,” pagbibiro ko naman. “May hitsura po naman ’yung tao.” Pilosopo raw ako at ipinamukha sa akin ng superbisor ang katotohanang ito: “May hitsura? Lahat naman ay may hitsura. Tae nga ay may hitsura.” Sa madaling salita, palitan ko raw ng guwapo. Magagandang tao raw ang kostumer nila—mga mapanlait daw. Ayaw daw makakita ng pangit. Tinitigan ko ang superbisor at parang nais kong sabihin sa kaniya: *Siguro, lagi kayong nagtatago sa mga kostumer n’yo.*

Ngunit kakatwa, marahil, ang nangyari sa promo helper na si Moy. Inayawan na naman siya sa isang mall. At dineretso ko na siya. Pinangakuan ko na lamang siya na muling ililipat sa ibang proyekto. Bilang helper, halimbawa, sa palengke, talipapa. O kung sa mall man, yaong tipong ipapasok ang *promo booth* bago pa pumutok ang araw. Siya ang isa sa pinakamasipag naming helpers. Bagama’t may likas na pagkamasayahin si Moy, laylay talaga ang balikat niya nang araw na inamin kong inayawan siya bilang helper ng mall—nakatayo sa booth maghapon. Lagi na raw kasi siyang inayawan at tiyak, magagalit na naman daw ang kaniyang ama. Ang biro ko pa: “Lagi ka ngang inayawan. E, ba’t mo pa sinasabi sa akin ang isang bagay na matagal ko nang alam?” Isang biro yaon na, sa totoo lang, kinasanayan na ni Moy sa akin. Paborito ko siyang isama kahit sa mga mamahaling restoran at bar. Kung hindi ka sanay sa hitsura niya, mapalilingon ka talaga. May kalakihan ang kaniyang ulo na parang natatanggal lang sa mahaba niyang leeg. Parang luluwa rin ang kaniyang mga mata, anumang oras. Ang klasikong biro pa ng mga kapwa niya helpers: hindi raw dapat maging suspek sa isang krimen si Moy dahil napakadaling *i-sketch* ang mukha.

Para akong binuhusan ng malamig na tubig sa natanggap na balita kinabukasan: nagbigti si Moy sa kanilang banyo, gamit ang lumang kable ng sira nilang TV. Ang

dahilan: pinagmumura raw ng ama. Kung bakit, walang may alam. Tahimik kong tinanggap ang trahedyang at lihim kong sinisi ang sarili. At naitanong ko rin habang mag-isang nag-iinom nang araw na yaon: “Ba’t di ko mabasa minsan ang saloobin ng sarili naming manggagawa. Iniligaw ko ba ang sarili o ako ang iniligaw?”

### **7) SANA NGA, SANA NGA**

NAULIT pa ang pagkikita at inuman naming anim na magkakaibigan, hindi na nga lang nakadalo uli si “Ka Dulas.” Malamang bumalik na uli siya sa kung saang bundok o naririto lamang sa Kamaynilaan.

Naulit din ang usapan sa aking pagka-kapitalista. Oo, sertipikadong kapitalista na nga ang tingin sa akin ng anim kong kaibigan na mga kapwa dating aktibista. Kahit ikaila ko pa raw na hindi pa naman ako gahaman o mapagsamantala, pasasaan at doon din umano ang punta ko. At wala na nga raw akong kawala sa nakasusukang kalakaran sa pagitan ng kapitalista at mga manggagawa.

Ang kanilang puna ay kalimitang iniuugnay sa pangkalahatang motibo’t lohika ng promo bilang industriya: ang palabasin umanong totoo ang isang kasinungalingan, ukol man sa produkto o serbisyo. Ayokong makipagtalo noon. Wala akong gaanong kahandaan sa seryoso na nilang pagtatasa dahil patuloy pa rin ang aking paninimbang sa ilang batayang pagninilay-katanungan tulad ng sumusunod: Sa daigdig ng promo, kailan ba dapat manaig ang proteksiyon sa manggagawa lampas sa prerogativo ng kliyente? Isa nga ba akong instrumento ng pagsasamantala sa tuwing sumasang-ayon ako sa mismong layunin ng produkto o serbisyo kaysa sa personal na paniniwala ng isang manggagawa? Dapat nga bang magpasalamat ang isang manggagawa ng promo dahil sa bagama’t tuwing may proyekto lamang siya kumikita mas mabuti na yaon kaysa sa wala?

Ang lubhang makabuluhan sa akin ngayon ay ang walang-sawang pagtatangka na maisangkot ko ang sarili sa mas totoo nilang daigdig—puno minsan ng salimuot at hidwaan, ng malalaki’t mumunting digmaan sa loob man o labas ng kinasadlakang kalalagayan nila bilang manggagawang pro hires. Sa loob ng halos maglalabindalawang taon sa promo, mas nagmumukha akong organisador na lubog sa sarili kong mga tao kaysa sa magpusturang kampanteng ehekutibo sa napakalamig na opisina. Minsan, nakalilito pa rin kung kailan ba ako magsisilbing pakialamero o walang pakialam. Hindi ko rin agarang batid minsan kung ang akin bang mga tao ay nambibiktima ng iba o sila mismo ang biktima ng samot-saring pagkakataon. Nariyan ang aklasan noon ng isang pangkat ng promo helpers laban sa kaaway na *Nueve de Pebrero Gang*, at hilong-talilong ako sa pag-awat sa gitna ng engkuwentrong tampok sa mga ipinaghahampasang kadena, at sa mga kamao na may mga suot na aserong

*knuckles*. Halos sampalin ako noon ng misis ng isang promo boy namin na may kabit umanong *promo dancer*. Kung talagang hindi raw ako kunsintidor, tanggalin ko raw ang mister niya na mas matino umano kapag walang trabaho. Umiiyak naman noon na nagsumbong sa akin ang isang mister. Harap-harapan na umano ang pagtataksil ng misis niyang *promo permit taker* porke siya raw ay natanggal sa pabrika at wala pa ring pinagkakakitaan. Itinaboy ko noon, palabas ng opisina, ang lasenggong ama na laging inuunahan ang anak niyang promo girl sa pagkuha ng lingguhang suweldo. Ni hindi man lang iniwanan ng ama kahit pamasaha pauwi ang nagsuweldong pobreng bata.

Hangos din ako sa isang ospital ng gobyerno nang tamaan ng dengue ang bunsong anak ng isa naming manggagawa na tagahakot ng mga manonood sa malalaking events. Handa na akong magpaluwal ng pera noon ngunit napag-alaman ko na ang tao mismo namin ay lehitimong botante ng lungsod at nagsilbi pang dating *election watcher* ng nakaupong alkalde. Sagsag ang “mga patakbuhan” ng pulitiko nang tawagan ko sila at malumanay na pinaalalahanan: “Baka mapahiya si Mayor pag dumiretso ako sa kaniya.” Pinagbantaan naman akong ihabla ng isang nanay. Binugbog ng mga di-nakapagpigil na *warehousemen* ang kaniyang binatang anak na kumupit ng isang *chicken spread sachet*. Humingi ako ng paumanhin at ipinagamot ang binata na naging promo helper namin, bagama’t hindi ko pinapayagan ang naturang karahasan. Bibihira raw kasing makatikim ng palaman ang anak niya, pag-amin ng ina. Nakangingiwi naman noon ang mukha ng binata—halatang naghalo ang dugo at kulay-rosas na palaman sa putok-putok na labi.

Ang mga nabanggit ay iilan lamang sa napakarami ring pangyayaring kinasangkutan ko, nagkataon man o sinadya, sa hangarin na maipamalas ang aking kahit katiting ngunit patuloy na “pag-unawa” sa sarili naming mga manggagawa—sa loob man o labas ng bawat go-see o intro at iba pang prosesong pang promo. Huli man, dinidibid ko na rin ngayon ang katotohanan sa likod ng patutsada ng lola ng isa sa aking mga “panganay.” Puna ng matanda sa akin: “Ayos nang ayos ng buhay ng iba pero ang sariling buhay ay di maayos-ayos.”

\* \* \*

HALOS sasabog ang sentido ko sa galit nang minsang lumapit sa akin si Pat, ang mestisang promo girl namin na nakadestino noon sa SM North Edsa. Titigil na raw siya sa pagpo-promo, at ang galit ko ay dahil mismo sa biglaan niyang desisyon at ang implikasyon nito: matitigil din ang promo sa nasabing mall dahil siya lamang ang pumasang naka-intro at inaprubahan ng kliyente sa naunang go-see. Paalis na raw kasi siya papuntang Dubai. Matapos humagulgol, inamin din niya ang totoong

dahilan: sinugod siya ng mayamang misis ng bago niyang karelasyong taga-bangko. Nagbanta pa raw ang misis na ipadudukot siya at sasabuyan ng asido ang kaniyang mukha. Simula noon, nahihirapan na raw siyang sabihin nang paulit-ulit sa mga kustomer ang promo spiels na ito: “Magandang araw, Misis! Bilhin mo na ang mas malasang *Knorr Pork Cubes!* Sigurado, pag ito ang inihalo mo sa iyong niluluto, hindi magloloko si Mister!” Iniwan ko si Pat, lumabas ako ng opisina, at nagkape sa kalapit naming karinderya.

Nagpalipas ako ng oras sa panonood ng mga panghapon na teledrama, hanggang sa sumingit ang *breaking news*, hango sa ulat ng National Statistics Office (NSO). Tinatayang may 7.1 milyon daw ang walang trabaho sa bansa simula pang Enero 2011. Yaon daw ay 19.4% sa kabuuang 36.3 milyon ng mga may trabaho na ang kalahating bahagdan nito ay nanganganib ding mawalan ng trabaho pagkaraan ng lima o anim na buwan. Mabilis na ipinakita ang may kalakihang pangkat ng mga sumisigaw ng Php75.00 dagdag-sahod sa kasalukuyang arawang kita ng bawat manggagawa—ang Php404.00(Taon 2011).

Mabilis din ang aking reaksiyon. Kailangan nga ng mga manggagawa ang naturang dagdag-sahod ngunit maipatupad man ito o hindi, sabihin pang Php426.00 na bawat araw ngayong 2012, batid kong tiyak na madaragdagan na naman ang sasailalim sa go-see at intro. Tiyak na dadami pa ang sasabak sa kraw-gen at magpapatuloy ang iba pang pakikipagsapalaran sa daigdig ng promo. At naibulong ko sa sarili:

*Sana nga, sana nga ay totooong nakatulong ako noon sa mahihirap na manggagawa, kahit papaano. Sana nga, sana nga ay mas matuto pa akong makinig sa mga mas lantay nilang hinaing, lalo’t yaong makikirot kung maibubunyag. Sana nga, sana nga ay totooong may silbi at kabuluhan ako sa kanila. Hindi lamang ngayon kundi sa mga darating pang panahon.*

\*\*\*