

KING, GILLETTE. THE NAME

The Conquest of Meaning

Ferdinando Frega



KING GILLETTE — ANG PANGALAN

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 18

MANIPESTONG PAMPANITIKAN

Ang aklat na ito ay hindi tungkol sa mga pang-ahit.

Hindi ito tungkol sa bakal.

Hindi ito tungkol sa market share.

Tungkol ito sa nangyayari kapag ang isang pangalan ay nabubuhay nang sapat na katagal upang maging mas mahalaga kaysa sa mga produktong nagpasikat dito.

Dalawang beses isinisilang ang bawat dakilang brand.

Ang una, sa pamilihan.

Ang ikalawa, sa imahinasyon.

Ang una ay lumilikha ng mga kliyente.

Ang ikalawa ay lumilikha ng kahulugan.

Nakakita si King ng isang bisyon bago pa siya nakakita ng talim.

Nagtayo ang Gillette ng isang kompanya.

Nagtayo ang mga henerasyon ng isang alaala.

Isinasalaysay ng aklat na ito ang sandali kung kailan nagiging salaysay ang alaalang iyon.

Hindi upang palitan ang kasaysayan.

Upang ipagpatuloy ito.

PAG-AALAY

Sa aking ina.

Para sa lahat ng maaaring ibalik.

At para sa lahat ng hindi kailanman maibabalik.

Sa aking ama.

Para sa bahagi ng daang nilakbay niya bago ako.

Kay Lolo King.

Na nag-isip ng isang mundo bago pa niya naisip ang isang talim.

At sa lahat ng nakaaalam na may mga pangalang hindi maaaring angkinin.

Maaari lamang silang ingatan bilang tagapag-ingat.

TEKSTO SA LIKOD NG PABALAT

Bago ang talim, may isang bisyon.

Bago ang korporasyon, may isang lalaki.

Bago ang brand, may isang pangalan.

Sa pagtatapos ng ikalabinsiyam na siglo, nag-isip si King Camp Gillette ng isang ganap na bagong lipunan. Makalipas ang ilang taon, itinayo niya ang isa sa mga pinakakilalang kompanya sa mundo.

Mahigit isang siglo ang lumipas, pinili ng isang dating executive ng Gillette na maglakbay sa kabaligtarang direksiyon.

Mula sa korporasyon patungo sa tagapagtatag.

Mula sa produkto patungo sa alaala.

Mula sa brand patungo sa kahulugan.

Bahagi kasaysayang pang-industriya, bahagi awtobiyograpiya, bahagi salaysay, bahagi pagninilay pangkultura, sinisiyasat ng aklat na ito ang isang simple at radikal na tanong:

Ano ang nangyayari kapag ang isang pangalan ay nabubuhay nang mas matagal kaysa sa mga may-ari nito?

PAUNANG SALITA

Nagsimula ang aklat na ito sa isang sorpresa.

Akala ko pinag-aaralan ko ang kasaysayan ng Gillette.

Ang natagpuan ko ay ang kasaysayan ng isang ideya.

Habang lumalalim ang aking pananaliksik at pagsusulat, lalong lumilinaw na hindi ang produkto ang nasa gitna ng kuwento.

Ang kahulugan.

Ang talim ay ang nakikitang anyo lamang.

Sa ilalim nito ay naroon ang isang bisyon, isang kultura, isang alaala, at isang kadena ng mga tao na umaabot sa maraming henerasyon.

Mula sa sandaling iyon, tumigil ang aklat na maging isang muling pagbubuo.

Naging isang paglalakbay ito.

PREMISA

Hindi ako historyador.

Hindi ako biyograpo.

Hindi man lang ako komentarista ng industriya.

Isa akong kuwentista.

Dahil dito, makatatagpo ang mambabasa ng mga katotohanan, alaala, interpretasyon at simbolo sa mga pahinang ito.

Ang kuwentong ito ay higit pa sa mga taong nagsabuhay nito.

Tungkol ito sa tadhana ng mga pangalan.

Ang paraan ng kanilang paglalakbay sa panahon.

Ang paraan ng patuloy nilang paglikha ng kahulugan.

Ang paraan ng pagkabuhay nila nang mas matagal kaysa sa sarili nilang mga lumikha.

BUOD

Nag-isip si King Camp Gillette ng isang lungsod para sa animnapung milyong tao bago pa niya naimbento ang talim na nagpasikat sa kanya.

Mahigit isang siglo ang lumipas, binabalikan ni Ferdinando Frega ang pakikipagsapalaran ng pangalang Gillette sa pamamagitan ng alaala ng pamilya, karanasang propesyonal, pamanang pangkultura, at paglikha ng Gillettenarrative.

Sa pamamagitan ng mga utopiyang pang-industriya, isang simbolikong pagbabalik sa Pransiya, mga imposibleng pagbili, mga aklat na ibinibigay nang libre, at mga pagninilay sa kahulugan ng mga brand, lumilitaw ang isang tanong:

Ang tunay bang pamana ng isang dakilang kompanya ay ang produkto — o ang kahulugang iniwan nito?

TALA NG PATNUGOT

Hindi isinilang ang Gillettenarrative bilang isang proyektong pangkomersiyo.

Nagsimula ito bilang isang imprastraktura para sa mga kuwento.

Ang mga aklat na bumubuo sa ekosistemang ito ay hindi naghahangad na sumakop ng puwesto sa pamilihan ng paglalathala.

Naghahangad silang bumuo ng mga ugnayan, alaala at kahulugan.

Ang tomong ito ay isa sa mga pangunahing teksto ng proyekto dahil sinisiyasat nito ang ugnayan ng pagkakakilanlan, pamana, korporasyon, pamilya at salaysay.

PANIMULA

May nakatagong gitna ang bawat kuwento.

Sa loob ng maraming taon, akala ko ang Gillette ang gitna ng kuwentong ito.

Pagkatapos, akala ko si King.

Pagkatapos, akala ko ang sarili kong karanasan.

Nagkamali ako.

Ang gitna ay ang Pangalan.

Ang salitang nag-uugnay sa isang bisyonaryo ng ikalabinsiyam na siglo, isang multinasyonal ng ikadalawampung siglo, at isang kuwentista ng ikadalawampu't isang siglo.

Isinasalaysay ng aklat na ito ang paglalakbay ng pangalang iyon.

Hindi upang may patunayan.

Kundi upang maunawaan ang isang simpleng bagay.

Paano makapaglalakbay ang isang salita sa mahigit isang daang taon ng kasaysayan nang hindi kailanman tumitigil sa paglikha ng kahulugan?

PROLOGO SA MGA KUWENTO

Dalawang beses nagsisimula ang bawat kuwento.

Ang una, kapag nangyayari ito.

Ang ikalawa, kapag may nagpasyang isalaysay ito.

Isinilang ang aklat na ito mula sa ikalawang simula.

Sa loob ng mahigit isang siglo, naglakbay ang pangalang Gillette sa mga tao, kompanya, produkto, pamilihan at henerasyon. Lumikha ito ng inobasyon, tagumpay, kompetisyon at alaala. Dumaan ito sa mga digmaan, pagbabagong pang-industriya at transpormasyong pangkultura. Gayunman, wala sa mga ito ang tunay na paksa ng aklat na ito.

Ang tunay na paksa ng aklat na ito ay isang tanong.

Ano ang nangyayari kapag ang isang pangalan ay nabubuhay nang sapat na katagal upang maging mas mahalaga kaysa sa mga taong lumikha nito?

Hindi ito talambuhay ni King Camp Gillette.

Hindi ito kasaysayang pangkorporasyon ng Gillette.

Hindi ito sanaysay tungkol sa industriya ng pag-aahit.

Hindi rin ito awtobiograpiya.

Ito ang kuwento ng isang landas.

Isang paglalakbay na nagsisimula sa isang bisyonaryo ng ikalabinsiyam na siglo at tumatawid sa mahigit isang siglo upang

marating ang isang kuwentistang nakatira sa Calabria, na hanggang ngayon ay nagtatanong pa rin tungkol sa kahulugan ng pangalang iyon.

Maraming mambabasa ang papasok sa mga pahinang ito na umaasang makatagpo ng kuwento tungkol sa mga produkto.

Sa halip, makatatagpo sila ng kuwento tungkol sa mga kahulugan.

Dahil ang mga produkto ay may petsa ng simula at petsa ng wakas.

Ang mga kahulugan ay wala.

Napapalitan ang mga produkto.

Ipinapasa ang mga kahulugan.

Ang mga produkto ay pag-aari ng pamilyan.

Ang mga kahulugan ay pag-aari ng panahon.

Dahil dito, ang mga pahinang susunod ay hindi naghahangad na magtakda ng huling katotohanan.

Naghahangad sila ng isang bagay na mas kapaki-pakinabang.

Isang pag-unawa.

Isang pag-unawa kung paano nagiging kompanya ang isang bisyon.

Kung paano nagiging brand ang isang kompanya.

Kung paano nagiging alaala ang isang brand.

Kung paano nagiging salaysay ang isang alaala.

At kung paano patuloy na nabubuhay ang isang salaysay matagal na matapos maglaho ang mga pangunahing tauhan nito.

Sa gitna ng aklat na ito, hindi ka makatatagpo ng talim.

Hindi ka makatatagpo ng korporasyon.

Hindi ka makatatagpo ng Wall Street.

Hindi mo man lang matatagpuan ang may-akda.

Sa gitna, makatatagpo ka ng isang pangalan.

Dahil lumilipas ang mga pangunahing tauhan.

Lumilipas ang mga henerasyon.

Lumilipas ang mga kompanya.

Lumilipas ang mga may-ari.

Ang mga pangalan, kung minsan, ay nananatili.

At kapag nanatili sila nang sapat na katagal, nagiging higit sila kaysa sa kanilang pinagmulan.

Nagiging alaala sila.

Nagiging pamana sila.

Nagiging kahulugan sila.

Ang mga kuwentong susunod ay kabilang sa teritoryong iyon.

Ang teritoryo kung saan nagtatagpo ang kasaysayan at ang salaysay.

Kung saan nagtatagpo ang pamilihan at ang alaala.

Kung saan nagtatagpo ang isang tagapagtatag at ang panahon.

At kung saan patuloy na nagsasalita ang isang pangalan kahit naniniwala ang lahat na nasabi na nito ang lahat ng dapat nitong sabihin.

Maligayang pagdating sa paglalakbay.

Maligayang pagdating sa loob ng Pangalan.

KABANATA 1 — BAGO ANG TALIM

Hindi pa siya kilala ng Boston.

Walang nakakikilala sa kanya.

Walang mga pakete na nakalimbag ang kanyang mukha. Walang mga disposable na talim. Walang korporasyong tatawid sa ikadalawampung siglo.

Mayroon lamang isang lalaking nakatingin sa mundo at hindi matanggap ito kung ano ito.

Ito ang unang imbensiyaon ni King Gillette.

Hindi ang talim.

Ang di-pagkakuntento.

Maraming lalaki ang nakakakita ng isang di-perpektong sistema at natututong mamuhay kasama nito.

May ilang nagpoprotesta.

Ang iba ay umaangkop.

Siya, hindi.

Pinagmasdan niya ang mga lungsod, ang mga pabrika, ang kalakalan, ang kompetisyon ng mga negosyo, at palagi siyang humahantong sa iisang konklusyon:

masama ang pagkakadiseno ng mundo.

Ang kahanga-hanga ay nangyari ang lahat ng ito bago pa ang Gillette.

Matagal pa bago iyon.

Noong wala pang ibig sabihin ang kanyang pangalan.

Noong hindi pa ito brand.

Noong isa lamang siyang lalaking may mga ideyang napakalaki para sa kanyang katayuan sa lipunan.

Noong 1894, inilathala niya ang “The Human Drift”.

Hindi ito aklat tungkol sa pag-aahit.

Hindi ito aklat tungkol sa mga mamimili.

Hindi ito aklat tungkol sa mga talim.

Ito ay isang bagay na higit na mapangahas.

Isa itong pagtatangkang idisenyong muli ang lipunang Amerikano.

Nag-isip si King ng isang napakalaking lungsod na tinawag na Metropolis.

Isang lugar kung saan milyon-milyong tao ang mamumuhay nang magkakasama.

Iisang sistema.

Iisang organisasyon.

Iisang enerhiya.

Iisang direksiyon.

Itinuring siya ng marami na kakatwa.

May ilang nag-isip na isa siyang bisyonaryo.

Ang iba ay basta humatol na baliw siya.

Ang kasaysayan, halos palagi, ay napagpapalit ang dalawang kategoryang iyon.

At dito nagsisimula ang aklat na ito.

Hindi sa isang talim.

Hindi sa isang produkto.

Hindi sa isang benta.

Nagsisimula ito sa isang tanong.

Ano ang nauuna?

Ang bagay o ang imahinasyon?

Ang pamilihan o ang pangarap?

Malinaw ang sagot ni King Gillette.

Laging nauuna ang bisyon.

Ang lahat ng iba ay dumarating pagkatapos.

Makalipas ang maraming taon, sa isang rehiyong malayo sa Boston na tinatawag na Calabria, isa pang lalaki ang makatutuklas ng isang katulad na bagay.

Na tumatanda ang mga produkto.

Nagpapalit ng may-ari ang mga kompanya.

Lumilipas ang mga henerasyon.

Ngunit ang mga pangalan, kung minsan, ay nabubuhay.

At kapag nabuhay sila nang sapat na katagal, tumitigil silang maging pag-aari ng pamilihan.

Nagsisimula silang maging pag-aari ng alaala.

Tungkol sa sandaling iyon ang aklat na ito.

Ang sandali kung kailan tumitigil ang isang pangalan na maging brand at nagiging kuwento.

At upang maunawaan ang kuwentong iyon, kailangang bumalik sa simula.

Bago ang talim.

Bago ang Gillette.

Bago ang mito.

Kailangang bumalik kay Lolo King.

KABANATA 2 — ANG LALAKING GUSTONG MAGPAKILOS SA AMERIKA

Bago umiral ang talim, may isang lungsod.

Hindi isang tunay na lungsod.

Isang lungsod na inisip lamang.

Isang lungsod na napakalawak kaya't tila kahibangan kahit sa mga namumuhay sa Amerika ng malalaking riles, mga gilingan ng bakal at mga pabrikang bumabago sa kontinente.

Hindi pa nagtatayo ng kompanya si King.

Nagtatayo siya ng isang mundo.

Makalipas ang maraming taon, kapag lumitaw na ang kanyang mukha sa mga pakete at pumasok na ang kanyang pangalan sa mga tahanan ng milyon-milyon, halos walang makaaalala sa yugtong ito.

Mahal ng kasaysayan ang mga bagay.

Mas kaunti, ang mga ideya.

Naaalala nito ang talim.

Nakalilimutan nito ang pangarap.

At gayunman, nauna ang pangarap.

Pinagmasdan ni King ang Amerika sa pagtatapos ng ikalabinsiyam na siglo at iisang bagay ang nakita niya kahit saan.

Pag-uulit.

Kompetisyon.

Pag-aaksaya.

Libu-libong lalaking abala sa paggawa ng iisang bagay laban sa libu-libong ibang lalaki.

Libu-libong kompanyang nakatuon sa paglalaban-laban.

Libu-libong lakas na nasasayang.

Para sa kanya, tila kabaliwan ito.

Kaya ginawa niya ang ginagawa ng lahat ng bisyonaryo.

Nagsimula siyang magpasimple.

Ang karaniwang tao ay nagdaragdag.

Ang bisyonaryo ay nagbabawas.

Nagbawas si King.

Nagbawas siya ng mga negosyo.

Nagbawas siya ng mga kakumpitensiya.

Nagbawas siya ng pagkakawatak-watak.

Sa huli, iisang napakalaking organisasyon ang natira.

Tinawag niya itong United Company.

Ngunit kahit iyon ay hindi sapat.

Dahil kung iisang organisasyon ang umiiral, naisip niya, bakit kailangang may libu-libong lungsod?

Bakit libu-libong network?

Bakit libu-libong sistema?

Halos natural na dumating ang konklusyon.

Iisang bansa.

Iisang lungsod.

Iisang sentro.

Tinawag niya itong Metropolis.

Animnapung milyong naninirahan.

Isang bilang na nakalulula pa rin ngayon.

Noong panahong iyon, tila imposible lamang ito.

Ang Niagara Falls ang magbibigay ng enerhiya.

Gagana ang industriya para sa lahat.

Isasentro ang distribusyon.

Ang buong sistema ay idinisenyo upang alisin ang pag-aaksayang nakikita niya araw-araw.

Binasa ng marami ang mga pahinang iyon bilang pantasya.

Ang iba, bilang utopiya.

Ang iba pa, bilang patunay ng pagiging kakatwa.

Marahil tama silang lahat.

Bihirang isilang ang malalaking ideya na nakadamit na bilang katotohanan.

Halos palagi silang lumilitaw na nagkukunwaring kabaliwan.

At dito lumilitaw ang unang aral ng aklat na ito.

Hindi isang lungsod ang dinidisenyo ni King Gillette.

Kaayusan ang hinahanap niya.

Ang lungsod ay lalagyan lamang.

Ang tunay na paksa ay ang pagnanais ng tao na bigyan ng hugis ang kaguluhan.

Isa itong sinaunang tukso.

Bawat relihiyon.

Bawat imperyo.

Bawat ideolohiya.

Bawat korporasyon.

Iisang bagay ang ipinangangako ng lahat.

Kaayusan.

Hindi naiiba si King.

Ang pagkakaiba ay gumuhit siya.

Sumulat siya.

Nag-isip siya.

Inilagay niya sa papel ang kanyang pagkahumaling.

Kaya interesado pa rin ako sa kanyang kuwento hanggang ngayon.

Hindi dahil tama siya.

Hindi dahil mali siya.

Kundi dahil nagkaroon siya ng lakas ng loob na mag-isip nang malaki bago pa siya naging mahalaga.

Ang karamihan ng mga lalaki ay naghihintay ng kapangyarihan bago mag-isip.

Siya ay nag-isip muna.

Dumating ang kapangyarihan pagkatapos.

Makalipas ang maraming taon, makikita kong muli ang parehong mekanismo.

Hindi sa Boston.

Hindi sa paligid ng Niagara Falls.

Kundi sa Calabria.

Doon din ay may mga taong kumbinsidong dapat munang patunayan ng isang proyekto ang halaga nito bago ito makaiiral.

Ang kabaligtarang landas ang tinahak ni King.

Itinayo muna niya ang bisyon.

Pagkatapos ay hinanap niya ang paraan upang gawin itong posible.

Marahil ito ang dahilan kung bakit patuloy ko siyang tinatawag na Lolo King.

Hindi dahil sa talim.

Hindi dahil sa brand.

Hindi dahil sa tagumpay.

Kundi dahil, bago pa siya naging industriyalista, isa siyang tagapagsalaysay ng hinaharap.

At ang bawat kuwentong dumarating pagkatapos, kasama ang akin, ay isinisilang mula sa simpleng paniniwalang iyon:

iniisip mo muna ang mundo.

Pagkatapos ay sinisikap mong itayo ito.

KABANATA 3 — ANG PROPETA AT ANG SALESMAN

Kung simple ang kasaysayan, maaalala si King Camp Gillette bilang isang imbentor.

Gusto ng mga historyador ang mga imbentor.

Madali silang isalaysay.

May petsa sila.

Isang patent.

Isang bagay.

Isang resulta.

Ang buhay ni King Camp Gillette ay higit na magulo.

Dalawang lalaki ang nanirahan sa loob niya.

Ang una ay nakatingin sa kasalukuyan.

Ang ikalawa ay nagmamasid sa hinaharap.

Ang una ay nagbebenta.

Ang ikalawa ay nanghuhula.

Ang una ay naghahanap ng mga kliyente.

Ang ikalawa ay naghahanap ng mga sistema.

Ang una ay kailangang kumita para mabuhay.

Ang ikalawa ay gustong idisenyong muli ang lipunan.

Dumaraan ang tensiyong ito sa buo niyang buhay.

At marahil ito ang dahilan kung bakit patuloy siyang mas interesante sa akin kaysa sa maraming ibang tagapagtatag.

Puno ng mga manager ang malalaking kompanya.

Higit na bihira ang mga bisyonaryo.

Napakabihira ng mga bisyonaryong nakapagtatayo rin ng isang kompanya.

Ngunit may kapalit.

Upang makapagtayo ng anuman sa tunay na mundo, kailangan mong tanggapin ang mga kompromiso.

Laging naniningil ang realidad.

Walang eksepsiyon.

Kahit para kay Lolo King.

Sa isang panig ay ang may-akda ng “The Human Drift”.

Ang lalaking nag-isip ng isang napakalaking kolektibong organisasyon.

Ang lalaking gustong alisin ang pag-aaksaya, ang pag-uulit at ang tunggalian.

Ang lalaking nangarap ng isang lungsod na kayang maglaman ng isang buong bansa.

Sa kabilang panig ay ang salesman.

Isang lalaking naglalakad sa mga lansangan.

Na nagmamasid sa mga kliyente.

Na nag-aaral ng mga gawi ng tao.

Na naghahanap ng maiaalok sa pamilihan.

Sa unang tingin, tila hindi sila magkatugma.

At gayunman, iisang tao sila.

Marahil iyon mismo ang lihim.

Kailangan ng mga ideya ang realidad.

Kailangan ng realidad ang mga ideya.

Kapag nawala ang isa, may nasisira.

Ang bisyonaryong walang ugnay sa mundo ay lumilikha lamang ng mga pantasya.

Ang salesman na walang imahinasyon ay lumilikha lamang ng mga invoice.

Namuhay si King C. Gillette sa pagitan ng dalawang dulong ito.

At isang araw, nagtagpo ang dalawang dulo sa isang napakaliit na kilos.

Nag-aahit siya.

Tiningnan niya ang pang-ahit.

Isang mamahaling bagay, na kailangang hasain, alagaan, ingatan.
Isang bagay para sa iilan.

At naunawaan niya.

Hindi kailangan ng mundo ng mas mahusay na pang-ahit.

Kailangan nito ng mas mababa ang uri, isang maaaring itapon.

Hindi ito teknikal na pagkaunawa.

Teolohikal ito.

Upang mapondohan ang Metropolis, kailangan niyang tumigil sa pagbebenta ng walang hanggan.

Kailangan niyang magsimulang magbenta ng panandalian.

Ang disposable na talim ay hindi isang produkto.

Isa itong kompromiso.

Natagpuan ng propeta ang paraan upang ipabayad sa kasalukuyan ang hinaharap na pinapangarap niya.

Limang dolyar para sa hawakan. At pagkatapos, habang buhay, babalik ka sa kanya.

Narito ang teorema ni Lolo King:

upang maitayo ang lungsod na tatagal magpakailanman, kailangan mong magbenta ng isang bagay na hindi tumatagal kahit kaunti.

Makalipas ang maraming taon, haharap ako sa parehong tanong.

Sa ibang mga kasangkapan.

Sa ibang panahon.

Sa ibang heograpiya.

Hindi sa Boston.

Sa Calabria.

Naunawaan ng aking ama ang parehong bagay, ngunit pabaligtad.

Nagsimula si King sa hinaharap at naghanap ng produktong magdadala sa kanya roon.

Nagsimula ang aking ama sa produkto at nagtayo ng hinaharap sa loob nito.

Sabi ni King: alisin natin ang kompetisyon, gumawa tayo ng iisang lungsod.

Sabi ng aking ama: kung kaya ni Frega sa Calabria, isang lugar ng sakuna, kaya mo rin.

Ang parehong pagkahumaling sa kaayusan.

Ang parehong perpektong heometriya.

Mga ruta na itinakda apat na linggo nang maaga. Mga hotel, restawran, bar. Walang abala.

Hindi iyon pagbebenta. Pagpaplano iyon ng lungsod na inilapat sa benta.

Kaya napakahalaga ng kuwento ni De Wakefield isang Biyernes ng alas-otso ng gabi.

Gustong makita ng Ingles kung tatagal ang sistema kahit walang kontrol.

Natagpuan niya ang isang lalaking palabas sa huling tindahan ng sigarilyo, ayon sa ruta, na nagsabi sa kanya:

Ganito ako karaniwang magtrabaho. Kung hindi kayo nasisiyahan, pipirmahan ko agad ang aking pagbibitiw.

At pagkatapos:

Kayo ang dapat magbayad ng sarili ninyong inumin. Hindi ito kasama sa pinirmahang ruta.

Lubos sanang maiintindihan ni King.

Dahil siya rin, sa harap ng mga mamumuhunan ng Boston na nag-akalang baliw siya, ay ganoon din ang sinabi: maniwala kayo sa aking lungsod, o magpapatuloy pa rin ako.

Kailangang maging salesman ang propeta upang mabuhay.

Kailangang maging propeta ang salesman upang manatili.

Naging salesman si King at binili ang mundo sa halagang isang sentimo ng bakal.

Nanatiling salesman ang aking ama at naging propeta, dahil naroon pa rin ang kanyang ruta, makalipas ang animnapung taon, na nagsasabi sa mga tao kung paano ginagawa ang trabaho.

At sa gitna, sa pagitan ng dalawa, nanatili ang Pangalan.

Hindi ang talim.

Hindi ang quarter.

Hindi ang 99.5% na share ng Nielsen.

Ang Pangalan.

Ang nabubuhay nang sapat na katagal upang maging mas mahalaga kaysa sa mga produktong nagpasikat dito.

Ang sinisikap pa rin nating ingatan bilang tagapag-ingat.

KABANATA 4 — NANG ISILANG ANG TALIM

May mapagpasyang sandali ang bawat alamat.

Hindi ito laging ang pinakamaringal.

Madalas, ito ang pinakatahimik.

Para kay Lolo King, ang mapagpasyang sandali ay hindi ang paglalathala ng “The Human Drift”. Hindi ang Metropolis. Hindi ang dakilang utopiya.

Isa itong tanong.

Isang tanong na tila walang halaga.

Ano ang maaaring ibenta sa ikalawang pagkakataon?

Sa loob ng maraming taon, pinagmasdan niya ang mundo mula sa itaas, sinisikap na maunawaan ang disenyo nito.

Pagkatapos, gaya ng madalas mangyari sa mga bisyonaryo, napilitan siyang tingnan ito mula sa ibaba.

Mula sa panig ng mga kliyente.

Mula sa panig ng mga gawi.

Mula sa panig ng pang-araw-araw na pangangailangan.

Pambihira ang kabalintunaan.

Ang lalaking nag-isip ng isang lipunan para sa animnapung milyong tao ay natagpuan ang sarili na nagninilay sa isang kilos na ginagawa ng isang lalaki sa harap ng salamin.

Pag-aahit.

Isa sa mga pinakasimple at pinakapaulit-ulit na ritwal ng modernong buhay.

At gayunman, doon mismo naganap ang pagbabago.

Hindi ang pagsilang ng bisyon.

Ang pagsilang ng sasakyang magpapahintulot sa bisyon na mabuhay.

Dahil biglang may naunawaan si King.

Kailangan ng mga ideya ng katawan.

Ang isang teorya ay maaaring magpasigla.

Ang isang aklat ay maaaring magbigay-inspirasyon.

Ngunit ang isang bagay ay pumapasok sa mga tahanan.

Ang isang bagay ay tumatawid sa mga henerasyon.

Ang isang bagay ay bumubuo ng mga gawi.

Ang isang bagay ay lumilikha ng alaala.

Ang talim ang magiging katawang iyon.

Simple ang pagkaunawa.

Nakagugulat pa nga sa pagkasimple.

Isang manipis na talim.

Napapalitan.

Nakatakdang bilhin muli.

Muli.

At muli.

At muli.

Makalipas ang maraming taon, tatawagin ng mundo ang mekanismong ito na business model.

Marahil iba ang tingin dito ni King.

Para sa kanya, isa itong anyo ng pagpapatuloy.

Isang palagiang ugnay sa pagitan ng kompanya at ng gumagamit.

Isang ugnayang nakatakhang maulit sa paglipas ng panahon.

Ang tunay na inobasyon ay hindi ang pag-aahit.

Ang ugnayan.

Siyempre, hindi sapat ang ideya lamang.

Hindi kailanman sapat ang mga ideya.

Sa pagitan ng bisyon at realidad, laging may mahirap na lupaing kailangang tawirin.

Tinatawag itong pagsasakatuparan.

Doon pumasok sa eksena si William Emery Nickerson, ang inhinyerong tumulong lutasin ang teknikal na problema ng produksiyong pang-industriya.

Laging tumatatak sa akin ang bahaging ito ng kuwento.

Dahil ipinaaalala nito ang isang katotohanang madalas makalimutan ng mga may-akda.

Walang dakilang likha na isinisilang mula sa iisang tao.

Kahit ang mga tagapagtatag ay nangangailangan ng mga kakampi.

Kahit ang mga bisyonaryo ay nangangailangan ng mga inhinyero.

Kahit ang mga propeta ay nangangailangan ng mga taong kayang gawing bagay ang mga salita.

At sa gayon, nagkahugis ang talim.

Una sa papel.

Pagkatapos sa bakal.

Pagkatapos sa pamilihan.

Sa huli, sa kolektibong alaala.

Ang huling hakbang lamang ang nakita ng mundo.

Ang karamihan ng tao ay laging ang huling hakbang lamang ang nakikita.

Nakikita nila ang produkto.

Nakikita nila ang tagumpay.

Nakikita nila ang brand.

Hindi nila nakikita ang mahabang paglalakbay na nauna rito.

Hindi nila nakikita ang lalaking gustong muling itayo ang Amerika.

Hindi nila nakikita ang salesman na naglakad sa mga lansangan.

Hindi nila nakikita ang bisyonaryong nagpupuyat sa pag-iisip ng mga imposibleng lungsod.

At gayunman, naroon pa rin ang lahat.

Nakatago sa loob ng manipis na pirasong bakal na iyon.

Kaya itinuturing kong isang simbolo ang talim.

Hindi lamang ito kumakatawan sa isang imbensiyon.

Kumakatawan ito sa pagsisiksik ng isang bisyon.

Tulad ng isang bituing gumuguho hanggang maging isang nakasisilaw na tuldok.

Lumiliit ang lahat.

Nagsisiksik ang lahat.

Nagiging bagay ang lahat.

At ang bagay na iyon ay nagsisimula ng sarili nitong buhay.

Mula sa sandaling iyon, unti-unting tumigil ang pangalang Gillette na maging pag-aari lamang ni King.

Nagsimula itong maging pag-aari ng mundo.

Ito ang tadhana ng lahat ng pangalang nabubuhay nang mas matagal kaysa sa kanilang mga lumikha.

Una, mga tao sila.

Pagkatapos, nagiging mga kuwento sila.

At kapag naging mga kuwento na sila, wala nang sinumang ganap na makakontrol sa kanila.

Isinilang ang talim.

Ang mito naman ay nagsisimula pa lamang.

KABANATA 5 — ANG DUGO NG MGA KOMPANYA

Walang dugo ang mga kompanya.

May mga balance sheet sila.

May mga planta sila.

May mga executive sila.

May mga shareholder sila.

Ang dugo ay pag-aari ng mga pamilya.

At marahil ito ang dahilan kung bakit lumilipas ang mga kompanya at nananatili ang mga pamilya.

Sa mahabang panahon, akala ko ang kuwento ko sa Gillette ay isang kuwentong propesyonal.

Labingwalong taon.

Isang karera.

Isang landas.

Isang kabanata ng buhay.

Pagkatapos ay sinimulan kong tingnan ang bagay mula sa mas malayong distansiya.

At natuklasan kong may higit pa rito.

Ang mga kuwentong tunay na mahalaga ay hindi nagsisimula kapag pumirma tayo ng kontrata.

Nagsisimula sila nang mas maaga.

Nagsisimula sila kapag hindi pa natin alam na kasangkot tayo.

Sa aking kaso, naiguhit na ang linya.

Hindi ko iginuhit.

Iginuhit ng iba.

Ng mga taong nauna sa akin.

Ng mga lalaking hindi makapag-iisip kung saan hahantong ang daang iyon.

Kaya patuloy kong ginagamit ang pananalitang Lolo King.

Hindi ito kahulugang pang-angkan.

Pasalaysay ito.

Isa itong paraan ng paglalarawan sa isang pagkakamag-anak na binuo sa pamamagitan ng isang pangalan, isang kulturang pangkorporasyon, at isang kadena ng mga pangyayaring tumatawid sa panahon.

Madalas magsalita ang mga kompanya tungkol sa pamana.

Halos palagi, market share ang ibig nilang sabihin.

Mga brand.

Intelektuwal na ari-arian.

Mga pabrika.

Naniniwala akong iba ang pamana.

Ang pamana ay ang nananatili sa mga tao.

Mga gawi.

Wika.

Mga prinsipyo.

Mga paniniwala.

Mga pagkahumaling.

Ang mga iyon ang tunay na naipapasa mula sa isang henerasyon tungo sa susunod.

Ang lahat ng iba ay maaaring ibenta.

Kahit ang pinakamalaking korporasyon sa mundo ay maaaring magpalit ng may-ari.

Ang isang kultura, hindi ganoon kadali.

Sa pagmamasid sa pagpapatuloy na ito ko sinimulang tingnan nang iba ang Gillette.

Hindi na lamang bilang tagagawa ng mga talim.

Hindi na lamang bilang pandaigdigang brand.

Kundi bilang isang mahabang pag-uusap.

Isang pag-uusap na tumawid sa maraming dekada.

Si King.

Si Camp.

Ang aking ama.

Ako.

Apat na tuldok sa iisang linya.

Hindi kinakailangang magkasundo.

Hindi kinakailangang magkapareho.

Ngunit magkakaugnay.

Dahil ang bawat henerasyon ay may tinatanggap.

At ang bawat henerasyon ay may idinaragdag.

Pagkatapos ay ipinapasa ang baton.

Ang kawili-wili ay madalas walang nakapapansin sa pagpapasa.

Dahan-dahan itong nangyayari.

Halos tahimik.

Isang pangungusap.

Isang halimbawa.

Isang kuwento.

Isang desisyon.

Isang kilos na ginaya nang hindi namamalayan.

Ganito nabubuo ang mga tunay na pamana.

Hindi sa pamamagitan ng mga dokumento.

Sa pamamagitan ng pang-araw-araw na buhay.

Ito rin ang dahilan kung bakit patuloy akong interesado sa pangalan.

Hindi sa brand.

Sa pangalan.

Ang brand ay pag-aari ng pamilihan.

Ang pangalan ay pag-aari ng alaala.

At habang sinusukat ng pamilihan ang susunod na quarter, sinusukat ng alaala ang mga henerasyon.

Dalawang ganap na magkaibang yunit ng panahon ang mga ito.

Marahil hindi magkatugma.

At gayunman, magkasabay silang umiiral.

Hindi sana ako nakilala ni King.

Hindi ko kailanman nakilala si King.

At gayunman, may umiiral na pag-uusap.

Sa pamamagitan ng mga aklat.

Sa pamamagitan ng mga ideya.

Sa pamamagitan ng isang kuwentong patuloy na lumilikha ng kahulugan matagal na matapos maglaho ang mga pangunahing tauhan nito.

Sa puntong ito ng salaysay, nagsisimula akong maunawaan ang isang bagay.

Marahil hindi talaga tungkol sa Gillette ang aklat na ito.

Marahil tungkol ito sa paraan ng pagpapasa ng mga tao ng kahulugan sa paglipas ng panahon.

Ang Gillette ay sasakyan lamang.

Ang nakikitang balangkas.

Ang kongkretong halimbawa.

Iba ang tunay na laman ng aklat.

Pagpapatuloy.

Ang manipis na sinulid na tumatawid sa iba't ibang tao at patuloy na gumagalaw kahit naniniwala ang lahat na tapos na ang kuwento.

Dahil may mga kuwentong nagtatapos.

Ang iba ay nagpapalit ng may-akda.

At kapag nagpalit sila ng may-akda, nagiging higit sila.

Nagiging pamana sila.

At sa puntong iyon mismo tumitigil ang kuwento ni Lolo King na maging kuwento lamang ni Lolo King.

At dahan-dahang nagsisimulang maging akin din.

KABANATA 6 — LABINGWALONG TAON SA LOOB NG INANG KOMPANYA

May dalawang paraan upang makilala ang isang kompanya.

Ang una ay basahin ang kasaysayan nito.

Ang ikalawa ay manirahan sa loob nito.

Ganap na magkaibang karanasan ang mga ito.

Isinasalaysay ng mga aklat kung ano ang nangyari.

Isinasalaysay ng mga pasilyo kung paano ito nangyayari.

Sa loob ng labingwalong taon, nanirahan ako sa loob ng Gillette.

Hindi sa tabi.

Hindi sa paligid.

Sa loob.

Sapat na katagal upang makita ang hindi nakikita ng mga mamimili.

Sapat na katagal upang maunawaan na sa likod ng bawat brand ay may umiiral na isang di-nakikitang sansinukob.

Kapag dumampot ng pakete ang isang tao, isang produkto ang nakikita niya.

Kapag nagtatrabaho ka sa loob, nagsisimula mong makita ang mga tao.

Nakikita mo ang mga talakayan.

Ang mga desisyon.

Ang mga pagkakamali.

Ang mga pagkaunawa.

Ang pang-araw-araw na gawain ng pagpapanatiling buhay sa isang bagay na higit na malaki kaysa sa sinumang tao.

Sa puntong iyon, tumitigil ang korporasyon na maging isang salita.

Nagiging isang organismo ito.

HumiHINGA ito.

Lumalaki ito.

Ipinagtatanggol nito ang sarili.

Tumutugon ito.

Kung minsan ay nagkakamali ito.

Kung minsan ay nanggugulat ito.

At higit sa lahat, nag-iiwan ito ng mga bakas.

Ang pinakamahuhusay na kompanya ay hindi lamang nagtuturo ng mga pamamaraan.

Nagpapasa sila ng isang kultura.

Isang paraan ng pagtingin sa mundo.

Isang paraan ng pagharap sa mga problema.

Isang paraan ng pag-uugali kapag walang nakatingin.

Ito ang tunay na pamanang naipapasa mula sa isang henerasyong propesyonal tungo sa susunod.

Hindi ang mga produkto.

Hindi ang mga katalogo.

Hindi ang mga kita.

Ang kultura.

Nang dumating ako, hindi ko iniisip ang lahat ng ito.

Ang trabaho ang iniisip ko.

Tulad ng lahat.

Pumapasok ka upang bumuo ng karera.

Makalipas lamang ang mahabang panahon mo namamalayan na bahagi lamang ng kuwento ang karera.

Ang di-nakikitang bahagi ay ang nananatili sa loob natin.

Dahil dito, itinuturing kong isang uri ng edukasyon ang labingwalong taong iyon.

Isa sa marami.

Hindi ang nag-iisa.

Ngunit tiyak na isa sa pinakamahalaga.

Dahil iba ang pagmamasid sa isang multinasyonal mula sa labas.

Iba ang pagkakilala sa wika nito.

Ang pag-unawa kung paano ito mangatwiran.

Ang pagkaunawa kung bakit may mga desisyong ginagawa at may hindi.

Ang pagkakita sa tuloy-tuloy na ugnayan ng bisyon at realidad.

Kung minsan ay naiisip ko si Lolo King.

Naiisip ko ang lalaking nag-isip ng Metropolis.

Naiisip ko ang salesman na naghahanap ng simpleng solusyon.

Naiisip ko ang tagapagtatag na hindi kailanman makapagtatantiya kung ano ang magiging pangalan niya makalipas ang isang daang taon.

Pagkatapos ay naiisip ko ang mga opisina.

Ang mga pamilihan.

Ang mga commercial manager.

Ang mga taong nakilala ko sa daan.

At namamalayan kong magkaugnay ang dalawang kuwento.

Sa isang panig ay ang ideya.

Sa kabila, ang pagsasakatuparan.

Sa isang panig, ang tagapagtatag.

Sa kabila, libu-libong tao na, henerasyon pagkatapos ng henerasyon, ay nagpapanatiling buhay sa resulta.

Walang isa man ang makaiiral nang wala ang isa.

Isa itong aral na madalas makalimutan ng pamilihan.

Ipinagdiriwang natin ang mga tagapagtatag.

Nakalilimutan natin ang mga nagtatayo araw-araw.

Ipinagdiriwang natin ang mga imbentor.

Nakalilimutan natin ang mga tagapagpakahulugan.

At gayunman, kailangan ng bawat dakilang negosyo ang dalawa.

Marahil ito rin ang dahilan kung bakit hindi ko matingnan ang Gillette bilang isang brand lamang.

Nakikita ko ito bilang isang mahabang relay.

May ipinapasa si King sa susunod na henerasyon.

May ipinapasa ang susunod na henerasyon sa kasunod nito.

At iba pa.

Hanggang umabot sa akin.

Hindi bilang may-ari.

Hindi bilang legal na tagapagmana.

Kundi bilang pansamantalang tagapagdala ng isang bahagi ng alaalang iyon.

Dahil ito ang tadhana ng mahahalagang kuwento.

Walang tunay na nagmamay-ari sa kanila.

Iniingatan mo sila bilang tagapag-ingat sa isang bahagi ng daan.

Pagkatapos ay iniaabot mo sila sa iba.

Sa loob ng labingwalong taong iyon, hindi ko pa ito naunawaan.

Akala ko nagtatrabaho ako sa loob ng isang kompanya.

Makalipas ang mahabang panahon, naunawaan kong pumapasok ako sa isang kuwento.

At kapag pumasok ka na sa isang kuwento, hindi ka na ganap na makalalabas.

Maaari mong iwan ang opisina.

Maaari mong iwan ang tungkulin.

Maaari mong iwan ang mesa.

Ngunit may mga salaysay na patuloy na naglalakad sa ating tabi.

Kahit matagal na pagkatapos.

Kaya ang susunod na kabanata ay hindi tungkol sa pagpasok.

Tungkol ito sa paglabas.

Dahil ang bawat tunay na pagkakabilang ay nauunawaan lamang sa sandaling iniwan mo ito.

KABANATA 7 — ANG PINTO PALABAS

May isang araw na walang nagkukuwento.

Ipinagdiriwang ng mga kompanya ang mga pagpasok.

Nagtatagay sila para sa mga promosyon.

Inihahayag nila ang mga pagbili ng kompanya.

Inilalathala nila ang mga resulta.

Higit na bihira silang magsalita tungkol sa mga paglabas.

At gayunman, doon nagiging tunay na maunawaan ang maraming kuwento.

Sa loob ng labingwalong taon, nanirahan ako sa loob ng iisang arkitektura.

Natutuhan ko ang wika.

Ang mga indayog.

Ang mga nakasulat na tuntunin.

At higit sa lahat, ang mga hindi nakasulat.

Pagkatapos ay dumating ang araw ng pinto.

Hindi isang pisikal na pinto.

Isang pasalaysay na pinto.

Ang di-nakikitang hangganang naghihiwalay sa pagkakabilang at sa alaala.

Kapag iniwan mo ang isang kompanya, dalawang bagay ang sabay na nangyayari.

Ang una ay agaran.

Nawawala sa iyo ang tungkulin.

Hindi ka na ang taong ikaw kahapon.

Tumitigil ang mga tao sa pagtawag sa iyo para sa ilang dahilan.

Nagpapatuloy ang mga pulong nang wala ka.

Ina-update ang mga sistema.

Nagpapalit ng puwesto ang mga pangalan sa org chart.

Patuloy na gumagalaw ang makina.

Gaya ng dati.

Gaya ng dati at magpakailanman.

Mas mabagal ang ikalawang pagbabago.

Lubhang mas mabagal.

At higit na mahalaga.

Nagsisimula mong maunawaan kung ano ang dinala mo paglabas.

Hindi ang mga bagay.

Hindi ang mga dokumento.

Hindi ang mga titulo.

Ang mga ideya.

Ang mga gawi.

Ang kultura.

Ang mga di-nakikitang bakas.

Hindi naiiwan sa opisina ang mga iyon.

Naiiwan sila sa tao.

Sa mahabang panahon, hindi ko naunawaan ang nangyayari sa akin.

Akala ko tinapos ko ang isang kabanatang propesyonal.

Ang totoo, pumapasok ako sa isang kabanatang pasalaysay.

Magkaibang bagay ang dalawang ito.

Kapag natapos ang isang karera, tapos na ang karera.

Kapag natapos ang isang pagkakabilang, nagsisimula ang alaala.

Noong panahong iyon ako nagsimulang lumingon sa likod.

Hindi patungo sa mga resulta.

Patungo sa mga pinagmulan.

Patungo sa lumikha ng lahat ng iba pa.

Habang lalo kong pinagmamasdan ang landas, lalong bumabalik sa harap ko ang anyo ni Lolo King.

Hindi ang imbentor.

Hindi ang tagapagtatag.

Ang tao.

Ang nag-isip ng isang mundo bago nag-isip ng isang produkto.

Biglang lumitaw nang malinaw ang linya.

Iniwan ni King ang kanyang panahon.

Iniwan ng kompanya si King.

Iniwan ng mga sumunod na henerasyon ang kompanya.

Iniwan ko ang aking tungkulin.

At gayunman, may patuloy na umiral.

Ang pangalan.

Hindi ang brand.

Ang pangalan.

Nagiging pundamental ang pagkakaibang ito.

Ang brand ay pag-aari ng mga may-ari.

Ang pangalan ay pag-aari ng kasaysayan.

Nagpapalit ang mga may-ari.

Nagpapatuloy ang kasaysayan.

Marahil dito mismo isinilang, nang hindi ko napapansin, ang binhi ng magiging Gillettenarrative.

Hindi bilang proyekto ng paglalathala.

Hindi bilang koleksiyon ng mga aklat.

Kundi bilang pagtatangkang sagutin ang isang napakasimpleng tanong.

Ano ang nangyayari sa isang pangalan kapag tumigil ang pamilihan na maging tanging tagapagpakahulugan nito?

Isa itong di-pangkaraniwang tanong.

Halos hindi ito kailanman itinatanong ng mga kompanya.

Abala sila sa pagbebenta ng kasalukuyan.

Ako ay nagsisimulang magmasid sa nakaraan.

At higit sa lahat, sa hinaharap.

Dahil ang isang pangalang nabuhay nang mahigit isang siglo ay hindi lamang nagsasalita tungkol sa kung ano ang nangyari.

Nagsasalita rin ito tungkol sa maaari pa nitong kahinatnan.

Itinuro ito sa akin ng pinto palabas.

Hindi lahat ng paghihiwalay ay wakas.

Ang ilan ay pagbabagong-anyo.

Iniiwan mo ang isang balangkas.

Pumapasok ka sa isang kuwento.

Tinatalikuran mo ang isang propesyon.

Natatagpuan mo ang isang misyon.

Iniiwan mo ang isang posisyon.

Nagmamana ka ng isang tanong.

Simple ang akin.

Kung nabuhay ang pangalang Gillette nang mas matagal kaysa sa lalaking lumikha nito, ano ang susunod na mangyayari dito?

Wala na sa mga opisina ang sagot.

Wala na ito sa mga balance sheet.

Wala na ito sa mga pamilihan.

Upang matagpuan ito, kailangan kong bumalik nang mas malayo pa.

Lubhang mas malayo.

Sa mga pinagmulan mismo ng pangalan.

Sa Pransiya.

Sa nakalimutang lugar na iyon kung saan, matagal bago ang mga korporasyon, matagal bago ang mga talim, matagal bago ang mito, nagsimula ang lahat.

KABANATA 8 — ANG UTANG

May mga utang na binabayaran.

At may mga utang na dinadala mo sa loob.

Ang una ay pag-aari ng ekonomiya.

Ang ikalawa ay pag-aari ng buhay.

Sa loob ng maraming taon, hindi ko naunawaan ang pagkakaiba.

Tulad ng halos lahat, akala ko nakatali sa pera ang konsepto ng utang.

Isang halaga.

Isang singil.

Isang pagsasauli.

Isang huling pagbabayad.

Pagkatapos ay sinimulan kong pagmasdan ang sarili kong kuwento.

At napansin kong may iisang katangian ang mga bagay na tunay na mahalaga.

Hindi sila maibabalik.

Paano mo ibabalik ang isang aral?

Paano mo ibabalik ang isang halimbawa?

Paano mo ibabalik ang isang tiwala?

Paano mo ibabalik ang isang pangalan?

Walang pamamaraan.

Walang invoice.

Walang resibo.

Mayroon lamang pagtatangka.

Noong panahong iyon ko nagsimulang mas maunawaan ang kahulugan ng ilang pagkahumaling na kalaunan ay dadaloy sa Gillettenarrative.

Alaala.

Pasasalamat.

Pagpapatuloy.

Pagsasauli.

Magkakaibang salita upang ilarawan ang iisang pangyayari.

Ang pagnanais na huwag putulin ang isang kadena.

Kapag naiisip ko si Lolo King, hindi na lamang ang tagapagtatag ang nakikita ko.

Nakikita ko ang isang lalaking may iniwan.

Hindi lamang isang korporasyon.

Hindi lamang isang produkto.

Nag-iwan siya ng isang bakas.

At may kakaibang katangian ang mga bakas.

Patuloy nilang naiimpluwensiyahan ang mga taong hindi kailanman nakakilala sa nag-iwan nito.

Kabilang din sa kadenang iyon ang aking ama.

Gayundin ako.

Sa magkakaibang paraan.

Sa magkakaibang panahon.

May magkakaibang pananagutan.

Ngunit laging nasa iisang ilog ng salaysay.

Noon ako nagsimulang maghinala ng isang bagay.

Marahil ang pasasalamat ay hindi ang pagbabalik.

Marahil ito ang pagpapatuloy.

Ang pagpapatuloy ng isang pag-uusap.

Ang pagpapatuloy ng isang alaala.

Ang pagpapatuloy ng isang kahulugan.

Nang hindi nagkukunwaring pag-aari mo ito.

Madalas magsalita ang malalaking kompanya tungkol sa paghahalili.

Ang mga pamilya ay nagsasalita tungkol sa mana.

Iba ang salitang gusto ko.

Pangangalaga.

Dahil walang tunay na nagmamay-ari sa natatanggap niya.

Iniingatan niya ito bilang tagapag-ingat sa isang bahagi ng daan.

Pagkatapos ay iniaabot niya ito.

Totoo ito para sa mga pangalan.

Totoo ito para sa mga ideya.

Totoo ito kahit para sa mga kuwento.

Ang isang aklat ay hindi ganap na pag-aari ng sumulat nito.

Kapag nailathala na, nagsisimula ito ng sariling buhay.

Binabago ito ng bawat mambabasa.

Binibigyang-kahulugan ito ng bawat henerasyon.

Binabago ng bawat panahon ang kahulugan nito.

Ganito rin ang ginagawa ng mga pangalan.

Hindi na lamang kay King ang pangalang Gillette.

Matagal na itong tumigil na maging kanya.

Naging higit na malaki ito.

Mas masalimuot.

Mas mahirap ilarawan.

At gayunman, patuloy itong lumilikha ng mga tanong.

Ang mga tanong ay madalas na palatandaan na buhay pa ang isang kuwento.

Ang mga patay na kuwento ay lumilikha lamang ng mga sagot.

Ang mga buhay na kuwento ay patuloy na nagtatanong.

Saan tayo nagmula?

Ano ang ating natanggap?

Ano ang dapat nating ingatan?

Ano ang dapat nating baguhin?

Ano ang dapat nating bitawan?

Unti-unti kong naunawaan na hindi pagsagot ang aking gawain.

Kundi panatilihing bukas ang pag-uusap.

Napakalaki ng pagkakaiba.

Ang mga naghahanap ng sagot ay nagtatayo ng mga saradong sistema.

Ang mga nag-iingat ng mga tanong ay nagtatayo ng mga salaysay.

At sa puntong ito mismo muling lumilitaw ang Pransiya sa abot-tanaw.

Hindi bilang heograpiya.

Bilang simbolo.

Bilang pinagmulan.

Bilang lugar na pinanggalingan ng isang pangalan bago ito tumawid sa mga karagatan, henerasyon, pabrika, pamilihan at buhay ng tao.

Hindi na pang-ekonomiya ang tanong.

Hindi na ito propesyonal.

Hindi na ito pangkorporasyon.

Naging pasalaysay na ito.

Dahil kapag hindi mababayaran ang isang utang, iisang posibilidad na lamang ang natitira.

Ang isalaysay ito.

At sa gayon, dahan-dahan, isinilang ang ideya ng pagbabalik.

KABANATA 9 — PAGBABALIK SA PRANSIYA

Ang lahat ng dakilang kuwento, maaga o huli, ay bumabalik.

Hindi sa nakaraan.

Sa pinagmulan.

Magkaibang bagay ang dalawang ito.

Ang nakaraan ay ang nangyari.

Ang pinagmulan ay ang lugar na patuloy na pinagdadaluyan ng kahulugan.

Sa loob ng maraming taon, pinagmasdan ko ang pangalang Gillette tulad ng pagmamasid sa isang bundok.

Mula sa malayo.

Nakita ko ang brand.

Ang kompanya.

Ang kasaysayang pang-industriya.

Ang mga produkto.

Ang mga pagbili ng kompanya.

Ang mga pamilihan.

Pagkatapos, dahan-dahan, nagbago ang pananaw.

Nagsimula akong magtanong ng ibang tanong.

Hindi:

Ano ang naging Gillette?

Kundi:

Saan talaga nagmula ang pangalang Gillette?

Noon bumalik ang Pransiya sa mapa.

Hindi ang Pransiya ng mga pamahalaan.

Hindi ang Pransiya ng mga hangganan.

Ang Pransiya ng mga pinagmulan.

Ang malayong teritoryong iyon na nilisan ng isang pamilya matagal bago umiral ang korporasyon.

Matagal bago umiral ang produkto.

Matagal bago lumitaw sa mga pakete ang mukha ni King C. Gillette.

Sa puntong iyon, may nangyaring kakaiba.

Habang lalo kong pinag-aaralan ang tagapagtatag, lalong nababawasan ang interes ko sa imbentor.

Lalong lumalaki ang interes ko sa tao.

Ang lalaking nabuhay sa loob ng isang kasaysayan ng pamilya.

Ang lalaking nagmana ng isang apelyido.

Ang lalaking, nang hindi niya alam, ay gagawing pandaigdigang simbolo ang apelyidong iyon.

Walang kompanyang makagagawa nito nang mag-isa.

Kailangan ng panahon.

Kailangan ng mga henerasyon.

Kailangan ng napakalaking dami ng naipong alaala.

Ang isang brand ay maaaring itayo.

Ang isang pangalan ay kailangang pagpaguran.

At dito isinilang ang ideya ng pagbabalik.

Hindi isang pagbabalik na pangheograpiya.

Isang pagbabalik na pasalaysay.

Nang isulat ko sa isip ang kuwento ng OPA sa BIC, hindi ang mga pamilihang pinansiyal ang iniisip ko.

Hindi ako gumagawa ng planong pang-industriya.

Hindi ako bumubuo ng estratehiya.

Isinasalaysay ko ang isang pagsasauli.

Isang imposibleng kilos.

Isang pakikipag-usap sa isang taong hindi na makasasagot.

Sa huli, ang buong usapin ay maaaring paikliin sa iisang pangungusap:

ibalik sa lolo ang isang bahagi ng kanyang Pransiya.

Isa itong pangungusap na walang saysay para sa isang analistang pinansiyal.

Napakalaki ng saysay nito para sa isang kuwentista.

Dahil ganito gumagana ang mga kuwento.

Hindi lamang mga resulta ang hinahanap nila.

Mga kahulugan ang hinahanap nila.

At madalas nakatira ang mga kahulugan sa mga lugar ng pinagmulan.

Ganito rin ang ginagawa ng mga tao.

Habang tumatanda sila, nagsisimula silang magkainteres sa kanilang mga simula.

Sa mga litrato.

Sa mga lolo at lola.

Sa mga bahay.

Sa mga kuwento ng pamilya.

Ang mga korporasyon, karaniwan, ay walang ganitong kakayahan.

Idinisenyo silang tumingin sa harap.

Hindi kailanman sa likod.

Marahil ito ang dahilan kung bakit ibang daan ang tinahak ng Gillettenarrative.

Hindi nito hinahanap ang susunod na quarter.

Isang alaala ang hinahanap nito.

Isang pagkakaibang tila maliit.

Sa totoo, napakalaki.

Dahil sa sandaling simulan mong habulin ang alaala, ganap na nagbabago ang panukat.

Hindi na sapat ang mga tubo.

Hindi na sapat ang market share.

Kahit ang tagumpay ay hindi na sapat.

Nagsisimula mong itanong sa sarili:

Ano ang matitira?

Mapanganib na tanong ito.

Maraming tao ang umiiwas dito.

Lalo na ang maraming kompanya.

Ako naman ay paulit-ulit na bumabalik dito.

Marahil dahil iniwan ko na ang kompanya.

Marahil dahil binabago ng panahon ang mga prayoridad.

Marahil dahil may mga pangalang patuloy na nagtatanong matagal na matapos silang tumigil sa pagbebenta ng mga produkto.

Ang Pransiya, sa puntong iyon, ay naging isang simbolo.

Ang representasyon ng isang bagay na kilalang-kilala ng bawat tao.

Ang pagnanais na makipagkasundo sa sariling mga pinagmulan.

Hindi upang manatili roon.

Upang maunawaan sila.

Dahil kapag naunawaan mo lamang kung saan nagmula ang isang kuwento mo maiisip kung saan ito maaaring pumunta.

At ang kuwentong sinusundan ko ay hindi pa nakararating sa patutunguhan nito.

Narating lamang nito ang puntong nagsisimulang magkatitigan ang nakaraan at ang hinaharap.

Mula sa tensiyong iyon isisilang ang lahat ng sumunod.

Kasama ang pinakaimposibleng operasyon sa lahat.

KABANATA 10 — ANG OPA

May iisang katangian ang pinakakakatwang mga ideya.

Sa simula, mukha silang kahibangan.

Kalaunan, mukha silang di-maiiwasan.

Kabilang sa categoryang ito ang OPA sa BIC.

Nang unang lumitaw ang ideya, hindi ito isinilang sa isang investment bank.

Hindi ito isinilang sa isang boardroom.

Hindi ito isinilang mula sa isang modelong pinansiyal.

Isinilang ito mula sa isang tanong na pasalaysay.

Ano ang mangyayari kung ang isang kuwento ay may maibabalik sa tagapagtatag nito?

Tinitingnan ng pananalapi ang mundo sa pamamagitan ng mga numero.

Tinitingnan ng salaysay ang mundo sa pamamagitan ng mga kahulugan.

Ang iisang operasyon ay maaaring magmukhang ganap na naiiba depende sa puntong pinagtitingnan mo.

Mula sa pananaw ng Wall Street, ang isang pagbili ng kompanya ay isang transaksyon.

Mula sa pananaw ng isang kuwentista, maaari itong maging isang liham.

Isang liham na isinulat para sa isang taong hindi na ito mababasa.

Nang isipin ko ang operasyon, hindi ang BIC ang pangunahing tauhan.

Ni ang Gillette.

Ni ako.

Ang pangunahing tauhan ay ang pangalan.

Laging ang pangalan.

Ang apelyidong Pranses na iyon na tumawid sa dalawang siglo.

Na nagpalit ng kontinente.

Na lumikha ng isa sa mga pinakakilalang korporasyon sa planeta.

Na patuloy na lumilikha ng mga kuwento matagal na matapos mamatay ang lumikha nito.

Sa puntong iyon, tumigil akong mag-isip sa paraang pang-industriya.

Naging simboliko ito.

Kung tunay akong nagkaroon ng pagkakataong makialam sa tadhana ng pangalang Gillette, ano ang unang kilos?

Halos kusang dumating ang sagot.

Ibalik ito patungo sa Pransiya.

Hindi dahil kailangang angkinin ang Pransiya.

Hindi dahil kailangang buuing muli ang nakaraan.

Kundi dahil may mga kuwentong kailangang isara ang isang bilog.

Hindi kailanman nakabalik si King.

Ang kanyang pangalan, kaya.

Kaya ang teksto ng OPA sa BIC ay hindi talaga tungkol sa mga pagbili ng kompanya.

Nagsasalita ito tungkol sa pagkakasundo.

Nagsasalita ito tungkol sa pagtatangkang ilagay sa iisang espasyo:

ang tagapagtatag;

ang pinagmulan;

ang kasalukuyan;

ang alaala.

Isa itong pampanitikang konstruksiyon na nagkukunwaring operasyong pang-ekonomiya.

Maraming mambabasa ang humihinto sa ibabaw.

Nakikita nila ang mga kompanya.

Nakikita nila ang mga brand.

Nakikita nila ang mga halagang ipinahihiwatig.

Iba ang nakikita ko.

Nakikita ko ang isang tanong.

Posible bang ibalik ang dangal sa isang kuwento?

Hindi pera.

Hindi mga ari-arian.

Dangal.

Dahil may mga kuwentong ipinagdiriwang.

At may mga kuwentong ginagamit lamang.

Napakalaki ng pagkakaiba.

Ang kuwentong ipinagdiriwang ay patuloy na lumilikha ng kahulugan.

Ang kuwentong ginamit ay nauubos sa huli.

Tulad ng isang produkto.

Tulad ng isang pakete.

Tulad ng anumang karaniwang bagay.

Ang kabalintunaan ay ang buong buhay ni Lolo King ay itinayo upang tumungo sa kabaligtarang direksiyon.

Una, nag-isip siya ng isang lipunan.

Pagkatapos ay lumikha siya ng isang produkto.

Pagkatapos ay lumikha ang produkto ng isang korporasyon.

Pagkatapos ay lumikha ang korporasyon ng isang mito.

Mahigit isang siglo ang lumipas, sinisikap kong tahakin ang kabaligtarang landas.

Mula sa mito.

Pabalik sa tagapagtatag.

Pabalik sa tao.

Pabalik sa pinagmulan.

Pabalik sa pangalan.

Sa sandaling iyon, may naunawaan ako.

Ang OPA sa BIC ay hindi kuwento ng isang pagbili ng kompanya.

Kuwento ito ng isang pagbabalik.

At may iisang katangian ang lahat ng pagbabalik.

Hindi nila hinahanap ang hinaharap.

Hinahanap nila ang eksaktong puntong nagsimulang huminga ang isang kuwento.

Dahil doon lamang nagiging posible na maunawaan kung saan pa maaaring pumunta ang kuwentong iyon.

Ngunit hindi sapat ang pagbabalik lamang.

Maaga o huli, kailangang harapin ng bawat kuwento ang isang tanong na higit na mahirap.

Isang tanong na hindi tungkol sa mga pinagmulan.

Tungkol ito sa halaga.

Magkano ang halaga ng isang bagay na ipinamimigay?

Iyon ang tanong na naghihintay sa akin sa dakong unahan ng daan.

At higit itong mapanganib kaysa sa isang OPA.

KABANATA 11 — ANG LOLO AT ANG BIC

Isang bolpen ang patuloy na nakikita ng mga tao.

Isang kuwento ang patuloy kong nakikita.

Iyon ang problema.

O marahil iyon ang kalamangan.

Depende sa pananaw.

Kapag binanggit natin ang pangalang BIC, halos lahat ay agad na nag-iisip ng isang bagay.

Isang bolpen.

Isang lighter.

Isang pang-ahit.

Isang bagay na binibili mo.

Ginagamit.

Pinapalitan.

Tapos ang kuwento.

Naghihinala akong mas mahaba ang kuwento.

Matagal na akong tumigil sa pagtingin sa mga brand bilang mga kompanya lamang.

Sinimulan ko silang ituring na mga tauhan.

May mga tauhang nagtatagumpay.

Ang iba ay naglalaho.

Ang iba pa ay tumatawid sa buong henerasyon at nagmumukhang mga kapamilya sa huli.

Hindi dahil kapamilya sila.

Kundi dahil nabubuhay sila sa ating tabi nang sapat na katagal upang pumasok sa alaala.

Isa rito ang Gillette.

Isa rito ang BIC.

Sa puntong iyon, ibang hugis na ang kinuha ng proyekto sa isip ng OPA.

Hindi na ito operasyong pang-ekonomiya.

Naging isang pag-uusap na ito.

Isang imposibleng pag-uusap ng dalawang kuwentong pang-industriya na isinilang sa magkabilang pampang ng iisang karagatan.

Sa isang panig, ang pangalang Pranses na sumakop sa Amerika.

Sa kabila, ang kompanyang Pranses na sumakop sa mundo sa pamamagitan ng mga pang-araw-araw na bagay.

Habang lalo kong pinagmamasdan ang heometriyang ito, lalo itong nagmumukhang pasalaysay.

Halos pampanitikan.

Tulad ng mga kuwentong kung saan biglang nagtatagpo ang dalawang linyang pinaghiwalay nang isang siglo.

Siyempre, wala sa mga ito ang may saysay mula sa tradisyonal na pananaw.

Ang pananalapi ay naghahanap ng mga kalamangan.

Ang salaysay ay naghahanap ng mga kahulugan.

Mga kahulugan ang hinahanap ko.

Dahil dito, ang gitnang tauhan ng kuwento ay hindi man lang ang BIC.

Ang lolo.

Laging ang lolo.

Si Lolo King.

Ang lalaking kumuha ng isang apelyido at ginawa itong pandaigdigang presensiya.

Kung minsan ay iniisip ko ang eksena.

Hindi bilang realidad.

Bilang alegorya.

Isang matandang tagapagtatag na nakaupo sa kung saan, lampas sa panahon.

Walang interes sa mga balance sheet.

Walang interes sa presyo ng mga sapi.

Walang interes sa mga press release.

Interesado lamang sa iisang tanong.

Ano ang ginawa ninyo sa aking pangalan?

Ito, sa huli, ang tanong na natatanggap ng bawat henerasyon mula sa nauna.

Hindi lamang sa mga pamilya.

Pati sa mga kompanya.

Pati sa mga kultura.

Pati sa mga bansa.

Ano ang ginawa ninyo sa iniabot namin sa inyo?

Walang tiyak na sagot.

Mayroon lamang mga pagtatangka.

Isa sa mga pagtatangkang ito ang OPA sa BIC.

Isang pagtatangkang pag-ugnayin ang mga pinagmulan at ang kasalukuyan.

Isang pagtatangkang pagsamahin ang Pransiya at ang Amerika.

Isang pagtatangkang pag-usapin ang tagapagtatag at ang tagapagmana sa salaysay.

Isang pagtatangkang gawing kilos ng alaala ang isang operasyong pang-ekonomiya.

Ang pinakakawili-wiling bahagi ay hindi madaling maunawaan ng pamilihan ang ganitong mga kilos.

At tama ito.

Hindi sila idinisenyo upang maunawaan ng pamilihan.

Idinisenyo sila upang maunawaan ng alaala.

Napakalaki ng pagkakaiba.

Sinusukat ng pamilihan ang kasalukuyang halaga.

Sinusukat ng alaala ang naipong halaga.

Ang isa ay nabubuhay sa quarter.

Ang isa pa, sa siglo.

Isang siglo ang pinagmamasdan ko.

At marahil dahil dito patuloy na bumabalik sa gitna ang pangalan.

Sa tuwing sinisikap kong magsalita tungkol sa mga kompanya, nauuwi ako sa pagsasalita tungkol sa mga tao.

Sa tuwing sinisikap kong magsalita tungkol sa mga produkto, nauuwi ako sa pagsasalita tungkol sa mga kuwento.

Sa tuwing sinisikap kong magsalita tungkol sa mga pagbili ng kompanya, nauuwi ako sa pagsasalita tungkol sa mana.

Na para bang may di-nakikitang puwersang patuloy na nagbabalik sa lahat sa iisang punto.

Ang pangalan.

Ang pangalang iyon na isang araw ay pag-aari ng isang lalaki.

Pagkatapos ay ng isang kompanya.

Pagkatapos ay ng milyon-milyong mamimili.

Pagkatapos ay ng isang buong kolektibong alaala.

Sa puntong iyon, nagsimula kong maunawaan na nagbabago rin ang aklat mismo.

Hindi na lamang ito nagsasalaysay ng isang kuwentong pang-industriya.

Nagiging pagninilay na ito tungkol sa pagpapatuloy.

Tungkol sa paraan ng pagtawid ng ilang simbolo sa panahon nang hindi ganap na nawawala ang kanilang kahulugan.

At nang akala ko naunawaan ko na ang halaga ng alaala, lumitaw ang isang tanong na lalong mahirap.

Ano ang nangyayari kapag nagpasya kang ipamigay ang isang bagay na maaaring ibenta?

Ganap na babaguhin ng sagot ang landas ng salaysay.

KABANATA 12 — MAY TINUBUANG BAYAN ANG MGA BAGAY

Sa mahabang panahon, akala ko mga bagay lamang ang mga bagay.

Isang bolpen.

Isang talim.

Isang pang-ahit.

Isang aklat.

Isang kasangkapan.

Wala nang iba.

Pagkatapos ay sinimulan ko silang pagmasdan nang maingat.

At natuklasan kong may talambuhay ang mga bagay.

Isinisilang sila.

Naglalakbay sila.

Nagpapalit sila ng kamay.

Tumatawid sila sa mga bansa.

Tumatawid sila sa mga henerasyon.

At kung minsan, nauuwi pa silang nagsasalaysay ng isang kuwento.

Sa sandaling iyon ako tumigil sa pagtingin sa mga brand bilang mga kompanya.

Sinimulan ko silang tingnan bilang mga teritoryo.

Hindi mga teritoryong pangheograpiya.

Mga teritoryong pasalaysay.

Bawat dakilang brand ay may dalang di-nakikitang tinubuang bayan.

Isang lugar kung saan nahubog ang kanyang pagkatao.

Isang lugar kung saan siya natutong magsalita.

Isang lugar na patuloy niyang tinitirhan kahit itinuturing siya ng mundo na pandaigdigan.

Umalis ang pangalang Gillette mula sa Pransiya, tumawid sa Amerika, at pagkatapos ay sinakop ang planeta.

At gayunman, hindi kailanman naglaho ang mga pinagmulan.

Tumahimik lamang sila.

Nangyayari rin ito sa mga tao.

Lumilipas ang mga taon.

Lumalaki sila.

Naglalakbay sila.

Nagpapalit sila ng wika.

Nagpapalit sila ng propesyon.

Nagpapalit sila ng bansa.

Ngunit may patuloy na nag-uugnay sa kanila sa pinagsimulan.

Isang punto ng pananalita.

Isang kilos.

Isang alaala.

Isang litrato.

Isang pangungusap ng ina.

Isang kuwento ng pamilya.

Hindi namimilit ang mga ugat.

Sumasama sila.

Ganoon din sa mga bagay.

Ang isang bolpen na BIC ay hindi lamang plastik at tinta.

Ang isang talim ng Gillette ay hindi lamang bakal.

Kapwa sila may dalang mahabang sunud-sunod na desisyon ng tao.

May nag-isip sa kanila.

May nagdisenyo sa kanila.

May gumawa sa kanila.

May gumamit sa kanila.

May nakaalala sa kanila.

At sa huli, ang nabubuhay ay hindi ang bagay.

Ang kuwento.

Binago ng kamalayang ito ang paraan ng pagtingin ko sa mundo.

Patuloy na hinahati ng mga tao sa paligid ko ang lahat sa mga kategorya.

Mga produkto.

Mga pamilihan.

Mga industriya.

Mga mamimili.

Ako ay nagsisimulang makakita ng mga linyang pasalaysay.

Mga ugnayan.

Mga di-nakikitang pagkakamag-anak.

Isang pangalang Pranses na naging Amerikano.

Isang korporasyong naging alaala.

Isang tagapagtatag na naging tauhan.

Isang mamimiling naging tagapagsalaysay.

Tila magkakaugnay ang lahat.

Marahil dahil pinag-uugnay ng panahon ang pinaghihiwalay ng kasalukuyan.

Mahal ng kasalukuyan ang mga kompartimento.

Mahal ng alaala ang mga ugnayan.

Dahil dito, hindi isinilang ang Gillettenarrative bilang isang arkibo.

Ni bilang koleksiyon ng mga aklat.

Isinilang ito bilang isang paghahanap.

Isang pagtatangkang maunawaan kung saan nagtatapos ang isang produkto at nagsisimula ang isang kuwento.

Habang lalo akong lumalayo, lalong humihirap ang sagot.

Marahil wala talagang hangganang linya.

Marahil may mga kuwentong isinilang lamang na napakahaba ng buhay.

At ang ilang produkto ay mga kuwentong natutong magkaroon ng materyal na anyo.

Kapag pinagmamasdan ko ang isang talim, bakal ang nakikita ko.

Kapag pinagmamasdan ko ang pangalan, isang siglo ang nakikita ko.

At laging mas kawili-wili ang siglo kaysa sa bakal.

Dahil nauubos ang bakal.

Ang mga pangalan, kung minsan, ay hindi.

Noon ko naunawaan ang ikalawang bagay.

Kung may tinubuang bayan ang mga bagay, mayroon din ang mga kuwento.

At ang tinubuang bayan ng mga kuwento ay hindi isang lugar na pangheograpiya.

Ito ang alaala ng mga taong patuloy na nagsasalaysay sa kanila.
Hanggang sa puntong iyon, sinundan ko ang landas ng pangalan.
Mula sa mga pinagmulan patungo sa korporasyon.
Mula sa korporasyon patungo sa mana.
Mula sa mana patungo sa pagbabalik.
Ngayon ay lumilitaw ang isang ganap na ibang tanong.
Kung napakalaki ng halaga ng isang kuwento, ano ang nangyayari
kapag may nagpasyang huwag itong ibenta?
Ano ang nangyayari kapag pinili niyang ipamigay ito?
Isa itong tanong na hindi maunawaan ng pamilihan.
At iyon mismo ang dahilan kung bakit interesado ako rito.

KABANATA 13 — ISANG DAANG WALANG SILBING AKLAT

May mga salitang mahal ng pamilihan.
Paglago.
Konbersiyon.
Tubo.
Scalability.
Pagkatapos ay may mga salitang pinagdududahan ng pamilihan.
Alaala.
Ugnayan.
Regalo.

Libre.

Isinilang ang Gillettenarrative sa teritoryo ng mga huling ito.

Nang sabihin kong hindi ako nagbebenta ng mga aklat kundi ipinamimigay ko ang mga ito, halos lahat ay humantong sa iisang konklusyon.

Na nawala na ako sa sarili kong bait.

Hindi nakagugulat na reaksiyon iyon.

Lohikal pa nga.

Dahil may napakasimpleng paniniwala ang pamilihan.

Kung may halaga ang isang bagay, kailangan itong ibenta.

Kung hindi ito ibinebenta, ibig sabihin ay wala itong halaga.

Sa loob ng maraming taon, namuhay tayo sa loob ng ekwasyong ito.

Ang halaga ay katumbas ng presyo.

Ang presyo ay katumbas ng halaga.

Isa sa pinakamalalaking ilusyon ng modernong panahon.

Hindi ako gaanong sigurado na totoo ito.

Habang lalo kong pinagmamasdan ang landas ni Lolo King, lalong lumilitaw ang isang kawili-wiling kontradiksiyon.

Lumikha ang lalaki ng isang napakalaking korporasyon.

At gayunman, isinilang ang lahat mula sa isang bisyong walang presyo.

Walang makabibili ng Metropolis.

Walang makabibili ng pangarap.

Walang makabibili ng pagkahumaling na lumikha ng lahat ng iba pa.

Ang mahahalagang ideya ay halos laging isinisilang sa labas ng pamilyan.

Dumarating ang pamilyan pagkatapos.

Matagal pagkatapos.

Kung minsan ay napapansin nito.

Kung minsan ay hindi.

Kaya nagsimula akong mangatwiran nang iba.

Ipagpalagay nating bumuo tayo ng isang daang aklat.

Ipagpalagay nating isinulat natin ang mga ito sa Ingles.

Ipagpalagay nating ginawa nating malayang makukuha ang mga ito.

Ipagpalagay nating hindi natin hinahabol ang mga listahan ng bestseller.

Ipagpalagay nating hindi natin hinahabol ang mga publisher.

Ipagpalagay nating hindi natin hinahabol ang mga rebyu.

Ano ang natitira?

Isasagot ng karamihan:

wala.

Ang kabaligtarang konklusyon ang narating ko.

Natitira ang lahat ng tunay na mahalaga.

Ang ugnayan sa mambabasa.

Ang kalayaang pang-editorial.

Ang posibilidad na sundan ang isang ideya hanggang sa pinakadulong kahihinatnan nito.

Ang kakayahang sumulat nang hindi humihingi ng pahintulot.

Bihira ang kalayaang ito.

Napakabihira.

At madalas itong napagkakamalang kawalang-halaga.

Ngunit hindi magkapareho ang dalawa.

May mga taong di-nakikita dahil walang bumabasa sa kanila.

Ang iba ay di-nakikita dahil may itinatayo silang hindi pa natututuhang iuri ng pamilihan.

Napakalaki ng pagkakaiba.

Noong panahong iyon ko nagsimulang tingnan ang Gillettenarrative bilang isang imprastraktura.

Hindi isang katalogo.

Hindi isang aklatan.

Hindi isang koleksiyon ng mga ebook.

Isang imprastrakturang pasalaysay.

Isang lugar kung saan ang mga aklat ay ang sasakyan, hindi ang patutunguhan.

Ang tunay na layunin ay lumikha ng alaala.

Lumikha ng mga ugnayan.

Lumikha ng kahulugan.

Mga salitang bihirang lumitaw sa mga ulat pinansiyal.

Ngunit may gitnang puwesto sa buhay ng mga tao.

Habang lalo akong tumatahak sa daang ito, lalong lumilitaw ang ikalawang tanong.

Kung hindi tumutugma ang halaga sa presyo, paano ito sinusukat?

May sagot ang pamilihan.

Sa pamamagitan ng mga benta.

Iba ang sagot ko.

Sa pamamagitan ng pananatili.

Ano ang natitira makalipas ang isang taon?

Ano ang natitira makalipas ang sampu?

Ano ang natitira kapag naglaho ang produkto?

Ano ang natitira kapag tumahimik ang marketing?

Ano ang natitira kapag wala na ang may-akda?

Ito ang mga tanong na interesado ako.

Marahil dahil masyado akong matagal na namalagi malapit sa mga brand upang mapagkamalan ang katanyagan bilang kahalagahan.

Bihirang magtugma ang dalawa.

Agaran ang katanyagan.

Ang kahalagahan ay nangangailangan ng panahon.

Maraming panahon.

Isang siglo, kung minsan.

Gaya ng itinuturo ng landas ni Lolo King.

At sa gayon, nagsimulang magkaroon ng ibang hugis ang isang daang aklat.

Hindi na sila mga produkto.

Mga mensahe silang iniwan sa tabi ng isang daan.

Ang ilan ay hindi papansinin.

Ang iba ay marahil maaalala.

Ang iba pa ay makatatagpo ng mambabasa makalipas ang maraming taon.

Hindi mahalaga.

Ang layunin ay hindi magbenta.

Ang layunin ay magtayo.

Magtayo ng isang alaala.

Magtayo ng isang ugnayan.

Magtayo ng isang lugar.

At noon lumitaw ang isa sa mga pinakakakatwang ideya ng buong proyekto.

Kung lahat ay nagbibigay ng napakalaking halaga sa mga bagay na ibinebenta nila, ano ang halaga ng isang bagay na ipinamimigay?

Ang sagot ang magdadala sa akin sa susunod na kabanata.

Sa kuwento ng lalaking isang dolyar.

KABANATA 14 — ANG LALAKING ISANG DOLYAR

Natutuklasan ang halaga ng isang bagay kapag tinalikuran mo ang pagbebenta nito.

Isa itong pangungusap na ituturing na kahina-hinala ng isang ekonomista.

Marahil iresponsable pa nga.

Ngunit ang aking karanasan ang nagdala sa akin sa direksiyong iyon mismo.

Buong buhay ko, nagtrabaho ako sa loob ng mga sistemang itinayo upang sumukat.

Mga dami.

Market share.

Mga margin.

Mga resulta.

Mga numero.

Mga numero sa lahat ng dako.

At gayunman, habang lalo kong pinagmamasdan ang mundo, lalo kong namamalayan na ang pinakamahahalagang bagay ay lumulusot sa pagsukat.

Tiwala.

Pagkakaibigan.

Alaala.

Dangal.

Impluwensiya.

Pasasalamat.

Wala sa mga ito ang lumilitaw nang wasto sa isang balance sheet.

At gayunman, ang mga ito mismo ang nagpapakilos sa mga tao.

Hindi mga numero.

Mga tao.

At sa gayon isinilang ang ideya ng lalaking isang dolyar.

Hindi dahil may halagang pang-ekonomiya ang isang dolyar.

Wala.

Hindi sa kontekstong ito.

Isang simbolo ang dolyar.

Isang panunudyo.

Isang paraan ng pagtatanong sa mundo.

Kung ang isang proyekto ay nagkakahalaga ng daan-daang milyon, bilyon, o higit pa sa mga teoretikal na pagtataya na maaaring buuin ng isang tao, bakit humingi ng iisang dolyar?

Simple ang sagot.

Dahil hindi presyo ang kinakatawan ng dolyar.

Isang ugnayan ang kinakatawan nito.

Napakalaki ng pagkakaiba.

Isinasara ng presyo ang isang transaksyon.

Binubuksan ng ugnayan ang isang pag-uusap.

Mas gusto ng pamilihan ang una.

Ang ikalawa ang interesado ako.

Dahil dito, laging mas mahalaga sa akin ang prinsipyo ng GILLETTEFRIENDS kaysa sa katalogo mismo.

“Hindi kami nagbebenta ng mga aklat. Bumubuo kami ng mga ugnayan.”

Hindi iyon slogan.

Isa iyong modelo ng pagpapatakbo.

Isang pilosopiya.

Isang ganap na ibang paraan ng pagpapakahulugan sa halaga.

Sa isang mundong sinusukat ang lahat sa pamamagitan ng mga benta, ang pagpili sa ugnayan ay pagtanggap na ituring kang hindi maunawaan.

Handa ako.

Nangyari na ito sa akin.

Nangyari ito kay Lolo King nang imungkahi niya ang Metropolis.

Ang mga ideyang masyadong malaki ay halos laging napagkakamalang kabaliwan.

Hanggang sa araw na may makaunawa sa kanila.

O hindi kailanman may makaunawa sa kanila.

Ngunit hindi nito binabago ang kanilang likas na katangian.

Habang lalo akong nangangatwiran sa paksang ito, lalong nagiging halata ang isang kontradiksiyon.

Patuloy na nagsasalita ang mundo tungkol sa halaga.

Halos hindi kailanman tungkol sa kahulugan.

At gayunman, mas madalas na ang kahulugan ang lumilikha ng halaga kaysa sa kabaligtaran.

Hindi naaalala ng mga tao ang isang presyo.

Naaalala nila ang isang kilos.

Hindi nila naaalala ang isang invoice.

Naaalala nila ang isang kuwento.

Hindi nila naaalala ang isang promo.

Naaalala nila ang isang ugnayan.

Kaya patuloy akong naaakit sa dolyar.

Pinaliit nito ang pera sa pinakamaliit na tungkulin nito.

Halos simboliko.

At nagbukas ito ng puwang para sa isang bagay na mas kawili-wili.

Pag-uusap.

Ang parehong pag-uusap na nagsimula kay Lolo King.

Na nagpatuloy sa pamamagitan ng aking ama.

Na dumaan sa labingwalong taon ng buhay propesyonal.

Na naging alaala.

Na naging salaysay.

Na naging Gillettenarrative.

Sa puntong iyon, nagsimula kong makita ang proyekto nang mas malinaw.

Hindi ako nagtatayo ng isang publishing house.

Hindi ako nagtatayo ng isang negosyo.

Hindi ako nagtatayo ng isang arkibo.

Nagtatayo ako ng isang tagpuan.

Isang imprastraktura ng mga ugnayan.

Isang kapaligiran kung saan ang aklat ay ang dahilan, hindi ang layunin.

Mahalaga ang mga aklat.

Ngunit hindi sila ang gitna.

Ang gitna ay ang mga tao.

Laging ang mga tao.

Isa itong aral na bihirang maunawaan ng mga korporasyon.

Sa isang simpleng dahilan.

Idinisenyo ang mga sistema upang mamahala ng mga produkto.

Hindi ng mga ugnayan.

Lumulusot sa kontrol ang mga ugnayan.

Hindi sila mahuhulaan.

Lumilitaw sila kung saan walang nagplano sa kanila.

Sinusundan nila ang sarili nilang mga landas.

At iyon mismo ang nagbibigay sa kanila ng halaga.

At sa gayon, ang lalaking isang dolyar ay nauwi sa pagiging iba sa kung ano ang tila siya.

Hindi isang may-akda.

Hindi isang nagbebenta.

Hindi isang negosyante.

Kundi isang tagapag-ingat ng mga pag-uusap.

At ibinalik ako ng kamalayang ito sa nag-iisang lugar na mapagmamasdan ko ang buong paglalakbay nang sabay-sabay.

Calabria.

Dahil kung minsan, mas malinaw na nakikita ng gilid ang gitna kaysa sa gitna mismo.

KABANATA 15 — CALABRIA

May depekto ang malalaking mapa.

Halos palagi silang iginuguhit mula sa gitna.

Ang mga nakatira sa gitna ay naniniwalang nakikita nila ang lahat.

Ang mga nakatira sa gilid ay madalas na mas marami ang nakikita.

Ganito pumasok ang Calabria sa aking kuwento.

Hindi bilang hangganan.

Bilang obserbatoryo.

Sa loob ng maraming taon, tumawid ako sa mga bansa, kompanya, kontinente at sistema.

Pagkatapos ay natagpuan ko ang sarili sa lugar na itinuturing ng marami na nasa gilid.

At doon mismo ko nagsimulang makita nang mas malinaw ang ilang bagay.

Nasa gitna ang kapangyarihan.

Nasa gilid ang pananaw.

Magkaibang yaman ang mga ito.

Hindi laging magkatugma.

Halos hindi kailanman magkapantay.

Sa isang panig ng mundo ay ang malalaking platform.

Ang malalaking publisher.

Ang malalaking numero.

Ang malalaking opisyal na salaysay.

Sa kabilang panig ay isang lalaking nakaupo sa Calabria, sumusulat sa Ingles, at ipinamimigay nang libre ang kanyang nililikha.

Sa unang tingin, tila mahinang posisyon ito.

Napakahina.

Pagkatapos ay sinimulan ko itong tingnan nang mas malapitan.

At may natuklasan akong kakaiba.

Hindi laging magkatugma ang laki at ang impluwensiya.

Ang isang bagay ay maaaring napakalaki at walang kahulugan.

Ang isa pa ay maaaring napakaliit at mag-iwan ng pangmatagalang bakas.

Puno ng mga halimbawa ang kasaysayan.

Maraming kapangyarihan ang naglaho.

Maraming aklat ang nabuhay.

Maraming korporasyon ang nagpalit ng pangalan.

Maraming ideya ang patuloy na umiikot.

Isang hukom na hindi mahuhulaan ang panahon.

Kaya paulit-ulit akong bumabalik sa iisang tanong.

Ano talaga ang itinatayo ko?

Hindi isang publishing house.

Hindi isang arkibo.

Hindi isang negosyo.

Isang posisyon ng pagmamasid.

Isang lugar na mapagmamasdan ang ugnayan ng alaala at pamilihan.

Ng mga tao at mga sistema.

Ng mga pangalan at mga produkto.

Naging lugar na iyon ang Calabria.

Hindi dahil nakahiwalay ito.

Kundi dahil sapat ang layo nito sa ingay.

Lumilikha ng bilis ang malalaking lungsod.

Lumilikha ng pagninilay ang distansiya.

Nag-iisip ang mga platform sa bilang ng mga araw.

Nag-iisip ang mga kuwento sa bilang ng mga henerasyon.

Mga henerasyon ang interesado ako.

Marahil ito ang dahilan kung bakit patuloy na lumilitaw ang pangalan sa ibabaw ng lahat.

Hindi ang brand.

Hindi ang produkto.

Ang pangalan.

Nagtayo si King ng isang negosyo.

Nagtayo ang mga sumunod na henerasyon ng isang korporasyon.

Pinagmamasdan ko ang natira pagkatapos.

Ang bahaging pinakamahirap sukatin.

Ang alaala.

Dito lumilitaw ang isa sa mga pangunahing pagkaunawa ng aklat na ito.

Ang mga lugar ay hindi nagiging mahalaga dahil sa kanilang laki.

Nagiging mahalaga sila dahil sa mga tanong na hinahayaan nilang mabuo mo.

Hinayaan ako ng Calabria na buuin ang mga tanong na marahil ay hindi ko maririnig sa ibang lugar.

Ano ang tagumpay?

Ano ang halaga?

Ano ang isang mana?

Kailan tumitigil ang isang kuwento na maging pangkorporasyon at nagiging pantao?

Mabagal na mga tanong ang mga ito.

Nangangailangan sila ng panahon.

Nangangailangan sila ng katahimikan.

Nangangailangan sila ng distansiya.

Dahil dito, hindi kailanman ako naging interesadong makipagkumpitensiya sa gitna.

Okupado na ang gitna.

Ang gilid naman ay isang malayang espasyo.

Isang espasyong posible pa ring magmasid.

Sumulat.

Pag-ugnayin ang malalayong punto.

Pagtabihin ang isang tagapagtatag ng ikalabinsiyam na siglo, isang malaking korporasyon ng ikadalawampung siglo, at isang proyektong pasalaysay ng ikadalawampu't isang siglo.

Mula sa malayo, tila hindi ito kapani-paniwala.

Mula sa malapit, tila hindi ito maiiwasan.

Dahil may mga kuwentong tila magkahiwalay lamang hanggang may magpasyang ilagay sila sa iisang pahina.

Naging pahinang iyon ang Calabria.

At nang akala ko naunawaan ko na ang lugar na mapagmamasdan ko ang mundo, ibinalik ako ng salaysay sa taong gumawang posible sa lahat ng iba pa.

Hindi isang tagapagtatag.

Hindi isang korporasyon.

Hindi isang brand.

Ang aking ina.

KABANATA 16 — ANG AKING INA

Naghahanap ng pinagmulan ang bawat kuwento.

Marami ang naghahanap nito sa mga tagapagtatag.

Ang ilan, sa mga pamilihan.

Ang iba, sa mga ideya.

Ang akin, sa huli, ay natagpuan ito sa isang tao.

Ang aking ina.

Sa mahabang panahon, hindi ko namalayan na ang buong paglalakbay ay patungo sa puntong ito.

Sinundan ko ang pangalan.

Sinundan ko ang bisyon ni Lolo King.

Sinundan ko ang korporasyon.

Sinundan ko ang mana.

Sinundan ko ang alaala.

Akala ko nagsasalaysay ako ng isang kuwentong pang-industriya.

Ang totoo, pauwi ako.

Madalas itong mangyari.

Ginugugol natin ang kalahati ng ating buhay sa paglisan.

Ang kabilang kalahati, sa pag-unawa kung saan tayo umalis.

Maraming itinuturo ang malalaking kompanya.

Disiplina.

Organisasyon.

Ambisyon.

Kakayahan.

Ngunit may isang aral na hindi pag-aari ng mga kompanya.

Pag-aari ito ng mga pamilya.

Katapatan.

Isang simpleng salita.

Halos makaluma.

At gayunman, pundamental.

Dahil may mga taong hindi natin maibabalik ang ating natanggap.

Maaari lamang natin itong kilalanin.

Maaari lamang natin itong parangalan.

Maaari lamang tayong magpatuloy.

Sa loob ng maraming taon, akala ko propesyonal ang pinakamahalagang utang ng aking buhay.

Pagkatapos ay namalayan kong nagkamali ako.

Nagsasara ang mga utang na propesyonal.

Ang sa pamilya, hindi.

Nagbabago sila ng anyo.

Sumasama sila.

Nananatili sila.

Tahimik.

At sa gayon dumating ang isang konklusyong ikinagulat ng maraming tao.

Kapag may nagtanong:

Ano ang gusto mong kapalit?

Ang sagot ko ay lalong hindi pang-ekonomiya at lalong personal.

Hindi dahil hindi mahalaga ang pera.

Mahalaga ito.

Laging mahalaga ito.

Ngunit may mga bagay na nasa mas mataas na puwesto sa herarkiya ng mga kahulugan.

Dangal.

Pasasalamat.

Pagpapatuloy.

Sa puntong iyon, nagsimula kong makita ang buong kuwento mula sa ibang pananaw.

Tumanggap si King ng isang pangalan.

Tumanggap ako ng isang kuwento.

Kapwa kami tumanggap ng isang bagay bago nagtayo ng isang bagay.

Ito ang bahaging madalas makalimutan ng mundo.

Ipinagdiriwang natin ang nililikha ng mga tao.

Mas bihira ang kanilang natanggap.

At gayunman, ang bawat likha ay isinisilang mula sa isang naunang pag-aabot.

Walang nagsisimula sa wala.

Kailanman.

Kahit ang mga tagapagtatag.

Kahit ang mga imbentor.

Kahit ang mga kuwentista.

Lahat ay may natatanggap.

Pagkatapos ay nagpapasya kung ano ang gagawin dito.

At sa gayon, dahan-dahang inokupa ng anyo ng aking ina ang gitna ng entablado.

Hindi dahil siya ang pangunahing tauhan.

Kundi dahil kinakatawan niya ang mismong prinsipyo ng pagpapatuloy.

Ang kongkretong patunay na ang bawat mahalagang kuwento ay isinisilang sa loob ng isa pang kuwento.

Matagal bago ang mga aklat.

Matagal bago ang mga kompanya.

Matagal bago ang mga ideya.

Dahil dito patuloy na bumabalik ang tema ng handog.

Ang handog ay hindi isang regalo.

Isa itong pagpapasa.

May dumaraan mula sa isang tao tungo sa iba nang hindi ganap na nawawala ang kahulugan nito.

Isang pangalan.

Isang gawi.

Isang pangungusap.

Isang halimbawa.

Isang paniniwala.

Kung minsan, kahit isang katahimikan.

Ganito gumagana ang mga pamilya.

Ganito gumagana ang mga kuwento.

Kahit ang mga brand ay ganito gumagana.

Ang nabubuhay ay hindi ang bagay.

Ito ang kahulugang patuloy na naglalakbay.

Sa puntong ito ng salaysay, sa wakas ay naunawaan ko ang isang bagay.

Hindi isinilang ang Gillettenarrative upang magbenta ng mga aklat.

Hindi ito isinilang upang bumuo ng isang katalogo.

Hindi ito isinilang upang sumakop ng puwesto sa pamilihan.

Isinilang ito upang ingatan ang isang pagpapasa.

Isang pagpapatuloy.

Isang pagdaan ng mga kahulugan sa pagitan ng mga henerasyon.

Kaya ang kabanatang inialay sa aking ina ay hindi isang pagkaantala ng aklat.

Ito ang nakatagong gitna nito.

Dahil kapag inalis mo ang lahat ng iba pa:

ang mga kompanya, ang mga produkto, ang mga balance sheet, ang mga pagbili ng kompanya, ang mga brand, ang natitira ay ang mga tao.

At halos palagi, sa pinagmulan ng isang kuwentong sapat ang haba upang mabuhay, may isang taong nagbigay nang walang hinihinging kapalit.

Mula sa puntong iyon, sa wakas ay makapapasok ang salaysay sa teritoryo ng mito.

Dahil pagkatapos lamang maunawaan ang mga pinagmulan nagiging posible na maunawaan ang imposible.

At sa aking kaso, ang imposible ay may hugis ng sampung bilyong dolyar, isang pares ng bakyang kahoy, at isang pintong bukas patungo sa Wall Street.

KABANATA 17 — SAMPUNG BILYON AT ISANG PARES NG BAKYA

Nagiging mito ang mga kuwento kapag tumigil silang sumunod sa realidad.

Hindi kapag naging huwad sila.

Kapag naging mas malaki sila kaysa sa mga katotohanan.

Hanggang sa puntong ito, sinundan ko ang isang landas na makikilala.

Isang tagapagtatag.

Isang pangalan.

Isang korporasyon.

Isang pamilya.

Isang alaala.

Maipapaliwanag pa ang lahat.

Pagkatapos ay dumating ang imposible.

Hindi kailanman nagpapakilala ang imposible.

Pumapasok ito sa eksena bilang isang simpleng tanong.

Paano kung talagang nangyari ito?

Paano kung isang araw ay natagpuan ng kuwentista ang sarili sa kabilang panig ng mesa?

Hindi bilang tagamasid.

Hindi bilang dating executive.

Hindi bilang may-akda.

Kundi bilang pangunahing tauhan.

At sa gayon isinilang ang “Ang Imposibleng Kasunduan”.

Hindi bilang hula.

Hindi bilang proyekto.

Bilang alegorya.

Bilang eksperimentong pasalaysay.

Bilang tugon sa isang tanong na maingat na iniiwasan ng mundo ng mga korporasyon:

Sino talaga ang may-ari ng isang brand?

Ang mga shareholder?

Ang mga executive?

Ang mga mamimili?

Ang mga tagapagtatag?

O ang sinumang patuloy na nagsasalaysay ng kuwento nito?

Sadyang kahibangan ang eksena.

Sampung bilyong dolyar.

Wall Street.

Mga kamera.

Mga bangkero.

Mga analista.

At sa gitna, isang lalaking humaharap na nakasuot ng isang pares ng bakyang kahoy.

Hindi kurbata.

Hindi terno.

Hindi ang kasuotang hinihingi ng sistema.

Ang bakya.

Dahil hindi ang operasyon ang punto.

Ang simbolo ang punto.

Ganito gumagana ang mga mito.

Kumukuha sila ng isang detalye at ginagawa itong wika.

May sakong si Achilles.

May paglalakbay si Ulysses.

May espada si Haring Arthur.

May bakya ang lalaki ng “Ang Imposibleng Kasunduan”.

Inuulit-ulit ng bawat elemento ng kuwento ang iisang ideya.

Wala sa pera ang halaga.

Nasa pagkakakilanlan ang halaga.

Ang sampung bilyon ay hindi ang tunay na pangunahing tauhan ng eksena.

Ang kuwento.

Kaya sa kuwento, mas tinitingnan ng mga bangkero ang mga paa kaysa sa mga dokumento.

Kinakatawan ng mga dokumento ang sistema.

Kinakatawan ng bakya ang tao.

At sa huli, mas madalas bumibili ang mga tao ng mga tao kaysa ng mga produkto.

Kahit ang paniniwala nila ay iba.

Ibinalik akong muli ng pagkaunawang ito kay Lolo King.

Nagsimula siya sa isang bisyon.

Lumikha ang bisyon ng isang produkto.

Lumikha ang produkto ng isang korporasyon.

Lumikha ang korporasyon ng isang mito.

Tinatahak ko ang kabaligtarang landas.

Mula sa mito.

Upang bumalik sa pangalan.

Upang bumalik sa tao.

Upang bumalik sa pinagmulan.

Mula sa sandaling iyon, muling nagbabago ng tono ang aklat.

Hindi na nito isinasalaysay ang nangyari.

Nagsisimula nitong isalaysay ang maaaring mangyari kapag naging mas malakas ang isang pangalan kaysa sa mga balangkas na nakapaligid dito.

Dahil may isang tanong na lalong radikal.

Isang tanong na naghihintay sa likod ng pinto ng Wall Street.

Isang tanong na walang balance sheet na makapaglalaman.

Ano ang nangyayari kapag ang isang kuwento ay naging mas mahalaga kaysa sa kompanyang lumikha nito?

Iyon ang tanong na naghihintay sa akin sa susunod na kabanata.

Sa mismong puso ng kapangyarihan.

KABANATA 18 — HINDI HANDA ANG WALL STREET

May mga lugar na hindi lamang mga lugar.

Mga simbolo sila.

Isa rito ang Wall Street.

Kahit ang mga hindi pa nakapupunta roon ay alam kung ano ang kinakatawan nito.

Pera.

Kapangyarihan.

Mga pamilihan.

Mga desisyon.

Ang mismong ideya na masusukat ang mundo sa pamamagitan ng isang numero.

Dahil dito, hindi maaaring iba ang tagpuan ng “Ang Imposibleng Kasunduan”.

Hindi isang bangko ang kailangan ng eksena.

Ang templo ang kailangan nito.

At ang Wall Street ang modernong templo ng halagang pang-ekonomiya.

Ngunit may kahinaan ang bawat templo.

Alam na alam nito kung ano ang sinasamba nito.

Higit na kakaunti ang alam nito sa hindi nito pinapansin.

Nauunawaan ng pera ang pera.

Nauunawaan ng mga pamilihan ang mga pamilihan.

Nauunawaan ng mga analista ang mga numero.

Ngunit may mga puwersang lumulusot sa mga kategoryang ito.

Reputasyon.

Alaala.

Mito.

Tiwala.

Mga kuwento.

Ito mismo ang gitna ng “Ang Imposibleng Kasunduan”.

Hindi ang pera.

Ang kawalang-kakayahan ng sistema na maunawaan ang isang salaysay kapag naging mas makapangyarihan ang salaysay kaysa sa kapital.

Sa loob ng maraming taon, pinagmasdan ko ang napakalalaking kompanya.

Mga lider ng pamilihan.

Mga pandaigdigang brand.

Mga organisasyong kayang impluwensiyahan ang milyon-milyong mamimili.

At sa bawat pagkakataon, lumilitaw ang iisang tanong.

Ano talaga ang binibili ng mga tao?

Simple ang opisyal na sagot.

Mga produkto.

Mga serbisyo.

Pagganap.

Mas masalimuot ang tunay na sagot.

Mga kahulugan ang binibili ng mga tao.

Ang produkto ay lalagyan lamang.

Ang isang talim ay hindi lamang bakal ang ibinebenta.

Tiwala ang ibinebenta nito.

Ang isang bolpen ay hindi lamang tinta ang ibinebenta.

Gawi ang ibinebenta nito.

Ang isang aklat ay hindi lamang mga salita ang ibinebenta.

Isang ugnayan ang ibinebenta nito.

Habang lalo kong pinagmamasdan ang mundo, lalong nagiging halata ang katotohanang ito.

At dahil mismo dito, hindi handa ang Wall Street.

Dahil sinanay ang Wall Street na tayahin ang mga instrumento.

Hindi ang mga simbolo.

Sa kuwento, patuloy na itinatanong ng mga analista ang mga tanong na laging itinatanong ng mga analista.

Sino ang magiging CEO?

Saan ang magiging punong-tanggapan?

Ano ang magiging balangkas ng organisasyon?

Ano ang magiging modelo ng pagpapatakbo?

Wastong mga tanong ang mga ito.

Di-maiiwasan pa nga.

Ngunit hindi sila ang mga mapagpasyang tanong.

Iba ang mapagpasyang tanong.

Bakit ka dapat sundan ng mga tao?

Ito ang tanong na nagbabago sa lahat.

Dahil walang org chart na makasasagot dito.

Walang balance sheet na makasasagot dito.

Walang pagbili ng kompanya na makasasagot dito.

Isang kuwento lamang ang makasasagot dito.

At dito naaabot ng salaysay ang pinakakawili-wiling punto nito.

Hindi talaga bumibili ng mga kompanya ang may-akda.

Isang salaysay ang binibili niya.

Simbolikong binubuo niyang muli ang isang sistema ng mga kahulugan.

Napakalaki ng pagkakaiba.

Ang pagbili ng isang negosyo ay isang pangyayaring pang-ekonomiya.

Ang pagbili ng isang kuwento ay isang pangyayaring pangkultura.

At ang mga pangyayaring pangkultura ay nabubuhay nang higit na matagal.

Naunawaan na ito ni King bago pa niya itinayo ang Gillette.

Nag-isip siya ng isang bisyon.

Lumikha ang bisyon ng isang negosyo.

Lumikha ang negosyo ng isang pangalan.

Lumikha ang pangalan ng isang alaala.

Ngayon ay bumabalik ang alaalang iyon sa isang bagong anyo.

Pasalaysay.

Halos mitolohiko.

Dahil dito, napapanatili ng eksena ng bakya ang kahulugan nito.

Hindi nito kinakatawan ang di-pagsunod sa kaugalian.

Kinakatawan nito ang kasarinlan.

Ang ideya na makapapasok ang isang tao sa puso ng sistema nang hindi ganap na tinatanggap ang wika nito.

Isa itong konseptong laging nakabibighani sa akin.

Hindi ang maging kalaban ng sistema.

Ang maging malaya sa sistema.

Dalawang lubhang magkaibang bagay ang mga ito.

Ang una ay lumilikha ng tunggalian.

Ang ikalawa ay lumilikha ng kalayaan.

Noon ko nagsimulang maunawaan ang tunay na tema ng aklat.

Hindi ako sumusulat tungkol sa pag-aahit.

Hindi ako sumusulat tungkol sa mga korporasyon.

Hindi ako sumusulat tungkol sa mga pamilihan.

Sumusulat ako tungkol sa kapangyarihang pasalaysay.

Ang kakayahan ng isang tao na isalaysay ang sarili niyang kuwento nang hindi ito lubusang ipinaubaya sa iba.

Ginawa ito ni King.

Sa sarili niyang paraan.

Sinisikap kong gawin din ito.

Sa ibang siglo.

Sa ibang mga kasangkapan.

Sa ibang mga tuntunin.

Hindi handa ang Wall Street.

Dahil halos walang handa kapag tumigil ang isang kuwento sa paghingi ng pahintulot upang umiral.

At mula sa puntong ito isinisilang ang susunod na kabanata.

Ang pinakasimpleng pahayag.

Ang pinakamaikli.

At marahil ang pinakamahalaga sa buong aklat.

Ako ay isang talim.

KABANATA 19 — AKO AY ISANG TALIM

May mga pangungusap na naglalarawan.

At may mga pangungusap na nagtatakda.

Ang “Ako ay isang talim” ay kabilang sa ikalawang kategorya.

Hindi ito eleganteng metapora.

Hindi ito slogan.

Hindi ito pampanitikang ehersisyo.

Isa itong pahayag ng pagkakakilanlan.

Upang maunawaan ito, kinailangang tumawid sa isang mahabang landas.

Si Lolo King.

Ang bisyon.

Ang korporasyon.

Ang mana.

Ang alaala.

Ang ina.

Ang pagbabalik.

Wall Street.

Ang lahat ay humahantong dito.

Sa isang napakaikling pangungusap.

Tatlong salita.

Ako.

Ay.

Isang talim.

Ang karamihan ng tao ay bumubuo ng kanilang pagkakakilanlan sa pamamagitan ng isang propesyon.

Ginagawa ko ito.

Ibinebenta ko iyan.

Pinamamahalaan ko ito.

Pag-aari ko iyan.

Marupok na mga kahulugan ang mga ito.

Madali silang magbago.

Mawalan ng tungkulin.

Ng mesa.

Ng posisyon.

Ng titulo.

At gumuguho kasama nila ang malaking bahagi ng pagkakakilanlan.

Iba ang talim.

Ang talim ay hindi isang posisyon.

Isa itong tungkulin.

Pumuputol ito.

Naghihiwalay ito.

Nagtatangi ito.

Ginagawa nitong nakikita ang dating magulo.

Dahil dito patuloy na bumabalik ang larawan ng talim.

Hindi bilang produkto.

Bilang prinsipyo.

Hinahati ng talim ang labis mula sa mahalaga.

Ang ingay mula sa kahulugan.

Ang anyo mula sa diwa.

Ito mismo ang sinikap kong gawin sa buong aklat na ito.

Ang pumutol.

Hindi upang wasakin.

Ang pumutol.

Ano ang natitira sa isang korporasyon kapag inalis mo ang marketing?

Ano ang natitira sa isang brand kapag inalis mo ang produkto?

Ano ang natitira sa isang kuwento kapag inalis mo ang mga slogan?

Ano ang natitira sa isang buhay kapag inalis mo ang mga tungkulin?

Pahina pagkatapos ng pahina, laging iisa ang naging sagot.

Nananatili ang pangalan.

Bago pa naging bagay, naging paraan ng pagtingin sa mundo ang talim.

Marahil nagsimula ito kay Lolo King.

Marahil dumaan ito sa aking ama.

Marahil sa labingwalong taong namuhay sa loob ng Gillette.

Marahil sa Calabria.

Marahil sa Gillettenarrative.

Hindi mahalaga.

Mahalaga ang mga pinagmulan.

Ngunit laging dumarating ang sandaling kailangan mong panagutan ang sarili mong pagpapakahulugan.

Narating ko ang isang ito.

Ako ay isang talim.

Ibig sabihin:

Hindi ako lubusang pag-aari ng pamilihan.

Hindi ako lubusang pag-aari ng nostalgia.

Hindi ako lubusang pag-aari ng korporasyon.

Hindi ako lubusang pag-aari ng nakaraan.

Isa akong linya ng paghihiwalay.

Isang tagapagpakahulugan.

Isang tagapagsalaysay.

Isang taong patuloy na naghahanap ng kahulugang nakatago sa ilalim ng mga ibabaw.

Dahil dito, may ikalawang pagbasa ang pangungusap.

Ang talim ay hindi nag-iingat.

Ang talim ay nagbabago.

Ang bawat henerasyon ay may natatanggap.

Ang bawat henerasyon ay may binabago.

Ang bawat henerasyon ay may iniaabot.

Hindi kailanman perpekto ang pagpapasa.

Hindi ito kailangang maging perpekto.

Kung perpekto ito, walang kasaysayan.

Pag-uulit lamang ang mayroon.

Ayokong ulitin.

Gusto kong magpatuloy.

Ipagpatuloy ang isang pag-uusap na nagsimula matagal bago ako isinilang.

Marahil ito ang tunay na kahulugan ng pangungusap.

Hindi “Ako ay isang produkto.”

Hindi “Ako ay isang brand.”

Hindi “Ako ay isang tungkulin.”

Kundi:

Ako ay isang pagpapatuloy na nagkaroon ng ibang anyo.

At dito naaabot ng aklat ang huling bungad nito.

Dahil kapag naunawaan na ang pagkakakilanlan, iisang tanong na lamang ang natitira.

Ang huli.

Ang pinakamalaki.

Ang tanong na nakatago mula pa sa unang kabanata.

Ano ang natitira kapag naglaho ang lahat ng iba pa?

Naghihintay ang sagot sa kabanatang pangwakas.

Sa lugar kung saan nagtatapos ang mga kompanya.

Nagtatapos ang mga tagapagtatag.

Nagtatapos ang mga produkto.

At nagsisimula ang isang bagay na higit na mahirap wasakin.

Ang Pangalan.

KABANATA 20 — ANG PANGALAN

Nagtatapos ang lahat ng kuwento.

Kahit man lang sa anyo.

Nagtatapos ang mga tao.

Nagtatapos ang mga kompanya.

Nagtatapos ang mga produkto.

Nagtatapos ang mga pamilihan.

Kahit ang mga imperyo ay nagtatapos.

Walang eksepsiyon ang panahon.

At gayunman, may mga bagay na mas matagal na tumatagal kaysa sa mga balangkas na lumikha sa kanila.

Mga pangalan.

Nagsimula ang aklat na ito sa isang lalaking nag-isip ng hinaharap.

Isang salesman.

Isang bisyonaryo.

Isang kakatwang tao.

Isang lalaking nagdisenyo ng mga lungsod bago nagdisenyo ng mga talim.

Pagkatapos ay dumating ang negosyo.

Pagkatapos ang produkto.

Pagkatapos ang brand.

Pagkatapos ang mito.

Gaya ng halos palaging nangyayari, ang huling bahagi ng kuwento ang naalala ng mundo.

Mas bihira ang una.

Ngunit may natatanging talento ang panahon.

Laging bumabalik ito sa pinagmulan.

At iyon mismo ang nangyari rito.

Sa pagsunod sa pangalang Gillette, akala ko isinasalaysay ko ang kuwento ng isang korporasyon.

Pagkatapos, akala ko isinasalaysay ko ang kuwento ng isang pamilya.

Pagkatapos, ang kuwento ng isang alaala.

Pagkatapos, ang kuwento ng isang proyektong pasalaysay.

Sa huli, naunawaan kong isinasalaysay ko ang isang bagay na lalong simple.

Ang pagkabuhay ng kahulugan.

Ito ang tunay na laman ng aklat.

Hindi bakal.

Hindi pag-aahit.

Hindi mga pamilihan.

Hindi Wall Street.

Kahulugan.

Ang di-nakikitang sustansiyang iyon na dumaraan mula sa isang henerasyon tungo sa susunod nang hindi humihingi ng pahintulot.

Tumanggap si King ng isang pangalan.

Ginawa niyang bisyon ang pangalan.

Naging negosyo ang bisyon.

Naging brand ang negosyo.

Naging alaala ang brand.

Naging salaysay ang alaala.

At ipinagpapatuloy ng salaysay ang paglalakbay.

Marahil ito ang tadhana ng lahat ng pangalang sapat ang lakas.

Sa isang punto, tumitigil silang maging pag-aari ng mga may-ari.

Tumitigil pa silang maging pag-aari ng mga tagapagtatag.

Nagsisimula silang maging pag-aari ng mga taong patuloy na nagsasalaysay sa kanila.

Dahil dito, hindi ko kailanman inisip ang Gillettenarrative bilang isang site.

Ni bilang isang serye ng paglalathala.

Ni bilang isang arkibo.

Lagi ko itong inisip bilang isang tulay.

Isang tulay sa pagitan ng naging at ng maaari pang maging.

Isang tulay sa pagitan ng alaala at ng hinaharap.

Isang tulay sa pagitan ng mga tao at ng mga pangalang tumulong bumuo sa kanila.

Maraming taon na ang nakalipas, inisip ni Lolo King ang Metropolis.

Hindi sinundan ng Amerika ang proyektong iyon.

Hindi kailanman naitayo ang lungsod.

Nanatili sa papel ang utopiya.

At gayunman, pagkakamali na ituring itong pagkatalo.

Dahil hindi laging nabubuhay ang mga ideya sa anyong inasahan nila.

Kung minsan, nabubuhay sila sa pamamagitan ng pagbabago.

Hindi naging lungsod ang Metropolis.

Naging patunay ito.

Patunay na bago ang talim, may umiral na isang bisyon.

At marahil ito ang huling aral.

Ang mahahalagang bagay ay hindi nabubuhay dahil sa kanilang pagiging perpekto.

Nabubuhay sila dahil sa kanilang kakayahang magbago.

Ang isang tagapagtatag ay nagiging tauhan.

Ang isang korporasyon ay nagiging alaala.

Ang isang brand ay nagiging kuwento.

Ang isang kuwento ay nagiging ugnayan.

Ang isang ugnayan ay nagiging mana.

Nagpapatuloy ang paglalakbay.

Palagi.

Kahit naniniwala tayong tapos na ito.

At sa gayon, naaabot ng mambabasa ang huling pahina at natutuklasang hindi si King ang gitnang tauhan.

Hindi ang Gillette.

Hindi ang BIC.

Hindi ang Wall Street.

Hindi man lang ang may-akda.

Ang pangunahing tauhan ay ang Pangalan.

Ang di-nakikitang sinulid na iyon na tumatawid sa mga tao, henerasyon, lugar, negosyo at kuwento nang hindi ganap na napuputol.

Dahil nauubos ang mga produkto.

Ibinebenta ang mga kompanya.

Nagbabago ang mga pamilihan.

Lumilipas ang mga panahon.

Ang mga pangalan, kung minsan, ay nananatili.

At kapag nanatili sila nang sapat na katagal, nagiging higit sila kaysa sa kuwentong lumikha sa kanila.

Nagiging alaala sila.

Nagiging pamana sila.

Nagiging kahulugan sila.

Nagiging salaysay sila.

At doon nagtatapos ang aklat na ito.

O marahil, sa mas tapat na pananalita, doon ito muling nagsisimula.

EPILOGO — SEMANTIKONG PANANAKOP

Sa loob ng maraming taon, akala ko nakatira ang mga brand sa mga supermarket.

Pagkatapos, akala ko nakatira sila sa mga kompanya.

Kalaunan, inisip kong nakatira sila sa mga tao.

Ngayon ay hindi na ako sigurado.

O marahil masyado akong sigurado.

Nakatira ang mga brand sa kahulugan.

At ang kahulugan ang pinakamahirap sakupin na teritoryo.

Ang isang pabrika ay maaaring bilhin.

Ang isang patent ay maaaring ilipat.

Ang isang market share ay maaaring agawin.

Ang isang brand ay maaari pang magpalit ng may-ari.

Ang kahulugan, hindi.

Lumalaban ang kahulugan.

Nakikipagtawaran ang kahulugan.

Nakikipaglaban ang kahulugan.

Nabubuhay ang kahulugan.

Dahil dito, ang tunay na pananakop ay hindi pang-industriya.

Hindi ito pinansiyal.

Hindi ito pangkomersiyo.

Semantiko ito.

Nagsisimula ang semantikong pananakop kapag tumigil ang isang salita sa pagpapangalan sa isang bagay at nagsimulang kumatawan sa isang buong sansinukob.

Ang Gillette ay hindi na lamang isang talim.

Ang Gillette ay isang kuwento.

Isa itong alaala.

Isa itong angkan.

Isa itong pag-uusap na tumatawid sa mga henerasyon.

Kaya nagiging di-maiiwasan ang tanong.

Pinalalakas ba ng pananakop na ito ang brand o sinisira ito?

Nakagugulat sa pagkasimple ang sagot.

Depende sa may-ari.

Nauunawaan ng isang matalinong may-ari na ang bawat malakas na brand ay nabubuhay sa dalawang antas.

Ang una ay pangkomersiyo.

Ang ikalawa ay pangkultura.

Lumilikha ng kita ang antas na pangkomersiyo.

Lumilikha ng pananatili ang antas na pangkultura.

Kung wawasakin mo ang ikalawa upang ipagtanggol ang una, sa katagalan ay pinahihina mo ang dalawa.

Kung mapapakain mo ang ikalawa, tumatanggap ang una ng karagdagang lakas.

Dahil bumibili ang mga tao ng mga produkto.

Ngunit naaalala nila ang mga kahulugan.

At mas matagal tumatagal ang mga kahulugan kaysa sa mga produkto.

Lubhang mas matagal kaysa sa mga produkto.

Naunawaan ito ni King nang hindi ginagamit ang pananalitang ito.

Una, nag-isip siya ng isang bisyon.

Pagkatapos ay nagtayo siya ng isang produkto.

Ang karamihan ng modernong kompanya ay sinisikap gawin ang kabaligtaran.

Una, itinatayo nila ang produkto.

Pagkatapos ay desperado silang naghahanap ng isang kuwento.

Napakalaki ng pagkakaiba.

Ang semantikong pananakop ay hindi nangangahulugang angkinin ang isang brand.

Ito ay ang pagpapalawak ng teritoryo ng mga kahulugang maaaring tirhan ng brand na iyon.

Kung nauunawaan ng may-ari ang prinsipyong ito, nagiging kakampi ang salaysay.

Kung hindi, itinuturing niya itong banta.

Ngunit ang salaysay ay hindi kakampi ni kaaway.

Isa itong puwersa.

Tulad ng alaala.

Tulad ng panahon.

Tulad ng kultura.

Maaari itong hindi pansinin.

Hindi ito maaaring alisin.

At sa gayon, sa dulo ng paglalakbay, bumabalik ako sa parehong konklusyon na pinagsimulan ng lahat.

Hindi nagsimula si Lolo King sa isang talim.

Nagsimula siya sa isang bisyon.

Dumating ang talim pagkatapos.

Lumago ang aklat na ito mula sa parehong pagkaunawa.

Hindi ito tungkol sa mga pang-ahit.

Hindi ito tungkol sa mga korporasyon.

Hindi ito tungkol sa mga imposibleng pagbili ng kompanya.

Tungkol ito sa nangyayari kapag ang isang pangalan ay nabubuhay nang sapat na katagal upang maging higit kaysa sa mga produktong nagpasikat dito.

Iyon ang tunay na pananakop.

Hindi ng pamilihan.

Hindi ng distribusyon.

Hindi ng patalastas.

Semantikong pananakop.

At kapag nasakop na ang kahulugan, ang lahat ng iba pa ay nakasalalay lamang sa kung sino ang may-ari nito.

PANGHULING SALITA — ANG MAY-ARI

Sa buong aklat, nagsalita ako tungkol sa mga tagapagtatag.

Tungkol sa mga kompanya.

Tungkol sa mga brand.

Tungkol sa alaala.

Tungkol sa mga pangalan.

Sa huli, iisang tanong ang natitira.

Sino ang may-ari?

Ang pinakasimpleng sagot ay siya ring pinakawalang-interes.

Ang may-ari ay ang legal na nagmamay-ari ng brand.

Totoo iyon.

Ngunit bahagi lamang iyon ng katotohanan.

May umiiral, sa katunayan, na ikalawang pagmamay-ari.

Mas mahirap irehistro.

Mas mahirap ipagtanggol.

Mas mahirap sukatin.

Ang pagmamay-ari ng kahulugan.

Ang isang brand ay maaaring pag-aari ng isang kompanya.

Ngunit ang kahulugan nito ay pag-aari ng ugnayang nagagawa nitong buuin sa mundo.

Dito isinisilang ang pananagutan ng may-ari.

Dahil ang kahulugan ay maaaring palawakin.

Maaari itong ingatan bilang tagapag-ingat.

Maaari itong payamanin.

Maaari itong ipasa.

O maaari itong pahirapin.

Maaari itong paliitin.

Maaari itong ubusin.

Maaari itong kalimutan.

Ang pagkakaiba ay hindi nakasalalay sa brand.

Nakasalalay ito sa namamahala rito.

Hindi natatakot sa alaala ang isang matalinong may-ari.

Hindi natatakot sa salaysay.

Hindi natatakot sa mga kuwento.

Nauunawaan niyang ang bawat tunay na kuwento ay nagdaragdag ng lalim sa pangalan.

At na ang isang malalim na pangalan ay laging mas mahalaga kaysa sa isang pangalang kilala lamang.

Ang isang maikli ang pananaw na may-ari ay gumagawa ng kabaligtaran.

Pinoprotektahan ang produkto.

Kinalilimutan ang kahulugan.

Ipinagtatangol ang kasalukuyan.

Inuubos ang hinaharap.

Sa huli, narito ang buong pagpili.

Ang isang brand ay maaaring mabuhay bilang produkto.

O maaari itong mabuhay bilang bahagi ng ating pamanang pangkultura.

Maaari itong makuntento sa pagbebenta.

O maaari itong magpatuloy na may kahulugan.

Kaya ang semantikong pananakop ay hindi banta.

Isa itong pagkakataon.

Pinalalawak nito ang teritoryo ng pangalan.

Ginagawa itong mas mayaman.

Mas masalimuot.

Mas matibay laban sa panahon.

Mas mahirap kalimutan.

Sa dulo ng paglalakbay na ito, hindi ko alam kung sino ang magmamay-ari ng Gillette makalipas ang isang daang taon.

Hindi ko alam kung anong mga produkto ang iiral.

Hindi ko alam kung aling mga pamilihan ang mabubuhay.

Gayunman, may isang bagay akong alam.

Ang hinaharap ng pangalan ay higit na nakasalalay hindi sa mga pabrikang pag-aari ng mga may-ari nito kundi sa kahulugang kaya nilang ingatan.

Dahil may siklo ng buhay ang mga produkto.

May siklo ng buhay ang mga korporasyon.

Kahit ang mga pamilihan ay may siklo ng buhay.

Ang kahulugan, wala.

Patuloy na naglalakad ang kahulugan.

At ang tunay na may-ari, sa huli, ay ang nakauunawang pansamantalang tagapag-ingat lamang siya ng paglalakbay nito.

Si King Gillette, ang Pangalan, ay nagtayo ng isang talim.

Nagtayo ang mga henerasyon ng isang kompanya.

Nagtayo ang panahon ng isang mito.

Isinalaysay ko lamang ang paglalakbay.

Ang iba pa ay pag-aari ng Pangalan.

Ferdinando Frega