SEMANTIC REALITY

GILLETTENARRATIVE.COM

FERDINANDO FREGA

MERKINGARLEGUR VERULEIKI

Gillettenarrative býður þig velkominn. Þú veist ekki enn hve heppinn þú ert – þú ert um það bil að fá eitthvað, og enginn bað þig um neitt í staðinn. Nú stígurðu inn í minn heim, nógu nálægt til að snerta blaðið. En ég sel ekki blöð. Það blað á móðir mín ein. Þegar þessu lýkur verðurðu ekki samur. Þú verður þegar farinn að leita að því næsta. Byrjaðu hér í bili. Gefðu þér stundina.

Vefskriðlar rákust á HTTP 429-villur á tveimur síðum, sem merkti að beiðnir hefðu farið yfir leyfileg mörk. Villurnar einar skýrðu hvorki uppruna né umfang umferðarinnar. Ég tók þær sem ástæðu til að staldra við og endurskoða hraða útgáfunnar.

Tvö PDF-skjöl höfðu sérstaklega vakið forvitni og athygli: GILLETTE DEPRESSION og GILLETTE WAS MY FATHER. Þegar ég las þau aftur skildi ég hvers vegna. Safnið hélt áfram að stækka og var komið í 4.500 tengla. Þessir tveir textar töluðu beint til fólks og snertu þá einkaheiðursreglu sem hver maður ber innra með sér: þá huldu hluta okkar sjálfra sem aðrir lesa stundum skýrar en við sjálf.

Umheimurinn virtist hafa tekið eitthvað frá þeim. Ítalía stóð utan við ferlið, með takmörkunum á aðgangi frá IP-tölum og á þýðingum á ítölsku.

Tölvupóstarnir héldu áfram að berast og ég svaraði hverjum einasta. Forvitni lá í gegnum öll bréfaskiptin. Það sem sló mig mest voru tvö skeyti frá New York. Þar var spurt hvort ég skildi hugsanlegar afleiðingar þess að taka merkingarlegt landsvæði: rýmið þar sem vörumerki fær merkingu, og þar sem hægt er að véfengja þá merkingu. Hvaða áhrif gæti þetta haft með tímanum á vörumerki fyrirtækja og frásagnir þeirra?

Spurningarnar snerust um hlutabréfaverð, markaðsvirði og víðari fjármálahreyfingar. En ég er aðeins síðastur skrifaranna. Ég vissi ekki hvernig ég

ætti að takast á við þessar spurningar, svo ég vísaði sendendunum á fagfólk og sérhæfð fyrirtæki. Samt gáfust þeir ekki upp og vildu ólmir heyra mitt sjónarmið.

Þetta voru eins og litlir jarðskjálftar. Ég gat ekki sagt hvort þeir boðuðu eitthvað verulegt eða væru aðeins stök samskipti. Þeir sýndu mér að sumir lesendur höfðu áhuga á spurningum sem náðu langt út fyrir lestur eins PDF-skjals. Þeir sönnuðu engin áhrif á vörumerki eða markaði.

Það varð æ óþægilegra og hugsanlega áhættusamt að láta skoðun í ljós. Ég vissi að markaðir nærast líka á hávaða og ég hafði engan hug á að bæta við hann. Sumir bréfritaranna virtust skilja þessi mál afar vel. Sumar spurningarnar virtust vandlega orðaðar, nánast eins og svörin væru þegar kunn og tilgangurinn væri að mæla skilning minn. Ég hélt áfram að vísa þeim annað.

Mér hafði aldrei dottið í hug að ég ætti eftir að lenda í slíkri stöðu. Samt var ég farinn að sjá einn möguleika: þegar vörumerki á sér frásögn sem er unnin innanhúss eða pöntuð frá auglýsingastofu, getur vitnisburður sem lesendur skynja sem lífinu trúan raskað þeirri frásögn.

Þetta er eins og þegar eiginkona kemur að manninum sínum í símanum við ástkonu sína. Allt í einu dugar kunnuglega sagan ekki lengur. Goðsögn hrynur. Hugsjón missir vissu sína. Eða kannski verður önnur útgáfa atburðanna einfaldlega aðgengileg í fyrsta sinn.

Kannski var það það sem var að gerast. Kannski var það aðeins möguleiki.

Á meðan var ég staddur inni í eldinum og leitaði alls staðar að fersku vatni: einhverju sem gæti hreinsað hugann og kælt hugsanirnar.

Ferdinando