

SEMANTIC REALITY

GILLETTENARRATIVE.COM

FERDINANDO FREGA

SEMANTIČKA STVARNOST

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 03

Gillettenarrative vam želi dobrodošlicu. Još ne znate koliko ste sretni – upravo ćete nešto primiti, a nitko od vas nije tražio ništa zauzvrat. Sada ulazite u moj svijet, dovoljno blizu da dotaknete oštricu. Ali ja ne prodajem oštrice. Ta pripada samo mojoj majci. Kad ovo završi, više nećete biti ista osoba. Već ćete tražiti sljedeću. Za sada počnite ovdje. Dajte si ovaj trenutak.

Web-pretraživači nailazili su na pogreške HTTP 429 na dvjema stranicama, što je značilo da su zahtjevi premašili ograničenje brzine. Same pogreške nisu objašnjavale izvor ni opseg te aktivnosti. Shvatio sam ih kao razlog da zastanem i preispitam ritam objavljivanja.

Dva PDF-a posebno su privukla znatiželju i pozornost: GILLETTEOVA DEPRESIJA i GILLETTE JE BIO MOJ OTAC. Kad sam ih ponovno pročitao, shvatio sam zašto. Korpus je i dalje rastao i dosegnuo 4500 poveznica. Ta dva teksta obraćala su se izravno ljudima i dirala privatni kodeks časti koji svatko nosi u sebi: one skrivene dijelove nas samih koje drugi ponekad čitaju jasnije od nas.

Ostatak svijeta kao da je iz njih nešto uzeo. Italija je ostala izvan tog procesa, s ograničenjima pristupa s IP adresa i prijevoda na talijanski.

E-poruke su i dalje stizale, a ja sam odgovarao na svaku. Znatiželja je prožimala dopisivanje. Najviše su me pogodile dvije poruke iz New Yorka. Pitale su shvaćam li moguće posljedice zauzimanja semantičkog teritorija: prostora u kojem marka stječe značenje i u

kojem se to značenje može osporiti. Kakve bi to učinke s vremenom moglo imati na korporativne marke i njihove pripovijesti?

Njihova pitanja ticala su se cijena dionica, tržišne kapitalizacije i širih financijskih kretanja. Ali ja sam samo posljednji od pisara. Nisam se znao suočiti s tim pitanjima, pa sam pošiljatelje uputio stručnjacima i specijaliziranim tvrtkama. Ipak, bili su uporni, željni čuti moje stajalište.

Bili su poput malih podrhtavanja. Nisam mogao reći najavljuju li nešto značajno ili su tek usamljene razmjene. Pokazali su mi da neke čitatelje zanimaju pitanja koja sežu daleko izvan čitanja jednog PDF-a. Nisu dokazali nikakav učinak na marke ni na tržišta.

Iznositi mišljenje postajalo je sve neugodnije i potencijalno rizično. Znao sam da se tržišta hrane i bukom, i nisam je namjeravao povećavati. Neki dopisnici kao da su te teme razumjeli iznimno dobro. Određena pitanja djelovala su pažljivo sročeno, gotovo kao da su odgovori već poznati, a svrha je bila izmjeriti moje razumijevanje. I dalje sam ih upućivao drugamo.

Nikada nisam zamišljao da ću se naći u takvoj situaciji. Ipak, uvidio sam jednu mogućnost: kada marka ima pripovijest razvijenu unutar tvrtke ili naručenu od agencije, svjedočanstvo koje čitatelji doživljavaju kao vjerno životu može tu pripovijest poljuljati.

To je kao kad žena otkrije muža na telefonu s ljubavnicom. Odjednom poznata priča više nije dovoljna. Mit se urušava. Ideal gubi svoju sigurnost. Ili možda druga verzija događaja jednostavno postaje dostupna prvi put.

Možda se upravo to događalo. Možda je to bila samo mogućnost.

*U međuvremenu sam se našao usred vatre, posvuda tražeći
svježu vodu: nešto što će mi razbistriti um i ohladiti misli.*

Ferdinando