

THE PRICE OF TRUST

....When Narratives Escape Their Creators

FERDINANDO FREGA



PREȚUL ÎNCREDERII

SEMANTIC REALITY 2026 · SHAREHOLDERS · 02

Când narațiunile le scapă creatorilor lor.

Unul dintre cele mai stupide lucruri pe care omenirea le-a făcut iar și iar este să atace puterea și apoi să spere că o va învinge.

Puterea nu se învinge niciodată așa.

Încerci, în schimb, să o înțelegi și, ori de câte ori se poate, să o împarți.

Chiar și atunci când ai foarte puțin din ea, cum am eu în scrisul meu.

Ar fi de ajuns o incursiune în antropologie ca să înțelegi că primul mare învins al istoriei a fost bărbatul, când a întâlnit femeia, și că, după milioane de ani, nimic nu s-a schimbat.

Dovezile nu fac decât să se adune.

Cineva pune mâna pe putere.

Cineva o pierde.

Cineva crede că o are.

Cineva o povestește.

Și exact asta vreau să spun.

Pentru că, atunci când am început să mă uit la bursă, mi-am dat seama că mecanismul era foarte asemănător.

Și acolo puterea nu e întotdeauna unde pare să fie.

Și acolo narațiunea contează enorm.

Dar azi vreau să vorbesc despre acțiuni.

Oamenii care își investesc economiile nu ajung niciodată direct la bursă.

Ajung acolo prin intermediari care percep comisioane pentru munca lor și pentru serviciile pe care le oferă.

Și e corect să fie plătiți.

Dar ce se întâmplă când, pe lângă tranzacții, oferă sfaturi, își exprimă opinii, distribuie analize și îi îndeamnă pe investitori să citească rapoarte adesea construite cu grijă?

Se întâmplă că investiția prezentată drept ideală nu este întotdeauna cea care îi aduce investitorului cel mai mare profit.

Foarte des este cea care îi aduce cel mai mare beneficiu celui care o recomandă.

Și aici lanțul e bolnav de la început.

Nu corupt.

Bolnav.

Pentru că problema nu e o persoană.

E sistemul de stimulente.

O mică distorsiune care, pas cu pas, crește până devine enormă.

Brokerul devine jucătorul central.

Așa își câștigă brokerul pâinea.

Și nu e singurul mod.

Dar cum se dă de gol boala invizibilă?

O companie listată la bursă are propriile analize.

Proprii experți.

Proprii consultanți.

Propriile narațiuni.

Și foarte des acele narațiuni nu se mulțumesc să descrie compania.

O înfrumusețează.

O amplifică.

O fac mai atrăgătoare în ochii pieței.

La urma urmei, piața nu cumpără doar companii.

Cumpără și poveștile spuse despre acele companii.

Piețele nu evaluează doar companii.

Evaluează și narațiunile care supraviețuiesc în afara acelor companii.

Încrederea este prima capitalizare de piață.

Imaginează-ți o corporație multinațională cu șaptezeci de mărci lider pe piețele lor.

Optzeci de miliarde de dolari cifră de afaceri.

Capitalizarea ei de piață este de cinci ori vânzările anuale.

Imaginează-ți un raport care arată un profit anual de optsprezece la sută.

Cifre frumoase.

Cifre atrăgătoare.

Cifre convingătoare.

Dar ce se întâmplă dacă aceeași narațiune acordă mult mai puțină atenție faptului că structurile de conducere și de funcționare înghit aproape douăzeci și cinci la sută din cifra de afaceri?

Narațiunea se schimbă.

Și totuși piața continuă să se uite la partea cea mai luminoasă a fotografiei.

Și așa ajungem la miez.

Un COO poate fi plătit cu optsprezece milioane de dolari pe an.

Poate o persoană extraordinar de inteligentă.

Poate foarte instruită.

Poate excepțional de capabilă.

Dar poate și cineva care n-a vândut niciodată un singur produs pe piața reală.

Și iată provocarea mea.

Poate ar fi de ajuns un magazioner care cunoaște produsele, paletii și piețele, plătit cum se cuvine pentru priceperea lui, ca să le amintească tuturor de unde începe cu adevărat valoarea.

Nu pentru că un magazioner ar putea conduce o corporație multinațională.

Ci pentru că el înțelege realitatea care produce cifra de afaceri.

Înțelege produsele.

Înțelege mișcarea mărfurilor.

Înțelege piața când încetează să mai fie un slide de PowerPoint.

Problema nu sunt cele optsprezece milioane de dolari.

Problema este distanța dintre cei care trăiesc piața și cei care povestesc piața.

Și această distanță contează pentru acționari mult mai mult decât cred ei.

Pentru că acționarul ar trebui să se oprească.

Să citească.

Să observe.

Să înțeleagă.

Și apoi să pună o întrebare simplă.

Cumpăr o companie?

Sau cumpăr narațiunea construită în jurul acelei companii?

Pentru că, atunci când nimeni nu pune această întrebare, se întâmplă ceva extraordinar.

Narațiunea începe să valoreze mai mult decât realitatea.

Totul ajunge ascuns într-un lanț în care cei care ar trebui să supravegheze sistemul sunt adesea primii interesați să țină narațiunea în viață.

Și deodată o acțiune care poate nu valorează mai mult de cincizeci de dolari este cumpărată cu o sută șaiszeci și cinci de dolari și treizeci și doi de cenți.

Ah, hahahaha.

Ce minune.

Ce spectacol.

Ce credință extraordinară în narațiune.

Dar ca să demontezi un asemenea sistem nu e nevoie de războaie.

Nu e nevoie de revoluții.

Nu e nevoie de asalturi asupra puterii.

Pentru că puterea pierde rareori atunci când e atacată.

E nevoie, în schimb, să studiezi istoria companiei.

Cultura ei.

Comportamentul ei.

Stimulentele ei.

Narațiunea ei.

Și să înțelegi un lucru foarte simplu: valoarea și narațiunea valorii sunt două lucruri diferite.

Din acel moment, acționarul se schimbă.

Acționarul nu se mai uită doar la preț.

Acționarul începe să se uite la narațiunea care susține acel preț.

Și odată pornit acest proces, devine foarte greu de oprit.

Pentru că acționarul descoperă că acțiunile nu spun doar povestea companiilor.

Dezvăluie relația dintre putere, încredere și realitate.

Iar puterea nu poate fi învinsă.

Dar e nevoie de foarte puțin ca s-o împarți.

Nici măcar cei care o au nu vor s-o lase din mână.

Ferdinando Frega

ULTIMUL PASAJ

Ani de zile am fost învățați că a înțelege o companie înseamnă a citi ce scrie compania despre ea însăși.

Apoi am descoperit ceva mai interesant.

Povestea adevărată începe când ieși de pe site-ul oficial.

Când o narațiune scapă din domeniul care a creat-o și continuă să trăiască prin căutări, linkuri, investigații și drumuri independente, apare ceva care nu-i mai aparține creatorului ei.

Primul zvon.

Nu pentru că e adevărat.

Nu pentru că e fals.

Ci pentru că a început să meargă singur.

Primul zvon apare când narațiunea începe să trăiască dincolo de controlul creatorului ei.

Captura de ecran de mai jos nu arată o companie.

Nu arată un bilanț.

Nu arată o acțiune.

Arată o narațiune care a plecat de acasă.

Iar când o narațiune pleacă de acasă, acționarul cel mai inteligent nu se mai uită doar la preț.

Începe să urmărească pista.

*„Când o narațiune scapă din domeniul care a creat-o, piața a
început deja s-o evalueze.”*

Ferdinando Frega
BLADEFREGA · Nando the Scribe