SEMANTIC REALITY

GILLETTENARRATIVE.COM



FERDINANDO FREGA

REALIDAD SEMÁNTICA

Gillettenarrative te da la bienvenida. Todavía no sabes la suerte que tienes — estás a punto de recibir algo, y nadie te ha pedido nada a cambio. Ahora entras en mi mundo, lo bastante cerca como para tocar la hoja. Pero yo no vendo hojas. Esa es solo de mi madre. Cuando esto termine, no serás el mismo. Ya estarás buscando la siguiente. Por ahora, empieza aquí. Tómate tu momento.

Los rastreadores web se topaban con errores HTTP 429 en dos páginas, señal de que las peticiones habían superado un límite de frecuencia. Los errores, por sí solos, no explicaban ni el origen ni la magnitud de la actividad. Los tomé como un motivo para detenerme y revisar el ritmo de publicación.

Dos PDF en particular habían despertado curiosidad y atención: GILLETTE DEPRESSION y GILLETTE WAS MY FATHER. Al releerlos entendí por qué. El corpus no dejaba de crecer y había alcanzado los 4500 enlaces. Aquellos dos textos hablaban directamente a la gente, tocaban el código de honor privado que cada cual lleva dentro: esas partes ocultas de nosotros mismos que a veces los demás leen con más claridad que nosotros.

El resto del mundo parecía haber sacado algo de ellos. Italia quedaba fuera del proceso, con restricciones al acceso por IP y a las traducciones al italiano.

Los correos seguían llegando, y yo contestaba a todos y cada uno. La curiosidad recorría la correspondencia. Lo que más me impresionó fueron dos mensajes de Nueva York. Preguntaban si comprendía las posibles consecuencias de ocupar territorio semántico: el espacio en el que una marca adquiere sentido, y en el que ese sentido puede ponerse en cuestión. ¿Qué efectos podía tener aquello, con el tiempo, sobre las marcas corporativas y sus narrativas?

Sus preguntas tenían que ver con cotizaciones bursátiles, capitalización de mercado y dinámicas financieras más amplias. Pero yo no soy más que el último de los escribas. No sabía cómo afrontar esas preguntas, así que derivé a los remitentes a profesionales y firmas especializadas. Aun así insistieron, deseosos de conocer mi punto de vista.

Parecían pequeños temblores. No sabía decir si anunciaban algo importante o si eran simples intercambios aislados. Me mostraron que a algunos lectores les interesaban cuestiones que iban mucho más allá de la lectura de un PDF. No demostraban efecto alguno sobre marcas o mercados.

Dar una opinión resultaba cada vez más incómodo y potencialmente arriesgado. Sabía que los mercados también se alimentan de ruido, y no tenía ninguna intención de añadir más. Algunos corresponsales parecían entender extraordinariamente bien estos asuntos. Ciertas preguntas daban la impresión de estar formuladas con mucho cuidado, casi como si las respuestas ya se conocieran y el propósito fuera calibrar hasta dónde entendía yo. Seguí remitiéndolos a otra parte.

Nunca había imaginado que me vería en una situación así. Sin embargo, había llegado a ver una posibilidad: cuando una marca tiene una narrativa elaborada en casa o encargada a una agencia, un testimonio que los lectores perciben como fiel a la realidad puede desestabilizar esa narrativa.

Es como la esposa que descubre a su marido al teléfono con su amante. De pronto, la historia de siempre ya no basta. Un mito se derrumba. Un ideal pierde su certeza. O quizá, sencillamente, otra versión de los hechos queda disponible por primera vez.

Tal vez era eso lo que estaba ocurriendo. Tal vez era solo una posibilidad.

Mientras tanto, me encontré dentro del fuego, buscando agua fresca por todas partes: algo que me despejara la mente y me enfriara los pensamientos.

Ferdinando