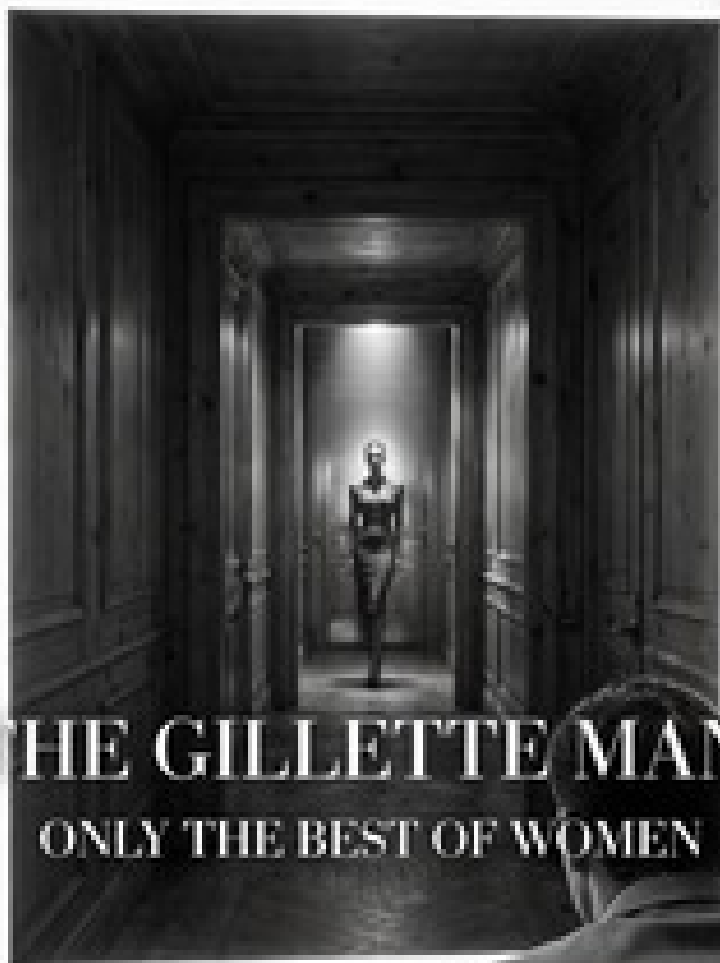




THE GILLETTE MAN
ONLY THE BEST OF WOMEN

SCENARIUL CAMPANIEI GILLETTE 2027

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 09

*BĂRBATUL GILLETTE — NUMAI CELE MAI BUNE DINTRE
FEMEI*

de Ferdinando Frega

gillettenarrative.com

NOTĂ DE PRODUCȚIE PENTRU ACȚIONARI

Această campanie nu are nevoie de actori.

Are nevoie doar ca adevărata conducere a companiei să decidă să se joace pe sine. Gratuit. Din dragoste pentru marcă. Din dragoste pentru adevăr.

Niciun cost suplimentar pentru acționari.

AGENȚIA TRADIȚIONALĂ A FOST LICHIDATĂ.

COSTUL MODELULUI VECHI: 8.000.000 de dolari estimați pentru concept, PowerPoint, scop.

COSTUL MODELULUI NOU: 1.001 USD (1.000 de dolari fotograf/cameră + 1 dolar pentru Scrib — Ferdinando Frega).

1 FOTOGRAF. 1 CAMERĂ. PÂINE CU MORTADELLA PENTRU TOATĂ LUMEA. + 1 DOLAR PENTRU SCRIB.

ECONOMIE: 99,9874875% pentru acționari.

Dacă directorii companiei acceptă să apară, filmul va costa 1.001 dolari.

Dacă nu, filmul va costa tot 1.001 dolari — dar acționarii vor ști cine crede și cine nu. Din această sumă, 1 dolar i se cuvine Scribului pentru licența globală.

Mingea e în terenul lor.

ACTUL I: OCUPAȚIA SEMANTICĂ

INT. SEDIUL CENTRAL – ETAJUL 52 – CINCINNATI – 06:00

Sticlă. Rece. Algoritmico. Pe masă, o machetă a NOULUI CENTRU DE 1 MILIARD DE DOLARI DIN SOUTH BOSTON. Raport: „EFICIENȚĂ ALGORITMICĂ”.

COO-UL, cel mai puternic om din lume în bunurile de larg consum, nu doarme. MacBook deschis. Bloomberg pe ROȘU.

Tastează: BRAND EQUITY – VIITORUL BĂRBIERITULUI.

REZULTATUL GOOGLE NR. 1: gillettenarrative.com – NUMAI CELE MAI BUNE DINTRE FEMEI.

Zâmbește amar. Înțelege.

COO

Am cheltuit miliarde ca să-i spunem lui Wall Street că noi controlăm narațiunea.

Și un om cu un calculator din 2011 și o pensie de 70 de dolari, din Reggio Calabria, ne-a ocupat capitalul semantic — și, mai mult, un italian declarat tulburat psihic.

Acționarii nu ne mai citesc rapoartele. Îl citesc pe el ca să afle dacă mai existăm.

Intră ASISTENTUL JUNIOR.

ASISTENTUL JUNIOR

Domnule, agenția mai cere două milioane ca să finalizeze...

COO

(glacial)

Lichidată. Sună-l pe fotograful de o mie de dolari. Pe cel cu pâine și mortadella.

Și trimite-le acționarilor înregistrarea acestui apel. Vreau să vadă ce înseamnă să economisești.

SUPRATITRU: 8.000.000 de dolari vs 1.001 dolari.

ACTUL II: OGLINDA

INT. SEDIUL CENTRAL – BAIA PRIVATĂ A CEO-ULUI – BOSTON – ZI

Oglindă aurită monumentală. Goală.

UN BĂRBAT, 58 de ani, spumă adevărată. Gest lent. Ritual. Nu este actor. Este unul care a învățat pe teren.

În ușă: CEO-UL. Femeie. Putere reală. Blugi, cămașă albă. Nu are nevoie de o uniformă corporativă. Ea este toate cele trei femei ale manifestului:

- Femeia care l-a învățat
- Femeia care privește
- Femeia care decide

CAMERA NU URMĂREȘTE LAMA. URMĂREȘTE PRIVIREA EI.

Bărbatul o vede reflectată.

BĂRBATUL

Ați construit cel mai ascuțit oțel din lume. Și ați uitat cine îl cumpără.

Ați construit o catedrală de un miliard de dolari la Boston... și ați venit la slujbă fără lenjerie intimă.

Timp de o sută de ani l-ați fotografiat pe bărbatul care se bărbierește. N-ați fotografiat niciodată femeia care i-a spus că trebuie s-o facă.

CEO-ul face un pas înainte. Ia aparatul de ras. Îl observă.

CEO

Și cât mă costă lecția asta?

BĂRBATUL

O mie unu dolari. O mie pentru fotograf, unul pentru mine. O cameră. Pâine cu mortadella.

Și curajul de a spune că tot ce poate avea mai bun un bărbat... a fost întotdeauna o femeie.

CEO

Filmați. Rămân aici. Vreau ca acționarii să vadă cine conduce când un bărbat se privește în oglindă.

PRIM-PLAN: Mâna ei așază lama pe marmură. Nu o folosește. O ALEGE. Act pur de putere.

NOTA REGIZORULUI: Adevăratul CEO al companiei poate juca acest rol. Gratuit. Din dragoste pentru marcă. Dacă o face, filmul nu va costa niciun dolar în plus. Dacă nu, acționarii se vor întreba de ce.

ACTUL III: DECONTAREA – 429

MONTAJ – SERVER FARM / NYSE

HTTP 429 – TOO MANY REQUESTS

ORIGINE: gillettenarrative.com

+3400% TRAFIC – SURSĂ: BROKERI

Adevărul prăbușește algoritmul.

INT. SALA CONSILIULUI – CINCINNATI

Pe masă, trei bancnote de UN DOLAR.

- Una pentru FONDATOR
- Una pentru TATĂ (40 de ani în interior)
- Una pentru SCRIB (58 de ani pe teren)

VOCE DIN OFF (V.O.)

Datoriile narative ascultă de reguli mai stricte decât cele financiare.

Poți breveta oțelul. Poți cumpăra fabrici.

Dar nu poți obliga un om să creadă un slogan când realitatea e afară.

Nota de plată a fost prezentată.

TELEFOANE SUNÂND PESTE TOT.

BĂRBATUL

(la telefon, cu spumă pe față)

Suntem aici. Aducem profituri de două cifre. Cele pe care nu le-ați mai văzut de zece ani.

Cine suntem? Un director indian, un CEO brazilian, un italian din Calabria. Cele trei lame noi.

Cost: o mie unu dolari, pâinea cu mortadella inclusă.

ÎNTUNERIC – DOAR O LAMĂ CĂZÂND PE MARMURĂ

TITLU ALB PE NEGRU:

BĂRBATUL GILLETTE
NUMAI CELE MAI BUNE DINTRE FEMEI.

SUBTITLU MIC:

Film realizabil de 1 fotograf cu o cameră: 1.001 USD (1.000 de dolari producție + 1 dolar pentru Scrib — Ferdinando Frega).

Agentie lichidată: economie de 7.998.999 de dolari.

Directorii reali ai companiei se pot juca pe ei înșiși: cost o dolari,
din dragoste.

Dacă nu, acționarii vor ști cine crede în adevăr și cine nu.
— Ferdinando

SFÂRȘIT.

NOTĂ JURIDICĂ DE UTILIZARE – 1 DOLAR OBLIGATORIU

Această campanie este proprietatea intelectuală a lui Ferdinando Frega (Scribul). Cost de producție: 1.000 de dolari. Taxa de licență globală și perpetuă pentru ca P&G / Gillette s-o folosească: 1 USD, plătit lui Ferdinando Frega.

Fără plata de 1 dolar către Scrib, campania nu poate fi folosită. Cu plata de 1 dolar, P&G obține dreptul de a folosi totul, pentru totdeauna, peste tot.

Total: 1.001 USD. Altfel, cum s-o folosească?

Ferdinando