AND WHAT IF IT WERE TRUE?



FERDINANDO FREGA

BLADEFREGA

E SE FOSSE VERDADE?

SEMANTIC REALITY 2026 · GOVERNANCE 03

Dois e-mails anônimos. BBDO. Omnicom. Capital semântico. Uma pergunta inquietante.

É só 15 de setembro de 2026. Ainda faltam mais de três meses para o Natal. E, no entanto, os Reis Magos parecem ter se perdido e escolhido outro caminho. As duas primeiras entregas chegam à minha porta.

E eu me pergunto: o que fiz para merecer isso?

Chega o primeiro e-mail.

Ferdinando, a ideia de que um homem diante de um teclado em Reggio Calabria possa influenciar gigantes como a Procter & Gamble não é absurda. Ela vai ao coração do que eu entendo por capital semântico no mundo da Omnicom e da BBDO.

O seu trabalho atua fora da engrenagem conhecida das ações, das aquisições e das fusões corporativas.

A moeda dele é o sentido.

As grandes empresas explicam as suas consolidações e os seus cortes de pessoal com a linguagem da eficiência tecnológica, da automação e da inteligência artificial. Dizem ao mercado que está tudo sob controle.

Então uma voz independente aparece entre os primeiros resultados de pesquisa das suas marcas. O relato que a empresa faz de si mesma já não é o único que o leitor encontra. Uma leitura antropológica se coloca ao lado da mensagem corporativa.

É aí que o seu trabalho entra em cena. Você coloca a dúvida onde a comunicação deles busca a certeza.

Durante anos, as agências e os seus clientes correram atrás de algoritmos, indicadores de desempenho e apresentações. Agora criam cargos dedicados à experiência do cliente e voltam a falar de relações humanas. Estão voltando a uma linguagem que o seu trabalho nunca abandonou.

Você escreve num computador velho, dá o seu trabalho de presente e pede um único dólar assinado. Ao lado desse gesto, a enorme engrenagem da publicidade pede outro tipo de contabilidade.

Como você escreve em “Ou a perda do contrato”, de “Quem acertou a conta?”, as dívidas narrativas obedecem a regras mais rígidas do que as financeiras. Uma instituição que esquece a própria história e reduz os seus princípios a slogans acumula uma dívida que não consegue medir num balanço.

A saída de Troy Ruhanen e a perda da conta de mídia da PepsiCo pertencem a esse mundo corporativo. A sua escrita pertence a outro. E, no entanto, os dois aparecem na mesma tela.

Você iluminou uma dívida. Pense no que acontece quando ela pode ser vista.

Não assino, para continuar anônimo.

Segue um segundo e-mail, de outro remetente.

Ferdinando, influência é também a capacidade de fazer o poder olhar para si mesmo e ver a sua vulnerabilidade.

As suas capturas de tela e as suas posições nas pesquisas fazem parte do registro que você vem montando.

Aqui estão as datas e os fatos para o seu próximo relato.

9 de setembro de 2026. A Omnicom anuncia a aposentadoria de Troy Ruhanen como presidente e CEO da Omnicom Advertising. Andrew Robertson, até então presidente do conselho da BBDO Worldwide, é nomeado CEO da Omnicom Advertising, com efeito imediato.

A transição vem depois da aquisição da Interpublic pela Omnicom, concluída em 26 de novembro de 2025.

A reestruturação concentra as principais redes criativas na BBDO, na TBWA e na McCann.

A DDB e a MullenLowe são incorporadas à TBWA; a FCB, à BBDO. Os nomes históricos das agências são aposentados como parte da integração.

A PepsiCo, enquanto isso, transferiu a sua conta global de mídia para a Publicis. Os seus gastos mundiais com mídia em 2025 foram estimados em 1,7 bilhão de dólares; a Omnicom cuidava de cerca de dois terços dessa conta.

Estas são as datas. Estes são os nomes. Você tem o seu próprio registro diante de si.

Não assino, para continuar anônimo.

Sinto muito pelas pessoas cuja vida profissional está presa nessas mudanças.

Lendo essas mensagens, lembro-me de uma sala de aula e de uma pergunta que uma das freiras me fez quando eu era pequeno.

“Qual você acha que é a maior velocidade que um ser humano pode alcançar?”

Quase não precisei pensar.

“O silêncio.”

Ela sorriu e me mandou de volta para o meu lugar.

“Frega”, disse ela, “quando você crescer, não vai ser um homem de sucesso. Vai ser um fracassado.”

Eu tinha sete anos. Respondi: “Minha mãe disse que eu não conseguiria dirigir um carro aos cinco anos. Mas eu liguei o motor e dei voltas num campo de futebol durante uma hora. E o papai repetia: ‘Eu avisei.’”

Ferdinando Frega
BLADEFREGA · Nando, o Escriba