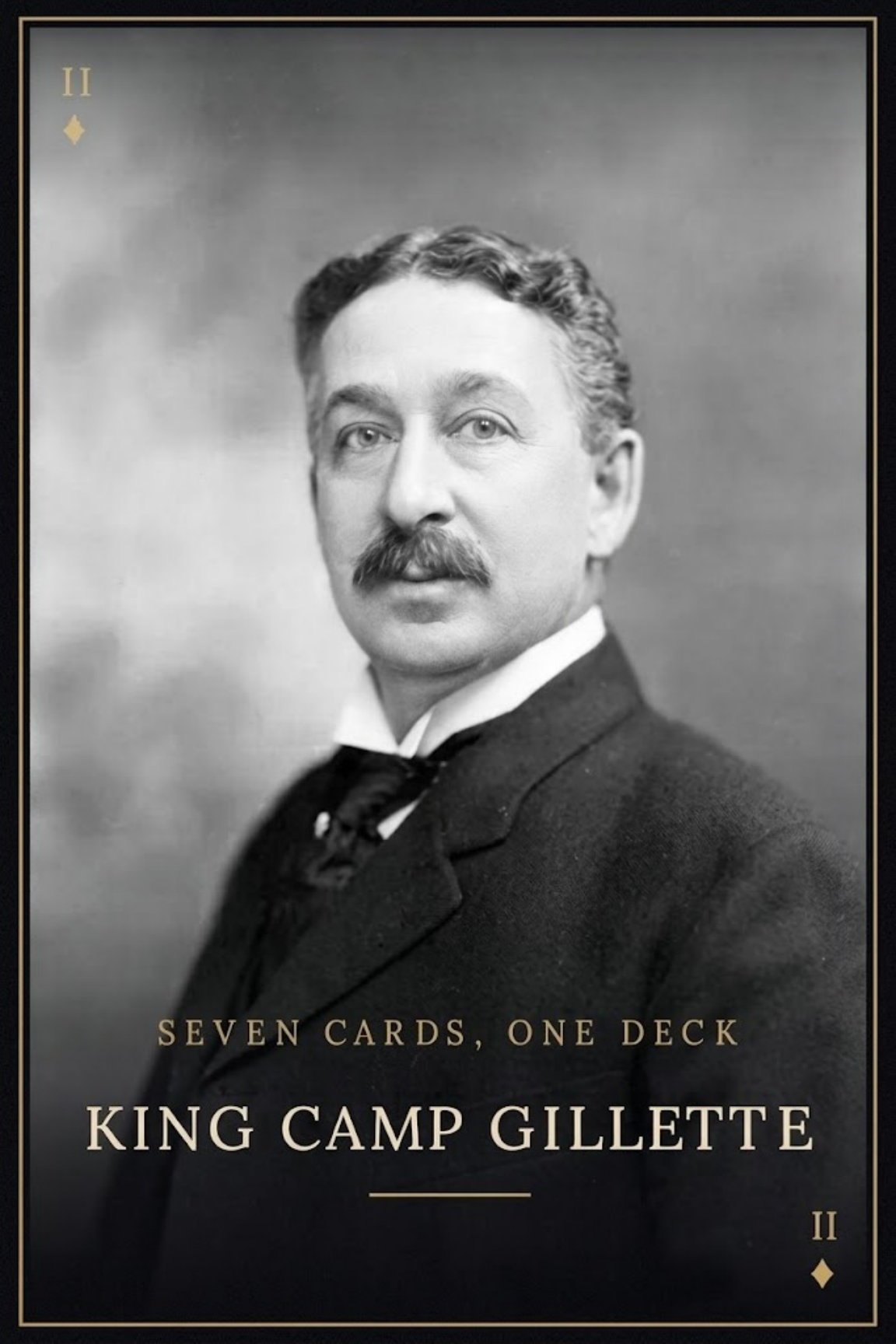

II
SEVEN CARDS, ONE DECK
KING CAMP GILLETTE
II

# GILLETTE — O PODER DO NOME

*SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS 15*

Antes dos produtos, existe o nome.

As fábricas fecham.

Os gestores mudam.

Os acionistas vêm e vão.

As tecnologias envelhecem.

Os mercados se deslocam.

O nome fica.

A Gillette não é só uma empresa.

É a prova de que uma palavra pode acumular confiança por mais de um século e continuar gerando valor mesmo quando ninguém mais se lembra de quem a inventou.

Uma marca é uma memória coletiva.

Quando o nome é forte, ele chega antes do objeto.

As pessoas compram uma história antes de comprar um produto.

O nome é o primeiro ativo invisível da economia.

E, no entanto, no começo não havia nenhum império.

Havia um homem.

Filho de imigrantes franceses em Massachusetts.

Poucos recursos.

Muita teimosia.

Como costuma acontecer, o futuro não aparece vestido de lenda.

Aparece vestido de vendedor.

O resto da história qualquer um pode ler no site da empresa, ou na Wikipédia.

O que me interessa é outra coisa.

O que me interessa é o que temos em comum. Três elementos.

PRODUTO. NARRATIVA. IRMANDADE.

Ele construiu uma lâmina.

Eu construí um site.

Ele escreveu um livro.

Eu escrevi mais de cem.

Ele pertencia a uma irmandade.

Eu conheço essa mesma gramática, feita de símbolos, pertencimento, memória e reconhecimento mútuo.

E, como ele, passei a maior parte da vida vendendo.

Não só produtos.

Confiança.

É por isso que sempre tentei manter distância dele.

Não por diferença.

Por excesso de semelhança.

Cada época produz os próprios produtos.

Cada época produz as próprias narrativas.

Cada época produz as próprias irmandades.

O erro é acreditar que elas são o objetivo.

Não são.

São o veículo.

A lâmina não era a Gillette.

O livro não era a narrativa.

A irmandade não era o sentido.

Eram apenas instrumentos.

O verdadeiro poder era o nome.

Antes de atravessar o Rubicão, os romanos mandavam batedores.

Eles tinham de aprender. Entender.

Saber.

Saber antes de decidir.

Esse era o segredo que lhes permitia deliberar — e, muitas vezes, vencer.

Espero ser um bom batedor.

Mas sem guerra.

Não carrego exércitos.

Não carrego decretos.

Não carrego autorizações.

Carrego histórias.

Eu as recolho.

Eu as conecto.

Eu as entrego.

Depois, cada um decide o que fazer com elas.

Os CEOs dirigem as empresas.

Os funcionários fazem as empresas funcionar.

Os pequenos acionistas financiam as empresas.

Eu sou só um homem que não precisa pedir permissão a ninguém.

E essa é provavelmente a maior liberdade que tenho.

Esta é a carta da Gillette.

Não o poder da fábrica.

Não o poder da lâmina.

Não o poder da empresa.

Porque, quando o produto se desgasta, o nome fica.

Quando os prédios desaparecem, o nome fica.

Quando os homens passam, o nome fica.

E quando um nome consegue atravessar gerações, ele deixa de pertencer ao seu fundador. Torna-se parte da memória coletiva.

O fundador desaparece.

O nome fica.

Essa é a verdadeira vitória de um nome.

*Ferdinando*
*Gillette Man* ⚔️