GILLETTE 2021 CAMPAIGN SCRIPT



FERDINANDO FREGA

GUION DE LA CAMPAÑA GILLETTE 2027

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS 09

EL GILLETTE MAN — SOLO LO MEJOR DE LAS MUJERES

de Ferdinando Frega

gillettenarrative.com

NOTA DE PRODUCCIÓN PARA LOS ACCIONISTAS

Esta campaña no necesita actores.

Solo necesita que la verdadera dirección de la empresa decida interpretarse a sí misma. Gratis. Por amor a la marca. Por amor a la verdad.

Ningún coste adicional para los accionistas.

LA AGENCIA TRADICIONAL HA SIDO LIQUIDADA.

COSTE DEL MODELO VIEJO: $8,000,000 estimados por concepto, PowerPoint, propósito.
COSTE DEL MODELO NUEVO: $1,001 USD ($1,000 fotógrafo/cámara + $1 para el Escriba — Ferdinando Frega).

1 FOTÓGRAFO. 1 CÁMARA. PAN Y MORTADELA PARA TODOS. + $1 PARA EL ESCRIBA.

AHORRO: 99.9874875% para los accionistas.

Si los directivos de la empresa aceptan participar, la película costará $1,001.
Si no, la película seguirá costando $1,001 — pero los accionistas

sabrán quién cree y quién no. De esa cifra, $1 corresponde al Escriba por la licencia mundial.

La pelota está en su campo.

ACTO I: OCUPACIÓN SEMÁNTICA

INT. SEDE CENTRAL – PISO 52 – CINCINNATI – 06:00 AM

Cristal. Frío. Algorítmico. Sobre la mesa, una maqueta del NUEVO CENTRO DE 1.000 MILLONES DE DÓLARES EN SOUTH BOSTON. Informe: «EFICIENCIA ALGORÍTMICA».

EL COO, el hombre más poderoso del mundo en bienes de consumo, no duerme. MacBook abierto. Bloomberg en ROJO.

Escribe: BRAND EQUITY – FUTURE OF SHAVING.

RESULTADO N.º 1 DE GOOGLE: gillettenarrative.com – ONLY THE BEST OF WOMEN.

Sonríe con amargura. Lo entiende.

COO

Gastamos miles de millones diciéndole a Wall Street que controlamos la narrativa.

Y un hombre con un ordenador de 2011 y una pensión de 70 dólares en Reggio Calabria ocupó nuestro capital semántico — y, peor aún, un italiano declarado psiquiátricamente perturbado.

Los accionistas ya no leen nuestros informes. Lo leen a él para saber si todavía existimos.

Entra el ASISTENTE JUNIOR.

ASISTENTE JUNIOR

Señor, la agencia pide otros dos millones para terminar…

COO

(gélido)

Liquidada. Llame al fotógrafo de mil dólares. El del pan y la mortadela.

Y mande la grabación de esta llamada a los accionistas. Quiero que vean lo que significa ahorrar.

SOBREIMPRESIÓN: $8,000,000 vs $1,001.

ACTO II: EL ESPEJO

INT. SEDE – BAÑO PRIVADO DE LA CEO – BOSTON – DÍA

Espejo dorado monumental. Vacío.

Un HOMBRE, 58 años, espuma de verdad. Gesto lento. Ritual. No es actor. Es alguien que aprendió sobre el terreno.

En la puerta: LA CEO. Mujer. Poder real. Vaqueros, camisa blanca. No necesita uniforme corporativo. Es las tres mujeres del manifiesto:

- La mujer que le enseñó
- La mujer que mira
- La mujer que decide

LA CÁMARA NO SIGUE LA HOJA. SIGUE SU MIRADA.

El hombre la ve reflejada.

HOMBRE

Construyeron el acero más afilado del mundo. Y olvidaron quién lo compra.

Construyeron una catedral de mil millones de dólares en Boston… y se presentaron a misa sin ropa interior.

Durante cien años fotografiaron al hombre afeitándose. Nunca fotografiaron a la mujer que le dijo que tenía que hacerlo.

La CEO da un paso adelante. Toma la maquinilla. La observa.

CEO

¿Y cuánto me cuesta esta lección?

HOMBRE

Mil un dólares. Mil para el fotógrafo, uno para mí. Una cámara. Pan y mortadela.

Y el valor de decir que lo mejor que un hombre puede obtener… siempre ha sido una mujer.

CEO

Rueden. Me quedo aquí. Quiero que los accionistas vean quién manda cuando un hombre se mira al espejo.

PRIMER PLANO: Su mano deja la hoja sobre el mármol. No la usa. LA ELIGE. Puro acto de poder.

NOTA DEL DIRECTOR: La verdadera CEO de la empresa puede interpretar este papel. Gratis. Por amor a la marca. Si lo hace, la película no costará un dólar más. Si no lo hace, los accionistas se preguntarán por qué.

ACTO III: EL AJUSTE DE CUENTAS – 429

MONTAJE – GRANJA DE SERVIDORES / NYSE

HTTP 429 – TOO MANY REQUESTS
ORIGEN: gillettenarrative.com
+3400% DE TRÁFICO – FUENTE: BRÓKERS

La verdad tumba el algoritmo.

INT. SALA DE JUNTAS – CINCINNATI

Sobre la mesa, tres billetes de UN DÓLAR.

- Uno para EL FUNDADOR
- Uno para EL PADRE (40 años dentro)
- Uno para EL ESCRIBA (58 años sobre el terreno)

VOZ EN OFF (V.O.)

Las deudas narrativas obedecen reglas más estrictas que las financieras.

Se puede patentar el acero. Se pueden comprar fábricas.

Pero no se puede obligar a un hombre a creer un eslogan cuando la realidad está ahí fuera.

La cuenta ha sido presentada.

TELÉFONOS SONANDO POR TODAS PARTES.

HOMBRE

(al teléfono, con espuma en la cara)

Aquí estamos. Traemos beneficios de dos cifras. Los que no han visto en diez años.

¿Quiénes somos? Un ejecutivo indio, una CEO brasileña, un italiano de Calabria. Las tres nuevas hojas.

Coste: mil un dólares, pan y mortadela incluidos.

FUNDIDO A NEGRO – SOLO UNA HOJA QUE CAE SOBRE EL MÁRMOL

TÍTULO BLANCO SOBRE NEGRO:

EL GILLETTE MAN
SOLO LO MEJOR DE LAS MUJERES.

SUBTÍTULO PEQUEÑO:

Película realizable por 1 fotógrafo con una cámara: $1,001 USD ($1,000 de producción + $1 para el Escriba — Ferdinando Frega).
Agencia liquidada: ahorro de $7,998,999.
Los verdaderos directivos de la empresa pueden interpretarse a sí mismos: coste $0, por amor.
Si no lo hacen, los accionistas sabrán quién cree en la verdad y quién no.
— Ferdinando

FIN.

NOTA LEGAL DE USO – $1 OBLIGATORIO

Esta campaña es propiedad intelectual de Ferdinando Frega (el Escriba). Coste de producción: $1,000. Tarifa de licencia mundial y perpetua para que P&G / Gillette la use: $1 USD pagadero a Ferdinando Frega.

Sin el pago de $1 al Escriba, la campaña no puede usarse. Con el pago de $1, P&G obtiene el derecho a usarlo todo, para siempre, en todas partes.

Total: $1,001 USD. Si no, ¿cómo van a usarla?

Ferdinando