GILLETTE 2021 CAMPAIGN SCRIPT



FERDINANDO FREGA

ROTEIRO DA CAMPANHA GILLETTE 2027

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS 09

O HOMEM GILLETTE — SÓ O MELHOR DAS MULHERES

de Ferdinando Frega

gillettenarrative.com

NOTA DE PRODUÇÃO PARA OS ACIONISTAS

Esta campanha não precisa de atores.

Só precisa que a verdadeira liderança da empresa decida interpretar a si mesma. De graça. Por amor à marca. Por amor à verdade.

Nenhum custo adicional para os acionistas.

A AGÊNCIA TRADICIONAL FOI LIQUIDADA.

CUSTO DO MODELO ANTIGO: $ 8.000.000 estimados para conceito, PowerPoint, propósito.
CUSTO DO MODELO NOVO: $ 1.001 USD ($ 1.000 fotógrafo/câmera + $ 1 para o Escriba — Ferdinando Frega).

1 FOTÓGRAFO. 1 CÂMERA. PÃO COM MORTADELA PARA TODO MUNDO. + $ 1 PARA O ESCRIBA.

ECONOMIA: 99,9874875% para os acionistas.

Se os executivos da empresa aceitarem participar, o filme vai custar $ 1.001.
Se não aceitarem, o filme vai custar do mesmo jeito $ 1.001 — mas

os acionistas vão saber quem acredita e quem não acredita. Desse valor, $ 1 cabe ao Escriba pela licença global.

A bola está com eles.

ATO I: OCUPAÇÃO SEMÂNTICA

INT. SEDE – 52º ANDAR – CINCINNATI – 6H00

Vidro. Frio. Algorítmico. Sobre a mesa, uma maquete do NOVO CENTRO DE $ 1 BILHÃO EM SOUTH BOSTON. Relatório: "EFICIÊNCIA ALGORÍTMICA".

O COO, o homem mais poderoso do mundo em bens de consumo, não dorme. MacBook aberto. Bloomberg no VERMELHO.

Ele digita: BRAND EQUITY – FUTURO DO BARBEAR.

RESULTADO Nº 1 DO GOOGLE: gillettenarrative.com – SÓ O MELHOR DAS MULHERES.

Ele sorri com amargura. Ele entende.

COO

Gastamos bilhões dizendo a Wall Street que controlamos a narrativa.

E um homem com um computador de 2011 e uma aposentadoria de $ 70 em Reggio Calabria ocupou o nosso capital semântico — e, mais ainda, um italiano declarado psiquiatricamente perturbado.

Os acionistas não leem mais os nossos relatórios. Leem ele para saber se ainda existimos.

Entra o ASSISTENTE JÚNIOR.

ASSISTENTE JÚNIOR

Senhor, a agência está pedindo mais dois milhões para finalizar...

COO

(gélido)

Liquidada. Chame o fotógrafo de mil dólares. Aquele do pão com mortadela.

E mande a gravação desta ligação para os acionistas. Quero que eles vejam o que significa economizar.

LEGENDA: $ 8.000.000 vs $ 1.001.

ATO II: O ESPELHO

INT. SEDE – BANHEIRO PRIVATIVO DA CEO – BOSTON – DIA

Espelho dourado monumental. Vazio.

Um HOMEM, 58 anos, espuma de verdade. Gesto lento. Ritual. Ele não é ator. É alguém que aprendeu em campo.

Na porta: A CEO. Mulher. Poder real. Jeans, camisa branca. Ela não precisa de uniforme corporativo. Ela é as três mulheres do manifesto:

- A mulher que o ensinou
- A mulher que observa
- A mulher que decide

A CÂMERA NÃO SEGUE A LÂMINA. SEGUE O OLHAR DELA.

O homem a vê refletida.

HOMEM

Vocês construíram o aço mais afiado do mundo. E esqueceram quem o compra.

Vocês construíram uma catedral de um bilhão de dólares em Boston... e foram à missa sem cueca.

Durante cem anos vocês fotografaram o homem se barbeando. Nunca fotografaram a mulher que disse a ele que tinha de fazer isso.

A CEO dá um passo à frente. Pega o aparelho de barbear. Observa-o.

CEO

E quanto me custa esta lição?

HOMEM

Mil e um dólares. Mil para o fotógrafo, um para mim. Uma câmera. Pão com mortadela.

E a coragem de dizer que o melhor que um homem pode ter... sempre foi uma mulher.

CEO

Rodando. Eu fico aqui. Quero que os acionistas vejam quem manda quando um homem se olha no espelho.

CLOSE: A mão dela pousa a lâmina no mármore. Ela não a usa. ELA A ESCOLHE. Puro ato de poder.

NOTA DA DIREÇÃO: A verdadeira CEO da empresa pode interpretar este papel. De graça. Por amor à marca. Se ela fizer, o filme não vai custar um dólar a mais. Se não fizer, os acionistas vão se perguntar por quê.

ATO III: O ACERTO DE CONTAS – 429

MONTAGEM – DATA CENTER / NYSE

HTTP 429 – TOO MANY REQUESTS
ORIGEM: gillettenarrative.com
+3400% DE TRÁFEGO – FONTE: CORRETORAS

A verdade derruba o algoritmo.

INT. SALA DO CONSELHO – CINCINNATI

Sobre a mesa, três notas de UM DÓLAR.

- Uma para O FUNDADOR
- Uma para O PAI (40 anos lá dentro)
- Uma para O ESCRIBA (58 anos em campo)

VOZ EM OFF (V.O.)

As dívidas narrativas obedecem a regras mais rígidas que as financeiras.

Você pode patentear o aço. Pode comprar fábricas.

Mas não pode obrigar um homem a acreditar num slogan quando a realidade está lá fora.

A conta foi apresentada.

TELEFONES TOCANDO POR TODA PARTE.

HOMEM

(ao telefone, com espuma no rosto)

Estamos aqui. Trazemos lucros de dois dígitos. Aqueles que vocês não veem há dez anos.

Quem somos nós? Um executivo indiano, uma CEO brasileira, um italiano da Calábria. As novas três lâminas.

Custo: mil e um dólares, pão com mortadela incluído.

BLACKOUT – SÓ UMA LÂMINA CAINDO NO MÁRMORE

TÍTULO BRANCO SOBRE FUNDO PRETO:

O HOMEM GILLETTE
SÓ O MELHOR DAS MULHERES.

LEGENDA PEQUENA:

Filme realizável por 1 fotógrafo com uma câmera: $ 1.001 USD ($ 1.000 de produção + $ 1 para o Escriba — Ferdinando Frega).
Agência liquidada: economia de $ 7.998.999.
Os verdadeiros executivos da empresa podem interpretar a si mesmos: custo $ 0, por amor.
Se não fizerem, os acionistas vão saber quem acredita na verdade e quem não acredita.
— Ferdinando

FIM.

NOTA LEGAL DE USO – $ 1 OBRIGATÓRIO

Esta campanha é propriedade intelectual de Ferdinando Frega (o Escriba). Custo de produção: $ 1.000. Taxa de licença global e perpétua para a P&G / Gillette usá-la: $ 1 USD a pagar a Ferdinando Frega.

Sem o pagamento de $ 1 ao Escriba, a campanha não pode ser usada. Com o pagamento de $ 1, a P&G adquire o direito de usar tudo, para sempre, em qualquer lugar.

Total: $ 1.001 USD. Senão, como é que eles vão usar?

Ferdinando