AND WHAT IF IT WERE TRUE?



FERDINANDO FREGA

BLADEFREGA

¿Y SI FUERA VERDAD?

SEMANTIC REALITY 2026 · GOVERNANCE 03

Dos correos anónimos. BBDO. Omnicom. Capital semántico. Una pregunta inquietante.

Es solo el 15 de septiembre de 2026. Para Navidad faltan todavía más de tres meses. Y sin embargo los Reyes Magos parecen haberse perdido y haber elegido otro camino. Las dos primeras entregas llegan a mi puerta.

Y me pregunto: ¿qué he hecho yo para merecer esto?

Llega el primer correo.

Ferdinando, la idea de que un hombre ante un teclado en Reggio Calabria pueda influir en gigantes como Procter & Gamble no es absurda. Va al corazón de lo que entiendo por capital semántico en el mundo de Omnicom y BBDO.

Tu trabajo opera fuera de la maquinaria conocida de acciones, adquisiciones y fusiones corporativas.

Su moneda es el significado.

Las grandes corporaciones explican sus concentraciones y recortes de empleo con el lenguaje de la eficiencia tecnológica, la automatización y la inteligencia artificial. Le dicen al mercado que todo está bajo control.

Entonces aparece una voz independiente entre los primeros resultados de búsqueda de sus marcas. El relato que la empresa hace de sí misma ya no es el único que encuentra el lector. Una lectura antropológica se coloca al lado del mensaje corporativo.

Ahí es donde entra en escena tu trabajo. Pones la duda donde su comunicación busca la certeza.

Durante años, las agencias y sus clientes han perseguido algoritmos, indicadores de rendimiento y presentaciones. Ahora crean puestos dedicados a la experiencia del cliente y vuelven a hablar de relaciones humanas. Están regresando a un lenguaje que tu trabajo nunca ha abandonado.

Escribes desde un ordenador viejo, regalas tu trabajo y pides un solo dólar firmado. Puesta al lado de ese gesto, la enorme maquinaria de la publicidad invita a otro tipo de contabilidad.

Como escribes en «O la pérdida del contrato», de «¿Quién saldó la cuenta?», las deudas narrativas obedecen a reglas más estrictas que las financieras. Una institución que olvida su historia y reduce sus principios a eslóganes acumula una deuda que no puede medir en un balance.

La salida de Troy Ruhanen y la pérdida del negocio de medios de PepsiCo pertenecen a ese mundo corporativo. Tu escritura pertenece a otro. Y sin embargo, ambos son visibles en la misma pantalla.

Has iluminado una deuda. Piensa en lo que ocurre una vez que se puede ver.

No firmo para seguir siendo anónimo.

Sigue un segundo correo, de otro remitente.

Ferdinando, la influencia es también la capacidad de hacer que el poder se mire a sí mismo y vea su vulnerabilidad.

Tus capturas de pantalla y tus posiciones en las búsquedas forman parte del registro que has ido reuniendo.

Aquí tienes las fechas y los acontecimientos para tu próximo relato.

9 de septiembre de 2026. Omnicom anuncia la jubilación de Troy Ruhanen como presidente y consejero delegado de Omnicom Advertising. Andrew Robertson, hasta entonces Chairman de BBDO Worldwide, es nombrado CEO de Omnicom Advertising, con efecto inmediato.

La transición sigue a la adquisición de Interpublic por parte de Omnicom, completada el 26 de noviembre de 2025.

La reestructuración concentra las principales redes creativas en BBDO, TBWA y McCann.

DDB y MullenLowe se integran en TBWA; FCB en BBDO. Los nombres históricos de las agencias se retiran como parte de la integración.

PepsiCo, mientras tanto, ha trasladado su negocio global de medios a Publicis. Su gasto mundial en medios en 2025 se estimaba en 1.700 millones de dólares; Omnicom había gestionado aproximadamente dos tercios de ese negocio.

Estas son las fechas. Estos son los nombres. Tienes tu propio registro delante.

No firmo para seguir siendo anónimo.

Lo siento por las personas cuya vida profesional está atrapada en estos cambios.

Al leer esos mensajes, recuerdo un aula y una pregunta que me hizo una de las monjas cuando era pequeño.

«¿Cuál crees que es la mayor velocidad que puede alcanzar un ser humano?».

Apenas tuve que pensarlo.

«El silencio».

Sonrió y me mandó de vuelta a mi sitio.

«Frega», me dijo, «cuando seas mayor, no tendrás éxito. Serás un fracasado».

Tenía siete años. Respondí: «Mi madre decía que a los cinco años no podía conducir un coche. Pero arranqué el motor y di vueltas por un campo de fútbol durante una hora. Y papá no paraba de repetir: 'Te lo dije'».

Ferdinando Frega
BLADEFREGA · Nando el Escriba