



YAHOO

OMUL
DE
LA

ACUM CÂTEVA LUNI, BOBBY VOICU ERA UN BLOGGER PLECAT ÎN JURUL LUMII.
APOIL-A GĂSIT YAHOO ȘII-A PROPUȘO CALĂTORIE CU MIZE MAI MARI.
DE SIMINA MISTREANU
FOTOGRAFII DE CAMIL DUMITRESCU



From the train to the field
where the tall grass grows in a row.

B

obby Voicu este obosit. Stă adâncit într-o canapea roșie, în holul unui hotel din București, cu un picior puțin îndoit și brațul sprijinit de spătar. În jurul ochilor obișnuitei să rădă sunt cearcăne ușoare. A trecut exact o săptămână de când știrea cea mare a făcut turul ziarelor și blogurilor: Yahoo a angajat primul manager pentru

România, pe bloggerul Bobby Voicu. Tot online-ul românesc îl știe pe Bobby, omul de treabă care ocupă mult spațiu, vorbește mult, râde mult. Râde cu tot corpul, molipsitor.

În seara aceasta însă este obosit. A trecut printr-o săptămână zgomotoasă în care interviurile nu au conținut. Acum așteaptă ca un alt manager Yahoo, un australian, să-și termine dușul și să coboare pentru încă un interviu. În holul aproape gol, vorbește încet și parcă nici nu ocupă atâta spațiu. Voicu a fost angajat să asigure legătura dintre Yahoo și comunitatea de utilizatori români. E prima angajare pe care compania a făcut-o de când și-a anunțat intrarea oficială în România, la sfârșitul anului trecut, și arată interesul americanilor pentru una dintre cele mai atractive piețe din estul Europei.

Acum patru luni, Bogdan Andrei Voicu era bloggerul care a înființat Blogoree.ro – o rețea socială cu peste 1.000 de membri –, modera o emisiune săptămânală la un post de radio online și organiza seminarii despre bloguri. Era, de asemenea, la începutul unei călătorii în jurul lumii. „Eu am mai zis: nu am vrut să mă angajez la Yahoo”, spune Bobby Voicu pentru comunitatea online. „Sincer să fiu, n-am vrut să mă angajez în general. Îmi era bine cum era, nu duceam lipsă de absolut nimic. De ce aș fi vrut să mă angajez?!”



Într-o seară liniștită de martie, Bobby și vărul său Vlad înnoptau la un prieten în Ankara. Aveau de gând să stea câteva zile, după care să pornească spre Austria, Franța, Germania și Statele Unite – bucățile de lume pe care cei doi își propuseseră să le vadă anul acesta. Era o călătorie gândită îndelung, programată pe doi ani, dintre care cel de-al doilea era rezervat Asiei. După ce s-a descotorosit de bagaje, Bobby și-a deschis laptopul, un HP negru și colțuros, și s-a conectat la internet. A intrat pe chat, iar apoi și-a verificat meticolos e-mailurile. În căsuța de Yahoo a zărit un mail cu subiect dubios: „Vacancy at Yahoo”. Deși vorbește fluent engleza, gândul i-a zburat firesc la vacanță. „A, organizează ăștia ceva și cheamă niște bloggeri.” Ceva nu se lega. A repetat cuvintele în gând înainte să deschidă mailul.

„Ia uite, mă, am un mail de la Yahoo în care mă întrebă dacă nu vreau să mă angajez.”

Vlad, mai tânăr decât Bobby, cu o figură deschisă de copil și obraji rotunzi, s-a blocat o secundă, după care a început să râdă.

„Bă, serios, chiar nu glumesc.”

„Pe bune? Și ce faci?”

„Hai, măăă. Noi am plecat în jurul lumii. Ne-om mai gândi noi.”

Primul lucru pe care l-a făcut Bobby a doua zi a fost să se asigure că mailul nu era o glumă și că persoana care i l-a trimis era reală. O căutare simplă pe LinkedIn – nicidecum pe Google –, a confirmat că Zhengxi Danard e directorul de marketing al Yahoo pentru Europa de Est. Era serios, deci. Dar de ce l-a abordat Yahoo tocmai pe el? Ce ar putea el, un blogger de 29 de ani care trăiește după cum îl taie capul, să ofere unei companii de miliarde de dolari? Mai mult, el nu voia să se angajeze. De

când se știe, a lucrat cu carte de muncă doar un an și câteva luni: economist la Agenția Domeniilor Statului.

Când era mic, Bobby voia să se facă broker la bursă. Văzuse un film american cu brokeri care țipau și făceau mulți bani și i se părea fascinant. De aceea a și dat la Academia de Studii Economice, secția Finanțe-Bănci, dar s-a dumirit în scurt timp că Bursa de Valori din București nu prea seamănă cu ce văzuse el prin filme. A încercat să se ocupe și de afacerea familiei, o discotecă din Constanța, dar s-a plictisit repede. Îi plăceau calculatoarele. Pe primul l-a primit când avea șapte ani. În liceu a participat la olimpiadele de informatică. Pe internet a început să lucreze în 2004, la trei ani după ce a terminat facultatea. A început prin a scrie în limba engleză texte despre bijuterii, pentru un site din străinătate. Treptat, a învățat programare, optimizare pentru motoarele de căutare online și și-a făcut un blog. Apoi a lansat și alte site-uri și a pus bazele Blogoree.ro – acum o comunitate încheată, inițial doar o modalitate de a-și promova articolele despre blogging pe un forum.

„Dacă cineva ar scrie o istorie a blogosferei românești, ar menționa numele lui Bobby Voicu încă din primele pagini”, spune Cristian Manafu, un alt blogger român cunoscut. „La început a fost Blogoree.ro, locul de pornire pentru oricine dorea să învețe tainele lansării cu succes a unui jurnal personal online. Îmi aduc aminte că pe la începuturile dezvoltării blogosferei locale făceam des referiri la Blogoree.ro când mi se cereau sfaturi despre blogging. Și, firește, la Bobby.”

Proiectele lui virtuale au ajuns în timp să producă destui bani încât să-i permită să trăiască bine. Frumusețea online-ului, spune Bobby, este că pe lângă o sursă constantă de venit, nu te leagă de un loc anume. Poți oricând să-ți iei bagajul în spinare și să pleci în lume; planul perfect pe doi ani. Dar când Yahoo bate la ușă, planurile se schimbă.

„Yahoo mi-a oferit tentația unei provocări foarte, foarte mari și posibilitatea să iau parte la o chestie atât de extinsă”, spune Bobby entuziasmat. „Să fii parte nu numai componentă, dar parte care influențează tot acest lucru... Până la urmă ține și de egoul nostru, ca oameni, să vrem să facem niște chestii care să se vadă.”

Numai că în martie, la Ankara, propunerea Yahoo nu părea să aibă mari șanse. Nici măcar nu se putea întâlni cu ei, pentru că era plecat din țară. Asta i-a și zis lui Danard în mailul de răspuns. Nici o problemă,

a venit replica, unul dintre oamenii care se ocupă cu recrutarea se afla la Istanbul să angajeze un manager de comunitate pentru Turcia. Se putea întâlni și cu Bobby, pentru un interviu. „Eu chiar nu mă gândeam că voi fi ales. Am zis, totuși, hai măcar să văd în ce constă procesul de recrutare de la Yahoo. De curiozitate, voiam și eu să văd cum arată un om de la Yahoo, să stau de vorbă cu un om de la Yahoo.”

„NU ESTRESANT. ABSOLUT DELOC. ȘTII CUME? ÎNAINTE, CÂND AVEAM BLOGOREE ȘI ERAM PARTE DIN BLOGOSFERĂ, NU MĂ GÂNDEAM ÎNAINTE DE A VORBI. ACUMA MĂ OPRESC JUMĂTATE DE SECUNDĂ SĂ MĂ GÂNDESC.”

Bobby, azi un om de la Yahoo, stă pe scenă cu picioarele depărtate, mâinile împreunate la spate și bărbia ridicată. E tuns periută și poartă un tricou negru, cu desen pe piept: o bulină mare, mov, cu un Y alb în centru și un semn al exclamării, tot mov, în dreapta. E sigla Yahoo, care se desprinde curajoasă de pe bumbacul negru și sare în ochi. Pe vremuri, Bobby apărea la întâlniri cu un tricou albastru inscripționat Blogoree.ro. În sala gigantică învelită în lumină galbenă din Palatul Parlamentului, câteva sute de perechi de ochi sunt ațintite asupra lui, unul dintre membrii juriului Olimpiadelor Comunicării. E dintr-odată mare – un uriaș relaxat care vorbește despre bloguri. Un om de la Yahoo.

„Dacă îți spun de unde am tricoul ăsta, înnebunești”, povestește mai târziu, cu încântare. „Eu mi-am făcut vreo două-trei tricouri din astea, știi? Eu mi le-am făcut, pentru că cele care sunt de la Yahoo nu sunt îndeajuns de vizibile. Și trebuia să fie vizibile, pentru că le luam pentru evenimente.” Cu atât mai mult cu cât la Olimpiadele Comunicării era important să se facă asocierea clară între bloggerul care vorbește și compania-gigant care l-a recrutat. Cu un an înainte, la același eveniment, s-a discutat dacă blogul poate duce la angajare. Toate argumentele aduse de Bobby atunci își găseau acum suport.

Odată cu recrutarea lui Bobby, blogul românesc intră în mainstream pe ușa din față. Învăluit mult timp în obscuritate, blogul a devenit recent copilul răsfățat al internetului autohton, sărbătorit la evenimente ca RoBlogFest sau analizat în studii ca RoBloggers Survey. În lume apar 1,4 bloguri pe secundă, iar ultimele studii de la Technorati indică peste 110 milioane de jurnale online și încă 70 de milioane nemonitorizate. În România, numărul blogurilor a crescut de la 5.000 în 2005 la peste 100.000 în 2007.

Cei de la Yahoo l-au recrutat pentru că, prin Blogoree.ro, Bobby a demonstrat că poate să construiască și să mențină activă o comunitate virtuală. Pentru funcția de manager de comunitate, compania nu căuta un corporatist blazat, ci un blogger cu rădăcini bine înfipte în online, care să cunoască instinctiv comportamentul utilizatorului – o specie aparte, care înghite informație instant, sare din link în link și își proiectează identitatea în diverse structuri sociale.

Bobby e visul devenit realitate al bloggerului recrutat peste noapte de o companie mare. Doar că acesta nu a fost niciodată visul lui. „Nu vreau să mă trezesc mâine că o grămadă de oameni își fac blog pentru că îi va angaja Google, Yahoo sau Microsoft”, spune el. „Fă-ți blog pentru că vrei să-ți faci blog, pentru că te duci într-o direcție care-ți place, pentru că scrii pentru că-ți place.”

Yahoo nu-i cere să renunțe la lucrurile care îi plac. Dimpotrivă, se așteaptă ca el să facă aceleași lucruri ca înainte, dar aplicate la proiectele și comunitatea Yahoo. Așa l-au convins să accepte propunerea de angajare. „Evangelizarea” către blog a lui Bobby va fi dublată de o popularizare a Yahoo. Managerul va duce informația și în sens invers, de la utilizatori spre Yahoo, aceasta fiind de fapt principala sa îndatorire. Să înțeleagă și să dea glas unei comunități care până acum nu avea cui să se adreseze.

Yahoo are aproximativ cinci milioane de utilizatori în România, o comunitate uriașă ținând cont că în țară există în total 5,8 milioane de conexiuni la internet. Ei folosesc șapte milioane de conturi de Yahoo Messenger și opt milioane de conturi de e-mail. E o comunitate care s-a clădit încet, emoticon cu emoticon, fără ca gigantul american să bage de seamă.

De ce iubesc românii Yahoo? „Pun întrebarea asta de fiecare

dată când întâlnesc un client sau un potențial partener”, spune managerul australian după ce ia o înghițitură de bere, la o masă în hotelul Novotel. „Am obținut o poziție foarte bună pe piață cu zero efort.” Darren Patterson e *business development director* la Yahoo Europe, un bărbat brunet și jovial, pe la 30 de ani, care a venit în România imediat după numirea lui Bobby ca să încheie parteneriate cu firme locale. România este una dintre cele mai importante piețe din zonă, alături de Turcia, Rusia și Polonia. Cele patru țări sunt atrăgătoare din cauza numărului mare de locuitori și a cotei mari de piață pe care Yahoo a obținut-o fără o prezență oficială. Românii, în special, sunt mari iubitori de chat. Yahoo Messenger are o cotă de piață de peste 95 la sută – o situație unică în Europa.

„Statul pe mess” a ajuns la fel de firesc ca mersul la birou, un tic deprins de aproape oricine, de la studenți la profesori la directori de companie. Însă fidelitatea pentru Messenger nu se extinde și asupra mailului. Aici Google câștigă rapid teren, prin Gmail. Patterson recunoaște că Gmail „a intrat în oraș” și crește. Pentru a contracara, Yahoo a cumpărat anul trecut Zimbra, un serviciu de e-mail prin care se poate vinde și spațiu publicitar.

Dar provocarea globală pentru companie este să-și convingă utilizatorii să folosească și alte servicii în afară de mail și chat. „Dacă vorbim despre Yahoo și cei 500 de milioane de utilizatori din întreaga lume, cei mai mulți dintre ei folosesc doar *front page*-ul sau serviciul de e-mail sau messenger”, spune Patterson. „Avem o rețea socială latentă, iar strategia Yahoo este să construiască platforme deschise și să o pună în mișcare.”

Yahoo Open Strategy este cel mai recent plan menit să stimuleze utilizatorii. Strategia e simplă: Yahoo oferă gratuit niște interfețe pe care pot fi construite proiecte personalizate. De exemplu, site-ul Metropotam.ro este construit pe baza Yahoo Maps. Scopul e ca tot mai multe proiecte de antreprenoriat online să fie construite pe platforme Yahoo. Prin asta, compania vrea să spună – ba nu, să urle – că pune mare preț pe comunitate.

Următorul pas după numirea lui Bobby este lansarea, în toamnă, a Yahoo.ro. Apoi mailul și messenger-ul în limba română. Pe termen ceva mai lung, Yahoo vrea să introducă alte servicii, și chiar să creeze unele noi, dedicate românilor. Pentru asta, compania trebuie să afle ce își dorește și ce e relevant pentru utilizatorul român.

Aici ne întoarcem la Bobby.

Cât de mare e responsabilitatea atunci când devii punctul de legătură între o companie de miliarde de dolari și cei cinci milioane de români care-i folosesc serviciile? Bobby începe să râdă puternic, zgomotos, molipsitor.

„Nu e stresant. Absolut deloc. Știi cum e? Înainte, când aveam Blogoree și eram parte din blogosferă, nu mă gândeam înainte de a vorbi. Acuma mă opresc jumătate de secundă să mă gândesc.” Se lasă pe spate în scaun și fixează cu privirea un punct din stânga-jos. Parcă nu mai e atât de convins. „Până acum era o comunitate de 5.000 sau 10.000 de bloggeri cu care aș fi putut să intru în contact, la o discuție. Sau cărora le-aș fi putut transmite un mesaj. Acuma, deodată, sunt milioane. Și cumva eu încerc să nu mă gândesc că sunt milioane, că poate părea strivitor.”

Se apleacă cu tot corpul în față și zâmbește. „Dar, pe de altă parte, este *fun*, e foarte mișto. Nu știu, eu n-am avut niciodată teamă de provocări. Și asta e o provocare cu atât mai mare și atunci...” Se oprește din nou, un ping-pong de entuziasm și rețineri. „Stau și mă gândesc, să știi, momentul de maximă responsabilitate va fi momentul în care va apărea primul produs Yahoo – chiar nu am idee când va apărea sau ce va fi – targetat, adresat pieței



românești. Pentru că atunci îmi voi da seama cu adevărat dacă înțeleg comunitatea sau nu. Dacă am reușit să-mi dau seama ce vrea comunitatea. Responsabilitatea pe care o simt eu este pentru momentul ăla.”

Într-un rând de două săptămâni în rolul managerului comunității Yahoo din România, Bobby are o zi-maraton de întâlniri: doi dezvoltatori web, un interviu, o întâlnire cu un blogger, o vizită scurtă a prietenei lui. S-a instalat, cu tot cu laptop, la o masă rotundă din *food court*-ul magazinului Unirea și așteaptă să vină și să plece oamenii. E de serviciu de dimineața până noaptea târziu, indiferent unde s-ar afla sau cu cine ar vorbi. La fiecare pas poate sta ascunsă o idee de proiect sau un indiciu despre ce vrea utilizatorul Yahoo.

Pe de o parte, Bobby învață despre noul șef, comunică cu angajații din biroul de la Paris – sediul Yahoo pentru Europa de Est – sau cu cei din Statele Unite. Pe de altă parte, adună informații despre comunitatea din România: citește bloguri, răspunde la mailuri, se întâlnește cu dezvoltatori și utilizatori. De când se știe că lucrează pentru Yahoo, căsuța de mail îi e tot mai plină – de la întrebări tehnice despre spam și phishing până la cereri pentru diverse produse Yahoo sau propuneri de parteneriat. Multe dintre probleme nu țin de el, altele și-ar găsi răspunsul în spatele butonului *Help*.

„Un utilizator mă întreba de ce nu-i merge Yahoo Messenger pe calculator, ca să-mi dau seama că nu-l avea instalat. Acuma eu încerc în mare măsură să răspund tuturor doleanțelor, dar îți dai seama că astea sunt probleme de *Support*. Eu nu sunt șeful serviciului *Support* în România. Există *Help*.”

Dar întrebările îl ajută să învețe, să caute, să întrebe mai sus, la rândul lui, și să găsească răspunsuri. Întâlnirile cu dezvoltatorii îi dau idei, chiar dacă nu au legătură directă cu internetul. „De exemplu, mă întâlnesc cu oameni din *real-estate*. Te-ai întreba: ce are de-a face Yahoo cu *real-estate*-ul? În principiu nimic. Dar noi avem Yahoo Maps care are Bucureștiul la nivel de stradă. Și poate ăluia din *real-estate* îi vine vreo idee.”

Din blogger-ul gata oricând să plece la drum, Bobby a devenit un manager responsabil, care trebuie să îndeplinească obiective, să meargă la masă cu potențiali parteneri de afaceri și să raporteze superiorilor. Libertatea pe care internetul i-o oferea a fost îngropată sub o titulatură anglofonă, dar asta nu-l deranjează. „Înțeleg limitele care vin odată cu Yahoo, înțeleg că mâine nu mă pot urca în avion și să plec trei luni în Thailanda, de exemplu, dar asta compensează pe de o parte cu ceea ce fac, care e foarte provocator, foarte «challenging», o chestie care-mi place și care-mi ține în permanență mintea ocupată.”

Bobby a rămas la fel de ușor de contactat ca înainte. Are numărul de telefon și ID-ul de mess pe blog. E un manager în teniși, tipul casual care contrastează puternic cu imaginea scrobbită de corporatist de multinațională. Până la urmă, și Yahoo este o companie destul de casual, crede Bobby. Când Google și-a făcut intrarea în România, în februarie 2007, și-a ales un manager la costum și cravată – Radu Tudorache, posesor de MBA și doctorat, recrutat dintr-o poziție de conducere la Autoritatea Națională de Reglementare în Comunicații. El a inițiat în numele Google contacte cu autoritățile române și cu universități locale pentru a căuta oameni destinați filialelor Google din străinătate. Nu a dat nici un interviu, nefiind autorizat să vorbească din partea companiei. În februarie anul acesta, Tudorache a plecat la Romtelecom. Google nu a adus pe nimeni în loc. Yahoo a ales o cu totul altă strategie, una care inițial l-a nedumerit chiar și pe Bobby: „Aveam dubii la început pentru că nu eram foarte sigur că eu înțeleg ceea ce vor ei de fapt și că ei chiar vor un om fără cravată și costum”.

Bobby spune că venirea Yahoo va transforma internetul românesc într-un loc mai bun. Compania vrea să profite de cota de piață pe care o deține, să dezvolte servicii noi și să câștige mai mulți bani din publicitatea online. (De asta se ocupă regia de publicitate MediaCafe; vânzarea spațiului publicitar nu intră în atribuțiile lui.)

„Așa cum vin acum bloggerii la mine să spună: «Mersi, ți-am citit blogul acum doi ani și de la tine am învățat aia și am ajuns să fac asta», aș vrea să mă întâlnesc în câțiva ani cu un utilizator de Yahoo care să-mi spună «Uite, pentru că eram pe Everest am putut să trimit un mesaj prin Yahoo Messenger de pe telefonul mobil către casă». Aș vrea să știu că produsele Yahoo au ajutat niște oameni să le fie mai bine, să aibă o viață mai mișto.”

Contractul lui Bobby cu Yahoo se încheie pe 21 aprilie 2009. Dacă nu va fi reînnoit, își va relua călătoria în jurul lumii. Nu știe dacă va reuși să facă tot ce și-a propus în aceste luni, dar e convins că angajarea lui a produs deja o schimbare: „Cred că se schimbă în primul rând percepția utilizatorului asupra Yahoo. Până acum Yahoo era o entitate care ne trimitea niște produse și noi le foloseam. Ei, deodată e o chestie care apare în presă, apare la TV și care transmite niște mesaje. Poate nu întotdeauna cele mai clare și cele mai dorite mesaje”.

Zâmbește, dar nu te lasă să-ți dai seama dacă glumește sau vorbește serios. „Yahoo nu va mai fi compania aia americană, va fi ceva identificabil. E Yahoo? A, e compania la care lucrează Bobby Voicu.” Și râde. Cu tot corpul, tare, molipsitor. ■