

**EE**

**OK**



**DE GABRIEL DOBRE**

**FOTOGRAFII DE  
COSMIN BUMBUȚ**

**RO**

**Ascultă. Acum, eOk.**





**INTR-ODIMINEAȚĂ DE JOL**, într-un hotel de pe Calea Victoriei, Florin Grozea se plimba dezinvolt printre cele câteva zeci de persoane venite să-l audă. Era îmbrăcat lejer, într-o pereche de blugi, o cămașă bleu cu guler alb și un sacou negru cu trei cranii roșii în partea dreaptă. Hainele, freza cu o ușoară creastă pe mijloc și ochelarii cu rame late îl făceau să pară glumeț și serios în același timp. Din cauza emoțiilor, se trezise devreme, plin de energie. Pierduse zeci de minute cu alegerea hainelor. Era singurul lucru pe care nu îl plănuse dinainte. Știa că va fi în mijlocul atenției, că va vorbi despre muzică, despre piraterie și despre alternativele pe care oamenii din industria muzicală trebuie să le găsească, așa că sacoul cu cele trei cranii roșii părea o alegere interesantă. Era și asta un mesaj.

Zâmbea jovial în dreapta și-n stânga, se oprea să schimbe câteva cuvinte cu fiecare dintre cei veniți și părea că reușise să îi convingă pe toți – reporteri, muzicieni, vedete, producători – că cele trei cranii roșii au fost o alegere bună. Era acolo ca să îi convingă de lucruri mai importante. Și începuse bine.

Florin Grozea, unul din tipii de la Hi-Q – cel care și-a făcut intrarea în muzica românească pe când era un puști cu șuvițe blonde ce fredona energic „La discolo / Mă simt ca Marco Polo” –, a urcat pe scenă. Pe ecranul mare din spatele său scria: „Hey, îl știu pe tipul ăsta! L-am văzut la televizor”. Și-a îndreptat privirea și zâmbetul larg spre cei prezenți și a început: „Vă mulțumesc că ați venit la lansarea *e ok punct ro*. Prima platformă online care oferă toată muzica românească gratuit și mai ales legal”.

De undeva din spatele sălii îl privea atent Dan Popi, directorul CAT Music, cea mai mare casă de discuri din România. Îl privea și Emi Gal, tipul de 22 de ani ce a pus în practică ideea care cu șase luni în urmă exista doar în capul lui Grozea.

**NICI GROZEA, NICI GAL** n-au aspect de oameni de afaceri. Nici unul dintre ei nu aduce a salvator. Ba chiar arată ca ultimii tipi la care te-ai duce dacă industria în care lucrezi ar fi în criză. Sunt tineri. Foarte tineri. Poartă teniși, blugi, pantaloni scurți,



tricouri sau cămăși sport. Urăsc ședințele și rar au la ei cărți de vizită. Sunt o combinație puțin probabilă între membrii unei trupe pop și niște tocilari trendy. Sunt reprezentanții unei noi specii de afaceriști, una încă rară în România, care de câțiva ani dă peste cap regulile economiei mondiale. Își spun antreprenori online și vor să cucerească lumea. Sau, cel puțin, să o aducă la doar două click-uri distanță. Încearcă, reușesc sau dau greș. O fac lejer pentru că, sincer, nimeni nu se înghesuie cu soluții mai bune. Oricum ar fi, e spectacolul lor și e abia la început.

Grozea e un tip de 28 de ani pe a cărui carte de vizită scrie *cântăreț, compozitor, producător* și, de curând, *antreprenor online*. În 1995 avea doar 16 ani și, asemeni multor alora, visa să dea lovitură în muzica românească. Pe atunci era clăpar și cânta cover-uri în trupa liceului său din Brașov. Industria muzicală era în perioada casetelor audio, calculatoarele personale erau în faza Pentium-urilor 486 sau chiar HC-90, legea drepturilor de autor încă nu fusese introdusă în România, iar de internet nu auzise prea multă lume. Era o vreme când fiecare voia să ajungă

cineva și nu prea erau mulți să le spună că nu se poate.

În toamna lui '95, Grozea a înființat Hi-Q – una dintre cele mai rezistente trupe pop din muzica românească – împreună cu Mihai Sturzu, fost coleg de clasă din generală. Au debutat cu o piesă înregistrată în '96 (producția au plătit-o din banii de alocații), iar la începutul lui '97 li s-a alăturat Dana Nălbaru, prima fată care a făcut parte din trupă. Au semnat primul contract cu o casă de discuri (Roton) în '98. Și au dat lovitură. Muzica lor (*Totul va fi bine*) a început să se asculte în discotecă, la radiouri și, odată cu apariția postului Atomic, chiar și la TV. „Atomic-ul a însemnat un moment de cotitură, un moment de *refresh* în muzica românească”, își amintește Grozea. „Pentru că din 2000 putem discuta de o industrie muzicală românească așa cum este ea definită: case de discuri, contracte, respectarea drepturilor de autor, manageri, impresari, absolut tot.” Atomic TV a umplut un gol și a rezolvat o problemă. A oferit artiștilor acces la televiziune, cel mai puternic mediu de promovare de până atunci, și a oferit consumatorilor de muzică românească



locul unde să găsească numai asta. „Atunci a fost marele val dance, 3 Sud Est, Asia, Hi-Q, Animal X, o grămadă de trupe. Pentru că în sfârșit s-a făcut un canal de la artist la fan, de la producător la consumator.”

*Refresh*-ul industriei muzicale românești aproape că a coincis cu începutul declinului pentru industria muzicală din Statele Unite, cea care de cele mai multe ori dă tonul la nivel mondial. Iar sfârșitul a venit tot sub forma unui nou canal, de data aceasta între consumatori. Canalul, un program denumit Napster, a fost prima aplicație care le-a permis internauților să-și trimită muzică între ei. Gratuit.

În '99, Shawn „Napster” Fanning avea 18 ani, era student la Universitatea Northeastern din Boston și locuia într-o cameră de cămin. În prima săptămână de la lansare, Napster conecta peste 10 mii de utilizatori, o imensă rețea de consumatori de muzică după standardele de atunci ale internetului. În primele patru luni, programul depășise 1 milion de utilizatori, oferea acces la o colecție imensă de mp3-uri și, bineînțeles, era ilegal.

Napster a dispărut în 2001, nu înainte să devină o veritabilă companie – obținuse 15 milioane de dolari din partea unui fond de investiții și avea peste 25 de milioane de utilizatori. Casele de discuri americane și o serie de artiști importanți, printre care Metallica și Dr. Dre, au dat în judecată compania pentru încălcarea legii drepturilor de autor. În scurta sa existență,

Napster a reușit totuși să remodeleze internetul și să dea peste cap industria de divertisment. A dezlănțuit pirateria online – principala cauză a scăderilor dramatice de vânzări înregistrate de casele de discuri pe plan mondial – și a demonstrat puterea consumatorilor, deschizând drumul către lumea afacerilor cu multe zerouri unor puști cu idei inovatoare. YouTube, MySpace sau Facebook sunt, în multe privințe, urmașii Napster: rețele sociale care oferă utilizatorilor posibilitatea de interacțiune. Miza nu mai e doar muzica, dar cu ea a început totul.

**SEDIUL EOK**, unde lucrează echipa de programatori din spatele platformei concepute de Grozea și Gal, se află într-o casă veche, cu două etaje, de pe o străduță mică din apropierea Teatrului Evreiesc din București. La doi pași de vila cochetă cu pereți galbui se construiește o clădire înaltă de birouri. „E viitorul sediu al eOk”, spune glumeț Gal, un tip entuziast și mai mereu cu zâmbetul pe buze. „Numai că ei încă nu știu asta.” E o glumă, desigur, dar cine cunoaște câte ceva din CV-ul tânărului de 22 de ani bănuiește că în spatele zâmbetului jucăuș e posibil să se ascundă un plan pe termen lung cât se poate de serios.

Gal, un tip ce îi are drept modele pe Steve Jobs (pentru capacitatea de a dezvolta produse) și pe Richard Branson (pentru calitățile antreprenoriale la scară mare), a început să câștige bani de pe urma internetului când avea 18 ani. Atunci a reușit



să convingă câteva firme din Statele Unite că e capabil să le livreze aplicații web de calitate, deși în România nu îl lua nimeni în serios. Pe americani i-a încântat pentru că era tânăru, entuziast și dornic să se afirme, aceleași motive pentru care afaceriștii români nu i-au dat credit. Din 2004, a lucrat ca freelancer pentru firme din SUA, una dintre cele mai mari și mai competitive piețe de software din lume. A pornit cu proiecte mici, dar care, livrate la timp și la o calitate peste cea prevăzută în contracte – planul său pentru menținerea clienților –, au făcut ca numărul celor ce apelau la el să crească. În 2006 a înregistrat la Registrul Comerțului *Brainient*, prima sa firmă. Avea 20 de ani și o listă cu planuri pe termen lung.

Cei doi s-au întâlnit la lansarea Brain TV, o televiziune online pe care Gal a pornit-o anul trecut. Grozea, primul blogger din muzica românească, era deja un împătimit al internetului, pasionat de toate noile evoluții, de la web 2.0 la muzică 2.0.

În septembrie, Grozea i-a propus lui Gal să facă împreună o rețea socială care să adune într-un singur loc utilizatorii dornici să asculte muzică românească, gratuit și legal. Un proiect care să se susțină financiar din publicitatea atrasă de trafic generat de melodiile de pe

site. O idee simplă, pe care o testase timp de un an, dar exclusiv cu muzica artiștilor underground. „Pe internet, diferențele dintre o trupă cum e Direcția 5 și nu știi ce DJ sunt aproape inexistente”, spune Grozea, explicând filosofia din spatele site-ului pe care l-a pornit în 2006 pentru a promova artiști fără case de discuri, manageri, avocați sau campanii de PR.

„A reușit să mă convingă în cinci minute”, povestește Gal. „Eu am teoria mea că produsele de succes, în general, reușesc să rezolve o problemă acută a unui consumator. Faptul că oamenii din România nu pot asculta sau cumpăra legal muzică românească sau străină, cu un singur click, e o problemă.” O problemă pe care eOk.ro vrea să o rezolve și să scoată și ceva bani din asta.

Industria muzicală românească nu mai trăiește demult din vânzări. Calitatea de multe ori scăzută a produselor muzicale, posibilitățile de promovare din ce în ce mai puține și pirateria au făcut ca principalul motor financiar al muzicii românești să fie concertele. „La Hi-Q am cel mai clar exemplu”, spune Grozea. „Și trupa Hi-Q e o trupă de succes de ani de zile. Anul trecut, noi am câștigat 15 milioane de lei fiecare din vânzarea de CD-uri, iar din concerte cred că ne ducem spre jumătate de milion de euro. Diferența e imensă.” Dar concertele vin ca urmare a succesului pe care o piesă, o trupă sau un artist îl are în rândul publicului, iar drumul spre public depinde de o aliniere

a planetelor în urma căreia sistemul greoi și etanș format din case de discuri, posturi de radio și de televiziune se pune în mișcare și dă drumul aparatului de promovare. O distanță cam mare între cel ce cântă și cel ce ascultă.

Ideea de a difuza gratuit muzică online și de a câștiga bani de pe urma publicității nu e nouă. Serviciile precum Pandora, Last.fm, Meem sau Deezer există de ceva vreme, altele continuă să apară, însă mai toate platformele care oferă o gamă internațională de muzică au probleme din partea marilor case de discuri. Pandora, unul dintre primele servicii ce oferea muzică gratuită pe internet, nu mai poate fi ascultat în afara Statelor Unite din cauza prețului prea mare cerut de casele de discuri pentru difuzarea melodiilor. Deezer, un site francez pornit în 2007, a fost atacat inițial de Universal Music pe motiv că ar fi încălcat legea drepturilor de autor, iar Last.fm a pierdut la începutul lunii iunie drepturile de difuzare pentru aproape un milion de melodii ce aparțineau Warner Music.

În România, șansa eOk pare să fi fost tocmai înțelegerea pe care Grozea a găsit-o la cele mai importante case de discuri. „N-a fost chiar ușor, dar situația noastră, față de cea de pe plan mondial, a avut două lucruri specifice. Faptul că la noi sunt mai puține case de discuri, și în momentul în care am convins-o pe cea mai mare, a fost mai ușor să-i conving și pe ceilalți. Apoi, eOk a avut atuu meu. Eu am știut cum să îi iau pe oamenii ăștia ca ei să înțeleagă un business care e destul de complex. Și e greu de înțeles dacă ești din afara lui. Nici eu nu înțeleg foarte multe lucruri din internet, dar am venit și am adus ce era mai bun din ambele lumi.”

Procesul de negociere cu casele de discuri a durat aproape patru luni. Nici asta n-a fost ușor, deși pe Dan Popi, directorul CAT Music, l-au convins destul de repede. Când a intrat în biroul acestuia, Florin era pregătit cu o prezentare înțesată de argumente și explicații. „Dura cel puțin o oră”, își amintește el. „După primele cinci minute, Dan a zis: «Gata! Am înțeles. Hai să o facem!». Eu i-am zis: «Stai că mai aveam să-ți spun...». Iar el: «Nu! M-ai convins. Hai să încercăm!»”. Au petrecut următoarele luni în negocieri cu celelalte case de discuri, avocați, hârtii și contracte. A fost dificil să le explice cum pot câștiga bani din ceva ce e difuzat gratuit pe internet.

Asemenea unui radio, eOk.ro plătește periodic caselor de discuri și artiștilor drepturi de autor în funcție de numărul de difuzări ale melodiilor pe care le găzduiește. Succesul site-ului se bazează pe veniturile din publicitate și pe speranța că există suficienți fani ai muzicii românești care să îl viziteze. O ecuație dură, cu rezultate care, spre deosebire de radio, pot fi măsurate în timp real. În luna mai, când site-ul a fost lansat oficial, a strâns 650.000 de afișări, iar melodiile au fost ascultate de circa 700.000 de ori. Zilnic, site-ul are peste 8.000 de vizitatori unici, iar aceștia fac vreo 21.000 de afișări. Un început destul de promițător pentru un site care vrea să câștige bani doar cu muzica românească.

**LA SFÂRȘITUL LUI MAI**, într-o după-amiază toridă ca o zi ruptă din mijlocul verii, pe străduța mică unde își are sediul eOk era liniște. Nu se mai auzeau zgomotele de șantier care veneau de obicei la ora aceea de la capătul străzii. În fața casei cu pereți gălbui, vecina de la parter se plimba nervoasă pe asfaltul fierbinte. Picase curentul. De la etaj, prin fereastra deschisă, se auzea o voce care cânta domol pe acordurile unei chitări: ... *Imagine all the people... sharing all the world... yu-hu-uu... you may say I'm a dreamer... but I'm not the only one... 𐄂*