

## O Google promove o Brasil

| 07.08.2008

*O país apresenta maior crescimento entre todas as filiais — e Alexandre Hohagen, presidente do escritório daqui, vai ser o chefe da América Latina*

Alex Almeida/Folha Imagem



Alexandre Hohagen, diretor executivo para a América Latina

### Por Sérgio Teixeira Jr.

**EXAME** Cercado por senadores e sob o olhar atento dos jornalistas de todos os cantos do país, o presidente do Google Brasil, Alexandre Hohagen, assinou na manhã de 2 de julho um termo de compromisso com o Ministério Público Federal. O acordo foi celebrado em uma sessão da CPI da Pedofilia e, com ele, o gigante da internet pôs fim a mais de dois anos de queda-de-braço com a Justiça. Concordeu em estreitar a colaboração com os procuradores e a polícia e criou ferramentas para impedir a propagação de pornografia infantil e dificultar a ação de pedófilos no Orkut, de longe o site de maior audiência entre os brasileiros. A assinatura foi um marco no combate aos crimes de internet no país e na curta história do Google por aqui. Mas uma decisão mais importante, tomada pelo menos um mês antes, ainda estava guardada em segredo. Os executivos do Google insistem que os dois eventos não têm relação, mas o fato é que a notícia vai se tornar pública só agora, depois de superadas as pendengas judiciais: o Google Brasil vai ser promovido dentro da estrutura mundial da empresa.

Do México à Argentina, o escritório de São Paulo será responsável por todos os países da América Latina. O comando fica com Hohagen, que terá o cargo de diretor executivo da região e passa a ser o brasileiro em mais alta posição no Google no lado dos negócios — há outros em cargos mais importantes na área de engenharia. A mudança de status da operação brasileira deve-se aos resultados extraordinários obtidos por aqui. O escritório local deve fechar neste ano com faturamento de 500 milhões de dólares, de acordo com estimativas do mercado (o Google não divulga seu faturamento por país). É pouco diante dos cerca de 16 bilhões de receitas globais no ano passado, mas é muito quando se sabe que a empresa se estabeleceu aqui há apenas três anos e tem 200 funcionários. O Brasil também foi o país que apresentou maior crescimento entre todas as operações internacionais da companhia em 2007 e, neste ano, deve novamente ficar entre os líderes. No ranking de usuários de produtos, os brasileiros também ocupam posição de destaque. O país tem o segundo maior número de contas do serviço de e-mail Gmail e é o quarto em audiência no YouTube (veja quadro na pág. 106). Além, é claro, de essencialmente monopolizar o Orkut.

Mas as planilhas contam apenas parte da história. A atuação de Hohagen à frente da operação brasileira também chamou a atenção da alta direção do Google. Ele passou por 18 entrevistas e teve de ir à Califórnia duas vezes durante o processo de contratação. Ao que tudo indica, o rigor na escolha foi recompensado. "Muitos responsáveis pelas filiais locais concentram seus esforços nas vendas, mas Alexandre faz muito mais que isso", disse a EXAME Sukhinder Singh Cassidy, responsável pelas áreas da Ásia-Pacífico e da América Latina e chefe direta de Hohagen. "Ele transita com facilidade pelos vários aspectos do negócio, como marketing, finanças e engenharia. É um modelo do tipo de pessoa que buscamos como chefe das operações internacionais." A idéia,

segundo Cassidy, é que Hohagen leve essa experiência para os outros escritórios da região: Buenos Aires, Santiago, Cidade do México e Bogotá.

A versatilidade é uma das marcas da carreira de Hohagen, um paulistano de 40 anos. Formado em jornalismo, ele começou trabalhando como assessor de imprensa, teve uma empresa especializada em gestão de crise e passou pela área de recursos humanos, sua porta de entrada para o mundo digital. Em 2000, assumiu a área de RH do portal e provedor de acesso UOL. Foi aí que Hohagen deu aquela que talvez seja a guinada mais importante de sua carreira. Durante a busca por um novo diretor para a área comercial do UOL, o próprio Hohagen se ofereceu para o cargo. "Eu disse ao Luís Frias (presidente do UOL) que tinha encontrado o candidato ideal: eu mesmo", diz Hohagen. Depois de um curto período nessa função, foi enviado a Miami, onde ajudou a criar a operação internacional do portal e, de volta ao Brasil, assumiu a área de comércio eletrônico da empresa. Àquela altura, a bolha da internet já havia estourado, e Hohagen viveu o difícil período pós-exuberância irracional. Para Pedro Cabral, fundador da Click, uma das maiores agências de publicidade do país, esse aprendizado foi fundamental para que Hohagen entendesse o mercado brasileiro de publicidade.

<b>Alexandre Hohagen,</b> diretor executivo para a América Latina
<b>Idade</b> 40 anos
<b>Formação</b> Jornalismo pela Fiam (SP), pós-graduação em gestão de recursos humanos pela Fundação Getúlio Vargas e MBA na Faculdade de Economia e Administração da USP
<b>Experiência profissional</b> Começou a carreira como assessor de imprensa da Dow Chemical e passou pela área de RH de ABN Amro e UOL. Antes de entrar para o Google, era diretor do canal pago HBO
<b>Família</b> Casado pela segunda vez, tem três filhas, de 1, 4 e 12 anos

O sistema do Google privilegia o auto-atendimento, ou seja, os anunciantes podem gerenciar suas campanhas sozinhos, mas o mercado brasileiro está acostumado com serviços mais personalizados. "Hohagen sempre soube trabalhar próximo das agências, o que é fundamental aqui", diz Cabral. Cassidy, sua superior, aponta outra inovação introduzida por ele: a criação de equipes verticais para prestar atendimento especializado aos diferentes setores da economia. "O Google Brasil está na dianteira na evolução de nossas forças de venda, tanto em nossos formatos tradicionais quanto em novas plataformas, como o YouTube", afirma Cassidy. Foi Hohagen quem sugeriu à rede varejista Magazine Luiza o uso do site como sistema de hospedagem para os vídeos da empresa. "Foi uma sugestão inovadora, mas não rendeu nem um centavo para o Google", diz Francisco Rodrigues, gerente de comércio eletrônico do Magazine Luiza. Essa idéia em particular pode não ter trazido receitas, mas o Brasil é o segundo país que mais vende publicidade no YouTube.

### Mercado sensível

Mas nenhuma venda feita por Hohagen pode ser comparada à que ele teve de fazer para os mais altos escalões do Google, em Mountain View, na crise das denúncias de pedofilia no Orkut. Durante um ano, ele ficou efetivamente distante do problema. O setor jurídico da empresa maneja a questão a distância, direto da sede, por intermédio de um escritório de advocacia brasileiro. Nada aconteceu — pelo contrário. O Google passou a ser visto como uma corporação arrogante e pouco disposta a seguir as leis brasileiras. Foi só quando Hohagen assumiu a condução do problema que o processo começou a andar, de acordo com Thiago Tavares, da Safenet, ONG que centraliza as denúncias de pedofilia na rede. Além de criar um departamento

jurídico local e trocar de escritório de advocacia, Hohagen passou na prática a atuar como um mediador entre as demandas do Ministério Público e os advogados da empresa.

<b>No primeiro time</b>
O excelente desempenho da operação brasileira do Google levou a fidal aqui a ganhar um novo status dentro da empresa. Confira alguns números:
O Brasil tem o 20 maior número de usuários do serviço de e-mail Gmail
No YouTube, o país é responsável pelo 20 maior faturamento e pela 4a maior audiência
O Brasil tem, de longe, a maior base de usuários do Orkut em todo o mundo: 29 milhões de cadastros
A operação brasileira do Google foi a 1a do mundo em crescimento de receitas no ano passado
O faturamento no país deve chegar a 500 milhões de dólares neste ano

O processo foi arrastado, e em mais de uma ocasião ele levou o problema a Eric Schmidt, presidente mundial do Google. Durante o período mais crítico, quando foi instituída a CPI da Pedofilia — que, na mídia, era tratada como uma CPI do Orkut —, Hohagen contratou o criminalista Márcio Thomaz Bastos. Para o ex-ministro da Justiça, que foi vizinho da família de Hohagen quando ele ainda era um bebê de colo, a atuação do presidente do Google Brasil foi decisiva. “Ele conseguiu transmitir à matriz as peculiaridades do Brasil, as especificidades”, diz Bastos. Mas, em uma dessas ocasiões, o argumento foi radical. Hohagen deu um ultimato caso não houvesse acordo e ele tivesse de enfrentar um processo na Justiça. “Eu disse que não estava mais disposto a continuar como presidente do Google Brasil caso houvesse litígio”, diz Hohagen. Questionado se havia sido uma ameaça de demissão, ele sorri. “Não botei a faca no pescoço de ninguém. Eles poderiam me colocar em um cargo, ocupando outra função.”

Com a crise superada, Hohagen diz estar aliviado — afinal de contas, ele não somente conseguiu dobrar a matriz como saiu da crise com uma promoção. Seu escritório continua em São Paulo. Uma de suas primeiras atribuições será contratar um sucessor no mercado. O processo já começou, mas o nome ainda não foi definido. E o Orkut não vai desaparecer de sua vida. Mas, agora, será por um bom motivo. Depois de o serviço passar anos como um produto de segunda linha no portfólio da matriz, o Google decidiu trazer para o Brasil toda a administração da rede de relacionamentos. Todas as decisões sobre o Orkut serão tomadas aqui, e o desenvolvimento de novas funções vai ficar a cargo da equipe de 50 engenheiros que trabalha em Belo Horizonte. Será um dos raros casos em que um produto Google é todo administrado longe da sede. A decisão era quase óbvia, afinal de contas mais da metade dos usuários do Orkut está aqui. Mas ela certamente vai entrar na longa lista de conquistas do Google Brasil.