Recuperação do Yahoo depende de tecnologia

Decisões iniciais da nova presidente indicam plano ambicioso criado para revitalizar sistemas envelhecidos, mas que ainda podem atrair forte tráfego para a companhia

Nadia Damouni e Alexei Oreskovic
redacao@brasileconomico.com.br

David Paul Morris/Bloomberg

No comando do Yahoo, Marissa Mayer tem redirecionado a empresa de volta às raízes tecnológicas

Marissa Mayer, que conquistou sua reputação por agir de maneira decidida e trabalhar com intensidade em seus 13 anos de Google, dedicou seus primeiros meses no posto de presidente-executiva do Yahoo a discretamente direcionar a empresa de volta às suas raízes tecnológicas.

Há muito tempo dividido entre adotar o conteúdo ou as ferramentas e a tecnologia como principal prioridade, o Yahoo, na gestão Mayer, está optando firmemente pela segunda escolha, de acordo com fontes de dentro e de fora da companhia.

Suas contratações, as aquisições que está estudando e outras decisões iniciais oferecem o vislumbre de um plano ambicioso de recuperação que toma por base a tecnologia e foi criado para revitalizar sistemas envelhecidos mas que ainda atraem forte tráfego para a companhia, como Yahoo Mail, Yahoo Finance e Yahoo Sports.

O Yahoo foi criticado por permitir a estagnação desses sites — que continuam a ter hoje a aparência que tinham cinco anos atrás e não oferecem atrativos que convençam as pessoas a dedicar mais tempo a eles.

Mayer, de 37 anos, quer tornar as propriedades do Yahoo muito mais interativas, em computadores pessoais e aparelhos móveis, usando ferramentas de mídia social para personalizar a experiência do usuário e novas tecnologias que estimulem as vendas de publicidade.

O foco de seu trabalho precedente, em design para o usuário, deve resultar em páginas mais simples e menos carregadas para o serviço de e-mail e a página inicial do Yahoo, disse uma fonte.

O Yahoo não quis se pronunciar para esta reportagem. Mayer, que deu a luz ao seu primeiro filho semanas atrás, revelará detalhes sobre seu plano de recuperação quando o Yahoo anunciar seus resultados.

O foco em tecnologia adotado por Mayer reverte o curso estabelecido por seus predecessores, que se concentraram em acordos envolvendo conteúdo, como os que deram destaque ao conteúdo da ABC News, parte do grupo Disney, ou à CNBC nas páginas de seu site.

A revisão de Mayer, que assumiu o comando da empresa em julho, envolve inclusive um possível corte nos rendimentos dos acionistas. A executiva deixou bem claro aos funcionários do Yahoo que o produto virá em primeiro lugar. A renda da companhia aumentou com a venda da metade de sua participação no grupo chinês de comércio on-line Alibaba. ■ **Com Reuters**

Reprodução deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 23 out. 2012, Primeiro Caderno, p. 22.