



*Colecție coordonată de*  
**Iustina Croitoru**

**Leslie Oren** este unul dintre publiciștii de top de la Hollywood, omul din spatele atâtor nume celebre, care-și datorează imaginea în mass-media aptitudinilor ei. După ce a fost o vreme șefa departamentului de publicitate de la Warner Bros?. Telepictures Productions, unde a lansat serialul distins cu Premiul Emmy *Ellen DeGeneris Show* și a supervizat producții arhicunoscute precum *The Bachelor*, autoarea se mută la Fox Television Studios, unde ocupă postul de senior vice president al aceluiași departament. Aici se ocupă de promovarea unor seriale și emisiuni celebre atât în America, cât și peste Ocean, cum ar fi *The Shield*, *The Riches*, *Burn Notice*, *Saving Grace*, *Girls Next Door*. **Ne vedem pe net! Ghidul unei publiciste de la Hollywood pentru reușita întâlnirilor online** (*Fine, I'll Go Online! The Hollywood Publicist's Guide to Successful Internet Dating*, 2007) este prima ei carte, care s-a bucurat de mare succes încă de la apariție. Leslie Oren locuiește în Los Angeles.

Leslie Oren

# Ne vedem pe net!

Ghidul unei publiciste de la  
Hollywood pentru reușita  
întâlnirilor online

Traducere din engleză de  
ANA DRAGOMIRESCU

HUMANITAS  
*fiction*

Le dedic această carte minunatelor femei din  
viața mea. Singure și căsătorite, ele sunt  
conduse de pasiune, țeluri și suflet. Și...

Mamei mele, cea mai bună și mai puternică  
femeie pe care o cunosc.

Fratelui meu, exact soțul și tatăl pe care am fi  
toate norocoase dacă l-am găsi.

Tatălui meu: spiritul, dragostea și sprijinul  
tău sunt mereu cu mine.

## Prefață

Eram în biroul meu când am primit un telefon de la o prietenă reporter.

— Am dat numele și numărul tău cuiva, mi-a spus. E o prietenă din New York care s-a mutat aici acum câteva luni. O cheamă Jill, e o fată nemaipomenită, avocată la NBC. Dar nu cunoaște prea multă lume aici și și-a dat întâlniri online. Cică nu merge prea bine, așa că i-am spus să te sune pe tine. I-am zis că ești expertă în întâlniri online și ai putea să-i dai niște sfaturi.

— Glumești? am făcut eu. Una e să-mi ajut prietenele, dar să dau sfaturi despre întâlniri pe net unor oameni pe care nici nu-i cunosc?

La care buna și poate chiar clarvăzătoarea mea prietenă mi-a răspuns:

— Zău așa! Trebuie s-ajuti! Femeile singure trebuie să se-ajute una pe alta. În plus, dacă iese bine, ai putea scrie o carte.

E adevărat, de ceva vreme avusesem parte de un număr neobișnuit de mare de întâlniri online

reușite, spre deosebire de prietenele mele singure care avuseseră numai ghinioane. Mă rog, încă nu eram în al nouălea cer și pornită să-mi trezesc rudele de pe Coasta de Est cu un telefon isteric cum că tocmai mi-am găsit viitorul soț, dar era clar că ceva se întâmpla.

Am avut multe discuții „dimineața de după“ despre asta, cu prietenele care recunoșteau cu amabilitate (și un pic de invidie) că aveam un noroc incredibil – și un talent nemaipomenit de a-i alege pe cei buni și a-i îndepărta pe cei nași. Toate aceste discuții despre așa-zisul noroc îmi umblau prin minte peste tot, de la duș la banda de alergat și chiar și în mașină. Apoi într-o zi, la job, în toiul lansării unui proiect, m-a trăs-nit. Jobul! Nu știu cum de nu mă gândisem la asta până atunci. Jobul meu reprezenta un mare avantaj pentru întâlnirile online. Deci sunt oare psiholog? Manechin? Patronul unui site de dating? Nu. Mult mai bine.

Sunt publicist la Hollywood.

Dacă acum, când citești asta, te scarpini în cap sau arăți ca un cățel care se uită la TV (știi tu, cu capul înclinat într-o parte și o privire nedumerită), am să îți explic ce face un publicist la Hollywood.

Noi ne ocupăm de imaginea vedetelor. Filmele lor. Emisiunile lor. CD-urile lor. Site-urile lor. Personalitatea lor. Noi suntem cei care le trimitem în locurile unde le vedeți voi zi de zi – la televizor, la radio, în ziare, pe net. Coperta

revistei *People*? Unul dintre noi a făcut asta. *Access Hollywood, Extra, Entertainment Tonight*? Tot noi am dat lovitura. Chiar și articolul din ziarul local în care poți citi despre o nouă emisiune sau despre un nou film sau despre cine e cu exactitate noul sex-simbol – cel mai probabil un publicist de la Hollywood l-a scris.

Deci cum procedăm de fapt? Și ce legătură poate avea cu întâlnirile online?

Ca să explic cât mai simplu, licităm. Apoi licităm iar. Ne adresăm mass-mediei cu entuziasm și cu un mesaj clar și succint despre ceea ce-o face pe vedeta noastră să fie deosebită, chiar unică, și de ce el sau ea merită să apară în cel mai popular talk-show, la știri sau pe o copertă. Uneori, în schimb, cercetăm ofertele primite în același scop.

Adesea refuzăm oferte. Sau nu acceptăm imediat. Mai așteptăm ca să putem analiza mai bine o situație, să fim siguri că e potrivită pentru vedeta noastră sau pentru proiectele noastre la momentul respectiv. Uneori avem o ofertă mai bună – sau vrem ca o revistă sau o emisiune să creadă că avem. Orice-ar fi, în tot acest proces încercăm mereu să identificăm potențiale detalii negative sau motivații ascunse.

Tot n-are legătură cu întâlnirile online?

Ca publiciști, încurajăm și ajutăm vedetele să vorbească despre ultimul lor film, ultima emisiune sau alt proiect într-un mod convingător și accesibil publicului – suficient ca să-l incite și să vrea să deschidă televizorul sau să cumpere

bilete. Și, desigur, facem mari eforturi, lucrând cu oameni cu experiență, să le ajutăm pe vedetele noastre să arate cât mai bine posibil – atât în fotografii, cât și pe covorul roșu.

Pentru a intra puțin în culise, treaba publicistului de la Hollywood e să facă vedetele să pară interesante, provocatoare, sociabile, într-un cuvânt încântătoare. Dar în același timp trebuie să le ferim de publicitatea negativă, critici nedorite sau mai rău – saturarea publicului.

Pe scurt, misiunea publicistului de la Hollywood e să *orchestreză prezentarea personală*, care este în același timp și secretul întâlnirilor online.

Ca și viața profesională și amoroasă, industria divertismentului e incredibil de competitivă. Dacă nu știi să ieși din mulțime, adevărata calitate, măiestrie și inspirație ale unui film, ale unei cărți sau ale unei emisiuni nu vor fi cunoscute. Nu contează cât de grozave sunt povestea sau mesajul lor, dacă nu află nimeni despre ele. Dacă nu i-ai captat atenția publicului, acesta nu se poate identifica cu ele și nici reacționa la ele. Exact așa se întâmplă cu întâlnirile online.

**Fie că ai 18 sau 80 de ani, nu contează ce femeie nemaipomenită ești, dacă bărbații care merită nu te văd online.**

Prin „te văd“ vreau să spun un crâmpei din *prezentarea ta personală unică*. Fie că ești simpatcă, plăcută, dulcică, fermecătoare, inteligentă,



îndrăzneată, sexy, cu picioarele pe pământ, sportivă, stilată, ambițioasă, deschisă, pasională, feminină sau mai știu eu cum, ceva trebuie să transpară și să atragă bărbații de calitate care sunt online, spunându-le ceva despre cum ești tu de fapt și ce te face deosebită. În același timp, asta e valabil și pentru ei.

Mi-a trecut prin minte că poate am avut un asemenea „noroc“ cu întâlnirile online fiindcă abilitățile și intuiția dobândite ca publicist începeau să se manifeste și în viața mea personală – în acest caz, dându-mi un avantaj în lumea feroce și ambițioasă a întâlnirilor online.

Mă străduisem să pun teoria în practică, cu mine și câteva prietene bune drept cobai. Rescriesem profiluri, făcusem și alesesem fotografii și mă asiguraseam că e-mailurile nu sunt nici prea lungi, nici prea scurte, nici prea plicticoase, nici prea provocatoare. Apoi, cu acel telefon de la prietena mea, am avut mare noroc – ocazia de a testa totul pe o persoană necunoscută.

M-am întâlnit cu Jill într-o seară la cină și am găsit o mulțime de lucruri și de persoane cunoscute din „domeniu“ despre care să vorbim. La desert am trecut la treabă. Era foarte curajoasă și sinceră, spunându-mi despre bărbații care o contactaseră online și despre cum reacționase ea. Am studiat bărbații care îi plăceau ei și am vorbit despre cum i-ar putea aborda ea. În cele din urmă, am desființat profilul ei – plus indicații

pentru noi fotografii – și l-am refăcut bucată cu bucată: nou și îmbunătățit, dar tot real.

După asta ne-am luat rămas-bun și eu m-am întors la ale mele. După o lună, am primit un e-mail de la ea.

„Vreau să-ți mulțumesc că ne-am întâlnit și că m-ai ajutat. M-am gândit că ai vrea să știi că am procedat cum am vorbit și că lucrurile au mers foarte bine pentru mine. Ți mulțumesc mult!“

Așa am ajuns la concluzia că teoria mea e corectă. Jobul meu ca publicist la Hollywood chiar e pregătirea perfectă pentru întâlnirile online. Gândiți-vă. Vând, licitez și răspund la oferte. Mă ocup de ședințele foto ale vedetelor și scriu „loglines“ incitante (codul din industria divertismentului pentru „o frază care rezumă toată povestea“), sinopsisuri și biografii. Ajut la crearea imaginii pe care publicul o găsește interesantă și atrăgătoare. Fac strategia momentului ideal pentru publicarea unei anume informații – sau păstrarea ei – pentru a fi cât mai utilă și folosită pentru impact maxim.

Jobul meu e să prezint clienții în lumina cea mai favorabilă, protejându-i în același timp de intențiile ascunse care pot compromite succesul. Și să fac totul să pară spontan, fără efort și distractiv.

Acum voi face același lucru și pentru tine.