Uma corrida contra o tempo

Carla Falcão
do Rio

Convergência de serviços, disputas por clientes mais rentáveis, necessidade constante de investimentos em modernização, busca incessante por novas fontes de receita. Os desafios enfrentados pelos *players* do setor de telecomunicações no Brasil são muitos e o tempo para ultrapassar tantos obstáculos, escasso. Mais de cinco anos depois da privatização das empresas brasileiras de telecom, o setor ainda está longe de concluir seu processo de acomodação. O aumento da competição entre empresas, que hoje não se limita mais ao segmento de atuação — fixas, móveis, provedores de acesso à internet e operadoras de TV a cabo brigam pelos mesmos clientes —, demonstra que este mercado ainda reserva muitas surpresas.

Ocupando a quinta colocação no ranking dos países com maior número de telefones, atrás somente da China, Estados Unidos, Japão e Alemanha, segundo dados da União Internacional de Telecomunicações (UIT), o Brasil destaca-se entre os mercados de telecom mais ágeis do mundo. Prova disso, é a rapidez com que estão se formando grandes conglomerados na área. Empresas dos mais diferentes segmentos estão se juntando, fincando suas bases nos mais variados nichos de mercado dentro do setor de telecomunicações. O conceito americano do *triple play* – voz, tv a cabo e Internet de banda larga em uma única empresa –, por exemplo, é apenas uma das possibilidades oferecidas por uma tendência muito mais abrangente: a convergência de serviços.

Em todo o mundo, as operadoras de telecom, sejam elas fixas, móveis, empresas de tv a cabo ou provedoras de acesso à internet, estão se concentrando em estabelecer negócios que visam reter clientes através de uma oferta múltipla de conteúdo. Os *players* do setor enfrentam agora uma corrida para oferecer as mais completas grades de programação a seus clientes.

Na opinião do presidente da AG Telecom e membro do Conselho de Administração da Telemar, Otávio Azevedo, o que se disputa hoje é o tempo que o cliente gasta utilizando os serviços das operadoras. "Independentemente da modalidade de acesso do

55248**136793# 0214##791632

usuário, as companhias procuram oferecer o máximo de informação, entretenimento e produtos de apoio aos negócios de seus clientes, de forma que eles fiquem o maior tempo possível usando a maior quantidade de serviços. Para isso é preciso agilidade e preço, além de um enorme leque de serviços", avalia Azevedo, que somente no ano passado participou de quatro seminários sobre o tema convergência na Europa e nos Estados Unidos.

Segundo ele, o dinheiro está mudando de mãos na cadeia de valor da prestação de serviços de telecom. Quem tiver maior "audiência", concentrará maior receita, adverte, sinalizando que as operadoras fixas estarão condenadas se não entenderem que devem se adaptar à nova distribuição de recursos pela cadeia de negócios do setor.

Um bom exemplo é o crescimento da utilização da plataforma do VoIP — ou, voz sobre IP, tecnologia que permite a realização, pela internet, de ligações telefônicas, inclusive as de longa distância, pelo preço de chamadas locais. "Não dá para ficar fora desse serviço. Por outro lado, como oferecê-lo sem canibalizar o fixo? Uma saída é oferecer antes o serviço de banda larga e, só então, tornar disponível a opção de chamadas usando o VoIP", aposta Azevedo.

Crescimento em alta velocidade — No que se refere a resultados operacionais, as fixas, ao menos por enquanto, não têm tido razões para reclamar. Em 2004, à exceção da Embratel, as principais operadoras do segmento apresentaram balanços invejáveis. Com faturamento bruto de R$ 18,4 bilhões, a Telesp Fixa fechou o ano com lucro líquido de R$ 2,2 bilhões. Já a Telemar faturou R$ 22 bilhões, com lucro líquido de R$ 751 milhões. E, mesmo pressionada pelos altos investimentos na recém-lançada operação móvel, a Brasil Telecom registrou receita bruta de R$ 12,7 bilhões, com lucro líquido de R$ 252 milhões.

E, se as projeções se confirmarem, 2005 será um ano ainda mais favorável. Analista de telecom do banco Banif Primus, Roger Oey prevê resultados significativamente melhores para as empresas. Ele estima que Telemar e

48**136793# 0214##7916325*013



Fusões e aquisições à vista

Ao colocar à venda as operadoras móveis Telemig Celular e Tele Norte Celular — decisão suspensa, por ora, na Justiça pelo Citibank —, o Opportunity trouxe à tona especulações de que o setor de telecomunicações estaria prestes a ingressar em um novo e conturbado processo de consolidação via fusões e aquisições. Não descartada pelo mercado, a consolidação deve antes passar pela solução dos conflitos entre os sócios da Brasil Telecom: Telecom Itália, Citibank, fundos de pensão e o próprio Opportunity.

Na opinião da analista do setor de telecom da área de *research* do BES, Luciana Leocadio, não será nenhuma surpresa para o mercado se o Citibank e os fundos de pensão, controladores da Brasil Telecom, colocarem a empresa à venda até o final do ano. Os sócios não são *players* do setor de telecom e é natural que eles desfaçam suas posições no médio prazo, especula a analista.

Brasil Telecom praticamente dobrem seu lucro líquido este ano e que a Embratel consiga reduzir seu prejuízo (ver tabela).

Em meio a números tão favoráveis, chama a atenção do mercado a migração do tráfego de voz das fixas para a rede móvel, movimento que se deve à expansão da rede celular. Somado a isso, o fato de que a base de assinantes está praticamente estagnada há três anos, tem levado os *players* do segmento fixo a buscarem novas fontes de receita. Entre as novas possibilidades, um dos principais destaques é a internet de alta velocidade, ou, simplesmente, o serviço de banda larga.

Em 2000, o tráfego total das redes fixas era de 240 minutos mensais por linha e 19% representavam chamadas de fixo para móvel. Em 2003, o tráfego caiu para 178 minutos mensais por linha e a participação das ligações de fixo para móvel subiu para 25%. "Os números retratam o aumento da concorrência pelo serviço de voz entre fixas e móveis, tendência que tem levado as empresas a apostarem em diferentes usos para suas redes", afirma José Fernandes Pauletti, presidente da Associação Brasileira de Prestadoras de Serviço Telefônico Fixo Comutado (Abrafix).

O analista de telecom da Agora Sênior Corretora, Eduardo Roche, lembra, ainda, que as fixas estão muito presas ao aumento das tarifas para gerar crescimento de receita; dependência que elas desejam reduzir. Por outro lado, diz Roche, as companhias nacionais têm a seu favor o fato de que a concorrência em banda larga é muito menor do que no mercado de dados corporativos, onde as teles têm que superar inúmeros concorrentes. Na internet de alta velocidade, as concorrentes das fixas são, na sua maioria, de médio e pequeno portes. Para se ter uma idéia, as teles respondem por 85% do mercado de banda larga. Ao contrário do que acontece nos Estados Unidos, as TVs a cabo no Brasil não são grandes concorrentes nos serviços de internet rápida.

Por enquanto, a receita gerada por esse mercado ainda é muito pequena. No grupo Telemar, por exemplo, a banda larga mal chega a 3% da receita total do grupo. Mas, um levantamento revela que todas as operadoras fixas projetam para este ano um crescimento que varia de 50% a 100% para a base de clientes de banda larga. A Brasil Telecom, por exemplo, espera atingir 1 milhão de clientes ADSL até o final do ano, praticamente dobrando a base divulgada no final de 2004. Já a Telesp (do grupo Telefónica), que controla o Speedy, encerrou 2004 com pouco mais de 825 mil clientes e a meta para este ano é de 1,25 milhão , número que, consolidado, representará um crescimento de 51% sobre o ano passado. Para tanto, a Telefónica Brasil prometeu investir R$ 1,7 bilhão na operação fixa somente este ano.

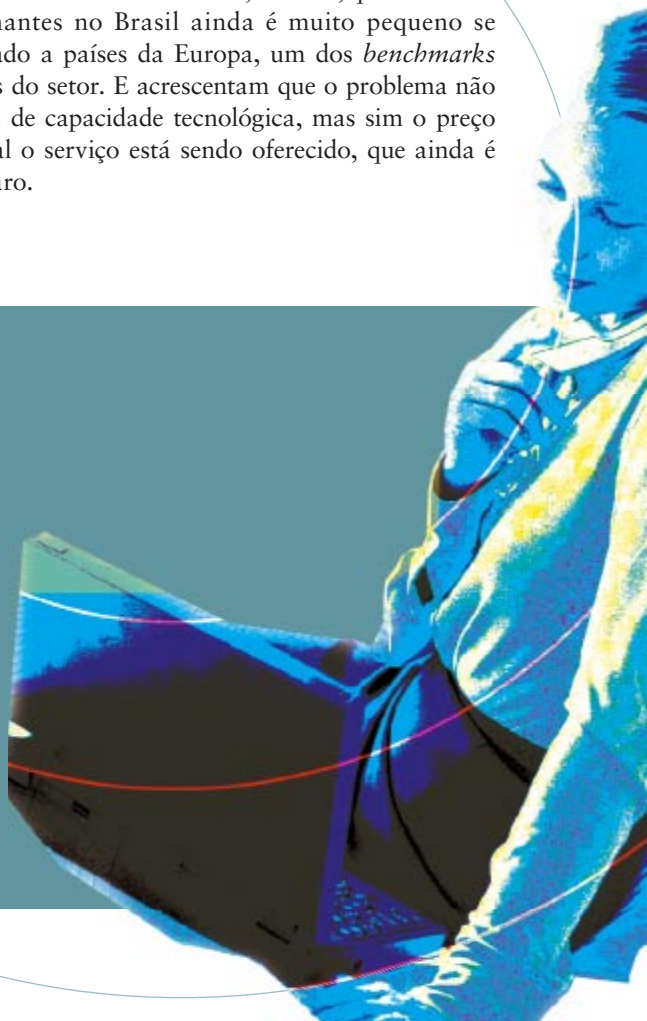
Para a analista de telecom da área de *research* do Banco Espírito Santo (BES), Luciana Leocadio, o ADSL é uma ótima plataforma para oferecer novos serviços no futuro, como voz sobre IP. "Uma vez que as operadoras devem perder receita com o serviço tradicional de voz, é fundamental substituir essa fonte por outro serviço", resume.

Os mais cautelosos lembram, todavia, que o número de assinantes no Brasil ainda é muito pequeno se comparado a países da Europa, um dos *benchmarks* favoritos do setor. E acrescentam que o problema não é a falta de capacidade tecnológica, mas sim o preço pelo qual o serviço está sendo oferecido, que ainda é muito caro.

Indicadores de mercado

	Penetração (%)				Linhas em serviço (mil)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
Telefonia fixa								
Brasil	18,2	21,7	22,3	22,3	30.900	37.400	38.800	38.900
Espanha	42,2	42,6	42,2	41,6	17.104	17.531	17.641	17.759
Portugal	43,0	43,0	43,2	42,0	4.303	4.301	4.143	4.060
Argentina	23,0	23,7	22,2	22,1	7.894	8.131	7.709	7.746
Chile	21,6	22,4	22,1	20,5	3.388	3.478	3.467	3.252
Peru	6,2	5,9	6,2	6,7	1.617	1.570	1.656	1.839
Telefonia celular								
Brasil	13,6	16,7	20,1	26,4	23.200	28.800	34.900	46.400
Espanha	59,9	72,1	80,1	87,2	24.265	29.656	33.531	37.220
Portugal	65,1	77,2	82,5	89,9	6.665	7.978	8.529	9.351
Argentina	17,8	19,0	17,7	20,9	6.600	7.030	6.567	7.842
Chile	22,2	34,0	41,1	47,4	3.402	5.272	6.446	7.520
Peru	5,3	6,5	8,6	10,7	1.340	1.793	2.307	2.930

Fonte: Espírito Santo Research.



A disputa pelas tarifas

55248**136793# 0214##

Uma questão que as fixas precisam — e querem — solucionar o quanto antes é a disputa com as móveis pelas tarifas de interconexão. Hoje, a tarifa VU-M — paga pela fixa à móvel por uma chamada originada em aparelho fixo que tem como destino um celular — representa cerca de 50% da receita das móveis e 30% do custo das fixas, o que explica por que o acerto de tarifas é prioridade para essas últimas.

Obviamente, a negociação é das mais complicadas, uma vez que ambos os lados têm argumentos bastante convincentes. A avaliação das fixas é que, se as partes chegarem a um acordo agora, a questão só deverá ser completamente solucionada daqui a três anos. O cálculo pode ser explicado pela dependência que as celulares têm em relação a essa fonte de receita. Em nenhum lugar do mundo, argumentam as fixas, as móveis são tão dependentes da tarifa de interconexão. Na Europa, de cada R$ 100 de receita integral de uma chamada de fixo para móvel, 35% ficam para as fixas e 65% para as celulares. No Brasil, essa proporção é de 15% para 85%. Por essa razão, a solução não pode exigir uma adequação imediata ao padrão mundial, sob o risco de se comprometer a saúde financeira das móveis.

"Como as móveis surgiram depois e havia um interesse em fazê-las crescer, optou-se por essa fórmula. Foi essa receita que permitiu às celulares a concessão de subsídios para aparelhos e também a criação e expansão do mercado de telefones pré-pagos. Por isso, é preciso que as operadoras móveis cortem grande parte dos subsídios que oferecem antes que a tarifa de interconexão seja reduzida aos patamares mundiais", pondera Pauletti, da Abrafix.

A verdade, avalia os analistas do setor, é que as móveis mais jovens, ou, novas entrantes, no jargão do mercado, — que dependem muito dos pré-pagos —, serão as mais prejudicadas pela mudança no sistema das tarifas. Para o analista Eduardo Roche, da Agora, a discussão em torno das tarifas de interconexão móvel será o principal fator de atenção na indústria no curto prazo. Mas, ao contrário da grande maioria, Roche duvida muito que a tarifa sofra uma redução no curto prazo como desejam as fixas.

"A recomposição das margens das fixas pode ser feita através do aumento da tarifa de público, o que incluiria as chamadas VC (o que a fixa cobra de seu cliente quando ele liga para um celular)", lembrando ainda que o reajuste já poderia ter sido feito desde fevereiro, conforme os contratos das operadoras prevêem.

Presidente da BrT GSM, Ricardo Sacramento é ferrenho defensor de um acordo entre as fixas e as móveis sem que haja interferência da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). "Nós, que temos poder de decisão no setor, deveríamos buscar um denominador comum e evitar delegar a terceiros a responsabilidade de solucionar essa disputa. Acho perigoso deixar que outros, por mais competentes que sejam, pensem em uma solução", dispara. Sacramento se declara, entretanto, otimista quanto à possibilidade de as operadoras solucionarem a pendenga. "O que esperamos é que haja um aumento da tarifa para o público de 9,71%", ratificando as apostas dos analistas do setor.

Chegar a um acordo sem a ajuda de um árbitro parece pouco provável, entretanto. Não bastasse a polêmica discussão entre fixas e móveis, há ainda divergências entre as fixas. Embratel e Intelig, por exemplo, adotaram postura mais radical que suas companheiras ao exigir uma redução imediata de 15% do valor da tarifa, revelam fontes do setor. (C.F.)



Resultados das operadoras de telefonia fixa (em R$)

	Resultados em 2004	Projeções para 2005*
TELESP FIXA		
Faturamento bruto	18,4 bilhões	–
Faturamento líquido	13,3 bilhões	–
Lucro líquido	2,2 bilhões	–
BRASIL TELECOM		
Faturamento bruto	12,7 bilhões	15,1 bilhões
Faturamento líquido	9,1 bilhões	10,8 bilhões
Lucro líquido	252 milhões	428 milhões
TELEMAR		
Faturamento bruto	22 bilhões	24,4 bilhões
Faturamento líquido	15,8 bilhões	17,4 bilhões
Lucro líquido	751milhões	1,5 bilhão
EMBRATEL		
Faturamento bruto	9,7 bilhões	9,4 bilhões
Faturamento líquido	7,3 bilhões	7,1 bilhões
Prejuízo líquido	339,3 milhões	119 milhões

*Fonte: Banco Banif Primus.

5248**136793# 0214##7916325*013

Expansão da base móvel

Longe de sofrer com a estagnação da base de clientes, a exemplo do que acontece com as fixas, as operadoras móveis ainda demonstram fôlego para crescer. Em 2004, o número de celulares no Brasil aumentou 41,5%. Foram adicionados 19,2 milhões de novos clientes à base de celulares, atingindo um total de 65,6 milhões. O crescimento apurado no país foi um dos maiores do mundo, tendo sido superado somente pela Rússia, que cresceu 104% no ano passado. Segundo projeções do *site* especializado em telecomunicações Teleco, o Brasil terminará 2005 com 88,5 milhões de celulares e uma densidade de 48 celulares por 100 habitantes (considerando-se a população estimada pelo IBGE em 2004).

O mercado ainda projeta para este ano um forte crescimento da base móvel, sem sinais de redução da expansão do mercado de telefonia celular. Entretanto, acredita-se que o segmento possa sofrer um desaquecimento no segundo semestre deste ano, já que as operadoras podem começar a focar subsídios nos clientes pós-pagos de forma a aumentar a barreira de entrada para o pré-pago, que foi responsável por mais de 90% das adições líquidas em 2004. De acordo com a Anatel, o Brasil encerrou janeiro ultimo com 66,6 milhões de celulares, sendo 80% no regime do pré-pago.

Presidente da mais nova operadora móvel do país, a BrT GSM, Ricardo Sacramento está mais do que otimista em relação à conquista de clientes. "Sem nenhuma dúvida, fecharemos o primeiro semestre deste ano com um milhão de assinantes. Até o final de 2005, teremos 1,7 milhão de clientes, o que representa um *market share* de 8%. Somos o maior *case* de sucesso do mundo quando se trata de uma quarta entrante no mercado de telefonia", diz Sacramento, revelando, inclusive, que existe uma tendência muito forte dentro da BrT GSM de revisão, para cima, das projeções de crescimento.

E como a convergência de serviços é hoje receita básica para a sobrevivência dos grupos de telecom, a Brasil Telecom tampouco ficou alheia a essa tendência que já vem sendo observada em mercados mais maduros. Presente em nove estados brasileiros, com 19 milhões de clientes na rede fixa, o grupo trabalha agora para ampliar a receita média por assinante através da prestação dos mais variados serviços. Única empresa da América Latina a fazer parte da Fix Mobile Convergente Alliance (FMCA), grupo formado por seis operadoras de países diferentes que realizam pesquisas para a convergência de serviços, a BrT GSM deve lançar até julho o primeiro aparelho convergente. A novidade permitirá a transformação de celulares em fixos assim que o cliente chegar em sua casa ou local de trabalho.

A BrT GSM não é, todavia, a única a investir em novos serviços. Presidente da Oi, Luiz Eduardo Falco aposta no trio "voz, dados e entretenimento", independentemente da forma como esses produtos vão chegar ao consumidor. "Pouco importa a tecnologia ou a plataforma a ser utilizada. O importante é ter conveniência e preços atraentes", resume.

Falco acredita ainda que a segmentação de mercado será fundamental para a sobrevivência das operadoras, sejam elas fixas ou móveis. Para ele, as teles devem estar prontas para atender todas as necessidades de seus clientes no que diz respeito às comunicações. Ele cita produtos como as informações bancárias, lançadas pela Oi há mais de um ano e que hoje respondem por 7% a 9% da receita total da operadora. "A expectativa é de que esse percentual chegue a 20% no médio prazo. Este ano devemos lançar, pelo menos, mais dez novos serviços", afirma Falco.

Principal *player* do segmento móvel, a Vivo, por sua vez, tem investido muito em conteúdo, seja em vídeo ou em música. Gerente de novos serviços da Vivo, Alex Jucius revela que a receita líquida dos novos serviços está hoje próxima dos 4%. Mas, o objetivo, acrescenta o executivo, é chegar a um percentual de dois dígitos em breve. Para Jucius, é natural que as móveis busquem outros serviços que não os de voz, já que essa busca por novidades representa um diferencial para os clientes.

Jucius diz que a meta da Vivo é repetir o desempenho de 2004, quando foram lançados dez novos serviços de referência. "Os acionistas da companhia deixaram bem claro, em reunião no final do ano passado que o desenvolvimento de inovações é uma das prioridades para 2005", enfatiza o executivo. (C.F.)

14##791632

O impasse dos fornecedores

Se as operadoras do setor de telecom vivem hoje uma corrida por novidades capazes de reter seus clientes, os fornecedores de produtos e serviços enfrentam dilema parecido ou, até mesmo, pior. Afinal, é imprescindível apresentar não só inovações como também formas de adaptá-las ao mercado brasileiro. Embora as telecomunicações no Brasil estejam bastante desenvolvidas, o país ainda não apresentou um crescimento sustentável por tempo suficiente para gerar um aumento significativo da receita média por usuário. Em outras palavras, à exceção dos clientes que representam maior valor agregado para as companhias, o brasileiro não dispõe, em média, de muitos recursos para gastar com novos (e, muitas vezes, caros) produtos e serviços de telecom.

Presidente da Nokia Brasil, Fernando Terni acredita que, mantidas as atuais condições, dificilmente ocorrerá um aumento da penetração de celulares no país, que hoje é de pouco menos de 40%. O executivo refere-se à taxação dos serviços de telecom, que chega a 40%. "Diante de uma carga tributária tão elevada, as operadoras devem, mais cedo ou mais tarde, retirar subsídios, o que reduzirá o acesso de consumidores de baixa renda. Estamos muito próximos de uma saturação do mercado", alerta. Terni acrescenta que, na melhor das hipóteses, o desempenho do segmento de telefonia móvel, no que diz respeito à conquista de novos clientes, será igual ao do ano passado.

Se o futuro parece incerto, o presente ao menos reserva boas oportunidades. Uma delas é a reposição de aparelhos, movimento que geralmente fica em torno de 20% da base de usuários de celulares. Considerando-se que foram adicionados 20 milhões de novos clientes ao mercado, em 2004, quando se atingiu o patamar de 65,5 milhões de assinantes, a expectativa é de que 15 milhões de pessoas troquem seus celulares este ano.

Vale ressaltar que 2004 foi um ano generoso com os fornecedores de equipamentos e serviços para as teles, em especial para as celulares. Com a migração das redes móveis para novas tecnologias — caso da Claro, que migrou para GSM — foram feitos pesados investimentos em redes e troca de aparelhos. Maior *player* do segmento, a Vivo investiu, no ano passado,



48**136793# 0214##7916325*013

R$ 2 bilhões na modernização de sua rede. Já a TIM Participações realizou um aporte de R$ 560 milhões. E a expectativa é de que as empresas mantenham, este ano, seus investimentos no mesmo patamar.

As fixas, por sua vez, prometem gastar grandes somas este ano, já que precisam investir nas metas de universalização que devem ser cumpridas até 2006. A Telemar anunciou, para 2005, investimentos da ordem de R$ 2,5 bilhões, contra os R$ 2 bilhões disponíveis no ano passado. A Telefónica também elevou o volume de recursos disponíveis para investir — o que inclui as metas de universalização — de R$ 1 bilhão, em 2004, para R$ 1,7 bilhão. A Brasil Telecom não divulgou números, mas a avaliação do mercado é de que a empresa disponha de R$ 1,8 bilhão para gastar este ano.

Diante de tal cenário, a Siemens, uma das maiores fornecedoras do setor de telecom presentes no país, anunciou, para 2005, investimentos de R$ 230 milhões no aumento da capacidade produtiva de infra-estrutura fixa, móvel e corporativa e de terminais. A empresa também focará no aumento das exportações e da oferta de serviços agregados. Para tanto, a divisão de telecomunicações pretende gerar 500 empregos em 2005, um crescimento de 20%.

Entre os principais projetos a serem desenvolvidos pela Siemens este ano, destacam-se a expansão da rede da Telemar nas regiões Norte e Leste, conforme prevêem as metas de universalização; a implantação das redes da Claro, Oi e TIM, trabalho que já vem sendo desenvolvido; e o início da produção de *modens* de banda larga (ADSL) na fábrica de Manaus.

Já a Nokia, sob o comando de Fernando Terni, planeja lançar 40 novos celulares, mesmo número ofertado no ano passado. Na área de serviços, a empresa trouxe para o país o E-Refil, sistema de recarga de celulares pré-pagos que já funciona na Ásia. Com o E-Refil, comerciantes podem comprar minutos no atacado e vendê-los fracionados aos clientes de pré-pagos. "Uma loja que tenha que devolver um troco de seis ou sete reais, pode, por exemplo, pagar em forma de minutos. Este serviço já está sendo testado por algumas operadoras", conta Terni, sem revelar detalhes.

Presidente da Alcatel, Jônio Fergel espera que a companhia registre, este ano, crescimento superior a 15% ou 20%. Além das mudanças tecnológicas e regulatórias — que representam excelente oportunidade para os fornecedores — Fergel destaca o aumento dos investimentos por parte do setor corporativo. De acordo com ele, as grandes empresas voltaram a investir em soluções de comunicações especialmente moldadas para suas necessidades. Fergel demonstra preocupação, entretanto, com a guerra de preços que hoje toma conta do mercado.

"A concorrência está acirrada e os preços chegaram a cair entre 20% e 30% no ano passado, redução causada em grande parte pela estratégia predatória adotada pelas empresas chinesas que querem entrar no mercado brasileiro a todo custo. Por essa razão, não basta mais vender somente o equipamento. É fundamental, atualmente, desenvolver uma solução completa para o cliente", pondera.

Afora aparelhos, redes e equipamentos, há ainda uma demanda expressiva por serviços direcionada ao setor de telecom, o que tem levado companhias dos mais diversos setores a investir neste negócio. Caso da Universal Music, única gravadora a contar com uma área inteiramente voltada para a produção de conteúdo para celulares.

Criada há três anos, a Universal Mobile trabalha não só com o conteúdo da Universal Music, mas também com os conteúdos musicais de terceiros (selos locais e internacionais) e acordos de licenciamentos de imagens. São 90 pessoas no mundo selecionando e produzindo conteúdos, alguns com o apoio de empresas de tecnologia, responsáveis pela criação e desenvolvimento de novos produtos.

"Os celulares ultrapassaram a barreira de veículo de comunicação e traduzem, hoje, um estilo de vida para a maioria dos seus usuários. Com o avanço da tecnologia, os aparelhos servirão como computador pessoal, cartão de crédito, máquina fotográfica, aparelho de som e câmera de vídeo, transformando-se em provedores de entretenimento", prevê a *country manager* da Universal Mobile no Brasil, Márcia Elena Almeida.

Projeções de consultorias especializadas em tecnologia da informação, como a Jupiter Research, ajudam a compreender o interesse por essa atividade. A Jupiter prevê que o faturamento do mercado de música para equipamentos móveis cresça 39%, chegando aos US$ 5 bilhões este ano. Para 2009, a previsão é de que o aumento da popularidade de músicas para celulares gere uma receita de US$ 9,3 bilhões. Já os toques personalizados deverão movimentar US$ 4,8 bilhões, enquanto os *downloads full-track* (música completa no formato MP3) no celular responderão por US$ 1,8 bilhão.

"Considerando-se esses números, pode-se dizer que as gravadoras estão encarando a telefonia celular como um novo canal de distribuição de seu conteúdo e não apenas como um nicho a ser explorado", acredita Márcia. (C.F.)

55248**136793# 0214##791632