

## **Vendas pelo celular dão novo impulso ao mercado**

*Manuela Rahal e Gustavo Brigatto*

"O que eu vendo em dois meses na web, vendo em apenas um dia no celular", diz Fellipe Llerena, diretor executivo do iMúsica, empresa de conteúdo musical que integra a holding IdeaisNet e oferece 2 milhões de músicas.

O desempenho da empresa reflete com fidelidade o mercado de música digital no Brasil. Do total de R\$ 43,5 milhões vendidos pelo segmento em 2008, 78% vieram dos celulares, um crescimento de 82,4% em relação ao ano anterior. As compras pela internet também cresceram fortemente (68%), mas não o suficiente para evitar que os telefones móveis roubassem um pouco de seu mercado - a participação no bolo caiu de 24% para 22% em um ano.

O fato de o país ter quatro vezes mais linhas habilitadas na telefonia móvel do que pessoas com computador e acesso à internet em suas casas pode ser considerada a razão do desequilíbrio.

Para Rogerio Takayanagi, diretor de marketing da TIM, o celular tem potencial para representar mais de 80% do mercado de música digital no país. "As pessoas não querem pagar por esse conteúdo, mas dão valor a ele porque significa a personalização, suas lembranças etc.", diz. As operadoras são as grandes interessadas na expansão da música pelo celular para aumentar suas receitas com tráfego de dados.

Mas o potencial do mercado está chamando a atenção também da fabricante de celulares Nokia. No fim do mês passado, ela lançou no Brasil sua loja de música com 3 milhões de faixas. A iniciativa faz parte da estratégia da empresa de atrair os consumidores com a oferta de serviços atrelada à venda de telefones. Para Almir Narcizo, presidente da fabricante no Brasil, a iniciativa ajuda a reduzir o tamanho do mercado ilegal, que hoje pode ser de 50 a 100 vezes maior que o legal, em sua avaliação.

"É muito difícil concorrer com o grátis [páginas de download ilegal]. Além disso, os brasileiros demoraram para pegar a prática de comprar músicas on-line", diz Jan Field, diretor da UOL Megastore, a loja de música do portal que abriga 1 milhão de faixas nacionais e internacionais. O executivo afirma que em 2008 o crescimento do site foi igual ao de 2007.

O mesmo diagnóstico é feito por Beni Goldenberg, gerente do Sonora, braço de música do Terra, que tem um acervo semelhante ao do UOL. "Andamos de lado", diz. Segundo ele, uma reação aconteceu no segundo semestre, quando foi lançado um pacote de assinatura para download ilimitado por R\$ 14,90 por mês. "A base de assinantes cresceu 74%", diz.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 8, 9 e 10 maio 2009, Empresas & Tecnologia, p. B3.**