



O MONOPÓLIO DO AUDIOVISUAL: ESTRATÉGIAS ADOTADAS PELA THE WALT DISNEY COMPANY E WARNER BROS. DISCOVERY NA MANUTENÇÃO DE SEU PODER¹

Matheus Rocha da Silva²

¹ GT3 – Indústrias midiáticas.

² Graduado em Cinema e Audiovisual pela Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR). E-mail: matheusbenjamin1@gmail.com

RESUMO

Na última década, espectadores do mundo inteiro participaram de um fenômeno verdadeiramente transformador no ramo audiovisual — algo que ficou conhecido inicialmente como *Revolução do Streaming*. A partir disso, levando em consideração também alguns dos modelos vigentes na indústria da música, novas relações entre o público foram geradas e outras janelas de exibição se abriram, explorando inúmeras possibilidades criativas.

Pensando sobre esse aspecto, muitas empresas do ramo audiovisual parecem estar em consonância às tendências e não medindo esforços para evoluir conforme tudo se organiza. Desse modo, este trabalho se propõe a investigar, de maneira teórico-analítica, o posicionamento estratégico que determinadas organizações realizaram ao longo dos anos, em consonância aos seus respectivos públicos-alvo, para sempre se manterem seu poder.

Seu principal procedimento metodológico é a análise historiográfica que tem como base dados documentais coletados nas páginas oficiais da The Walt Disney Company e Warner Bros. Discovery, bem como notícias veiculadas na imprensa e livros que constroem uma ideia de monopólio das mídias. Nesse sentido, o trabalho utiliza o aporte teórico dos autores Afrânio Mendes Catani (2017), Ben H. Bagdikian (2018), David Harvey (2011), Tim Wu (2012), entre outros, para fundamentar suas hipóteses acerca de três estratégias adotadas pelas empresas escolhidas para comporem o *corpus* deste trabalho na manutenção de seu poder ao longo dos anos.

Entre as estratégias estudadas estão: a) aquisição; b) distribuição e licenciamento; c) o “encanto”. Todas essas estratégias possuem evidências concisas marcadas na história da The Walt Disney Company e Warner Bros. Discovery. A prática das aquisições realizadas por essas companhias, por exemplo, possui uma lógica bastante simples: expansão e controle sobre todos os processos. A partir disso, é possível afirmar que não há barreiras mercadológicas que impeçam as empresas de se tornarem ainda maiores.

Na sequência, surgem os efeitos da distribuição dos conteúdos audiovisuais em consonância ao mercado exibidor e as questões envolvidas no sistema de licenciamento das produções dessas empresas. Por fim, o “encanto” se dá a partir da nostalgia e do desenvolvimento de franquias, parques temáticos e outras ideias que fazem com que o público se interesse não apenas pelos produtos vendidos, mas pela empresa como um todo.

Em conclusão, os monopólios, que desejam minar a concorrência, se seguirem do jeito que estão, terão de, muito em breve, passar a pensar em outras estratégias para que sua hegemonia recorrente continue intocável. Embora a união seja seu forte, criatividade e

inovação também podem ser lidas como estratégias. Nesse caso, elas podem ser até mesmo antagônicas e, nesse sentido, há outras companhias, que não fazem parte de conglomerados, se esforçando para conquistar seu espaço.

Fazer parte do monopólio parece ser muito vantajoso e elimina diversos problemas, tendo em vista que poder em voga consegue lidar com grandes inimigos. Por outro lado, não fazer parte do monopólio mostra que as desvantagens do mercado ainda são alarmantes e que mudanças precisam ocorrer, principalmente quando pensamos no mercado brasileiro de entretenimento. De qualquer forma, dentro desse ramo, ser ousado ainda pode ser uma saída interessante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAGDIKIAN, Ben H. **O Monopólio da Mídia**. São Paulo: Editora Veneta, 2018.

BINGEN, Steven. **Warner Bros.: Hollywood's Ultimate Backlot**. Londres: Taylor Trade Publishing, 2014.

CATANI, Afrânio Mendes. **O que é Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 2017.

DISNEY. **The Walt Disney Company**. Disponível em: <<https://thewaltdisneycompany.com/>> Acesso em: 10 de jul. 2022.

HARVEY, David. **O neoliberalismo**. História e implicações. 2 ed. São Paulo: Loyola, 2011.

IGER, Robert. **Onde os Sonhos Acontecem**: meus 15 anos como CEO da The Walt Disney Company. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.

_____. **The Walt Disney Company Fiscal Year 2012 Annual Financial Report And Shareholder Letter**. 2012. Anaheim, CA: The Walt Disney Company. Disponível em: <<https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>> Acesso em: 26 jun. 2022.

_____. **The Walt Disney Company Fiscal Year 2020 Annual Financial Report**. 2020. Anaheim, CA: The Walt Disney Company. Disponível em: <<https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/>> Acesso em: 18 nov. 2021.

WBD. **Warner Bros. Discovery**. 2022. Disponível em: <<https://wbd.com/>> Acesso em: 10 jul. 2022.

WU, Tim. **Impérios da Comunicação**: do telefone à internet, da AT&T ao Google. Rio de Janeiro, 2012.