

## Trouble at the mouse house

---

Pensávamos que a Disney era o modelo das empresas americanas ? uma espécie de lugar feliz, parecendo-se com a Fairhaven de ?Truman Show?, produzindo lucros como a IBM produz computadores.

E realmente há pessoas que descrevem a sede da ?Mouse House? como um local calmo e recompensador. Mas não incluem o sobrinho do velho Walt , Roy E. Disney de 74 anos, que a 30 de Novembro abandonou o seu lugar na administração e lançou um protesto na *net* [www.savedisney.com](http://www.savedisney.com) uma semana mais tarde.

Quando Brian Roberts ? o chefe da Comcast- anunciou uma proposta de aquisição hostil de 66 biliões de dólares (51,6 biliões de euros), o jovem executivo da Comcast estava a fazer mais do que desvendar outro grande negócio. Sob os holofotes do salão de baile do hotel St. Regis em Manhattan, Roberts também confirmava uma mudança na balança de poder no negócio dos ?media?.

Para observadores superficiais da indústria do divertimento, a ideia de que um operador da TV por cabo podia apoderar-se do Magic Kingdom era simplesmente ridícula. Mas tal movimentação era previsível desde o fim de 2002, quando a Comcast se tornou o maior fornecedor da ?pay tv? e da internet de alta velocidade dos Estados Unidos. Controlando os meios de transporte, do entretenimento e da informação de um em cada cinco dos consumidores americanos, a companhia ganhou um imenso poder sobre os produtores de filmes e televisão.

Brian Roberts não encaixa na ideia tradicional de um ?mogul?. Amável e suave no trato, não ostentando tendências egocêntricas associadas a indivíduos como Rupert Murdoch e ao (ainda) chefe da Disney, Michael Eisner, para falar apenas em personalidades do mesmo ramo. Roberts controla o seu império de um escritório no centro de Filadélfia, longe dos centros tradicionais do poder dos ?media?, Los Angeles e Nova Iorque.

No entanto, sob esta aparência serena, esconde-se um consumado homem de negócios que tem mostrado repetidamente a sua vontade de fazer grandes e arriscadas transacções na sua procura de aumento de tamanho.

A oferta pela Disney não é a primeira de Roberts para com um adversário poderoso. No Verão de 2001, tomou a AT&T, lançando uma oferta hostil pelas suas estações de TV Cabo. O grupo de telecomunicações não estava em condições de resistir e competidores como a AOL Time Warner, distraídos com divisões internas, nem se aperceberam do que estava a acontecer. A Comcast apareceu assim vitoriosa, aumentando a sua carteira para mais do dobro.

Embora estudasse a Disney há algum tempo, a demissão de Roy Disney de vice-presidente, e o colapso das com Pixar, o bem sucedido estúdio de animação - responsável pelos ?Toy Story? e ?Nemo?, entre outros- convenceram Roberts e os seus executivos que era altura de lançar a oferta. A proximidade das eleições americanas reforçou assua convicção de que era o momento certo para agir, já que a actual administração estaria mais pelos ajustes para aprovar o negócio.

De qualquer maneira, a oferta causou preocupações mesmo entre os seus admiradores, que lembram que dirigir sistemas de cabo é muito diferente de gerir um estúdio de cinema ou a ABC. Os críticos continuam pouco convencidos de que a Comcast possa continuar integrada verticalmente e estão surpreendidos pela determinação de Roberts em prosseguir um negócio que eles acham arriscado.

Mas mesmo que Eisner seja capaz de safar-se desta, há poucas dúvidas de que a Comcast - que é maior do que qualquer outra companhia, excepto a Time Warner em termos de valor de mercado- emergiu como uma força poderosa no negócio dos ?media?. E Roberts está apenas a começar a fazer sentir a sua presença.

Nota:

Os desenhos acima publicados foram retirados do ?Financial Times? 14/15 de Fevereiro de 2004.