

# A CONSTRUÇÃO DE ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS NO MERCADO DE BENS SIMBÓLICOS

**Autor:** Prof. Dr. Roberto Bazanini

A palestra tem como principal objetivo propiciar uma visão crítica das estratégias empregadas no mercado de bens simbólicos no campo da religião e do entretenimento, tendo como referência o estudo de caso: o conflito Globo *versus* Record-Universal.

As estratégias empregadas nessas mediações entre os agentes promovem a formação de alianças e criação de hábeis estratagemas retóricos nas redes midiáticas que se caracterizam pelo emprego da racionalidade instrumental de caráter antropofágico. Primordialmente, os gestores almejam a conquista de espaços mais privilegiados para imporem esquemas de consumo e arranjos interpretativos em consonância com os respectivos interesses das organizações que representam.

Nesse mercado, promotor de ideias, ideologias e estilos de vida, a disseminação da informação incorreta, desinformação e má informação que compõem as modalidades básicas das *Fake News* acompanhadas do conceito de *Pós-Verdade* estão continuamente presentes no emprego da Estratégia Decidida Continuamente e Estratégia de Sinalização. Enquanto a primeira permite aos gestores monitorarem as ações da concorrência e, planejar a cada nova mudança, a criação de novos estratagemas condizentes com a situação competitiva; a segunda, possibilita a organização mostrar a sociedade o que ela é capaz de fazer e, ao mesmo tempo, reiterar o grau de poder e legitimidade de suas ações comparadas às organizações concorrentes.