

La División Antimonopolio del Departamento de Justicia de los Estados Unidos ("la División") emitió hoy la siguiente declaración en relación con el cierre de la investigación de la División sobre la adquisición propuesta de Warner Bros. Discovery ("WBD" o "Warner Bros.") por parte de Paramount Skydance ("Paramount"), en conjunto (las "Partes"):

La División ha concluido su análisis de la fusión propuesta entre Paramount y Warner Bros. y ha determinado, con base en las pruebas recibidas en su investigación, que es improbable que la transacción cause daño a la competencia o a los consumidores estadounidenses, incluyendo con respecto a: (1) video bajo demanda por streaming (SVOD); (2) televisión lineal; y (3) desarrollo, producción o distribución de películas para su estreno en salas de cine. A lo largo de una rigurosa investigación de ocho meses dirigida por el personal de carrera de la División, esta recibió de las Partes más de dos millones de documentos de más de 80 custodios, una producción sustancial de datos, así como extensos documentos, datos y defensa de terceros en todo el ecosistema de medios y entretenimiento. Las oficinas de los Fiscales Generales de los Estados ("Estados") participaron en la investigación de la División en virtud de las renunciaciones voluntarias de confidencialidad de las Partes, lo que permitió a la División y a los Estados compartir información entre sí y que los Estados asistieran y participaran en las declaraciones de la División.

En diciembre de 2025, Netflix firmó un acuerdo para adquirir WBD. Posteriormente, Paramount presentó una oferta pública de adquisición en efectivo. La División analizó tanto la propuesta de adquisición de Netflix como la oferta competidora de Paramount. Como consecuencia del proceso de licitación competitivo entre Netflix y Paramount para adquirir Warner Bros., la División comenzó a analizar el impacto competitivo de la adquisición de WBD antes de que Paramount llegara a un acuerdo definitivo con WBD. A lo largo de la investigación, la División se benefició de las perspectivas comparativas y las visiones contrastantes presentadas en estas propuestas competidoras sobre el panorama cambiante de los medios y el entretenimiento, así como sobre el valor estratégico de WBD.

Warner Bros. ha sido objeto de adquisiciones recurrentes en la industria de los medios y el entretenimiento. Por lo tanto, la División la conoce bien gracias a investigaciones y acciones coercitivas previas, como AOL /*TimeWarner* (2001) , *AT&T/TimeWarner* (2018) y *WarnerBros./Discovery* (2022). El legado de estas transacciones ilustra los desafíos que surgen cuando la justificación comercial de un acuerdo no se alinea claramente con los incentivos competitivos de la empresa adquirente o con la evolución competitiva del mercado. En las industrias impulsadas por la tecnología, los disruptores del pasado reciente pueden convertirse rápidamente en los monopolios consolidados de hoy. Con esta experiencia histórica y la sensibilidad actual de la División hacia la

competencia en mercados dinámicos, se llevó a cabo una investigación exhaustiva de la transacción propuesta para evaluar si esta representaba algún perjuicio para la competencia. El extenso expediente de investigación revisado por la División sugiere que el impacto de la transacción será aumentar la competencia en todo el ecosistema de los medios y el entretenimiento, con beneficios para los consumidores y trabajadores estadounidenses.

I. Vídeo bajo demanda por streaming (“SVOD”)

En primer lugar, la División analizó si la transacción propuesta podría perjudicar la competencia en el mercado de vídeo bajo demanda por suscripción (SVOD). El streaming se ha convertido en una de las formas más extendidas de distribución de contenido multimedia en la era digital. Netflix fue pionero en el SVOD, logrando desplazar con éxito la distribución tradicional de vídeo doméstico y revolucionar la oferta lineal y de difusión convencional. El declive de Blockbuster Video refleja el gran potencial disruptivo que impulsa la economía estadounidense, a medida que las soluciones nuevas e innovadoras reemplazan las ofertas tradicionales para satisfacer las cambiantes preferencias de los consumidores. Tras el papel pionero de Netflix en el surgimiento del SVOD hace casi veinte años, grandes empresas tecnológicas como Amazon, y posteriormente empresas de medios tradicionales como Disney, entraron en el mercado y desarrollaron plataformas SVOD para competir y satisfacer las cambiantes preferencias de los consumidores en cuanto a contenido con guion y distribución digital. En comparación, las Partes son históricamente recién llegadas al SVOD, con menos suscriptores a las ofertas de Paramount+, HBO Max y Discovery+ de Warner Bros., en comparación con las de los tres mayores proveedores de streaming actuales.

La evidencia revisada y analizada minuciosamente por la División indica que, tras la fusión, es improbable que la competencia en SVOD se vea perjudicada. Por el contrario, es probable que la empresa resultante *aumente* la competencia al ofrecer a los consumidores una alternativa competitiva más sólida frente a las ofertas de SVOD más grandes. Con base en extensas entrevistas con participantes del mercado y la revisión de los propios documentos de las partes, elaborados en el curso normal de los negocios, las partes tienen un camino claro para inyectar presiones competitivas adicionales en todo el ecosistema de medios para innovar y brindar valor a creadores y consumidores. Las alternativas de vídeo que no son SVOD, como YouTube, TikTok u otros productos de redes sociales, no parecen ser sustitutos competitivos en este caso según precedentes legales antimonopolio bien establecidos, aunque compiten ampliamente por la atención del consumidor.

La División también investigó si las plataformas de vídeo en streaming alternativas y los consumidores podrían verse perjudicados si la empresa

resultante de la fusión mantuviera su nuevo contenido y su propiedad intelectual existente exclusivamente en sus propias plataformas de streaming, en lugar de licenciarlo a través del ecosistema de distribución de medios, incluyendo plataformas de la competencia. Tal resultado parece improbable dadas las prácticas históricas de las Partes de licenciar contenido de forma amplia. Incluso cuando estudios como Paramount licencian contenido en términos exclusivos a otro servicio de streaming, suelen maximizar el valor de ese contenido transfiriéndolo de un servicio a otro al final del plazo de la licencia para ampliar la exposición de la audiencia a través de diferentes canales de distribución. La División no encontró evidencia que sugiriera que la práctica histórica de Paramount o su incentivo para hacerlo terminaría tras la transacción.

II. Televisión lineal

En segundo lugar, la División analizó si la transacción propuesta perjudicaría la competencia en el sector de la televisión lineal. En consonancia con el cambio de los consumidores hacia el streaming mencionado anteriormente, la televisión lineal ha experimentado un declive constante a medida que los consumidores abandonan los paquetes tradicionales de cable y satélite. El fenómeno de la cancelación de suscripciones ha reducido sustancialmente los ingresos tanto de los propietarios de redes lineales como de los distribuidores tradicionales. Esta tendencia se ha acelerado en los últimos años, ya que los servicios de streaming se han convertido en el principal medio por el que muchas personas ven películas y televisión. Al igual que la televisión abierta, un segmento en el que la transacción no presenta superposición competitiva, la televisión lineal ha gestionado históricamente la presión competitiva de las alternativas de streaming al obtener derechos exclusivos de programación en directo, como deportes y noticias, segmentos en los que las alternativas de streaming históricamente tenían una importancia competitiva limitada. Sin embargo, hoy en día, las soluciones de streaming (incluidas las ofertas que no son de vídeo bajo demanda por suscripción) compiten agresivamente por la programación en directo, como los derechos de retransmisión de eventos deportivos de primer nivel, noticias y comentarios políticos (por ejemplo, podcasts en vídeo), lo que ejerce una presión competitiva cada vez mayor sobre las cadenas lineales y abiertas tradicionales para que obtengan programación en directo a precios más elevados. La evidencia revisada y analizada cuidadosamente por la División muestra que es poco probable que la adquisición propuesta perjudique la competencia en el sector de la televisión lineal, dado el sólido panorama competitivo de la programación en directo.

III. Desarrollo, producción y distribución de películas para su estreno en salas de cine.

En tercer lugar, la División analizó si la transacción perjudicaría la competencia en el desarrollo, la producción o la distribución de películas para su estreno en salas. Al igual que en su análisis de la competencia en el sector de los servicios de vídeo bajo demanda por suscripción (SVOD), la División se benefició en su evaluación de la competencia en el sector de los estrenos en salas gracias a las perspectivas comparativas y las visiones estratégicas descritas en las propuestas de la competencia para el estudio Warner Bros. Actualmente, las partes compiten con estudios tradicionales como Disney, Sony, Universal, Lionsgate y MGM (ahora propiedad de Amazon), así como con estudios independientes más pequeños como A24, NEON y Blumhouse. En los últimos años, Netflix y Apple también han entrado en el mercado y han manifestado un interés continuo en los estrenos en salas como un negocio complementario al de los servicios SVOD.

La abundante evidencia disponible para la División indica que es improbable que la transacción perjudique la competencia en el desarrollo, producción o distribución de películas para su estreno en salas. Por el contrario, la evidencia muestra una amplia competencia dentro de la industria, lo que ha generado una mayor producción y diversidad de ofertas cinematográficas, y es probable que continúe sin cesar. De hecho, incluso desde que se anunció la transacción, la evidencia muestra que la competencia en la producción y distribución de películas para salas ha aumentado. Los estudios más pequeños han recurrido a estrategias innovadoras de desarrollo y distribución de contenido para desafiar las suposiciones tradicionales sobre las condiciones necesarias para un estreno exitoso en salas. De hecho, esto sigue siendo cierto incluso al considerar categorías específicas como la producción y distribución de películas taquilleras o superproducciones.

Por ejemplo, estudios no tradicionales han tenido éxito en el desarrollo, producción y distribución de películas con presupuestos significativos superiores a los 100 millones de dólares, y próximamente se estrenarán en cines películas adicionales de gran presupuesto de estudios como Lionsgate (*Los Juegos del Hambre*), Netflix (*Narnia*), A24 (*Elden Ring*) y otros. Además, los recientes éxitos de taquilla desde el anuncio de la transacción demuestran que la trayectoria de un estudio no determina su éxito en el desarrollo, la producción o la distribución en la taquilla nacional actual: por ejemplo , Amazon MGM (*Project Hail Mary*), A24 (*Backrooms*), Lionsgate (*Michael*) y Blumhouse (*Obsession*). Estos desarrollos disruptivos en la industria sugieren un posible punto de inflexión en el panorama competitivo en constante evolución de la producción y distribución cinematográfica, lo que respalda el incentivo de las Partes para seguir generando y distribuyendo contenido ¹.

La División también analizó múltiples teorías potenciales sobre el daño planteadas por los denunciantes y evaluó cada una sustantivamente en función

de sus méritos para determinar si alguna resultaría en un daño a los consumidores en contraposición a un daño a un competidor.²

Una teoría señalaba los supuestos efectos de la transacción *Disney/Fox* como un caso de estudio comparable del que inferir que la transacción propuesta conllevaba el riesgo de una reducción en la producción cinematográfica. Sin embargo, el error fatal de esa analogía radica en que la transacción *Disney/Fox* se cerró un año antes del inicio de la pandemia de COVID-19, que provocó cambios drásticos en la producción de los estudios y en los patrones de consumo de contenido por parte del público. En los años posteriores a la pandemia, Disney aumentó sustancialmente su gasto total en producción de contenido en sus plataformas cinematográficas y de streaming. Además, como empresa de entretenimiento y hostelería centrada históricamente en el desarrollo de franquicias clave para monetizarlas a través de un negocio diversificado, los incentivos de Disney con respecto a la producción total de contenido cinematográfico no se alinean claramente con los de una empresa de medios pura como Paramount.

Otra teoría planteaba si la fusión perjudicaría la competencia por la mano de obra como insumo para la producción y distribución de contenido guionizado. Si bien se toma en serio el impacto potencial de la transacción propuesta en la comunidad creativa y los grupos laborales nacionales, la evidencia sustancial no sugiere una probabilidad de reducción de la producción. Esto se debe a que la demanda de trabajadores creativos y mano de obra está correlacionada con los incentivos de las partes para mantener o aumentar la producción. Por lo tanto, las preocupaciones laborales expresadas no plantean problemas de competencia que justifiquen una acción legal.

El mandato de la División es investigar y, de ser necesario, litigar las fusiones propuestas que perjudiquen la competencia o a los consumidores estadounidenses. Esta investigación incluyó la revisión de abundante documentación, horas de declaraciones juradas de altos ejecutivos, entrevistas con testigos externos y reuniones dirigidas por el personal con las propias partes. Todas estas investigaciones condujeron a la misma conclusión: la industria del cine y la televisión es muy dinámica y es improbable que la transacción propuesta perjudique la competencia o a los consumidores estadounidenses.

1. De conformidad con la jurisprudencia vinculante de la Corte Suprema, estos hechos plantean serias dudas sobre la conveniencia de basarse rigurosamente

en las cuotas de mercado históricas para sustentar una presunción legal de perjuicio en relación con la competencia por el estreno en salas de cine. Véase *United States v. General Dynamics Corp.* , 415 US 486, 508 (1974).

2 *Brunswick Corp. v. Pueblo Bowl-O-Mat, Inc.* , 427 US 477, 488 (1977) (citando *Brown Show Co. v. Estados Unidos*, 370 US 294, 320 (1962) ("las leyes antimonopolio... fueron promulgadas para 'la protección de la competencia, no de los competidores'").

Actualizado el 12 de junio de 2026.