

**João Damasceno
Martins Ladeira**
Universidade do Vale
do Rio dos Sinos, Uni-
sinos
[https://orcid.
org/0000-0002-7381-
6380](https://orcid.org/0000-0002-7381-6380)
joaomartinsladeira@
gmail.com

**Telecomunicações e
audiovisual: Comcast
Peacock, aplicativos de
streaming e concentração
diversificada**

**Telecommunications and
audiovisual: Comcast
Peacock, streaming
applications and diversified
concentration**

**Telecomunicaciones y
Audiovisual: Comcast
Peacock, Aplicaciones de
Streaming y Concentración
Diversificada**

RESUMO

O artigo analisa o lançamento de um aplicativo de streaming, o Peacock, apresentado pela Comcast em 2020. O serviço é relevante devido a seu potencial para introduzir um modelo voltado à apropriação definitiva dos sistemas convencionais de broadcast pelo on-line. Isso decorre da capacidade desse serviço de reter um traço importante da televisão: a diversidade de gêneros, agregando jornalismo, programas de variedades e conteúdo esportivo. Aborda-se esse caso recorrendo à arqueologia das mídias, apropriando-se do conceito de remediação como forma de observar a captura do passado aqui em curso.

Palavras-chave: tecnologias da informação e da comunicação; streaming de audiovisual; arqueologia das mídias.

ABSTRACT

The article analyzes the launch of a streaming application, Peacock, presented by Comcast in 2020. The service is relevant due to its potential to introduce a model for the definitive appropriation of conventional broadcast systems by the online services. This stems from the ability of this service to retain an important trait of television: the diversity of genres, adding journalism, variety programs and sports content. This case is addressed by using media archaeology, appropriating the concept of remediation as a way of observing the capture of the past in progress.

Keywords: information and communication technologies; audiovisual streaming; media archaeology.

RESUMEN

El artículo analiza el lanzamiento de una aplicación de transmisión, Peacock, presentada por Comcast en 2020. El servicio es relevante por su potencial para introducir un modelo orientado a la apropiación definitiva de los sistemas de radiodifusión convencionales por parte de la red en línea. Esto se debe a la capacidad de este servicio para conservar un rasgo importante de la televisión: la diversidad de género, agregando periodismo, programas de variedades y contenido deportivo. Este caso se aborda recurriendo a la arqueología de los medios de comunicación. Este caso se aborda recurriendo a la arqueología de los medios de comunicación, apropiándose del concepto de remediación como una forma de observar la captura del pasado en curso.

Palabras clave: tecnologías de la información y la comunicación; streaming audiovisual; Arqueología de los medios de comunicación.

Submissão: 23-11-2022

Decisão editorial: 30-11-2023

Introdução

Pode-se recorrer a dois argumentos para descrever a lógica da reorganização contemporânea do audiovisual e da televisão. O primeiro, capaz de atrair quantidade significativa de atenção, refere-se às organizações do sistema de inovação digital responsáveis por confeccionar as tecnologias de comunicação e informação (LOTZ, 2014; WOLK, 2015). Tópico de centralidade inegável, sua repercussão sempre intensa se contrapõe a assuntos do segundo tópico. Trata-se das corporações de telecomunicações, que consistem nos proprietários de diversos serviços de broadcast e de multicanal (WOLFF, 2015), e, como se isso não fosse o suficiente, também da infraestrutura através da qual ocorre o tráfego de dados. Indiscutivelmente, esses personagens se revelam capazes de acumular intenso poder, por congregarem essas atribuições de transporte e o controle sobre conteúdo (WU, 2012).

Partindo de uma discussão centrada no campo da comunicação e interessada mais nas características materiais dos meios que pelo conteúdo difundido, este artigo analisa um caso relativo àquele segundo grupo de corporações. Para isso, debruça-se sobre uma iniciativa relativa ao streaming de audiovisual por parte da Comcast, uma das maiores e mais importan-

tes empresas norte-americanas de telecomunicações. O texto analisa o Peacock, aplicativo voltado à distribuição de conteúdo que, aqui se argumenta, toma parte entre as tentativas de transpor em definitivo a televisão para o ambiente digital. O serviço surge como uma opção que, como esse artigo adota como pressuposto, congregará uma intensa quantidade de imagens circulando não mais por sistemas de cabo e satélite, mas, agora, através de redes digitais.

Essa solução vai definir a televisão para a década de 2020. Na expectativa de contribuir para os estudos de televisão, esse texto recorre ao conceito de remediação (BOLTER; GRUSIN, 1999) a fim de pensar como, em meio a essa mudança em curso, um serviço como o Peacock reativa certos traços do broadcast convencional. Algumas dimensões do passado ressurgem nesse período de transformação. A remediação teoriza a necessidade de considerar supostos “avanços” técnicos como, na verdade, parte de uma lógica que considera qualquer mídia como marcada pela retomada de traços de meios pregressos. Assim, considera-se a organização das mídias de maneira homóloga a que se compreende qualquer traço da linguagem, no qual uma estrutura supostamente transparente aponta sempre para essa dimensão mais profunda.

No início dos anos 2020, identifica-se dois cenários para a reconfiguração da televisão. Por se restringir à transposição desse meio para o digital, tal sistematização deixa de lado plataformas de streaming abertas a conteúdo produzido pelo usuário (das quais um exemplo emblemático é, ainda, o YouTube) ou formatos de entretenimento como os jogos digitais e os estúdios responsáveis por elaborá-los. O primeiro

cenário consiste nas empresas de telecomunicações que passaram a controlar estúdios de cinema, redes de broadcast e sistemas de televisão segmentada. É o caso da Comcast, que adquiriu a NBCUniversal entre 2009 e 2013; da AT&T, que comprou a Time Warner entre 2016 e 2017. A segunda se refere a empreendimentos que se restringem à produção de imagens, e cujo controle não se imbrica com as corporações de infraestrutura. São a Disney e a Paramount.

Esses dois grupos de corporações consistem nos personagens envolvidos com a criação de aplicativos de conteúdo através dos quais o audiovisual estará disponível. Essas máquinas de visão se inserem em certa trajetória, e o resultado alcançado agora decorre de um extenso histórico. Surgem como consequência da concentração diversificada que remonta à associação entre as redes de cabo e satélite (PARSONS, 2008) com a internet e com as tecnologias digitais de comunicação. Para uma corporação como a Comcast NBCUniversal, detentora dos direitos de propriedade intelectual em relação a conteúdo e também da infraestrutura de tráfego proporcionado pelas tecnologias de telecomunicações, imagens e dados convergem com a imensa capacidade de investimento detida por essas organizações.

Abordando o Peacock, esse artigo tematiza a expansão do streaming associada à retomada de características decisivas ao broadcast. Nisso, traço importante consiste em uma diversificação específica para a imagem, que abarca uma grande quantidade de audiovisual, mas não apenas. Na contabilidade do número de filmes ou séries, o streaming se revela capaz de disponibilizar ao usuário um volume maior de material frente àquele anteriormente disponível atra-

vés dos sistemas progressos de broadcast (LOBATO, 2019). Essa multiplicidade se associa ao transporte de repertório com origem em regiões diversas do globo, inserindo-as em um único suporte, capaz de disponibilizar produtos de outro modo inacessíveis, pois, para as redes nacionais de televisão, soaria inimaginável a presença de material com origem na Ásia, Europa Oriental ou América Latina.

Aliado a isso, diversidade consiste também nos variados registros para a imagem, traço remediado do broadcast. Uma plataforma como a Netflix se atrelou à ficção, sem interesse em jornalismo, esportes (KEATING, 2012) ou outros conteúdos típicos ao broadcast. Mas, no início da década de 2020, percebe-se aplicativos que expandem o repertório de imagens disponíveis, em imagens variadas que repetem uma marca da televisão convencional (BARNOUW, 1968) e, ao mesmo tempo, realizam uma dimensão do excesso. Decerto, esse movimento se atrela à transformação proporcionada pelas tecnologias digitais. Contudo, no que se refere ao Peacock e a uma corporação de telecomunicações como a Comcast, é importante problematizar como isso se atrela a uma trajetória que lidou com o cuidado em não alienar os sistemas de cabo e satélite até o instante em que isso se tornou inviável.

Plataformas de streaming oriundas do segmento de tecnologias de informação, sem conexão prévia com o audiovisual nem com as telecomunicações, precisam oferecer experiências inauditas. Uma plataforma como a Netflix teve recorrentemente de desafiar as janelas de distribuição já estabelecidas, que comportavam, até certo instante, apenas o cinema e os sistemas de cabo e satélite (GAUDREULT; MARION,

2020). Mas as atividades que remontam ao broadcast e ao multicanal puderam, em decisões acumuladas ao longo de toda a década de 2010, retardar ao máximo a transposição de seu conteúdo para o streaming (LADEIRA, 2016).

Se, por um lado, compreende-se a apropriação da televisão pelo streaming mediante o conceito de remediação, por outro, discutir tal ideia significa descrever e analisar também a infraestrutura em questão, abordando o processo contínuo de reelaboração das mídias. Esse problema aciona uma dimensão arqueológica (ZIELINSKI, 1994). Isso abarca a proposta de que os dispositivos nos quais os conteúdos trafegam possuem importância, e, por isso, precisam ser teorizados para se compreender a natureza dos processos de comunicação em curso. Nisso, está em jogo um traço usualmente menos percebido nas discussões sobre a estrutura dos meios de comunicação: a importância recorrente das telecomunicações para esse segmento.

A atuação dessas corporações importa devido aos investimentos oferecidos para a ampliação da estrutura de tráfego e ao impulso assim obtido para a expansão no volume de conteúdo. Redes de comunicação em altíssima velocidade demandam imagens. Isso leva à aquisição de atividades criativas, transportadas agora para o streaming. O processo envolve não apenas fusões e aquisições entre empresas. Ilustra também a dinâmica do excesso e a potência de expansão assegurada através dessas corporações. Isso convive com a aproximação, pelo streaming, das máquinas pregressas para a imagem, numa remediação que garante a resiliência do broadcast e do multicanal, em espetáculos que transpõem a televisão para

a internet, como quando se elabora sua revolução antes que outro a faça.

Para dar conta da discussão pontual sobre o Peacock, a primeira seção desse artigo recupera o histórico do envolvimento entre negócios de telecomunicações e audiovisual, oferecendo uma descrição analítica a fim de definir a ideia de concentração diversificada. Seu traço consiste na intensa agregação de habilidades diversas e a simultânea variabilidade de tarefas que isso permite desempenhar, marca importante para a recuperação do broadcast instituída por uma ferramenta como o Peacock. A segunda parte do artigo descreve como, no caso específico desta ferramenta, essa conexão entre audiovisual e telecomunicações se estabeleceu. A análise coordena esse caso com o processo anteriormente descrito, na expectativa de colocar em perspectiva esse momento. Para isso, o artigo expõe o sentido da remediação que aqui interessa, observando como essa ferramenta busca se assemelhar ao broadcast em termos da difusão de conteúdo de diferentes tipos. A conclusão discute em que consiste essa conexão com as potências com que o audiovisual lida.

Concentração diversificada: audiovisual e telecomunicações

Deixando de lado o fetiche do novo, o conceito de remediação (BOLTER; GRUSIN, 1999) encara uma mídia não como um “avanço” em contraponto a algum meio anterior. Essa orientação compreende qualquer mídia através de sua capacidade de mediar outra, ou seja, de fazer com que características de outros meios se revelem presentes mais uma vez. Isso ocorre não apenas em uma mídia pontual:

na verdade, permite encarar as redes que os meios constituem. Essas cadeias de recursos remetem uns aos outros, fazendo com que apontem para seu predecessor. No caso do aplicativo que aqui interessa, isso depende da remissão ao fluxo televisivo.

A relação entre a tecnologia das mídias e os conteúdos que difundem decorre de uma dimensão estrutural, arqueológica e profunda dos meios (ZIELINSKI, 1994), estabelecida mediante a tensão entre imagens em fluxo e imagens de acervos e entre conteúdos inéditos e conteúdos reutilizados (LADEIRA, 2016). A diversificação presente no multicanal e, posteriormente, também no streaming ordena tanto a renegociação de produtos passados quanto a disponibilização de material em arquivos, cada um deles atuando em uma dimensão distinta. Logo, entende-se a constituição do streaming como a resultante de um emaranhado de forças, reunindo potências múltiplas que definem essa forma repleta de pontos de continuidade e ruptura.

Essas dimensões são desencadeadas a partir das mudanças pelas quais a televisão passa nas regiões de centro durante a década de 1980. Isso abarca os conglomerados diversificados de comunicação que as redes de broadcast norte-americanas e os estúdios passam a integrar. Envolve também a segmentação do audiovisual mediante o surgimento de serviços de cabo e satélite (GOMERY, 2008). Tal movimento não se restringe às corporações da região central. Alcança também as semiperiferias, envolvendo as empresas de telecomunicações ibero-americanas que se estendem em direção a América Latina - Telefónica e Telmex (BALBONTÍN, 2005). Tal convergência de fato-

res organiza as potências apropriadas pelo streaming numa trajetória longa, importante de descrever.

A integração de diferentes tipos de audiovisual consiste em um cenário distinto da segmentação do passado. O interesse em conteúdo leva a uma extensa sequência de aquisições de redes de televisão, estúdios de cinema e canais segmentados (HOLT, 2011), permitindo a concentração diversificada capaz de permitir a reutilização de audiovisual passado e a sua disponibilização como arquivos. Isso abarca fusões que se estendem da compra da Warner Communication pela Time Inc. em 1989 até a aquisição da Time-Warner pela AOL em 2000 (HESMONDHALGH, 2007). Em tal contexto, eventos como a aquisição da ABC pela Capital Cities e da NBC pela General Electric cruzam a barreira entre setores (GOMERY, 1986). Entremeado a esse cenário, percebe-se a entrada de personagens até então alheios à atividade, como o investimento da News Corp na Fox (CHENOWETH, 2002).

Em contraponto às décadas de 1950 e 1980, marcadas pela atuação em atividades especializadas – estúdios de cinema e redes de broadcast – o empreendimento característico a essa reorganização se revela capaz de atuar em diversos segmentos. Ligações mais intensas entre a produção cinematográfica e a televisão obriga a um planejamento mais significativo. Todavia, a necessidade de diversificação exige não somente a administração da infraestrutura preexistente. Introduz a necessidade de racionalizar a diversificação de recursos. Aproveitar o mesmo conteúdo em mais de uma ocasião se associa à expectativa de expandir o território no qual se atua. Realiza-se tal conexão através de projetos que envolvem empreendimentos econômicos nacionais e internacionais.

Isso se materializa no reempacotamento de produções idênticas em roupagens distintas, transpondo um mesmo item em vários formatos. Para isso, precisa-se administrar o intervalo de tempo entre opções de distribuição. Os filmes para o cinema podem reaparecer como DVDs para, tempo depois, transformarem-se em programação dos canais e cabo ou satélite, e, meses à frente, alcançarem os canais abertos. A necessidade de rejuvenescer a produção através de relançamentos consiste em prática antiga desse setor. Agora, esse gesto se associa a uma renovação mais profunda.

Essa diversificação de negócios e concentração de propriedade ocorre através de alianças estratégicas. Guia-se por atuação global através de redes capazes de se organizar e se reconfigurar mediante a associação com corporações de países diversos e de diferentes setores (TELLS, 1996; HELD et al., 1999). Conduzido como um sistema global de comunicação mais complexo em comparação com o passado (HERMAN; MCCHESENEY, 1997), tal processo iniciado em regiões centrais se desdobra para países semiperiféricos. A transição se dá mediante a privatização ou a transformação nas regras de funcionamento de monopólios estatais de broadcast; da redução ou da eliminação de limites ou de restrições à participação estrangeira na distribuição de conteúdo e na propriedade da infraestrutura para difusão (CASTELLS, 2009; CURTIN; HOLT; SANSON, 2014; SINCLAIR, 1999).

O contexto depende dos processos de liberalização e desregulamentação. Isso se cruza com a internacionalização, associada à adoção de modos de regulação motivados pela ampliação da atenção ao mercado em lugar do Estado. As aquisições decorrem de decisões políticas, reduzindo a intervenção esta-

tal em mudanças que dificilmente ocorreriam sem a participação tão escassa dos órgãos de justiça (HOLT, 2011). Essa posição contribui para definir a trajetória na qual tais indústrias atuam, com desdobramentos em outros países, onde se adota posturas semelhantes ao parâmetro introduzido nos Estados Unidos. Na expectativa de estabelecer a descrição analítica de tal cenário, define-se concentração diversificada como a associação de estúdios de cinema, redes de televisão e negócios de TV por satélite e a cabo mediante a racionalização administrativa e a ampliação de redes de poder que asseguram a ação em termos globais.

No Brasil, os desdobramentos destes fenômenos se constituem como assunto importante de observar. Aqui, as operações de televisão segmentada aparecem como uma oportunidade para a atuação em projetos de negócios operacionalizados através de mecanismos distintos daqueles até então característicos a esse território. As atividades de multicanal se iniciam através de corporações nacionais de importância já estabelecida: Globo e Abril. Naquele momento, isso apontava para a reprodução da divisão de poder preexistente no mercado brasileiro. Todavia, as necessidades de investimento e as demandas criadas pela complexidade tecnológica transformam a participação de sócios internacionais em uma obrigação que não se consegue controlar (LADEIRA, 2017).

A convergência econômica entre mercados de televisão por assinatura e de telecomunicações se dá pela compra de operações e de aquisição acionária através de mecanismos específicos a um mercado financeiro, nessa região, progressivamente mais complexo frente ao passado. Isso se estende a diversos outros países da América Latina, criando relações ine-

xistentes em alguns casos (MOCHKOFKY, 2011) e repercussões que, em outros, implica relações de longa data (SINCLAIR, 1999), lidando, em toda essa região, com tentativas diversas em velocidades distintas (BALBONTÍN, 2003). Em nosso país, caso paradigmático é o acordo entre Globo e Telmex em relação a Net. O mesmo processo seria visível nos acertos entre Telefônica e TVA e outros de menor impacto.

Tais eventos têm como resultante um cenário em que as empresas de telecomunicações, de envolvimento até então inexistente com a imagem, voltam-se a essa atividade como uma tentativa de adquirir novas competências. Para o audiovisual, as telecomunicações importam por oferecerem a conectividade sem a qual a imagem on-line não circularia. Contudo, essas corporações não se limitam aos serviços de tráfego. Isso permite uma diversificação intensa, conectada a uma concentração exacerbada. O resultado consiste na habilidade de oferecer conteúdo inédito, radicalizado décadas mais tarde pelo streaming, mas não apenas, pois esses espaços se definem também como oportunidades adequadas para se distribuir produtos já existentes. Através desse cenário se deve entender a organização de uma aposta como a do Comcast Peacock.

Peacock e a remediação da televisão

A experiência de uma empresa indispensável ao setor de telecomunicações, a Verizon, revela as contradições dos ensaios de tais corporações com o streaming, indicando tudo que parecia equivocado no vínculo entre esses segmentos e ilustrando dificuldades inscritas na trajetória de setores que até então não haviam demonstrado grande proximidade com

a criação de audiovisual. O go90, uma plataforma de audiovisual apresentada em 2015, inicia e finaliza atividades em meio a um conjunto escasso de acessos. O serviço encerra suas operações em 2018 após a contratação e o posterior descarte de uma série de executivos, além de um conjunto de aquisições (CROW, 2015; GOLDSTEIN, 2015; STEEL, 2015).

Dimensão bastante distinta se discerne na iniciativa da Comcast. No início da década de 2020, essa corporação introduz o Peacock, plataforma que congrega um processo de aprendizado estabelecido ao longo da década de 2010. Anteriormente, a Comcast havia ensaiado algumas alternativas para o streaming, todas incipientes. Em 2010, apresenta um produto chamado Xfinity, que segue a tendência da época em reunir serviços de telefonia e de televisão com os de internet. A partir dele, apresenta em 2019 o Flex, oferecendo streaming de audiovisual atrelado ao multicanal com o objetivo de preparar o público para o lançamento do Peacock (FRANKEL, 2019), cuja estreia ocorre em abril de 2020, em um lançamento prévio para os assinantes dessa empresa.

Em julho, o Peacock inicia sua negociação para os demais usuários. O serviço congrega dois formatos. O primeiro, gratuito, obriga o público à publicidade. O segundo, pago, permite ignorar tais anúncios (AD NAUSEAM..., 2020; LAFAYETTE, 2020). Um dos traços mais relevantes do serviço se revela na maneira a partir da qual se negocia, através dele, esses rendimentos publicitários. Essa conexão se atrela à remediação. Na expectativa de transpor em definitivo a televisão para o digital, o Peacock afirma uma alternativa da Comcast à infraestrutura linear mantida pela própria empresa. Isso obriga à definição de um formato ca-

paz de transpor a programação da televisão segmentada sem alienar os ganhos com publicidade. Nisso, o streaming se apropria dos traços que definem o broadcast.

Por isso, anexo a essa plataforma digital para a imagem, a Comcast apresenta outras ferramentas on-line voltadas à administração da compra de espaço publicitário. Afinal, tais inserções não são homogêneas, mas intensamente segmentadas. O conteúdo será apresentado ao público em entradas que ocorrem durante o uso das ferramentas de streaming. Logo, a exposição a tais anúncios depende de mecanismos de recomendação para o conteúdo dos anunciantes. A coordenação da publicidade com o repertório da plataforma conecta a variedade da televisão ao consumo sob demanda. Garantir a eficácia necessária a esse processo obriga à coordenação de tais serviços de audiovisual a uma plataforma para publicidade on-line. Isso permite compreender a apresentação de ambas nesse mesmo instante.

Essa alternativa da Comcast consiste no One Platform, serviço apresentado em janeiro de 2020 que visa a gerenciar acordos sobre os espaços com os anunciantes. A estrutura negocia mídia para a infraestrutura de streaming e também para os canais da NBCUniversal e da Sky, ambas de propriedade da Comcast. Argumenta-se que, em cada uma delas, a One Platform permitiria maior eficácia. Os dados para esse mecanismo teriam como fonte o Adsmart, um arquivo elaborado mediante o uso dos acervos da NBCUniversal. Um último elemento se associa a esse conjunto de ordenações. Entre os anunciantes que o Peacock agrega em sua estreia, estão personagens com porte digno da lógica de financiamento

típica à televisão: Target, Eli Lilly (farmacêuticos), State Farm (seguros), Unilever, Subaru, Verizon, entre outros (MORFOOT, 2020).

Não menos importante, a institucionalização de qualquer plataforma depende de conteúdo. Nisso, nenhum traço remete tão diretamente ao broadcast e ao multicanal do passado, agregando, a isso, a lógica de arquivos que define o streaming. Nesse caso, assegura-se a presença de imagens através dos acervos da NBCUniversal, que remontam aos momentos iniciais tanto da televisão quanto do cinema. Inicialmente, o Peacock pretende disponibilizar cerca de 13 mil horas de conteúdo para os usuários com inscrições gratuitas e 20 mil horas para assinantes (AD NAUSEAM..., 2020). Ao mesmo tempo, os esforços para estruturar a plataforma convivem com declarações sobre investimento em conteúdo inédito. Para isso, prevê-se gastos entre US\$ 2 bilhões e US\$ 2,5 bilhões para 2020 e 2021 (FARRELL, 2020; LAFAYETTE, 2020).

Como indício de outra camada na qual se tenta remediar a televisão, as iniciativas do Peacock com o jornalismo agregam diversos serviços de notícias: NBC News NOW, TODAY All Day, Sky News, Notícias Telemundo. Anexo a essas estruturas já em atividade, em outubro de 2020 o serviço introduz um canal específico ao streaming, The Choice, na tentativa de se estender em direção a esse tipo de conteúdo centrado na notícia. Seu repertório inclui *The Mehdi Hasan Show* (apresentado por Mehdi Hasan) e *Zerlina* (apresentado por Zerlina Maxwell). Ao mesmo tempo, serve também como oportunidade para reexibir *The Majority Report* (Sam Seder) e *WILMORE*. Hasan consiste em um jornalista envolvido anteriormente com o podcast *Deconstructed*, do The Intercept; e com

a Al Jazeera, para quem havia sido correspondente político. Zerlina havia atuado nas campanhas de Barack Obama em 2008 e de Hillary Clinton em 2016. Era então diretora de conteúdo progressista (no original em inglês, *Head of Progressive Programming*) para a SiriusXM, na qual apresentava o *Signal Boost* (PEACOCK TO DEBUT..., 2020).

Esse mesmo movimento de remediação se desloca em direção ao esporte. Os jogos olímpicos de Tóquio realizados em 2021 servem para o Peacock como uma tentativa de introduzir em seu repertório um espetáculo de imensas dimensões. Para o evento, esperava-se a distribuição de cerca de 7 mil horas de conteúdo. A transmissão permite ao aplicativo dispor de um material relevante já no primeiro ano de atividades. Essa dinâmica recupera traços típicos à televisão. Apresenta ao público uma sequência interminável de comentários e discussões sobre o fluxo de acontecimentos, como se esperaria na abordagem de um evento dessas proporções. Retomada importante de um traço típico ao broadcast será a transmissão de praticamente todos os jogos gratuitamente. A exceção consiste no USA Men Basketball, restrito aos assinantes.

Para as Olimpíadas, o serviço oferece cinco canais e quatro produtos originais. O primeiro grupo consiste em programas com comentaristas dos mais distintos: comediantes e personagens midiáticos. O segundo se refere a documentários apresentando a trajetória de ex-atletas do porte de Michael Phelps, em histórias narradas pelos próprios personagens. São filmes que servem como o equivalente a produtos anteriormente possíveis de experimentar no fluxo televisivo convencional ("Peacock to Stream Tokyo

Olympics...”, 2021; SUTTON, 2021), agregando mais uma camada à problemática típica a esse aplicativo.

Percebe-se outra expectativa de conectar o streaming com práticas recorrentes à televisão global através de decisões como o lançamento, pelo Peacock, de conteúdo não roteirizado em um formato semelhante àquele adotado pelo multicanal. Em novembro de 2021, o aplicativo apresenta *The Real Housewives Ultimate Girls Trip*, um desdobramento de outro reality show, *The Real Housewives* (BERGESON, 2021, 2021). Conteúdo já conhecido, consiste em um produto licenciado, permitindo sua reelaboração em múltiplas versões, produzidas em territórios bastante diversos. Postura descrita por Chalaby (2012) como parte do cenário da televisão global, busca estabelecer uma matriz flexível para esses programas de produção menos complexa. Isso viabiliza adaptações locais, apropriadas para necessidades de públicos pontuais. O uso desse show remete a essa mesma lógica na forma do streaming.

Retomando outra dimensão importante para o broadcast, os programas de variedades, o Peacock apresentaria oito shows desse estilo. Entre eles havia produtos elaborados para eventos específicos, como os programas pensados para a cobertura das Olimpíadas, mas não apenas. Em 2022, *The Amber Ruffin Show* seria o único dentre esse grupo renovado para uma terceira temporada. Amber havia sido roteirista de outro programa similar, *Late Night With Seth Meyers*. Na tentativa de associar o material elaborado para o aplicativo com o conteúdo distribuído para o broadcast, dois episódios do programa seriam exibidos em fevereiro de 2021 durante o horário da madrugada, usualmente utilizado para rerepresentações (GARRON, 2020; VANARENDONK, 2021).

A dimensão mais previsível consiste no conteúdo de ficção exclusivo à plataforma. Nisso, forças diversas se cruzam. Uma opção consiste em lidar com propriedade intelectual já estabelecida, especialmente útil quando se abarca material adaptado de outros formatos. Isso ocorre através de *Dr. Death*, série baseada num podcast produzido pela Wondery. Indício de que se trata de uma tendência mais extensa, a expansão de conteúdo entre formatos ocorre não apenas nesse caso, mas também com *Dirty John*, podcast da mesma produtora adaptado, em uma experiência homóloga, pela Bravo; e de *Homecoming*, pela Amazon (ANDREEVA; PETSKEI, 2018). Essa possibilidade se explica, em parte, pela trajetória da Wondery, produtora concebida por um executivo que, anteriormente, já havia sido diretor executivo da Fox International Channels (LITTLETON, 2016). Isso indicia uma trajetória compartilhada adotada não apenas pelo Peacock. Tanto a exploração racional de produtos mediante o uso de publicidade não muito distinta daquelas típica à televisão quanto a reutilização de propriedade intelectual através de franquias intermináveis abarca diversos criadores.

Outra dimensão desse reaproveitamento de propriedade intelectual sob controle da corporação remate aos revivals de programas pregressos. Isso se reparte em duas direções. Numa, revela-se indispensável que esse material original tenha sido exibido anteriormente em um instante distante o suficiente no tempo para que não seja reconhecido pela geração ao qual se destina no presente. Em outra, esse produto consiste em conteúdo não tão distante no passado a ponto de oferecer ainda alguma sensação de nostalgia ao público, intensificada pelo uso atores

presentes na versão anterior, que reaparecem agora, ainda que em enredos secundários à narrativa essencial. Isso ocorre com *Saved by the Bell*, exibido entre 1989 e 1992; *Punky Brewster*, apresentado entre 1984 e 1988; *The Fresh Prince of Bel-Air*, no ar entre 1990 e 1996, que se torna *Bel-Air* na adaptação recente (GOLDBERG, 2019, 2020; HIPES, 2019).

Dimensão anexa consiste em retirar o conteúdo presente em outros serviços, transformando-os em material exclusivo ao Peacock. Isso ocorre com *Parks and Recreation* (exibido originalmente entre 2009 e 2015) e *The Office*, (apresentado entre 2005 e 2013), numa decisão que, no caso específico dessa segunda série, obriga a Universal a abrir mão se cerca de US\$ 100 milhões, valor que corresponde aos acordos de distribuição do material. A decisão se torna viável após o encerramento, em 2021, do contrato de distribuição de tal material com a Netflix. Essa decisão, específica ao território dos EUA, permite avaliar, nesse mercado central, a viabilidade dessa experiência de acesso exclusivo, evento com menor impacto em outros países (JARVEY, 2019).

Conclusão

O Peacock busca institucionalizar uma direção para o audiovisual já ensaiada em outras ocasiões. Agora, a transposição em definitivo, para o streaming, da televisão (e de suas formas do broadcast e do multicanal) ocorre mediante a expectativa de evitar a alienação dos investimentos publicitários típicos ao broadcast. A expectativa de estabelecer, no streaming, o conteúdo anteriormente inscrito na televisão recupera também uma variabilidade de imagens presente no broadcast desde sua gênese. O streaming foi bastante

eficaz em contribuir com a eliminação de contenção para a imagem, aumentando a presença de conteúdo. Agora, essa expansão prossegue, mas em uma direção na qual essas plataformas possam deliberadamente se assemelhar ao broadcast e ao multicanal.

Interpreta-se esse cenário como consequência da expansão das atividades por parte de corporações de telecomunicações, principais responsáveis pela concentração diversificada responsável pela tendência que se discerne através do Peacock. Contudo, essas corporações são também proprietárias de operações de audiovisual, exatamente aquelas empresas em contraposição mais direta aos negócios de tecnologia de informação. O contexto obriga a que grande parte da atividade de tais empreendimentos se concentre na retenção de transformações mais intensas no audiovisual. Todavia, embora evitem incentivar essas mudanças em sua dimensão mais radical, as características que introduzem consistem em um traço importante de observar.

Contudo, existem especificidades ainda possíveis de problematizar. A progressiva semelhança do streaming à televisão não ocorre sem idiosincrasias. Contraditoriamente, as novas imagens passam a dispor de uma visibilidade mais restrita. A fruição desses produtos se limita a um público segmentado: os indivíduos que se atrelam à plataforma. Uma quantidade imensa de material se encontra disponível apenas para esses expectadores. O broadcast proporcionava audiovisual com máxima visibilidade (BARNOUW, 1968). Mas esse momento do streaming introduz uma invisibilidade que tende a se assemelhar a certa lógica do segredo.

Em parte, essa problemática da hipersegmentação foi descrita mediante a ideia de filtros invisíveis

(PARISER, 2012), estruturas planejadas para restringir acesso. Questão homóloga esteve presente também em mecanismos que prezam pela inviolabilidade dos conteúdos que neles circulam. Nesse caso, isso se materializou no uso intenso de criptografia, permitindo informações em trânsito em um ambiente obscuro, cuja visibilidade se restringe a alguns grupos determinados de usuários. Há algo desse traço nos mecanismos que evitam o acesso, em vez de proporcioná-lo. Traço homólogo se encontra em curso para o audiovisual, que passa a lidar, ele também, com essa dimensão quase inacessível.

Bibliografia

Ad nauseam; Entertainment. **The Economist**, p. 52(US), 18 jul. 2020.

ANDREEVA, N.; PETSKEI, D. 'Dr. Death' TV Series Based On Podcast In Works At Universal Cable Productions. **Deadline**, 3 out. 2018.

BALBONTÍN, P. R. **Gestión pública, regulación e internacionalización de las telecomunicaciones**. Santiago de Chile: Cepal, 2003.

BALBONTÍN, P. R. **Privatización, reestructuración industrial y prácticas regulatorias en el sector telecomunicaciones**. Santiago de Chile: CEPAL, 2005.

BARNOUW, E. **The Golden Web: A History of Broadcasting in the United States: Vol. 2 - 1933 to 1953**. New York: Oxford University Press, 1968.

BERGESON, S. Surprise! "The Real Housewives Ultimate Girls Trip" Premieres Early on Peacock. **UWIRE Text**, 16 nov. 2021.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 1999.

CASTELLS, M. **The Rise of the Network Society**. 2. ed. Malden: Wiley-Blackwell, 1996.

CASTELLS, M. **Communication Power**. New York: Oxford University Press, 2009.

CHALABY, J. Producing TV content in a globalized intellectual property market: The emergence of the international production model. **Journal of Media Business Studies**, v. 9, p. 19–39, set. 2012.

CHENOWETH, N. **Rupert Murdoch: The Untold Story of the World's Greatest Media Wizard**. New York: Crown Business, 2002.

CROW, D. Verizon takes mobile route to challenge Netflix. **The Financial Times**, p. 18, 10 set. 2015.

CURTIN, M.; HOLT, J.; SANSON, K. (EDS.). **Distribution Revolution: Conversations about the Digital Future of Film and Television**. Oakland, California: University of California Press, 2014.

FARRELL, M. Comcast Flexes Its Broadband Muscles: Follows up Peacock showcase with largest high-speed internet sub growth in 12 years. **Multichannel News**, v. 41, n. 2, p. 4–5, 27 jan. 2020.

FRANKEL, D. Xfinity Flex Lays Down a Track for Peacock: Comcast expands distribution of device it wants viewers to watch new OTT service on. **Broadcasting + Cable**, v. 149, n. 9, p. 18–19, 23 set. 2019.

GARRON, T. Let Amber Ruffin Be Your Guide: As she launches a late-night show in the middle of an election season. **New York**, v. 53, n. 18, p. 105–106, 31 ago. 2020.

GAUDREAU, A.; MARION, P. Cinema Hangs Tough. Em: CHATEAU, D.; MOURE, J. (Eds.). **Post-cinema**. Cinema in the Post-art Era. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2020. p. 67–84.

GOLDBERG, L. NBCUniversal's Streaming Strategy, Name, Programming Lineup Revealed. **The Hollywood Reporter**, 17 set. 2019.

GOLDBERG, L. 'Fresh Prince of Bel-Air' Drama Reboot in the Works. **The Hollywood Reporter**, 11 ago. 2020.

GOLDSTEIN, P. Inside the creation of Verizon's Go90. **Fierce Wireless**, 19 jan. 2015.

GOMERY, D. Vertical Integration, Horizontal Regulation: The Growth of Rupert Murdoch's US Media Empire. **Screen**, v. 27, n. 3–4, p. 78–86, 1986.

- GOMERY, D. **A history of broadcasting in the United States**. Malden, MA: Blackwell, 2008.
- HELD, D. et al. **Global Transformations: Politics, Economics, and Culture**. Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1999.
- HERMAN, E. S.; MCCHESENEY, R. W. **The global media: the new missionaries of corporate capitalism**. London: Continuum, 1997.
- HESMONDHALGH, D. **The Cultural Industries**. 2nd. ed. New York: Sage, 2007.
- HIPES, P. 'Saved By The Bell', 'Punky Brewster' Reboots Set For NBCU's Peacock Streaming Service. **Deadline**, 17 set. 2019.
- HOLT, J. **Empires of Entertainment: Media Industries and the Politics of Deregulation, 1980-1996**. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2011.
- JARVEY, N. 'Parks and Recreation' Moving Exclusively to NBCUniversal Streamer. **The Hollywood Reporter**, 17 set. 2019.
- KEATING, G. **Netflixed**. New York: Portfolio, 2012.
- LADEIRA, J. M. **Imitação do Excesso: Televisão, Streaming e o Brasil**. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.
- LADEIRA, J. M. Fluxo de imagens: Net, Telmex e o streaming no Brasil. **Revista Comunicação Midiática**, v. 12, n. 1, p. 38–53, 2017.
- LAFAYETTE, J. Peacock Spreads Its Feathers: Streaming the Comcast way, starting April 15. **Broadcasting + Cable**, v. 150, n. 1, p. 4–5, 1 jan. 2020.
- LITTLETON, C. Fox Backs Wondery Podcast Network Launched By Former Exec Hernan Lopez. **Variety**, 13 jan. 2016.
- LOBATO, R. **Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution**. Nova York: New York University Press, 2019.
- LOTZ, A. **The Television Will Be Revolutionized**. Second Edition. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 2014.

MOCHKOFSKY, G. **Pecado Original**. Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder. Buenos Aires: Planeta, 2011.

PARISER, E. **O filtro invisível**: O que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PARSONS, P. **Blue skies**: a history of cable television. Philadelphia: Temple University Press, 2008.

Peacock To Debut Original News Shows Featuring Mehdi Hasan And Zerlina Maxwell. **PR Newswire**, p. NA-NA, 2 out. 2020.

Peacock to Stream Tokyo Olympics Coverage Live Including Gymnastics, Track & Field, and Basketball. **Mena Report**, p. NA-NA, 25 jun. 2021.

SINCLAIR, J. **Latin American Television**: A Global View. New York: Oxford University Press, 1999.

STEEL, E. Verizon to Offer Free Mobile TV Service, Hoping to Draw Millennials. **The New York Times**, p. B2(L), 8 set. 2015.

SUTTON, K. Peacock's Olympic-size promotion: NBCUniversal hopes the games will stoke streaming growth. **Adweek**, v. 62, n. 13, p. 9–10, 26 jul. 2021.

VANARENDONK, K. Committing to the Bit: Amber Ruffin already knows exactly how she wants to play it. **New York**, v. 54, n. 7, p. 81–83, 29 mar. 2021.

WOLFF, M. **Television Is the New Television**: The Unexpected Triumph of Old Media in the Digital Age. New York: Portfolio, 2015.

WOLK, A. **Over The Top**: How The Internet Is (Slowly But Surely) Changing The Television Industry. [S.l.]: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015.

WU, T. **Impérios da comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ZIELINSKI, S. **Audiovisions**: Cinema and Television as Entr'actes in History. Amsterdam: Amsterdam University Press, 1994.