

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO PROFESSOR JOSÉ DE SOUSA HERDY
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

HENRIQUE DA COSTA GOMES

O IMPACTO DO SPOTIFY NA PODOSFERA
UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PODCAST NÃO OUVO NO SPOTIFY

DUQUE DE CAXIAS

2020

HENRIQUE DA COSTA GOMES

O IMPACTO DO SPOTIFY NA PODOSFERA
UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PODCAST NÃO OUVO NO SPOTIFY

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Comunicação Social com Habilitação em
Jornalismo na Universidade do Grande Rio como
requisito para obtenção do grau de bacharel.

Orientadora: Miriam Magalhães

DUQUE DE CAXIAS
2020

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UNIGRANRIO – NÚCLEO DE COORDENAÇÃO DE BIBLIOTECAS

G633i Gomes, Henrique da Costa.
O impacto do *Spotify* na podosfera: um estudo de caso sobre o *podcast* Não Ouvo no *Spotify* / William Ricardo dos Santos Montarroyos. – Duque de Caxias, 2020.
56 f. : il. ; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Jornalismo) – Universidade do Grande Rio “Prof. José de Souza Herdy”, Escola de Ciências Sociais Aplicadas, Duque de Caxias, 2020.
“Orientadora: Prof.^a Miriam Magalhães”.
Referências: f. 48.

1. Comunicação social. 2. Jornalismo. 3. Tecnologia *streaming*. 4. *Spotify* (Aplicativo de músicas). 5. *Podcasts* (Mídia digital). I. Magalhães, Miriam. II. Universidade do Grande Rio “Prof. José de Souza Herdy. III. Título.

CDD – 070.4

HENRIQUE DA COSTA GOMES

O IMPACTO DO SPOTIFY NA PODOSFERA
UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PODCAST NÃO OUVO NO SPOTIFY

Monografia apresentada na disciplina de Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo da Universidade do Grande Rio Prof. José de Souza Herdy, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Duque de Caxias, ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra Andrea da Silva Freire. – Orientadora

Prof. Examinador
Universidade do Grande Rio Prof. José de Souza Herdy

Prof. Examinador
Universidade do Grande Rio Prof. José de Souza Herdy

RESUMO

A pesquisa gira em torno da parceria que o Spotify tem com alguns podcasts no Brasil, isso porque a plataforma de streaming de músicas passou a investir em podcasts no ano de 2019. Desde quando foi criado, o formato podcast nunca chegou a ser muito relevante no Brasil, apesar de ter um público muito engajado. Já o Spotify é, e há um bom tempo, um dos principais serviços de áudio do mundo. Desse modo, há uma expectativa que a adoção de podcasts no seu catálogo seja benéfica para ambos as partes. Assim, o objetivo da pesquisa é saber qual o impacto e a influência do Spotify como uma plataforma de podcasts no ano de 2019 usando o podcast Não Ouvo como estudo de caso. Neste projeto, também será contextualizada um pouco da história da internet até o surgimento do streaming, ainda será apresentada a origem do podcast e do Spotify, além de compreender essa parceria.

Palavras-chave: Internet; Não Ouvo; Podcast; Spotify; Streaming.

ABSTRACT

The research revolves around the partnership that Spotify has with podcasts in Brazil, because the music streaming platform started investing in podcasts in 2019. Since it was created, the podcast has never been very relevant in Brazil, despite having a very engaged audience, already compared to the media, Spotify has long been one of the main audio services in the world. This is expected to help the adoption of podcasts in your catalog be beneficial for both parties. So the idea of this research is to know the impact and influence of Spotify as a podcast platform in 2019 using the podcast Não Ouvo as a basis. In this project, will also be contextualized a little of the history of the Internet until the emergence of streaming, will still be presented the origin of the podcast and Spotify, in addition to understanding this partnership of them. And finally, will be presented the podcast Não Ouvo, and from there, analyze your metrics and numbers seeking to reach some possible conclusion.

Keywords: Internet. Não Ouvo. Podcast. Spotify. Streaming.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. SURGIMENTO DA INTERNET, NOVAS MÍDIAS NO CIBERESPAÇO E CHEGADA DO STREAMING.....	10
2.1 O Surgimento da Internet	10
2.2 Novas Mídias no Ciberespaço.....	13
2.3 Chegada do Streaming	15
3. ORIGEM DO SPOTIFY, DO PODCAST E SEUS ELEMENTOS	19
3.1 A Origem do Podcast.....	19
3.2 Podcast no Brasil.....	21
3.3 Origem do Spotify	23
3.4 Podcasts no Spotify.....	27
4. ESTUDO DE CASO: PODCAST NÃO OUVO NO SPOTIFY	33
4.1 Maurício Cid e Não Salvo.....	33
4.2 Origem do Não Ouvo	35
4.3 Família Não Ouvo.....	37
4.4 Números do Não Ouvo	40
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS.....	48

1. INTRODUÇÃO

A pesquisa feita teve como intuito avaliar o impacto e a influência em números e em engajamento que o Spotify proporciona como plataforma de podcasts no ano de 2019, fazendo uso do estudo de caso do podcast Não Ouvo e seus outros programas denominados família Não Ouvo.

O podcast Não Ouvo surgiu em 2015 por uma iniciativa do blogger Maurício Cid, que já tinha um público significativo desde a época de seu blog Não Salvo¹. Já nos primeiros programas, o podcast alcançou altos números de downloads, e em 2019, o Spotify fez uma parceria com o Não Ouvo para que lançasse alguns programas exclusivos na sua plataforma. Essa exclusividade existe para que os ouvintes migrem para o Spotify, e passem a utilizar a plataforma como seu agregador principal. Até hoje, Não Ouvo se mantém como uns dos podcasts mais populares do Brasil, tendo mais de 3 milhões de download só no Spotify².

A pesquisa é oportuna porque analisa uma mudança de hábito importante, o de consumir o formato podcast, colocando-o em evidência para um público que até então não conhecia, ou não tinha interesse na mídia.

Para que houvesse um entendimento melhor sobre os assuntos tratados, a pesquisa se inicia com um capítulo histórico que vai desde a criação da internet até o surgimento do streaming. Dessa maneira, fica melhor contextualizada e compreendida a evolução da tecnologia e com ela, as consequentes formas de propagação de ideias e informações que transformaram radicalmente a forma de se comunicar.

Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana (CASTELLS, 2001, p.6).

O podcast é mais um dos vários meios de comunicação que surgiram com a chegada da internet, e uma de suas particularidades é a de poder ser ouvido a qualquer momento e em qualquer lugar, desde de que tenha internet, ou tenha o programa adequado baixado. E a tendência é que o podcast se torne cada vez mais

¹ Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/>>. Acesso em 23 out. 2019.

² Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1176182510155390976>>. Acesso em 23 out. 2019.

relevante como produto e cresça no mercado, pois está achando seu espaço tanto na parte de conteúdo, com novos produtores, quanto na parte financeira, já que cada vez mais empresas estão buscando investir na mídia.

O Spotify, que hoje é o maior serviço de streaming de músicas do mundo, surgiu nos anos 2000 com o objetivo de levar músicas de forma legal para as pessoas e com isso eles conquistaram seu espaço na indústria da música³. Mas a plataforma percebeu que com seu público também poderia conquistar o mercado de podcasts⁴. “Diferentes meios de comunicação podem competir entre si ou imitar um ao outro, bem como se complementar” (BRIGGS, BURKLE, 2002, p.31).

O método de pesquisa inicialmente utilizado foi o exploratório, pois teve como objetivo buscar saber se o Spotify impactou muito, ou pouco positivamente o aumento e a popularidade do podcast no Brasil. A pesquisa bibliográfica também foi fundamental para dar substancialidade à pesquisa, especialmente em relação à conceituação de termos e momentos específicos descritos na pesquisa.

As fontes foram variadas, como sites especializados em notícias e informações, livros e algumas citações de podcasters sobre o assunto em questão. Os principais livros citados foram *A Galáxia da Internet*, de Manuel Castells e *Uma história social da mídia*, de Asa Briggs e Peter Burke. As métricas do podcast Não Ouvo foram passadas direto pela fonte, por um dos participantes do próprio podcast, Fred Fagundes.

A pesquisa também contou com uma abordagem quantitativa, pois para se chegar a uma análise mais concreta foi preciso que se observasse os números e métricas que o podcast alcançou após sua chegada no Spotify como um podcast exclusivo.

Durante o podcast Rebobinando, no programa "Como criar e publicar um podcast"⁵, quando o apresentador Luide Hister, no momento que estava falando sobre

³ Disponível em:

<<https://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/media/7259509/Daniel-Ek-profile-Spotify-will-be-worth-tens-of-billions.html>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁴ Disponível em: <<https://www.theverge.com/2019/3/26/18282301/spotify-podcasts-parcast-acquisition-gimlet-media-anchor>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁵ Disponível em: < <https://www.amigosdoforum.com.br/como-criar-e-publicar-um-podcast-rebobinando-talks/>>. Acesso em 10 set. 2019.

o Spotify como um agregador de podcasts, disse que foi impactado negativamente na média pela plataforma. Segundo ele, mesmo tendo ganhado novos ouvintes nos últimos tempos, muitos deles só passaram a escutá-lo quando eram notificados pelos agregadores, e o Spotify não notifica novos programas. Além disso, ele também disse que o Spotify é uma ótima porta de entrada, mas um péssimo agregador. O podcast Rebobinado costuma falar sobre a cultura pop de um jeito diferentes dos demais podcasts, não só falando se algo é bom ou ruim, mas buscando levar uma análise mais social, tentando entender e discutir assuntos importantes e em alta. Por conta das declarações do Luide sobre o Spotify, surgiu a ideia para a pesquisa.

O podcast escolhido para ser usado como estudo de caso foi o Não Ouvo, que é um programa que está na ativa desde 2015, já tem um público consolidado, e também por ter alguns podcasts derivados, denominados família Não Ouvo, que são exclusivos do Spotify.

Segundo o próprio Spotify, de abril de 2017 a abril de 2018, o aumento no número médio de ouvintes no mundo inteiro de podcast diários na plataforma foi de 330%⁶. Porém, como o Spotify não divulga dados específicos do Brasil, a pesquisa foi feita utilizando informações de podcasts específicos.

Levando em consideração que o jornalismo está em constante adaptação às mudanças e inovações da internet, o tema já é relevante por si só, ainda mais porque o podcast ainda é um formato pouco explorado no jornalismo. Outro aspecto que justifica a pesquisa, é que o podcast é uma mídia que vem ganhando cada vez mais espaço no mercado, principalmente graças ao Spotify e seu investimento. O co-fundador do Spotify, Daniel Ek, afirmou que com o tempo 20% de tudo que é reproduzido na plataforma será de conteúdo não musical e também, disse que seu objetivo é que o Spotify se torne “a plataforma de áudio número um do mundo”⁷.

A escolha do tema se deu pelo interesse no formato e a curiosidade sobre o quanto a chegada do Spotify poderia ajudar na popularização da mídia. Outro ponto a destacar é que não existem muitos estudos acadêmicos sobre o formato, embora o tema seja relevante, como já apresentado anteriormente. Em uma busca rápida na

⁶ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/a-era-de-ouro-dos-podcasts-entenda-boom-dos-programas-de-audio-on-line-23612273>>. Acesso em 17 out. 2019.

⁷ Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2019-02-06/audio-first/>>. Acesso em 17 out. 2019.

internet, no dia 30 de novembro de 2019, usando as palavras chaves “Podcast”, “Spotify” e “Não Ouvo”, foi visto que a maior parte dos estudos encontrados se apoiam na estrutura do Spotify ou sobre temas específicos tratados nos podcasts, como inclusão social, esportes, educação, alguns relacionados ao jornalismo, mas poucos sobre o podcast no Spotify.

2. SURGIMENTO DA INTERNET, NOVAS MÍDIAS NO CIBERESPAÇO E CHEGADA DO STREAMING

2.1 O Surgimento da Internet

Com o passar tempo e todo o avanço tecnológico da sociedade, surgiram vários meios de comunicação diferentes, cada um com suas particularidades e importância, a começar pela escrita, a leitura e, principalmente, a oralidade, que são as bases da comunicação humana. “A arte da fala era considerada pelos retóricos tão importante quanto a da escrita” (BRIGGS, BURKE, 2002, p.37). Mas quando se fala de comunicação contemporânea, na qual há muita influência tecnológica, não se tem um meio principal, pois a todo momento surge alguma inovação que transforma a vida ou a maneira de viver das pessoas.

O rádio e a televisão, por exemplo, foram e ainda são muito relevantes na sociedade, ocupam funções que outros meios não conseguem cumprir, pois algumas pessoas que não possuem muito ou nenhum domínio de internet acabam se informando via rádio e televisão, e por vivermos em um mundo globalizado, isso pode não ser muito completo. Desse modo, grande parte da informação que esse público recebe vem do que as emissoras e as rádios consideram relevante, e por mais competentes que elas sejam, algumas informações, que podem ser fundamentais para uma parte específica da população, acabam não sendo transmitidas ao público. Como exemplo pode-se citar quando um jornal de grande porte só noticia sobre as grandes capitais, fazendo com que pequenas cidades tenham de buscar alguma outra forma de saber sobre sua região.

Voltando um pouco no tempo, em setembro de 1969 surgiu a internet, que é uma grande rede de computadores interligados que transmitem informações ao mundo todo. Segundo Castells (2001), durante a época de sua criação, o mundo passava pela Guerra Fria e por constantes ameaças de uma possível nova guerra mundial. Os EUA criaram uma rede de comunicação que interligava os militares e os cientistas, e a chamaram de ARPANET, uma rede de computadores montada pela Advanced Research Projects Agency (ARPA). Essa rede viria a ter o seu nome mudado mais tarde para internet.

Uma das primeiras invenções dessa época foi o email, inventado por Ray Tomlinson, um programador dos Estados Unidos, em 1971. Inicialmente, o programador criou um aplicativo chamado SNDMSG, no qual usuários conectados ao mesmo PC pudessem trocar mensagens entre si. E para adaptar esse aplicativo, ele utilizou um protocolo de transferência de arquivos chamado CYPNET, que fazia com que fosse possível que qualquer um que estivesse conectado à ARPANET pudesse trocar mensagens. E para que isso funcionasse, ele resolveu utilizar a "@" que identificava quem enviava e quem recebia as mensagens⁸.

Outra invenção importante da época foi o protocolo de internet, que de acordo com o artigo *A Protocol for Packet Network Intercommunication*⁹, escrito em 1973, mas publicado em 1974, por Robert Kahn, da ARPA, e Vint Cerf da Universidade Stanford, as redes de computadores só poderiam falar umas com as outras através de protocolos de comunicação padronizados. Assim, Cerf, Gerard LeLann (do grupo de pesquisa francês Cyclades) e Robert Metcalfe (Xerox PARC) criaram o protocolo de controle de transmissão (TCP). E em 1978, Cerf junto com Postel e Crocker, representantes de vários centros de computação ligados à ARPANET, dividiram o TCP em duas partes, acrescentando um protocolo intrarrede (IP), o que gerou o protocolo TCP/IP, padrão segundo o qual a Internet continua operando até hoje.

Mais tarde, nos anos 1980, a ARPANET se expandiu para outros países e seu nome foi mudado para internet¹⁰. Em 1989, Tim Berners-Lee, cientista do Conselho Europeu de Pesquisas Nucleares, criou o WWW (World Wide Web), que tornou mais acessível o alcance de informações entre qualquer usuário. Inicialmente, Tim formulou em um documento chamado *"Information Management: A Proposal"*¹¹, o que ele idealizou e viria a ser a web¹².

Ele também é responsável por desenvolver outras três tecnologias fundamentais que são indispensáveis para a internet: o código HTML (*HyperText*

⁸ Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/web/2763-a-historia-do-email.htm>>. Acesso em 15 jan. 2020. -----

⁹ Disponível em: <<https://www.cs.princeton.edu/courses/archive/fall06/cos561/papers/cerf74.pdf>>. Acesso em 15 jan. 2020. -----

¹⁰ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>>. Acesso em 15 set. 2019.

¹¹ Disponível em: <<http://info.cern.ch/Proposal.html>>. Acesso em 20 jan. 2020. -----

¹² Disponível em: <<https://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/>>. Acesso em 20 jan. 2020. -----

Markup Language), que é a linguagem de formatação da Web; a URI (*Uniform Resource Identifier*), que é um tipo de endereço exclusivo e usado para identificar cada recurso na web, comumente chamado de URL; e o protocolo HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*), que permite a recuperação de recursos vinculados de toda a web.

Após ser inventada, a web passou por algumas mudanças que implicaram na maneira com que o usuário interage e a utiliza. Elas foram divididas em fases, tendo seus nomes denominados por palavras-chave. A primeira delas foi a Web 1.0 que durou de 1989 a 2005¹³, e, segundo Tim Berners-Lee, esta é a “*read-only web*” (web somente leitura), isso porque ela se caracterizou pela entrega de conteúdo online de forma estática. Nela, o usuário, basicamente, só poderia procurar informações e lê-las, pois, havia muito pouco em termos de interação do usuário ou geração de conteúdo¹⁴.

Durante esse período novas mídias, tecnologias e estudos sobre a web foram surgindo, e no meio disso tudo, mais especificamente em 1997, o filósofo, sociólogo e pesquisador em ciência da computação, Pierre Lévy, desenvolveu o conceito de ciberespaço.

O ciberespaço é o meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1997, p.22, 23).

Essa infraestrutura do ciberespaço é a internet. Desde a sua chegada, cada vez mais a internet vem se consolidando na vida das pessoas como uma necessidade quase que natural. Graças a ela, a informação e a comunicação se tornaram cada mais difundidas e democráticas, fazendo com que as pessoas possam decidir como e o que elas querem saber, ver, ouvir, entre outras coisas. “A Internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos,

¹³ Disponível em: <<http://ijcsit.com/docs/Volume%205/vol5issue06/ijcsit20140506265.pdf>>. Acesso em 22 jan. 2020. -----

¹⁴ Disponível em: <<https://www.practicalcommerce.com/Basic-Definitions-Web-1-0-Web-2-0-Web-3-0>>. Acesso em 22 jan. 2020. -----

num momento escolhido, em escala global” (CASTELLS, 2001, p.7). E por conta desse meio inovador, surgiram vários outros integrados a ele.

2.2 Novas Mídias no Ciberespaço

Como dito anteriormente, com a chegada da Web 1.0 muitas coisas novas foram surgindo, e citando algumas delas, temos os blogs, que são sites nos quais cada pessoa pode criar e publicar seus textos, como uma espécie de diário online; o e-commerce, que é o comércio eletrônico ou comércio online, que pode-se citar como exemplo a *Amazon*, o *Walmart* e o *eBay*¹⁵; e os games, que começaram a usar a internet para funções online, principalmente após o jogo *Quake* que foi o pioneiro dos jogos *FPS*¹⁶ *multiplayer*¹⁷. E além desses e de outros, temos dois meios principais para o projeto em questão, o streaming e o podcast. Todos esses meios citados são elementos presentes na Cibercultura, que segundo Pierre Lévy (1997) é um conjunto de novas práticas, formas, atitudes, modos de pensamento e valores, que chegaram com a internet e ajudam a desenvolver o ciberespaço.

A cada avanço tecnológico o ser humano fica ainda mais conectado à internet, seja em casa ou em público, e isso se tornou mais frequente na vida de cada pessoa, principalmente após a criação do Wi-Fi, em 1997, mas só em 1999, que ele foi introduzido para uso doméstico. O Wi-Fi é uma maneira de acessar a internet de banda larga usando transmissores sem fios e sinais de rádio por meio de um dispositivo. O transmissor recebe os dados da internet e os converte em sinais de rádio que podem ser recebidos e lidos por dispositivos que são habilitados. Desde a sua criação, o Wi-Fi tem desempenhado um papel essencial, pois dependemos regularmente dele para manter nossos afazeres, nosso rendimento e nossa disciplina.¹⁸

¹⁵ Disponível em: <<https://www.marketing91.com/e-commerce-companies-in-the-world/>>. Acesso em 12 out. 2019.

¹⁶ *FPS*, sigla para *first-person shooter*, que significa tiro em primeira pessoa.

¹⁷ Disponível em: <<https://datapath.io/resources/blog/the-history-of-online-gaming/>>. Acesso em 12 out. 2019.

¹⁸ Disponível em: <<https://purple.ai/blogs/history-wifi/>>. Acesso em 15 mar. 2020.

Mais para frente, em 2004, chegou a Web 2.0, que teve o termo definido por Dale Dougherty, vice-presidente da O'Reilly Media, em uma conferência entre *O'Reilly* e *MediaLive International*¹⁹. Segundo Tim Berners-Lee, esta fase foi descrita como a “*read-write web*” (web leitura e escrita), pois se caracterizou pela alta produção de conteúdo, principalmente por textos, vídeos e áudios. Também foi aí que os conceitos de design e criação de sites começaram a ser mais relevantes, além de tornar possível que os usuários pudessem interagir ou contribuir com conteúdo entre eles e em outros sites²⁰.

WEB 1.0	WEB 2.0
Leitura	Leitura/Escrita
Empresas	Comunidades
Cliente-Servidor	P2P (Peer to Peer)
HTML, Portais	XML, RSS
Taxonomia	Tags
Possuir	Compartilhar
IPOs	Vendas comerciais
Netscape	Google
Formulários da Web	Aplicações da web
Raspagem de tela	APIs
Linha discada	Banda larga
Custos de hardware	Custos de largura de banda
Palestras	Conversas
Publicidade	Boca a boca
Serviços vendidos pela web	Serviços da web
Portais de informações	Plataformas

Tabela 1. Comparação da web 1.0 e web 2.0.

Fonte: Imagem tirada e traduzida da pesquisa *Evolution Of The World Wide Web: From Web 1.0 To Web 4.0*²¹

Após o que foi descrito, isso nos leva à Web 3.0, que foi nomeada assim pela primeira vez pelo jornalista John Markoff, do New York Times, e que sugeriu como a

¹⁹ Disponível em:

<<https://pdfs.semanticscholar.org/8cb3/93c3229e8f288febfa4dac12a0f6298efb93.pdf>>. Acesso em 22 jan. 2020. -----

²⁰ Disponível em: <<https://www.practicalecommerce.com/Basic-Definitions-Web-1-0-Web-2-0-Web-3-0/>>. Acesso em 22 jan. 2020.

²¹ Disponível em:

<<https://pdfs.semanticscholar.org/8cb3/93c3229e8f288febfa4dac12a0f6298efb93.pdf>>. Acesso em 22 jan. 2020. -----

terceira geração da web, em 2006. Segundo Tim Berners-Lee, essa fase é a "*read-write-execute web*" (web ler, escrever e executar). Web 3.0 também é chamada de web executável ou web semântica²². A ideia básica da web 3.0 é tornar a internet mais inteligente, se baseando no comportamento dos usuários, ou seja, todos os dados, os sites, as publicidades e as aplicações serão personalizadas de acordo com as pesquisas do internauta. Sempre buscando fazer isso da maneira mais rápida e eficaz, integrando aplicativos, melhorando o gerenciamento de dados e a acessibilidade a internet móvel²³.

WEB 2.0	WEB 3.0
Web de leitura e escrita	Web Pessoal Portátil
Comunidades	Indivíduos
Compartilhamentos de conteúdo	Consolidando conteúdo dinâmico
Blogs	Lifestream
AJAX	RDF
Wikipédia, Google	Dbpedia, igoogole
Marcação	Engajamento do usuário

Tabela 2. Comparação da web 2.0 e web 3.0.

Fonte: Imagem tirada e traduzida da pesquisa Evolution Of The World Wide Web: From Web 1.0 To Web 4.0²⁴

2.3 Chegada do Streaming

Pós toda a explicação sobre as novas mídias e as diferentes fases da web, voltamos para o final dos 1990, pois foi nesta época que surgiu o *streaming*, e ele será necessário ser descrito com mais detalhes por estar relacionado à boa parte das questões que virão à frente no projeto.

O *streaming* é um serviço que tem como objetivo transmitir informações multimídias por meio de algum aparelho via internet. Essa tecnologia foi criada na

²² Disponível em:

<<https://pdfs.semanticscholar.org/8cb3/93c3229e8f288febfa4dac12a0f6298efb93.pdf>>. Acesso em 22 jan. 2020. -----

²³ Disponível em: <<https://www.practicalecommerce.com/Basic-Definitions-Web-1-0-Web-2-0-Web-3-0/>>. Acesso em 22 jan. 2020.

²⁴ Disponível em:

<<https://pdfs.semanticscholar.org/8cb3/93c3229e8f288febfa4dac12a0f6298efb93.pdf>>. Acesso em 22 jan. 2020. -----

década de 1920, por George O. Squier que patenteou um sistema de transmissão e distribuição de sinais através de linha elétricas, porém ela só começou a se popularizar nos anos 1990²⁵, mais especificamente a partir de 1994, quando a empresa *RealNetworks*, antes chamada de *Progressive Networks*, foi fundada. Ela foi a pioneira no mercado de *streaming* quando em 1995 desenvolveu o software *RealAudio*, que tornava possível baixar músicas e ouvi-las online²⁶. Na época, o som que chegava aos usuários era muito inferior ao do rádio. Toda a transmissão ocorria em mono, ou seja, o som saía por um único canal, e utilizava arquivos altamente compactados, o que fazia com que eles fossem mais leves para a transmissão, porém perdiam em qualidade. Essa era uma das adversidades que se tinha para receber os dados sem esgotar o limite de transferência da banda²⁷.

Ainda em 1995, a *Progressive Networks* transmitiu o primeiro evento ao vivo pela Internet, um jogo de beisebol entre o *Seattle Mariners* e o *New York Yankees*. O evento marcou o primeiro evento de *streaming* na internet no mundo. E no mesmo ano foi feito um concerto no *Paramount Theatre*, em Seattle, Washington, que contou com a presença de artistas, como Slash (Guns'n Roses, Velvet Revolver), Matt Cameron (Soundgarden, Pearl Jam) e Barrett Martin (Screaming Trees)²⁸. Isso fez com que até o final do ano - primeiro ano de vendas da *Progressive Networks* - a empresa conseguir US\$ 1,8 milhão em receita²⁹.

E no Brasil o *streaming* chegou rápido também, pois em 14 de dezembro de 1996, Gilberto Gil e sua banda tocaram a música chamada "Pela Internet" no escritório da Embratel, no Rio de Janeiro. A canção foi transmitida online naquele mesmo instante, um feito até então inédito no país. Esse projeto ocorreu por meio de uma parceria da empresa de telecomunicações com a IBM e o jornal O Globo. Para que a iniciativa fosse realizada, todas as salas do prédio ficaram repletas de cabos de

²⁵ Disponível em: <<https://zoeweb.com.br/historia-do-streaming/>>. Acesso em 17 mar. 2020.

²⁶ Disponível em: <<http://www.fundinguniverse.com/company-histories/realnetworks-inc-history/>>. Acesso em 17 mar. 2020.

²⁷ Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/noticias-corporativas/conteudo/203194/o-streaming-e-a-nova-gama-de-possibilidades-na-palma-da-mao>>. Acesso em 18 mar. 2020.

²⁸ Disponível em: <<https://zoeweb.com.br/historia-do-streaming/>>. Acesso em 18 mar. 2020.

²⁹ Disponível em: <<http://www.fundinguniverse.com/company-histories/realnetworks-inc-history/>>. Acesso em 18 mar. 2020.

transmissão, além de ter de haver toda uma mobilização de uma equipe de técnicos, produtores e músicos. Lembrando que na época ainda não existia conexão Wi-Fi³⁰.

A partir daí o *streaming* de vídeo foi ganhando cada vez mais força nos anos seguintes. Em 1997, a *Progressive Networks* mudou seu nome para *RealNetworks* e criou seu player de vídeo chamado *RealVideo*, em 1998, a Apple, que já investia no *Quick Time*, player até então somente de áudio, desenvolveu um novo modelo do programa que implementava a reprodução de vídeos, e no mesmo ano a Microsoft começou a apostar no *Windows Media Player*. Em cada um dos programas os vídeos tinham uma imagem quase que estática, rodando poucos frames por segundo³¹.

A tecnologia *streaming* evoluiu bastante no início dos anos 2000, com a chegada da tecnologia Wi-Fi, por conta do maior acesso à internet, uma banda larga mais rápida e da comercialização da internet³². E de lá para cá a tecnologia chegou a níveis cada vez melhores de qualidade, de variedades de mídias e serviços, e um bom exemplo disso são os *streamings* de games.

Desde o final da década de 2000, os serviços de nuvem, como *Gaikai* e *OnLive*, buscaram oferecer jogos que rodassem conectados à internet, mas não obtiveram muito sucesso e acabaram desistindo da ideia, até que alguns anos mais tarde, ambos os serviços foram adquiridos pela Sony, dando origem ao *PlayStation Now*, o serviço de jogos por *streaming* da Sony. Ele foi lançado em 2014 e podia não só transmitir jogos via internet, mas alguns títulos limitados também podem ser baixados. Um outro serviço é o *Google Stadia*, lançado em 2019, que permite ao usuário acessar os jogos pelo navegador Google Chrome, de um *Chromecast* ou smartphones e tablets em geral³³.

Atualmente a Netflix é o serviço de *streaming* de vídeo mais popular da atualidade, e a Amazon Prime Vídeo, o HBO Go, o Disney+ e o Globoplay são alguns dos outros grandes no mercado. Já em relação aos *streamings* de áudio, o Spotify é

³⁰ Disponível em: <<https://www.tca.com.br/blog/a-incrivel-historia-do-streaming/>>. Acesso em 18 mar. 2020.

³¹ Disponível em: <<https://www.tca.com.br/blog/a-incrivel-historia-do-streaming/>>. Acesso em 18 mar. 2020.

³² Disponível em: <<https://zoeweb.com.br/historia-do-streaming/>>. Acesso em 13 out. 2019.

³³ Disponível em: <<https://comparaplano.com.br/blog/streaming-de-jogos/>>. Acesso em 18 mar. 2020.

o maior do mundo, enquanto o Deezer, o Google Podcasts e o Apple Podcasts são alguns de seus concorrentes.

E os *streamings* vem fazendo, de uma maneira eficiente, com que cada vez mais pessoas deixem de consumir produtos pirateados. Isso por conta dos serviços prestados por um baixo custo e a praticidade de ter no catálogo vários produtos disponíveis de uma só vez, que podem ser assistidos ou ouvidos a qualquer momento. Sobre isso, em uma entrevista ao jornal *The Telegraph*, o co-fundador do Spotify, Daniel Ek revelou: “Eu percebi que você nunca pode se afastar da pirataria... A única maneira de resolver o problema era criar um serviço que era melhor do que a pirataria”

³⁴.

Com base no que foi apresentado, conhecemos a história da internet, o ciberespaço e algumas de suas mídias, e também como foi a chegada da tecnologia *streaming*. A retrospectiva teve como principal objetivo entender melhor o avanço dessa tecnologia até a criação do Spotify, assunto principal do próximo capítulo, junto ao podcast.

³⁴ Disponível em:

<<https://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/media/7259509/Daniel-Ek-profile-Spotify-will-be-worth-tens-of-billions.html>>. Acesso em 10 set. 2019.

3. ORIGEM DO SPOTIFY, DO PODCAST E SEUS ELEMENTOS

3.1 A Origem do Podcast

Novas tecnologias e novas mídias estão sempre surgindo e conforme elas vão aparecendo para as pessoas, elas também vão ganhando relevância, algumas mais rápido que outras, mas cada uma delas têm o seu público específico, seja ele maior ou menor. E juntando isso com a crescente quantidade de aparelhos portáteis reprodutores de arquivos de áudio, em especial os de formato MP3, surgiram várias novas ideias de como melhorar e ampliar o acesso ao conteúdo de áudio blogs e demais programas. Dentre várias delas, duas serão abordadas na pesquisa, respectivamente, o podcast e o *Spotify*.

Primeiro serão contextualizados os nomes e as siglas, começando pelo podcast, que é um arquivo digital em formato de áudio que tem como objetivo transmitir conteúdos diversificados pela internet. As publicações dos arquivos são feitas através de programas chamados agregadores, que utilizam a tecnologia *Feed RSS*.

No caso, o *feed* é uma palavra em inglês que quer dizer alimentação, mas em vez de comidas, seria sobre posts ou publicações³⁵, e o *RSS* é a sigla em inglês para *Rich Site Summary* (Resumo do Site Rico) ou *Really Simple Syndication* (Sindicância Muito Simples), ou seja, é uma forma simples de apresentar o conteúdo de um site³⁶.

E o *Feed RSS* é uma tecnologia que já existia nos blogs, que por meio de uma inscrição no *feed* os usuários cadastrados recebem o conteúdo codificado de maneira que os agregadores compreendam e informem as atualizações dos blogs de forma automática, não precisando ir ao site para baixá-los.

Em 2003, ainda antes do podcast ser desenvolvido, o programador Dave Winer desembarcou no *Berkman Center for Internet & Society*, um centro de pesquisa de Harvard³⁷. O diretor-executivo do centro de pesquisa da Universidade na época, John

³⁵ Disponível em: <https://www.canva.com/pt_br/aprenda/feed-instagram/>. Acesso em 26 mar. 2020.

³⁶ Disponível em: <<https://www.ufmg.br/online/web/arquivos/003127.shtml>>. Acesso em 26 mar. 2020.

³⁷ Disponível em: <<https://news.harvard.edu/gazette/story/2011/10/the-podcast-revolution/>>. Acesso em 30 mar. 2020.

Palfrey, contou em seu blog pessoal que o que Winer queria trabalhar seria transformador e também disse:

A ideia básica era que deveríamos incentivar os acadêmicos de Harvard a começar a blogar. Ele teve uma ideia simples: vamos montar um servidor de blogs e convidar qualquer pessoa da comunidade para começar a blogar³⁸.

Antes de ir para Harvard, Winer havia trabalhado com Adam Curry, um DJ da MTV que imaginava transmitir vídeos online através de um *feed* RSS. E seguindo essa ideia, Winer aprimorou o design do RSS, adicionando anexos de áudio aos formatos de *feed*³⁹.

Winer então conheceu o ex-repórter do *The New York Times* e ex-apresentador da NPR (*National Public Radio*), Christopher Lydon, que também era membro do Berkman. O programador, então, ajudou o jornalista a começar um blog no qual ele publicava suas entrevistas no formato de audioblogs, com uma descrição de texto e com um link de áudio⁴⁰. Em julho de 2003, Lydon entrevistou Winer no que seria considerado o primeiro podcast. "Foi um momento terrivelmente interessante para mim", disse Lydon. "Dave Winer e eu... somos o Neil Armstrong do *podcasting*, e agora todo mundo vai para a lua"⁴¹. Entretanto, isso ainda não era podcast, pelo menos não como nós entendemos hoje em dia.

Segundo Luiz e Assis (2010), em 2004 Adam Curry usou essa tecnologia e desenvolveu um *Feed* RSS para o agregador iTunes, chamando de *RSStoIPod*, para fazer com que os programas fossem baixados automaticamente. Isso fez com que vários outros agregadores comesçassem a fazer o download automatizado de arquivos de áudio, e esse sistema foi denominado *podcasting*. Esse termo foi sugerido pelo jornalista britânico Ben Hammersley, em um artigo no *The Guardian* em fevereiro de

³⁸ Disponível em: <<http://jpalfrey.macfound.org/2011/05/06/weblogsharvard-after-eight-years/>>. Acesso em 30 mar. 2020.

³⁹ Disponível em: <<https://news.harvard.edu/gazette/story/2011/10/the-podcast-revolution/>>. Acesso em 30 mar. 2020.

⁴⁰ Disponível em: <http://www.dtvgroup.com/Chris_Lydon/>. Acesso em 30 mar. 2020.

⁴¹ Disponível em: <<https://news.harvard.edu/gazette/story/2011/10/the-podcast-revolution/>>. Acesso em 30 mar. 2020.

2004⁴². Curry também criou um programa chamado iPodder, que lhe permitia baixar automaticamente transmissões de rádio da internet para seu iPod⁴³. Os programas de áudio distribuídos através do *podcasting* passaram a ser denominados podcasts.

3.2 Podcast no Brasil

Apesar do podcast ainda não ser uma mídia muito popular no Brasil, ela chegou há alguns anos aqui. No dia 20 de outubro de 2004, Danilo Medeiros lançou o primeiro podcast nacional, o Digital Minds. Mesmo tendo se encerrado em 2008, foi um marco para a podosfera⁴⁴ brasileira, tanto que em sua homenagem (apesar de ser um dia depois, talvez por conta do horário da postagem), o dia 21 de outubro é considerado o dia nacional do podcast. Essa história foi contada em entrevista com próprio Danilo Medeiros, para o podcast Papo Editado⁴⁵.

Em 2005 ocorreu a primeira edição da PodCon Brasil (Conferência Brasileira de Podcast), esse foi o primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente a podosfera. Nesse ano também ocorreu o chamado “*podfade*”, que basicamente é quando um podcast acaba, mas nesse caso foi quando diversos podcasts do mundo todo acabaram, por várias razões⁴⁶. O provável motivo principal para esse sumiço, seria que as pessoas pararam de produzir seus podcasts, ou por falta de interesse, ou incentivo. “*O podcasting é uma daquelas coisas baratas e fáceis de começar, mas leva uma quantidade enorme de tempo para continuar sem recompensa*”, disse o escritor e blogueiro freelancer Brian Reid⁴⁷.

Pulando para 2008, o Prêmio iBest, que na época era um dos principais prêmios brasileiros voltados à internet, incluiu pela primeira vez a categoria podcast por voto popular, e o vencedor foi o Nerdcast⁴⁸, lançado em 2 de abril de 2006 e que até hoje

⁴² Disponível em: <<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>>. Acesso em 26 mar. 2020.

⁴³ Disponível em: <<https://computer.howstuffworks.com/internet/basics/podcasting1.htm>>. Acesso em 30 mar. 2020.

⁴⁴ Termo dado ao cenário de podcasts brasileiros.

⁴⁵ Disponível em: <<https://editorsenhora.com.br/podcast/papo-editado-017-danilo-medeiros/>>. Acesso em 30 mar. 2020.

⁴⁶ Disponível em: <<http://abpod.com.br/o-podcast-no-brasil/>>. Acesso em 01 abr. 2020.

⁴⁷ Disponível em: <<https://www.wired.com/2006/02/podfading-takes-its-toll/>>. Acesso em 08 abr. 2020.

⁴⁸ Disponível em: <<https://jovemnerd.com.br/nerdcast/>>. Acesso em 01 abr. 2020.

ainda é o podcast mais popular do país. Também em 2008 foi realizada a primeira edição do Prêmio Podcast, no qual o podcast *Escriba Café*⁴⁹ foi o vencedor⁵⁰.

Para finalizar o histórico de criação e desenvolvimento do podcast, em 2008 ocorreu a primeira edição da PodPesquisa, feita pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPod), que significou uma análise voltada ao meio, através de um levantamento do perfil dos ouvintes brasileiros de podcast. A pesquisa contou com 436 respostas e foi realizada outras vezes em anos posteriores⁵¹. Em 2009 foram registrados 2.487 questionários válidos, alguns anos depois em 2014 o número subiu para 16.197, em 2018 subiu ainda mais, para 22.467, e em 2019, foi feita a última pesquisa, que contou com 16.713 respostas.

Atualmente fica bem clara a ascensão do podcast quando o comparamos com outras mídias que tiveram grande relevância em suas épocas, mas que hoje não tem a mesma influência. Como os blogs por exemplo, que foram muito populares nos anos 2000, mas que acabaram perdendo força com a chegada do Youtube, o que fez com que muitos bloggers migrassem para a plataforma de vídeo. E o próprio Youtube vem perdendo audiência, muito por conta das mudanças de regras e falta de comunicação com seus produtores. Muitos dos youtubers estão migrando para outras plataformas, como a Twitch ou o Facebook. Apesar disso, tanto o blog, quanto o Youtube não acabaram e nem devem acabar, mas sua popularidade tendem a diminuir com o surgimento de novas mídias e plataformas, como o podcast e o *streaming*. Briggs e Burke falam sobre a chegada de novos meios:

Quando aparece um novo gênero ou meio de comunicação, os anteriores não somem. O velho e o novo — por exemplo, o cinema e a televisão — coexistem e competem entre si até que finalmente se estabeleça alguma divisão de trabalho ou função. (BRIGGS, BURKE, 2002, p.51).

Diferente do blog e do Youtube, o podcast vem se tornando cada vez mais popular desde a sua criação, pois todo ano o seu público vem sendo ampliado e a tendência é ele continuar a crescer.

⁴⁹ Disponível em: <<https://escribacafe.com/>>. Acesso em 01 abr mar. 2020.

⁵⁰ Disponível em: <<http://abpod.com.br/o-podcast-no-brasil/>>. Acesso em 01 abr. 2020.

⁵¹ Disponível em: <<https://abpod.com.br/podpesquisa/>>. Acesso em 31 mar. 2020.

Além do Nerdcast, alguns dos podcasts mais populares da podosfera são: *Mamilos*⁵², *Rapaduracast*⁵³, *Gugacast*⁵⁴, *Braincast*⁵⁵, *Não Ouvo*⁵⁶, entre outros. Durante muito tempo a mídia foi considerada um nicho, até porque acabava sendo muito complicado para o cidadão comum, que não tinha muito conhecimento de tecnologia, entender como funciona um agregador ou um *feed*, mas com a chegada do Spotify no mercado de podcasts e alguns grandes veículos de comunicação investindo na mídia, a tendência é que ela fique mais simples para o cidadão comum, fazendo com que a mídia se popularize e cresça ainda mais.

3.3 Origem do Spotify

Como apresentado no capítulo anterior, o *streaming* é um serviço que visa a transmissão de informações multimídias pela internet, no qual o cliente recebe uma determinada quantidade de conteúdo por um baixo custo. E o já citado Spotify, além de um agregador de podcasts, é também o maior serviço de *streaming* de músicas no mundo, e como ele é importante para a pesquisa, a seguir será apresentada e contextualizada um pouco da sua história.

O Spotify surgiu como uma resposta ao aumento da pirataria que estava ocorrendo na indústria musical, mas antes disso, em 1999 surgiu o que é considerado por muitos como precursor dos serviços ilegais de compartilhamento de música, o Napster, que era um serviço de streaming que facilitava a obtenção de músicas pela internet. Mesmo tendo fechado em 2001 por conta de várias acusações por promover a pirataria, seu impacto na indústria já havia sido grande. Um dos únicos serviços legais para se ouvir músicas era o iTunes, que mesmo tendo 5 anos no mercado, era limitado e caro, pois os valores eram cobrados por compras avulsas, o que fez com que as pessoas buscassem músicas de formas ilegais.

De acordo com o jornalista Nilton Kleina do site Tecmundo, o Spotify foi criado em 2006 por Daniel Ek e Martin Lorentzon, em Rågsved, um distrito de Estocolmo, na

⁵² Disponível em: <<https://www.b9.com.br/shows/mamilos/>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁵³ Disponível em: <<https://cinemacomrapadura.com.br/rapaduracast/>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁵⁴ Disponível em: <<https://gugacast.com/>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁵⁵ Disponível em: <<https://www.b9.com.br/shows/braincast/>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁵⁶ Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/podcasts/>>. Acesso em 10 set. 2019.

Suécia. Porém, antes de se juntarem, Daniel era um desenvolvedor de websites, mas na época ele trabalhava na Stardoll, uma desenvolvedora de games, já Martin era o fundador da Tradedoubler, uma empresa de marketing digital de Estocolmo. Logo quando se conheceram, se tornaram amigos rapidamente e então começaram a pensar em montar um negócio juntos, até que surgiu a ideia do Spotify⁵⁷.

O serviço começou com um financiamento de 21 milhões de dólares de fundos e negociações de várias gravadoras que resolveram apostar no negócio, já que toda a indústria musical não estava indo muito bem por conta da pirataria. Mas o aplicativo só foi lançado oficialmente em 2008, quando inicialmente sua versão gratuita só poderia ser acessada por convites, já a assinatura era permitida para qualquer pessoa⁵⁸.

Um ano depois, em 2009, a plataforma chegou a seis países, incluindo o Reino Unido com uma versão gratuita, mas com publicidade, e uma versão sem anúncios, custando 9,99 libras. Nessa época, o Spotify tinha 7 milhões de usuários ativos, sendo 250 mil deles assinantes⁵⁹.

Apesar de ajudar na luta contra a pirataria, o Spotify foi bastante criticado por muitos artistas que diziam receber pouco. Então em 2010 o jornalista de dados e designer de informações, David McCandless, publicou um infográfico em seu site *Information is Beautiful*, no qual ele calculou o quanto os musicistas ganhavam por cada música tocada nos serviços de streaming para se chegar a um salário mínimo mensal nos Estados Unidos, o equivalente a \$1160,00. Na pesquisa, os artistas ganhavam em média \$0.00029 por cada música tocada, então para se chegar ao valor do salário mínimo, suas músicas deveriam ser tocadas pelo menos 4.053.111 (quatro milhões, cinquenta e três mil, cento e onze) vezes. Em comparação às vendas de CDs, por exemplo, só precisariam ser vendidos 143 álbuns para chegar ao valor do salário mínimo, já que eles custavam \$8 por unidade⁶⁰.

⁵⁷ Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/131633-historia-spotify-revolucao-do-streaming-musica-video.htm>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁵⁸ Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/131633-historia-spotify-revolucao-do-streaming-musica-video.htm>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁵⁹ Disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/2/mobile/entertainment/8478599.stm>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁶⁰ Disponível em: <<https://informationisbeautiful.net/2010/how-much-do-music-artists-earn-online/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

Em 2011 a plataforma chegou aos Estados Unidos custando 9,99 dólares e com 15 milhões de músicas no catálogo, e logo alcançou a marca de 10 milhões de usuários ativos, sendo 2,5 milhões de assinantes pagos⁶¹.

Somente três anos depois, em 2014, o Spotify foi lançado no Brasil e chegou com uma mensalidade de 14,90 reais⁶². Nesse ano, a plataforma alcançou o número de 50 milhões de usuários ativos, sendo 12,5 milhões assinantes pagantes, além de aumentar para 30 milhões o número de músicas no catálogo⁶³.

Em 2015, David McCandless atualizou os números e publicou mais um infográfico sobre o ganho dos músicos na plataforma. Nesse ano, o salário mínimo nos Estados Unidos era de \$1260 e o ganho em média dos artistas por músicas tocadas era de \$0.001128. Para chegar ao valor do salário mínimo suas músicas deveriam ser tocadas pelo menos 1.117,021 (um milhão, cento e dezessete mil e vinte e uma) vezes. Se novamente compararmos com a vendas de CDs, que passou a custar \$12 por unidade, seria preciso que 105 álbuns fossem vendidos para chegar ao valor do salário mínimo⁶⁴.

Em junho de 2016, o Spotify alcançou a marca de 100 milhões de usuários ativos, sendo 30 milhões assinantes da plataforma⁶⁵ e em dezembro, sua base de usuários ativos subiu para 124 milhões e seus assinantes pagantes aumentaram para 48 milhões⁶⁶. Também no final desse ano, o preço do serviço no Brasil aumentou para 16,90 reais⁶⁷.

Dois anos mais tarde, em 2018, o Spotify abriu a sua plataforma para programas em podcasts, lançando o *Spotify for Podcasters* e dobrou sua incrível

⁶¹ Disponível em: <<https://thenextweb.com/insider/2011/11/30/the-new-spotify-platform-integrates-with-apps-like-songkick-pitchfork-and-more/>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁶² Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/05/spotify-chega-ao-brasil-com-plano-gratuito-e-assinatura-mensal.html>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁶³ Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2014/nov/25/spotify-revenues-2013-losses-streaming-music>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁶⁴ Disponível em: <<https://informationisbeautiful.net/visualizations/how-much-do-music-artists-earn-online-2015-remix/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

⁶⁵ Disponível em: <<https://venturebeat.com/2016/06/20/spotify-hits-100-million-total-users-30-million-paid-subscribers/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

⁶⁶ Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2019-02-06/spotify-reports-q4-and-full-year-2018-earnings/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

⁶⁷ Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/11/preco-do-spotify-premium-aumenta-em-novembro-veja-novos-valores.html>>. Acesso em 10 set. 2019.

marca, chegando a 200 milhões de usuários ativos, mais especificamente 207 milhões, no qual 96 milhões desses seus membros são assinantes pagantes⁶⁸. Também em 2018, David McCandless, atualizou os números e publicou mais um infográfico sobre o ganho dos artistas na plataforma. O salário mínimo nos Estados Unidos era de \$1472,00 e a receita em média dos artistas era de \$0.0044 por cada música tocada. Para chegar ao valor do salário mínimo suas músicas teriam de ser tocadas pelo menos 366.000,000 (trezentos e sessenta e seis milhões)⁶⁹ vezes.

Sobre os valores pagos, entre 2006 a 2018 o Spotify repassou 9.760 bilhões de dólares em royalties para artistas e gravadoras. Dessa renda total, cerca de 70% são para os músicos ou empresários, e a divisão dessa fatia depende dos acordos feitos pelos artistas. Como os músicos são pagos de acordo com a quantidade de vezes que suas músicas são reproduzidas, os mais independentes e com menor expressão acabam saindo em desvantagem⁷⁰. Por conta disso, em maio de 2018, o Spotify teve que pagar 112 milhões de dólares depois de dois processos nos quais os compositores alegaram não terem sido pagos o suficiente⁷¹.

Em 2019, o Spotify estava presente em presente em 79 países, com mais de 50 milhões de músicas no catálogo e chegou a incrível marca de 124 milhões de assinantes pagantes de 271 milhões de usuários ativos⁷². Esses números se mantêm até hoje, pois não houve nenhuma atualização dos dados, se consolidando como o maior *streaming* de músicas do mundo.

⁶⁸ Disponível em:

<https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/quarterly/2018/q4/Shareholder-Letter-Q4-2018.pdf>. Acesso em 10 abr. 2020.

⁶⁹ Disponível em: <<https://www.informationisbeautiful.net/visualizations/spotify-apple-music-tidal-music-streaming-services-royalty-rates-compared/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

⁷⁰ Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/131633-historia-spotify-revolucao-do-streaming-musica-video.htm>>. Acesso em 11 abr. 2020.

⁷¹ Disponível em: <<https://www.theguardian.com/music/2018/may/24/spotify-to-pay-out-112m-in-royalties-to-songwriters>>. Acesso em 11 abr. 2020.

⁷² Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2020-02-05/spotify-reports-fourth-quarter-and-full-year-2019-earnings/>>. Acesso em 10 set. 2019.

3.4 Podcasts no Spotify

No dia 3 de outubro de 2018, foi lançado o *Spotify for Podcasters*, que é uma plataforma onde os criadores de podcasts que hospedam seus produtos em outros lugares podem disponibilizar seus programas para os usuários do Spotify, fornecendo o *feed* de seu podcast. Nela os usuários têm acesso ao desempenho dos episódios, com várias estatísticas diárias sobre demografia dos ouvintes, localização, engajamento, entre outras ferramentas. Mais de 185.000 títulos de podcast estavam disponíveis na plataforma, dos quais 14 deles eram exclusivos do Spotify, os chamados *Spotify Originals*⁷³.

Nesse ano também, a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI) fez um estudo sobre a influência da internet e da tecnologia no consumo de música no mundo. De acordo com eles, no Brasil 92% dos consumidores ouvem música pelo smartphone, o segundo índice mais alto do mundo, e 77% dos consumidores usam streaming, sendo o terceiro país que mais consome esse tipo de serviço. Apesar desses dados serem voltados para o consumo de música, eles são ótimos se considerarmos algumas dessas pessoas como possíveis públicos de podcasts, já que boa parte delas certamente são usuárias do Spotify⁷⁴.

Em 2019, o cenário para o podcast melhorou muito na plataforma e isso fica claro nos dados que o Spotify libera. Em julho eles mostraram que sua audiência de podcasts cresceu mais de 50% trimestralmente e que adicionaram mais de 30 mil novos podcasts⁷⁵. Em outubro, houve um crescimento nas horas de podcast transmitidas de 39% e a plataforma contava com um total de 500 mil títulos de podcast disponíveis⁷⁶. Já nos últimos dados que correspondiam ao ano de 2019, mais de 16% dos usuários ativos mensais totais se envolveram com conteúdo de podcast. As horas

⁷³ Disponível em:

<https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/quarterly/2018/q4/Shareholder-Letter-Q4-2018.pdf>. Acesso em 10 abr. 2020.

⁷⁴ Disponível em: <<https://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2018.pdf>>. Acesso em 15 abr. 2020.

⁷⁵ Disponível em: <https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/quarterly/2019/Shareholder-Letter-Q2-2019.pdf>. Acesso em 15 abr. 2020.

⁷⁶ Disponível em: <[https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2019/q3/Shareholder-Letter-Q3-2019-\[Final\].pdf](https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2019/q3/Shareholder-Letter-Q3-2019-[Final].pdf)>. Acesso em 15 abr. 2020.

de consumo no quarto trimestre cresceram quase 200% no ano e a plataforma agora conta com mais de 700 mil títulos de podcast disponíveis⁷⁷.

No mesmo ano, nos dias 01 e 02 de novembro, em São Paulo, ocorreu o primeiro evento do Spotify feito para podcasters, chamado de *Spotify for Podcasters Summit*, no qual estiveram presentes mais de 1.000 criadores com 32 painéis e 11 workshops. Uma das razões para o primeiro evento acontecer no Brasil foi porque o consumo mensal de podcast na plataforma tinha um crescimento de 21% em média mensalmente desde janeiro de 2018. E também porque o país é o segundo que mais consome podcasts no mundo, atrás somente dos Estados Unidos, de acordo com a pesquisa da *Podcast Stats Soundbites*⁷⁸.

O Spotify transformou todas as palestras e painéis em podcasts e as disponibilizou na plataforma⁷⁹. No evento, o diretor do *Spotify Studios* na América Latina, Javier Piñol, disse:

Recebemos feedbacks importantes e positivos, o que mostra que estamos no caminho certo para nos tornarmos a maior plataforma de áudio do mundo. Antes do evento, 40% dos usuários de internet no Brasil já haviam escutado podcasts pelo menos uma vez, de acordo com pesquisa do Ibope. Temos certeza que após o *Summit* esse número irá aumentar cada dia mais.

Também em 2019, um dos grandes responsáveis pela popularização do podcast no Brasil foi o portal Globo.com e seus jornalistas, lançando seus próprios podcasts⁸⁰. E por ser do Grupo Globo, que é o maior conglomerado de mídia e comunicação, não só do Brasil, mas de toda América Latina, a publicidade que ela trouxe consigo foi grande, e demonstra que o podcast é uma mídia que vale o investimento. Isso vai ao encontro do que diz Pacheco (2010) pois, segundo ela, com a mudança do ambiente na comunicação nos últimos anos, as empresas tiveram que

⁷⁷ Disponível em: <https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2019/q4/Shareholder-Letter-Q4-2019.pdf>. Acesso em 15 abr. 2020.

⁷⁸ Disponível em: <<https://www.spotifyforbrands.com/pt-BR/news/spotify-for-podcasters-summit/>>. Acesso em 15 abr. 2020.

⁷⁹ Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/OMP5I0nVsnQbfKD8f682Ff?si=cmAmQD5PSHSYz03ks2-nsA>>. Acesso em 15 abr. 2020.

⁸⁰ Disponível em: <<https://g1.globo.com/podcast/noticia/2019/08/25/jornalismo-da-globo-lanca-novos-podcasts.ghtml>>. Acesso em 10 out. 2019.

se redefinir, não como empresas de rádio ou de televisão, mas como empresas de multimídia.

Mas por que o Spotify é tão relevante para o aumento e a popularização do podcast no Brasil? As respostas para essas perguntas se dão por várias razões. Primeiro pelo alto investimento que o Spotify fez, pois no início de 2019 eles adquiriram três *starts-ups*: a *Gimlet Media*, uma produtora de conteúdo em podcasts; o *Anchor*, uma plataforma que facilita toda a criação, edição e distribuição de podcasts por produtores; e o *Parcast*, um serviço de podcasts focado em mistérios e histórias criminais⁸¹.

Outra parceria do Spotify foi com o ex-presidente Barack Obama e a produtora da Michelle Obama, a *Higher Ground*, que também produzirão podcasts exclusivos. A empresa de mídia da ex-primeira dama tem como objetivo produzir histórias que possam entreter, informar, inspirar, e levantar novas e diversas vozes na indústria do entretenimento⁸².

Há de se destacar também a publicidade que a marca traz, como, por exemplo, em algumas das grandes capitais do Brasil já aparecem outdoors do Spotify com podcasters.

Os podcasts exclusivos do Spotify é mais um motivo, pois até então se poderia ouvir podcasts em qualquer tipo de agregador, até que alguns podcasters entraram em uma parceria com o Spotify para que eles gravassem seus programas para a plataforma. Com isso o público que estes criadores de conteúdos já tinham, tiveram de migrar para a plataforma, caso ainda quisessem continuar acompanhando-os.

Em uma entrevista com o podcaster Fred Fagundes⁸³, foi dito por ele que para fazer com que um podcast possa se tornar exclusivo no Spotify, de maneira que o produtor seja pago para estar na plataforma, primeiro é necessário que ele tenha um

⁸¹ Disponível em: <<https://www.theverge.com/2019/3/26/18282301/spotify-podcasts-parcast-acquisition-gimlet-media-anchor>>. Acesso em 10 set. 2019.

⁸² Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2019-06-06/higher-ground-announces-partnership-with-spotify-to-produce-podcasts/>>. Acesso em 12 abr. 2020.

⁸³ Entrevista concedida ao autor da pesquisa em 13 de abril 2020.

projeto de podcast e que o Spotify considere interessante. A partir daí existem duas maneiras, uma delas é pagando.

No primeiro caso, chegar em uma grande marca, ou uma multinacional e mostrar um projeto que eles considerem interessante, para que eles mesmos levem e paguem ao Spotify, e o podcast se torne exclusivo. Esse jeito é mais vantajoso para o Spotify, pois ambos sairiam ganhando.

O outro jeito, seria conhecendo pessoas que já trabalham no Spotify e que têm uma boa relação com quem gerencia a parte de conteúdo. Essas pessoas recebem milhares de ideias por dia, mas se o criador de conteúdo levar uma sugestão criativa, que seja um bom projeto e que dê um bom retorno para eles, o Spotify pode fazer com o podcast seja exclusivo.

E essas parcerias não se deram somente com podcasters já conhecidos na podosfera, mas também com empresas e veículos jornalísticos como, por exemplo, o Café da Manhã⁸⁴, podcast da Folha de S. Paulo. Essa cooperação é um ótimo exemplo da cultura da convergência, pois segundo Henry Jenkins (2006), ela é moldada pelo crescente contato e colaboração entre as instituições de mídia, sejam elas consagradas ou emergentes, a também por conta da expansão dos agentes que produzem e fazem circular essa mídia, além dos fluxos de conteúdos pelas múltiplas plataformas e redes. Ou seja, as parcerias são boas para ambas as partes, já que assim o Spotify ganhará mais adeptos e os podcasters, ou empresas parceiras, consequentemente poderão ampliar seu público, uma vez que seus trabalhos farão parte de uma grande marca.

Outra vantagem é que pelo fato do Spotify ter um público de mais de 250 milhões de usuários, a plataforma acaba sendo uma ótima porta de entrada para as pessoas que não conhecem podcasts ou para quem quer começar a ouvir esse formato. Para ouvir e fazer downloads dos podcasts não é necessário fazer a assinatura premium, diferente das músicas da plataforma, que até são possíveis de se ouvir, porém sempre em ordens aleatórias, com propagandas e sem a opção de

⁸⁴ Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/6WRTzGhq3uFxmrxHrHh1lo>>. Acesso em 10 set. 2019.

baixá-las. Somente assinando o Spotify Premium, o usuário tem liberdade de ouvir as músicas que quiser e também de poder baixá-las.

E o público de ouvintes de podcasts no Spotify vem crescendo cada vez mais, pelo menos de acordo com os números da Podpesquisa. A pesquisa de 2018 teve 22.467 questionários respondidos, e na questão sobre qual era o aplicativo ou agregador que as pessoas mais ouviam, o Spotify foi o oitavo mais votado, tendo 1.982 votos, que equivalem a 11% de toda a pesquisa⁸⁵. Já na pesquisa de 2019, mesmo o número de questionários respondidos tendo caído para 16.713, o número de votos para o Spotify como aplicativo ou agregador mais usado teve um grande aumento, sendo o mais votado com pelo menos 7.293, que equivaliam a 43% de toda a pesquisa⁸⁶. Esse aumento de mais de 5.000 votos entre as pesquisas diz muito sobre o impacto do Spotify no ano de 2019. Outra pesquisa feita foi a do Ibope Inteligência em 2019, no qual 2.000 pessoas foram entrevistadas e 33% delas preferem ouvir podcasts no Spotify, só menos que as 42% que preferem ouvir pelo Youtube⁸⁷.

Mas nem tudo é perfeito, existem desvantagens e uma delas é que o Spotify não notifica quando é lançado um programa novo de um podcast que o usuário segue. Isso pode distanciar o ouvinte não muito assíduo, que só ouve o programa quando é lembrado. Dessa forma, alguns podcasts acabam tendo uma diminuição no número de acessos. Por exemplo, o apresentador do podcast Rebobinando, Luide Hister, disse que foi impactado negativamente na média, pois ganhou novos ouvintes, mas muitos deles só ouviam quando notificados⁸⁸.

Outra desvantagem do Spotify, mas essa é relacionada aos produtores de podcasts, é sobre a questão dos direitos autorais com efeitos, trilhas e músicas de fundo. Claro que qualquer plataforma de vídeo e áudio que pode gerar lucro acaba sofrendo com isso, porém isso não deixa de ser uma desvantagem para o produtor.

⁸⁵ Disponível em: <<http://www.abpod.com.br/media/docs/PodPesquisa-2018.pdf>>. Acesso em 15 abr. 2020.

⁸⁶ Disponível em: <<http://abpod.com.br/wp-content/uploads/2020/03/Podpesquisa-ouvintes-2019.pdf>>. Acesso em 15 abr. 2020.

⁸⁷ Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB_0019_PODCAST%20-%20Relat%C3%B3rio%20de%20tabelas.pdf>. Acesso em 15 abr. 2020.

⁸⁸ Disponível em: <<https://www.amigosdoforum.com.br/como-criar-e-publicar-um-podcast-rebobinando-talks/>>. Acesso em 10 set. 2019.

Para que os criadores não tenham que se preocupar com isso, é bom eles buscarem efeitos sonoros e músicas que ou são gratuitas, ou estão em domínio público. Um bom lugar para encontrá-las é no *YouTube Audio Library*.

Diante de tudo que foi apresentado e contextualizado, sobre o podcast e o Spotify, tanto fora, quanto dentro do Brasil, além da união convergente entre essas duas tecnologias, já é possível perceber que o Spotify mesmo tendo pouco tempo envolvido com podcasts, já demonstra ter uma relevância significativa para a mídia. Agora para saber se na prática o Spotify realmente teve esse impacto, o próximo capítulo será um estudo de caso sobre o podcast da plataforma Não Ouvo.

4. ESTUDO DE CASO: PODCAST NÃO OUVO NO SPOTIFY

4.1 Maurício Cid e Não Salvo

Antes de falarmos sobre o podcast Não Ouvo, é preciso conhecer um pouco da história de Maurício Cid, criador tanto do podcast, quanto do blog Não Salvo. Maurício Cid, ou Cid Cidoso como é chamado, é muito conhecido na internet por conta das suas brincadeiras e seus conteúdos de humor. Tendo nascido, coincidentemente, no dia 1º de abril, ele é para muitos a referência no que diz respeito à “zoeira na internet brasileira”, muito por conta das suas histórias e suas realizações.

Cid contou sua história pessoal no podcast Desobediência Produtiva⁸⁹, do ex-apresentador do Globo Esporte, Ivan Moré. Ele disse que começou criando conteúdos para o Orkut⁹⁰ e lá foi dono de pelo menos 1.024 comunidades que continham um total de 5 milhões de pessoas, porém por conta de uma dessas comunidades, acabou investigado e expulso da rede social pela Polícia Federal⁹¹. Pela frustração de ter perdido tudo que produziu no Orkut, ele resolveu criar o blog Não Salvo, espaço no qual ele não seria expulso e todo o conteúdo seria dele.

O blog Não Salvo foi criado em novembro de 2008, com o objetivo do autor publicar e criar o que quisesse, sempre buscando produzir conteúdo de uma maneira bem-humorada. Desde essa época, Cid já buscava focar e investir cada vez mais em seu conteúdo próprio e no nome do blog, até que em 2010 o blog já era um dos maiores do Brasil, tendo uma média de 15 milhões de visitas por mês^{92 93}. Como prova disso, recebeu vários prêmios, entre eles o de “Melhor blog 2010” pela Folha de SP e no ano seguinte, de “Blog do Ano” pela Youpix em 2011.

Uma das grandes brincadeiras de Cid foi em 2010, quando a frase “Cala boca, Galvão” era dita por vários brasileiros, pois muitos deles não apreciavam o estilo do

⁸⁹ Disponível em:

<<https://open.spotify.com/show/4LWyMI13zVDkqhiANKHIsR?si=hvgPZiUeSZiE0NdhvDe2GQ>>. Acesso em 20 abr. 2020.

⁹⁰ Foi uma rede social muito popular no Brasil, criada por Orkut Büyükkökten em 24 de janeiro de 2004 e desativada em 30 de setembro de 2014.

⁹¹ Disponível em: <<https://jovempan.com.br/programas/jovem-pan-morning-show/cid-do-nao-salvo-conta-que-o-site-nasceu-quando-policia-federal-o-expulsou-do-orkut.html>>. Acesso em 05 mai. 2020.

⁹² Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/sobre/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

⁹³ Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/platb/blogs/2010/12/30/o-melhor-e-o-pior-dos-blogs-em-2010/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

narrador esportivo Galvão Bueno. Nessa época o Twitter começou a ganhar muita visibilidade, até que durante a Copa do Mundo, a frase entrou nos *trending topics*⁹⁴ mundiais da rede social. E como muitos gringos não sabiam o que significava a frase, Cid, junto ao produtor audiovisual Nando Pax, produziram um vídeo narrado em inglês, onde era dito que “Cala Boca, Galvão” era uma campanha do governo federal para salvar os pássaros “Galvão” da extinção, porque brasileiros os depenavam para fazer fantasias de carnaval. No final do vídeo era dito que a cada tweet “#calabocagalvao” seriam doados R\$00,10 centavos para o Instituto Galvão⁹⁵ ⁹⁶. A brincadeira teve repercussão em jornais do mundo todo e fez com que essa *hashtag* ficasse em primeiro lugar nos trending topics do Twitter durante sete dias seguidos, recorde mundial até hoje nunca batido na história da rede social.

Mas provavelmente a grande história de Maurício Cid foi quando em 2014, ano da Copa do Mundo no Brasil, quando ele resolveu fazer uma brincadeira envolvendo o país mais fechado do planeta, a Coreia do Norte. Seis meses antes da Copa começar ele criou um canal no Youtube chamado Korea News Backup⁹⁷, no qual a premissa era que uma pessoa que tivesse saído da Coreia do Norte atualizasse a outras que já haviam saído a mais tempo sobre o que acontecia lá no momento. Para alimentar o canal, ele pegou a transmissão televisiva da Coreia do Norte, direto de um satélite coreano, e usou as notícias do jornal estatal para ir postando no canal durante meses. Quando chegou a Copa, ele fez uma montagem com esse jornal mostrando que a Coreia do Norte não só estava participando da Copa, como também a venceu, lembrando que a seleção da Coreia do Norte não participou da competição. Esse vídeo repercutiu e vários jornais do mundo comentaram, como se a Coreia do Norte realmente estivesse enganando sua população. Depois tudo acabou sendo descoberto, que era somente uma mentira, e Cid admitiu a brincadeira⁹⁸. No final,

⁹⁴ A tradução ao pé-da-letra seria de tópico em tendência, mas que aqui foi chamada de “Assuntos do Momento”, que basicamente é quando o número de hashtag (s) ou alguma (s) palavra (s) é tweetada por muitas pessoas de uma vez e entra no tópico. Então quando algum assunto é trending topics mundial significa que no twitter ele é o conteúdo mais comentado do mundo.

⁹⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bdTadK9p14A>>. Acesso em 20 abr. 2020.

⁹⁶ Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/ajude-o-cala-boca-galvao/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

⁹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCsn2_eGMponef7pm3aRaRZA>. Acesso em 20 abr. 2020.

⁹⁸ Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/desafio-aceito-25-fazer-da-coreia-do-norte-campea-da-copa/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

disse que recebeu uma carta da Embaixada da Coreia do Norte elogiando a brincadeira e que isso só provava que a imprensa do ocidente era uma piada.

Além dessas, Maurício Cid coleciona várias outras histórias que ele mesmo conta em seu blog, como quando alterou o site oficial do Santos e colocou o jogador Paulo Henrique Ganso como vendido ao rival Corinthians⁹⁹; como quando acabou forçando a Apple a consertar um problema em seus aparelhos¹⁰⁰; quando fez o jogador de futebol Wendell Lira vencer o Prêmio Puskás em cima de Lionel Messi¹⁰¹, entre várias outras.

4.2 Origem do Não Ouvo

O blog Não Salvo sempre foi o carro chefe quando diz respeito aos projetos de Cid, até que em 2015 ele criou o podcast Não Ouvo. Depois de um tempo se consolidando como um podcast relevante, passou a ser o seu principal meio de produção de conteúdo. A ideia da criação do podcast Não Ouvo surgiu após Cid ter sido convidado a participar de um *Nerdcast* em 2014, no qual o tema era justamente sua vida¹⁰². Por ter gostado da experiência e por ser um tipo de conteúdo totalmente diferente do que ele vinha fazendo, Cid resolveu criar o próprio podcast.

Em entrevista ao podcaster Fred Fagundes¹⁰³, que hoje é um dos membros do grupo do podcast Não Ouvo, foi dito por Cid que no início muita gente não gostou da ideia, pois na visão do público o Não Ouvo teria como foco pessoas que não tinham muito a ver com podcasts. Porém, o que aconteceu foi o contrário, pois além de fazer com que seu público passasse a conhecer podcasts, ele também possibilitou que seus ouvintes passassem a conhecer outros podcasts.

⁹⁹ Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/o-dia-em-que-o-ganso-foi-para-o-corinthians-eu-virei-um-hacker-e-o-santos-decidiu-me-processar/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

¹⁰⁰ Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/desafio-aceito-o-crash-instantaneo-do-ios/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

¹⁰¹ Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/concluido-wendell-lira-jogador-brasileiro-desconhecido-que-pode-ganhar-o-premio-puskas/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

¹⁰² Disponível em: <<https://jovemnerd.com.br/nerdcast/nerdcast-427-cid-nao-salvo-rei-dos-trolls/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

¹⁰³ Entrevista concedida ao autor da pesquisa em 13 de abril. 2020.

O Não Ouvo é um podcast totalmente voltado para o humor e entretenimento, que começou com uma bancada comandada por Maurício Cid, com participações fixas de Igor Seco, Braian Rizzo e Luide Hister, e editado por Daniel Bayer. Na maioria das vezes, o programa não tem uma pauta específica, o que torna tudo muito mais natural e espontâneo, além deles terem uma liberdade para falarem sobre qualquer coisa. O primeiro podcast Não Ouvo foi lançado no dia 24 de agosto de 2015, tendo a participação do comediante Maurício Meirelles¹⁰⁴.

No início, a primeira alternativa para ouvir o Não Ouvo era pelo feed dentro do site do Não Salvo. Lá as pessoas poderiam usar o link para fazer o download direto e também para colocar em algum agregador.

Além do Não Ouvo, o podcast também lançava vários outros programas paralelos, chamados de Teoria Não Ouvo, Análise Musical, Cartinha do Não Ouvinte, Cyber Teoria, Não Ouvo Visita, Plantão Não Ouvo e os Especiais RPJ.

Pouco menos de dois anos, o Não Ouvo já era um dos podcasts mais populares do Brasil e como os participantes gostavam muito da mídia, em 2017 eles resolveram criar três novos projetos de podcast: o Se Eu Fosse Você, um podcast de conselhos, sejam eles pessoais, amorosos, profissionais, ou qualquer outro, lançado dia 30 de maio e apresentado por Braian Rizzo; o Bicuda, podcast sobre esportes, com foco no futebol, lançado dia 31 de maio e apresentado pelo novo membro do grupo, Fred Fagundes; e o Rebobinando, podcast sobre cultura pop, lançado dia 2 de junho e apresentado por Luide Hister. Os três novos podcasts foram lançados em *feeds* diferentes.

Depois de dois anos na podosfera, o Não Ouvo lançou uma campanha no Padrim, que é uma plataforma onde as pessoas podem apoiar algum projeto por meio de doações. Nela, há um sistema de recompensa baseado em planos de doações e metas a serem batidas, onde tanto os criadores quanto os apoiadores saem ganhando. E em menos de 24 horas, o Não Ouvo não só foi para primeiro lugar no ranking de projetos apoiados no Padrim, mas também já tinha batido as duas primeiras metas estipuladas.

¹⁰⁴ Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/podcasts/nao-ouvo-001-tretas-escolares/>>. Acesso em 22 abr. 2020.

Uma dessas metas batidas foi a gravação de uma live do Não Ouvo ao vivo pelo Youtube com duração de 24 horas. Ela ocorreu no dia 28 de setembro de 2017, os participantes iam se revezando durante os horários, conversando, fazendo brincadeiras entre eles e com o público, e também gravando alguns podcasts que posteriormente foram lançados no *feed*. Um deles, por exemplo, teve a participação do apresentador de televisão Gilberto Barros.

No dia 11 de agosto de 2018, os integrantes da bancada Luide Hister, Igor Seco e Braian Rizzo saíram do Não Ouvo. A confirmação veio pelo twitter pessoal do Luide¹⁰⁵ e do Cid¹⁰⁶. Logo depois, os podcasts Bicuda e Se Eu Fosse Você pararam em 12 e 18 de setembro, respectivamente. Já o Rebobinando deixou de fazer parte do grupo Não Ouvo e continuou com o Luide.

No mês seguinte, em setembro, o Não Ouvo já estava com sua nova bancada fixa, formada pelo dono da Hamburgueria Tradi, Lierson Mattenhauer, o ex-diretor do grupo Porta dos Fundos, Rodrigo Magal, também conhecido como Magalvão, e dois youtubers, Lucas Vinícius, mais conhecido como Lucas Inutilismo, e Matheus Canella.

E em 25 de outubro de 2018, o Não Ouvo entrou para o catálogo de podcasts no Spotify¹⁰⁷.

4.3 Família Não Ouvo

Em 11 de abril de 2019, Cid avisou no Não Ouvo que fez uma parceria para lançar seus podcasts exclusivamente no Spotify, ou seja, fazer parte dos *Spotify Originals*. Com isso ele confirmou que voltaria a lançar dois podcasts, o Se Eu Fosse Você, agora apresentado por Maurício Cid e Maju Cescato e o Bicuda, apresentado por Fred Fagundes e Carter Batista. Além desses, também seria lançado dois novos podcasts, o Xêpa, podcast sobre culinária apresentado pelo Lierson Mattenhauer e o Inferno Astral, podcast sobre astrologia apresentado por Fred Fagundes e Maurício

¹⁰⁵ Disponível em: <<https://twitter.com/luide/status/1028263714733076480>>. Acesso em 22 abr. 2020.

¹⁰⁶ Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1028285774796603393>>. Acesso em 22 abr. 2020.

¹⁰⁷ Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1055598440586137600>>. Acesso em 22 abr. 2020.

Cid. Todos os podcasts agora estão no mesmo *feed* do Spotify, o *Não Ouvo Podcasts*¹⁰⁸.

O único desses podcast que não tem total exclusividade no Spotify é o próprio Não Ouvo, que inicialmente é lançado no serviço de streaming, mas que depois de 48 horas é liberado para todos os agregadores normalmente. Todos esses cinco podcasts juntos agora são chamados de *Família Não Ouvo*.

No evento *Spotify for Podcasters Summit*, ocorrido nos dias 01 e 02 de novembro de 2019, em São Paulo, Maurício Cid representou o Não Ouvo em um painel com os maiores podcasts da plataforma, chamado Gravação do Crossover com os Maiores Podcasters do Brasil¹⁰⁹. No evento também estavam Deive Pazos e Alexandre Ottoni do *Nerdcast*, Ju Wallauer e Cris Bartis do *Mamilos*, Edu, Fih e Maíra Medeiros do *Filhos da Grávida de Taubaté*, Rodrigo Vizeu e Magê Flores do *Café da Manhã*.

Em entrevista com Fred Fagundes¹¹⁰, concedida para a pesquisa, foi perguntado se a entrada no Não Ouvo no Spotify tornaria mais fácil a produção do podcast. Segundo ele não tornou, pois não mudou muita coisa.

Aumentou a visibilidade, aumentou a maneira das pessoas ouvirem, mas a produção em si não mudou nada. A publicação é do mesmo modo, o formato também. Eles não limitam o nosso conteúdo, então não mudou nada estar só no Spotify.

Sobre as vantagens e desvantagens da chegada dos podcasts ao Spotify, Fred Fagundes disse que só houve pontos positivos. Por ser uma ferramenta que as pessoas estão acostumadas a ouvir músicas, de agora em diante ela abriria seus horizontes, também poderiam utilizá-la para ouvir podcasts.

Antes do Spotify, tudo era um pouco mais complexo. Você quando criava um podcast, precisava fazer uma campanha para as pessoas conhecerem o seu podcast e também entenderem como copiaram aquele arquivo. Então hoje é muito rápido para você cadastrar o seu

¹⁰⁸ Disponível em:

<<https://open.spotify.com/show/7w2wmS5tdwLBMtEN3puAxn?si=G8q4P9lwQTqtpm7pkNwKqQ>>.

Acesso em 22 abr. 2020.

¹⁰⁹ Disponível em:

<<https://open.spotify.com/episode/5cXJOSuY3vaLzRZuasWRd4?si=oocbLbQITA6k2Fj9YlKb5A>>.

Acesso em 22 abr. 2020.

¹¹⁰ Entrevista concedida ao autor da pesquisa em 13 de abril. 2020.

arquivo de áudio em uma hospedagem gratuita e disponibilizar no Spotify. Isso é ótimo para que outras pessoas tenham essa possibilidade de produzir o seu conteúdo e também para que muitas pessoas conheçam essa ferramenta. O que é muito bom para quem produz e para quem anuncia.

Quando perguntado se ele viu um aumento na popularização dos podcasts ele confirmou.

Muita gente começou a produzir, e conseqüentemente muita gente começou a ouvir também. Porém, não é porque a ferramenta é simples que necessariamente ela irá facilitar a produção dos programas, pois o que ela facilita é a distribuição de quem já produzia. Isso porque muitas pessoas que começaram a produzir, pararam no caminho. O Grupo Globo, por exemplo, começou seus podcast em 2019 e em 2020, metade deles já estão desatualizados. Então sim, existe o lado positivo de popularizar a ferramenta, mas não quer dizer que isso vai fazer com que novos programas surjam.

Perguntado sobre como é produzir os podcasts, Fred respondeu que:

Hoje em dia é um desafio enorme, porque são cinco podcast por semana. Então todo dia tem podcast, todo dia tem gravação, todo dia tem edição, todo dia tem relatório, todo dia tem capinha (Arte da capa dos podcasts), todo dia tem legenda. Então é um trabalho danado que demanda muita concentração, muita organização e paralelamente a isso, tem toda a carreira do Cid que a gente tem que administrar. Mas o resultado é muito bom. Produzir conteúdo em formato de áudio é muito interessante. É um desafio porque é algo que, eu pelo menos não aprendi na faculdade, tive que aprender testando formatos, então tem sido bem legal.

A correria na produção dos podcasts fica muito clara se levarmos em consideração que em 2019, além dos programas serem lançados de segunda a sexta, a Família Não Ouvo lançou mais de 150 programas, tendo um total de mais de 100 horas publicadas. E além desses podcasts, cada membro da bancada tem outros projetos. Fred Fagundes, por exemplo, é produtor executivo da *Altia Podcasts*¹¹¹, a primeira produtora de podcasts do Mato Grosso, onde também grava os programas *4 verbos* e o *Grêmio Hoje*.

¹¹¹ Disponível em: <<http://www.altiapodcasts.com.br/>>. Acesso em 24 abr. 2020.

4.4 Números do Não Ouvo

É muito difícil de encontrar uma métrica 100% confiável para se verificar a relevância de um podcast, então a considerada melhor, e que também é mais usada, é o número bruto de downloads. Isso porque tanto a quantidade de vezes que o programa foi baixado, quanto o número de vezes que os usuários dão play no podcast via streaming, já entram no algoritmo do Spotify como downloads.

Uma outra forma de medir o podcast seria pelo número de assinantes, mas de acordo com Fred Fagundes, o Spotify não disponibiliza essas informações. Por isso que as principais métricas aqui usadas serão a média de downloads e os dados da Podpesquisa 2019¹¹².

Antes de falar dos números é bom ressaltar que o Não Ouvo é um dos podcast mais populares no Spotify, pois no final de 2019 a plataforma revelou quais foram os podcast mais ouvidos no Brasil. Entre os podcast exclusivos, os *Spotify Originals*, o Não Ouvo e o Xêpa foram respectivamente o segundo e o décimo mais ouvidos no Brasil, em primeiro ficou o podcast da Folha de S. Paulo, Café da Manhã¹¹³. Já entre os mais ouvidos no Brasil, sendo eles exclusivos ou não, o Não Ouvo foi o oitavo mais ouvido, o *Café da Manhã* foi o quarto e o primeiro foi o *Nerdcast*¹¹⁴.

Na Podpesquisa de 2018 foi coletado um total 22.993 respostas entre 01 de julho a 20 de agosto. Nela o Não Ouvo foi o segundo podcast mais ouvido com 4.011 votos, equivalentes a 21% da pesquisa. Já na Podpesquisa 2019, que coletou 16.493 respostas entre 21 de outubro até 15 de dezembro, o Não Ouvo caiu para o sétimo lugar entre os podcasts mais ouvidos, contando com cerca de 2.500 votos, equivalentes a 15% da pesquisa.

Essa queda de posição do Não Ouvo entre as pesquisas de 2018 e de 2019 pode se dar por alguns motivos. O primeiro seria porque houve uma queda no número de respostas em comparação à pesquisa de 2018 e isso acaba influenciando, não só ao Não Ouvo, mas também a outros podcasts. O segundo motivo seria pelo aumento

¹¹² Disponível em: <<http://abpod.com.br/resultados-podpesquisa-2019/>>. Acesso em 05 mai. 2020.

¹¹³ Disponível em: <<https://propmark.com.br/digital/brasil-sedia-primeiro-evento-100-focado-em-podcasts-do-spotify/>>. Acesso em 22 abr. 2020.

¹¹⁴ Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2019/12/03/spotify-artistas-podcasts-decada/>>. Acesso em 22 abr. 2020.

da abrangência no público de podcasts no ano de 2019. Pois apesar do número de questionários respondidos ter caído, 2019 foi um ano muito bom para a mídia com a forte chegada do Spotify, que gerou mais publicidade, novos podcasts sendo lançados, uma maior inclusão, entre outros fatores. E o terceiro motivo, e talvez o principal deles, seria por conta da falta de divulgação por parte dos podcasters do próprio Não Ouvo. No questionário da Abpod há uma pergunta sobre como as pessoas ficaram sabendo sobre a pesquisa e nela não há qualquer citação ao Não Ouvo. O mais próximo de uma menção ao podcast foram algumas poucas pessoas citando que souberam pelas redes sociais do Fred Fagundes.

Fazendo uma comparação, o *Gugacast*, podcast do Guga Mafra, não esteve entre os podcasts mais ouvidos no Spotify, mesmo boa parte do seu público sendo da plataforma de streaming, porém foi o segundo mais ouvido na Podpesquisa 2019, muito por conta da divulgação da pesquisa que ele fez para o seu público.

Só que por outro lado, essa falta de divulgação por parte do Não Ouvo mostra muito o tamanho da sua relevância na podosfera, já que mesmo sem comunicar sobre a pesquisa, acabou como o sétimo podcast entre os mais ouvidos.

Ainda na Podpesquisa 2019, o número de ouvintes do Não Ouvo que preferem o Spotify como agregador principal é de cerca de 1.130 pessoas, que equivalem a 45% de total de usuários do podcast que responderam à pesquisa. O Spotify é o agregador preferido da maioria dos ouvintes do Não Ouvo, de acordo com a pesquisa.

Segundo os números disponibilizados por Fred Fagundes, o Não Ouvo, antes de entrar no Spotify, tinha uma média de 170 mil downloads por episódios. Depois do surgimento dos outros podcasts, como Bicuda e Se Eu Fosse Você, essa média aumentou para 190 mil, enquanto esses dois últimos ficaram com média de 10 mil downloads por episódio. Depois da entrada no Spotify, o Não Ouvo, somado a todas as plataformas, tem uma média de 210 mil downloads por episódio. O Se Eu Fosse Você bate 23 mil com frequência, já o Bicuda, o Xêpa e o Inferno Astral, tem uma média de 20mil.

Com esses números podemos considerar que esse aumento de 20 mil na média de downloads foi causado diretamente pelo Spotify. Também devemos levar em conta, que apesar do Não Ouvo ser um dos podcasts mais populares do Spotify e

ser o preferido entre os seus ouvintes na Podpesquisa 2019, a maior parte do seu público possivelmente não utiliza essa plataforma de streaming como principal agregadora.

Isso se deve a várias possíveis razões. A primeira delas é que o podcast Não Ouvo só é exclusivo do Spotify por quarenta e oito horas e como alguns ouvintes não têm pressa de ouvir assim que sai um novo programa, preferem continuar com seus agregadores. Isso pode ser ruim para o produtor se levarmos a pesquisa *The Podcast Consumer 2019*¹¹⁵ em consideração. Nela é dito que as primeiras horas de publicação são muito importantes, pois somente 22% das pessoas ouvem podcasts depois de 48 horas publicado.

A segunda razão seria de que alguns ouvintes não se interessam pelos novos podcasts exclusivos, então não veem necessidade de aderir ao Spotify como principal agregador. E a terceira razão seria por não acharem o Spotify um bom agregador, seja por ser mais pesado que os outros, ou talvez por ele não baixar automaticamente e nem notificar os usuários sobre novos programas, ou qualquer outro motivo individual dos ouvintes.

Mesmo o Não Ouvo já sendo um dos podcasts mais populares no Brasil, o seu crescimento após chegar no Spotify foi muito rápido como pode ser visto pelas publicações de Maurício Cid em seu Twitter oficial sobre os números da *Família Não Ouvo*. Em 9 de junho de 2019, duas semanas depois de publicar o primeiro programa exclusivo no Spotify, o Não Ouvo já estava com 200 mil downloads¹¹⁶. Um mês depois, dia 10 de julho, o podcast bateu um milhão de downloads¹¹⁷, e em 23 de setembro chegou a três milhões de downloads¹¹⁸. Isso tudo dentro de um período de somente quatro meses no Spotify.

¹¹⁵ Disponível em: <<http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2019/04/Edison-Research-Podcast-Consumer-2019.pdf>>. Acesso em 25 abr. 2020.

¹¹⁶ Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1137802930063585281>>. Acesso em 25 abr. 2020.

¹¹⁷ Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1149131458386243584>>. Acesso em 25 abr. 2020.

¹¹⁸ Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1176182510155390976>>. Acesso em 25 abr. 2020.

Ouvintes por gêneros	
Masculino	88%
Feminino	10%
Não especificado	1%
Não-Binário	<1%

Tabela 1. Proporção por gênero dos ouvintes.

Fonte: Dados concedidos por Fred Fagundes.

Entre a primeira Podpesquisa feita em 2008 e a penúltima em 2018, o aumento do público feminino de podcasts foi de somente 5%, já nesta última, em 2019, o aumento foi para impressionantes 27%. Porém, esse aumento não se reflete no público consumidor do Não Ouvo, pois tanto pelos números concedidos por Fred Fagundes, quanto pela Podpesquisa 2019, os ouvintes são majoritariamente do sexo masculino.

Em relação à orientação sexual dos ouvintes do Não Ouvo, de acordo com a Podpesquisa 2019, 88% deles são heterossexuais, 8% são bissexuais e com menos de 1% os homossexuais, assexuais, pansexuais e outras denominações.

Ouvintes por idade	
0-17	2%
18-22	33%
23-27	38%
28-34	21%
35-44	5%
45-59	1%
60-150	<1%
Desconhecida	<1%

Tabela 2. Proporção por idade dos ouvintes.

Fonte: Dados concedidos por Fred Fagundes.

Ainda de acordo com os números concedidos por Fred Fagundes, a maior parte do público do Não Ouvo está na faixa dos 20 anos. Já analisando as idades do público do Não Ouvo, de acordo com a Podpesquisa 2019, os números não ficam muito diferentes, sendo 5% equivalentes a 0 a 17, 30% de 18 a 22, 32% de 23 a 27, 24% de

28 a 34, 8% de 35 a 44 e menos de 1% dos 45 para cima e os desconhecidos. A maior parte dos ouvintes do podcast tem idade média próxima com a que os leitores do blog Não Salvo tinham, que de acordo com Maurício Cid, era de 17 a 25 anos¹¹⁹.

Sobre o estado civil dos ouvintes do Não Ouvo, a maioria são solteiros, correspondendo a 73% deles, 24% casados e 3% ou menos são viúvos, divorciados e respostas não informadas.

A maior parte dos ouvintes do Não Ouvo de acordo com a Podpesquisa 2019, se encontra na Região Sudeste, sendo 56%, equivalentes a pelo menos 1.411 (mil e quatrocentas) pessoas. As outras são Região Sul, contendo 18% dos ouvintes, Nordeste com 13%, Centro-Oeste com 6%, e com 3% ou menos Região Norte e pessoas que moram fora do Brasil, além de respostas não informadas. Entre os estados com pelo menos cem ou mais ouvintes, estão São Paulo contendo 36%, Minas Gerais e Rio de Janeiro com 9%, Paraná com 7%, Rio Grande do Sul e Santa Catarina com 5%.

Assim, como a maioria das pessoas que responderam à Podpesquisa 2019, os ouvintes do Não Ouvo cursaram ou estão cursando o ensino superior. 38% delas têm o ensino superior incompleto, 29% o ensino superior completo, 16% o ensino médio, 10% têm pós-graduação completa, 5% tem pós-graduação incompleta, e 1% ou menos tem somente o ensino fundamental, não tem escolaridade ou não deu resposta.

Em relação ao trabalho, 43% dos ouvintes são empregados assalariados, 28% são estudantes, 10% são autônomos, 7% não têm emprego, 6% são servidores públicos, 3% são empresários, e menos de 3% são outros.

Sobre a renda familiar mensal dos ouvintes do Não Ouvo, 33% ganham mais de R\$ 5.000,00, 28% de R\$ 1.200,00 a R\$ 3.000,00, 25% entre R\$ 3.000,00 a R\$ 5.000,00, 7% de R\$ 800,00 até R\$1.200,00, e 6% correspondem a respostas não informadas.

¹¹⁹ Disponível em: <<https://gq.globo.com/Prazeres/Tecnologia/noticia/2013/09/mauricio-cid-do-nao-salvo-e-exemplo-de-sucesso-na-web.html>>. Acesso em 25 abr. 2020.

Dessa forma, podemos compreender que o podcast Não Ouvo tende a crescer cada vez mais no Spotify, assim como a própria plataforma de streaming só tem a ganhar mais relevância, não só na podosfera, mas também no cenário de podcasts mundial.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se partirmos do princípio que o Spotify começou a investir nos podcasts somente nos últimos dois anos e em tão pouco tempo sua relevância e seus números no mercado já são bem significativos, podemos considerar que o objetivo do Spotify foi atingido. Entretanto, há pontos negativos que eles ainda podem melhorar.

Sobre isso, uma das primeiras coisas que o Spotify deveria procurar implementar são as notificações sobre novos programas e os downloads automáticos. Após a pesquisa, percebe-se que a falta deles na plataforma é um dos motivos que mais afastam alguns ouvintes médios.

Na justificativa exposta para a pesquisa, foram citados dois objetivos ditos pelo co-fundador do Spotify, Daniel Ek, e podemos dizer que pelo menos um deles se concretizou, pois já pode-se considerar que o Spotify é a plataforma de áudio número um do mundo. Até porque em relação à música ela já era a maior, então só faltava conquistarem alguma relevância no meio dos podcasts, e isso eles conseguiram. O que falta agora é o outro objetivo, que é fazer com que 20% de tudo que é reproduzido na plataforma seja de conteúdo não musical. Mas assim como Daniel Ek afirmou, isso é algo que deve demorar para acontecer, já que a plataforma tem 50 milhões de músicas no catálogo e somente 700 mil podcasts. Porém, enquanto ela mantiver o crescimento, esse objetivo por mais demorado que seja, deverá ser alcançado.

Olhando para a influência que o Spotify teve no Não Ouvo em 2019, pode-se dizer que sua entrada na plataforma foi bem positiva, já que a média de downloads teve um aumento de 20 mil. Apesar de ser um bom resultado, foi um aumento que em números gerais dá para se dizer que é pequeno para o padrão Não Ouvo. Mas o motivo de mesmo tendo sido um aumento pequeno e ainda assim significar um ótimo resultado, se dá pelo fato de que a Família Não Ouvo só fez parte do Spotify durante 7 meses, que é um tempo bem curto para um podcast se estabelecer e crescer em uma plataforma. A tendência é que esses números só aumentem, já que o Não Ouvo é um dos podcasts mais ouvidos no Spotify. Outra coisa que deve acontecer é a plataforma passar a ser a agregadora principal entre a maioria dos ouvintes do Não Ouvo.

A melhor definição para a situação dos podcasts no Spotify ocorreu durante o evento *Spotify For Podcasts Summit*, quando o co-fundador do *nerdcast*, Alexandre Ottoni, fez um paralelo com o Youtube, que ele chamou de “ecossistema de vídeos”. E ele explicou sua afirmação, pois antes da plataforma existir era muito difícil de encontrar vídeos sobre algum conteúdo específico, enquanto hoje é fácil de encontrar vídeos sobre praticamente qualquer coisa e tudo em um só lugar, o próprio Youtube. O público de podcast sempre foi muito engajado, ainda assim as maneiras mais comuns de divulgação eram por meio de pequenos grupos, ou mesmo o boca-boca, mas agora existe esse local no qual os podcasts estão todos reunidos e onde não só as pessoas, mas também o mercado, poderão conhecer e descobrir novos podcasts de maneira muito mais simples e orgânica. Esse lugar é o Spotify, o ecossistema de podcasts.

Apesar da comparação com o Youtube, é bom o Spotify sempre buscar ter uma boa relação com os seus produtores de podcast, tentando ao máximo ser o mais transparente possível com eles. Isso porque, como explicado no segundo capítulo deste trabalho, o Youtube, mesmo ainda sendo a principal plataforma audiovisual da internet, vem sendo muito criticada pelos seus próprios criadores de conteúdo, a ponto de vários deles migrarem para outras plataformas. Assim, o Youtube é um bom exemplo do que não fazer com seus produtores, e como os podcasts chegaram há pouco tempo no Spotify, ainda tem muito tempo para o serviço de streaming melhorar e garantir a confiança do seu público, mas também como piorar e perder um pouco dos seus usuários e de seus criadores para plataformas concorrentes, assim como acontece hoje com o Youtube.

REFERÊNCIAS

@LUIDE. **O Não Oovo fez parte da minha vida.** Twitter, 11 de ago de 2018. Disponível em: <<https://twitter.com/luide/status/1028263714733076480>>. Acesso em 22 abr. 2020.

@NAOSALVO. **Não Oovo batendo 200 mil downloads.** Twitter, 9 de jun de 2019. Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1137802930063585281>>. Acesso em 25 abr. 2020.

@NAOSALVO. **Não Oovo bateu 3 milhões de downloads no Spotify.** Twitter, 23 de set. de 2019. Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1176182510155390976>>. Acesso em 23 out. 2019.

@NAOSALVO. **Brasileirinho do @naoouvo, é vdd q a bancada vai mudar msm viu.** Twitter, 11 de ago. de 2018. Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1028285774796603393>>. Acesso em 22 abr. 2020.

@NAOSALVO. **Passamos de UM MILHÃO de downloads no Spotify.** Twitter, 10 de jul. de 2019. Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1149131458386243584>>. Acesso em 25 abr. 2020.

@NAOSALVO. **Spotify >>>> Não Oovo.** Twitter, 25 de out. de 2018. Disponível em: <<https://twitter.com/naosalvo/status/1055598440586137600>>. Acesso em 22 abr. 2020.

A, Senhor. **Papo Editado #017 – Danilo Medeiros – Digital Minds.** Senhor A - Edições Vinhetas e Spots, 2017. Disponível em: <<https://editorsenhora.com.br/podcast/papo-editado-017-danilo-medeiros/>>. Acesso em 30 mar. 2020.

ABPOD. **O Podcast no Brasil.** ABPod - Associação Brasileira de Podcasters, 2020. Disponível em: <<http://abpod.com.br/o-podcast-no-brasil/>>. Acesso em 01 abr. 2020.

ABPOD. **Podpesquisa 2018.** ABPod - Associação Brasileira de Podcasters, 2018. Disponível em: <<http://www.abpod.com.br/media/docs/PodPesquisa-2018.pdf>>. Acesso em 15 abr. 2020.

ABPOD. **Podpesquisa Ouvintes 2019.** ABPod - Associação Brasileira de Podcasters, 2020. Disponível em: <<http://abpod.com.br/wp-content/uploads/2020/03/Podpesquisa-ouvintes-2019.pdf>>. Acesso em 15 abr. 2020.

ABPOD. **PodPesquisa.** ABPod - Associação Brasileira de Podcasters. Disponível em: <<https://abpod.com.br/podpesquisa/>>. Acesso em 31 mar. 2020.

ABPOD. **Resultados da PodPesquisa 2019.** ABPod - Associação Brasileira de Podcasters, 2020. Disponível em: <<http://abpod.com.br/resultados-podpesquisa-2019/>>. Acesso em 05 mai. 2020.

AGHAEI, Sareh; NEMATBAKHSH, Mohammad Ali; FARSANI, Hadi Khosravi. **Evolution of The World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0.** International Journal of Web & Semantic Technology, Vol.3, No.1, 2012. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/8cb3/93c3229e8f288febfa4dac12a0f6298efb93.pdf>>. Acesso em 22 jan. 2020.

ALENCAR, Felipe. **Preço do Spotify Premium aumenta em novembro; veja novos valores.** Techtudo, 2016. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/11/preco-do-spotify-premium-aumenta-em-novembro-veja-novos-valores.html>>. Acesso em 10 set. 2019.

ALTIA PODCASTS. Disponível em: <<http://www.altiapodcasts.com.br/>>. Acesso em 24 abr. 2020.

ALVES, Paulo. **Spotify chega ao Brasil com plano gratuito e assinatura mensal.** Techtudo, 2014. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/05/spotify-chega-ao-brasil-com-plano-gratuito-e-assinatura-mensal.html>>. Acesso em 10 set. 2019.

BARBOSA, Aline. **Spotify revela os artistas e podcasts mais ouvidos da década.** Consumidor Moderno, 2019. Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2019/12/03/spotify-artistas-podcasts-decada/>>. Acesso em 22 abr. 2020.

BARROS, Luiza. **A era de ouro dos podcasts: entenda o boom dos programas de áudio on-line.** O Globo, 21 de abr. de 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/a-era-de-ouro-dos-podcasts-entenda-boom-dos-programas-de-audio-on-line-23612273>>. Acesso em 17 out. 2019.

BEAUMONT-THOMAS, Ben. **Spotify to pay out \$112m in royalties to songwriters after settlement.** The Guardian, 2018. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/music/2018/may/24/spotify-to-pay-out-112m-in-royalties-to-songwriters>>. Acesso em 11 abr. 2020.

BERNERS-LEE, Tim. **Tim Berners-Lee's proposal.** CERN. 1989. Disponível em: <<http://info.cern.ch/Proposal.html>>. Acesso em 20 jan. 2020.

BHASIN, Hitesh. **Top E-commerce companies in the world.** Marketing91, 2019. Disponível em: <<https://www.marketing91.com/e-commerce-companies-in-the-world/>>. Acesso em 12 out. 2019.

BRAINCAST. B9. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/shows/braincast/>>. Acesso em 10 set. 2019.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet.** 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

CARMAN, Ashley. **Spotify acquires another podcast network to keep building its original show catalog.** The Verge, 2019. Disponível em:

<<https://www.theverge.com/2019/3/26/18282301/spotify-podcasts-parcast-acquisition-gimlet-media-anchor>>. Acesso em 10 set. 2019.

CASEMIRO, Amanda. **Plataformas de Streaming de Jogos: qual é a melhor?** Compara Plano, 2019. Disponível em: <<https://comparaplano.com.br/blog/streaming-de-jogos/>>. Acesso em 18 mar. 2020.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

CERF, VINTON; KAHN, ROBERT. **A Protocol for Packet Network Intercommunication.** IEEE Transactions on Communications, Vol Com-22, 1974. Disponível em: <<https://www.cs.princeton.edu/courses/archive/fall06/cos561/papers/cerf74.pdf>>. Acesso em 15 jan. 2020.

CHOUDHURY, Nupur. **World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0.** International Journal of Computer Science and Information Technologies, Vol. 5, 2014. Disponível em: <<http://ijcsit.com/docs/Volume%205/vol5issue06/ijcsit20140506265.pdf>>. Acesso em 22 jan. 2020.

CID, Maurício. **Não Ouvo #001 – Tretas Escolares.** Não Salvo, 2015. Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/podcasts/nao-ouvo-001-tretas-escolares/>>. Acesso em 22 abr. 2020.

DINO. **O streaming e a nova gama de possibilidades na palma da mão.** Mundo do Marketing, 2019. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/noticias-corporativas/conteudo/203194/o-streaming-e-a-nova-gama-de-possibilidades-na-palma-da-mao>>. Acesso em 18 mar. 2020.

DOYLE, Bob. **Chris Lydon - The First Podcast.** Desktop Video Group. Disponível em: <http://www.dtvgroup.com/Chris_Lydon/>. Acesso em 30 mar. 2020.

DREDGE, Stuart. **Spotify revenues grew sharply in 2013, but operating losses also rose.** The Guardian, 25 de nov. de 2014. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2014/nov/25/spotify-revenues-2013-losses-streaming-music>>. Acesso em 10 set. 2019.

EDISON RESEARCH. **The Podcast Consumer 2019.** Edison Research, 2019. Disponível em: <<http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2019/04/Edison-Research-Podcast-Consumer-2019.pdf>>. Acesso em 25 abr. 2020.

EK, Daniel. **Audio-First.** Spotify — For the Record, 6 de Fev. de 2019. Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2019-02-06/audio-first/>>. Acesso em 17 out. 2019.

ESCRIBA CAFE. Disponível em: <<https://escribacafe.com/>>. Acesso em 01 abr mar. 2020.

FOLHA DE S.PAULO & SPOTIFY STUDIOS. **CAFÉ DA MANHÃ.** Spotify. Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/6WRTzGhq3uFxmrxHrHh1lo>>. Acesso em 10 set. 2019.

FREIRE, Eugênio. **Relações educacionais do podcast brasileiro com as hierarquias expressivas online.** 2014. In: Conjectura: Filos. Educ., Caxias do Sul, v. 19, n. 2, p. 55-67, maio/ago. 2014.

FUNDING UNIVERSE. **RealNetworks, Inc. History.** Funding Universe. Disponível em: <<http://www.fundinguniverse.com/company-histories/realnetworks-inc-history/>>. Acesso em 17 mar. 2020.

G1. **Jornalismo da Globo lança novos podcasts.** G1, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/podcast/noticia/2019/08/25/jornalismo-da-globo-lanca-novos-podcasts.ghtml>>. Acesso em 10 out. 2019.

GETTING, Brian. **Basic Definitions: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0.** Practical Ecommerce, 2007. Disponível em: <<https://www.practicalecommerce.com/Basic-Definitions-Web-1-0-Web-2-0-Web-3-0/>>. Acesso em 22 jan. 2020.

GUGACAST. Disponível em: <<https://gugacast.com/>>. Acesso em 10 set. 2019.

HAMMERSLEY, Ben. **Audible revolution.** The Guardian, 2004. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>>. Acesso em 26 mar. 2020.

HISTER, Luide; AFONSO, Guilherme. **Como criar e publicar um podcast | Rebobinando TALKS.** Rebobinando. Amigos do Fórum, 18 de abr. de 2019. Disponível em: <<https://www.amigosdoforum.com.br/como-criar-e-publicar-um-podcast-rebobinando-talks/>>. Acesso em 10 set. 2019.

IBOPE INTELIGÊNCIA. **Pesquisa De Opinião Pública Sobre Podcast.** IBOPE Inteligência, 2019. Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB_0019_PODCAST%20-%20Relat%C3%B3rio%20de%20tabelas.pdf>. Acesso em 15 abr. 2020.

IFPI. **Music Consumer Insight Report 2018.** IFPI, 2018. Disponível em: <<https://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2018.pdf>>. Acesso em 15 abr. 2020.

INAGAKI, Alexandre. **O melhor (e o pior) dos blogs em 2010.** Techtudo, 2010. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/platb/blogs/2010/12/30/o-melhor-e-o-pior-dos-blogs-em-2010/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2008. 380.

JOVEM NERD. Disponível em: <<https://jovemnerd.com.br/nerdcast/>>. Acesso em 10 set. 2019.

JOVEM PAN. **Cid do Não Salvo conta que o site nasceu quando a Polícia Federal o expulsou do Orkut.** Jovem Pan, 2018. Disponível em: <<https://jovempan.com.br/programas/jovem-pan-morning-show/cid-do-nao-salvo-counta-que-o-site-nasceu-quando-policia-federal-o-expulsou-do-orkut.html>>. Acesso em 05 mai. 2020.

KARASINSKI, Eduardo. **A história do email.** Tecmundo, 2009. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/web/2763-a-historia-do-email.htm>>. Acesso em 15 jan. 2020.

KLEINA, Nilton. **A história do Spotify e a revolução do streaming na música.** Tecmundo, 2018. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/131633-historia-spotify-revolucao-do-streaming-musica-video.htm>>. Acesso em 10 set. 2019.

KOREA NEWS BACKUP. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCsn2_eGMponef7pm3aRaRZA>. Acesso em 20 abr. 2020.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

LUIZ, Lucio.; ASSIS, Pablo de. **O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais.** In: INTERCOM, 32., 2010, Caxias do Sul. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2010.

MAMILOS. B9. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/shows/mamilos/>>. Acesso em 10 set. 2019.

McCANDLESS, David. **How Much Do Music Artists Earn Online - 2015 Remix.** Information is Beautiful, 2015. Disponível em: <<https://informationisbeautiful.net/visualizations/how-much-do-music-artists-earn-online-2015-remix/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

McCANDLESS, David. **How Much Do Music Artists Earn Online?** Information is Beautiful, 2010. Disponível em: <<https://informationisbeautiful.net/2010/how-much-do-music-artists-earn-online/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

McCANDLESS, David. **What Streaming Music Services Actually Pay Artists.** Information is Beautiful, 2018. Disponível em: <<https://www.informationisbeautiful.net/visualizations/spotify-apple-music-tidal-music-streaming-services-royalty-rates-compared/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

MORÉ, Ivan. **CID IRÁ OU NÃO NOS SALVAR? DESOBEDIÊNCIA PRODUTIVA.** Spotify, 2019. Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/4LWYMI13zVDkqhiANkHIsR?si=hvgPZiUeSZiE0NdhvDe2GQ>>. Acesso em 20 abr. 2020.

MYERS, Courtney Boyd. **The new Spotify Platform integrates with apps like Songkick, Pitchfork and more.** The Next Web, 2011. Disponível em:

<<https://thenextweb.com/insider/2011/11/30/the-new-spotify-platform-integrates-with-apps-like-songkick-pitchfork-and-more/>>. Acesso em 10 set. 2019.

NÃO OUVO. Não Salvo. Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/podcasts/>>. Acesso em 10 set. 2019.

NÃO SALVO. #26 Drops – O dia em que o Ganso foi para o Corinthians, eu virei um hacker (!), e o Santos decidiu me processar. Não Salvo, 2011. Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/o-dia-em-que-o-ganso-foi-para-o-corinthians-eu-virei-um-hacker-e-o-santos-decidiu-me-processar/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

NÃO SALVO. Ajude o CALA BOCA GALVÃO. Não Salvo, 2010. Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/ajude-o-cala-boca-galvao/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

NÃO SALVO. Desafio Aceito 22 – o crash instantâneo do iOS. Não Salvo, 2013. Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/desafio-aceito-o-crash-instantaneo-do-ios/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

NÃO SALVO. Desafio Aceito 25 – Fazer da Coreia do Norte campeã da Copa! Não Salvo, 2014. Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/desafio-aceito-25-fazer-da-coreia-do-norte-campea-da-copa/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

NÃO SALVO. Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/>>. Acesso em 23 out. 2019.

NÃO SALVO. Não Ouvo Podcasts. Spotify. Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/7w2wmS5tdwLBMtEN3puAxxn?si=G8q4P9lwQTqtpm7pkNwKqQ>>. Acesso em 22 abr. 2020.

NÃO SALVO. Sobre. Não Salvo, 2008. Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/sobre/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

NÃO SALVO. Wendell Lira, o jogador brasileiro desconhecido que pode ganhar o prêmio PUSKAS! Não Salvo, 2016. Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/concluido-wendell-lira-jogador-brasileiro-desconhecido-que-pode-ganhar-o-premio-puskas/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

NEATE, Rupert. **Daniel Ek profile: 'Spotify will be worth tens of billions'.** The Telegraph, 17 de fev. de 2010. Disponível em: <<https://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/media/7259509/Daniel-Ek-profile-Spotify-will-be-worth-tens-of-billions.html>>. Acesso em 10 set. 2019.

OTTONI, Alexandre; PAZOS, Deive. **Cid Não Salvo, Rei dos Trolls.** Jovem Nerd, 2014. Disponível em: <<https://jovemnerd.com.br/nerdcast/nerdcast-427-cid-nao-salvo-rei-dos-trolls/>>. Acesso em 20 abr. 2020.

PACHECO, Marta Isabel Rebelo. **A rádio na Internet: Do “on air” para o “online”.** Estudo de caso do Serviço Público e o caminho para o futuro. 2010. Tese de

Doutorado. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

PALFREY, John. **Weblogs@Harvard after Eight Years**. John Palfrey, 2011. Disponível em: <<http://jpalpfrey.macfound.org/2011/05/06/weblogsharvard-after-eight-years/>>. Acesso em 30 mar. 2020.

PAULUSSI, Erik. **Maurício Cid, do "Não Salvo", é exemplo de sucesso na web**. GQ Globo, 2013. Disponível em: <<https://gq.globo.com/Prazeres/Tecnologia/noticia/2013/09/mauricio-cid-do-nao-salvo-e-exemplo-de-sucesso-na-web.html>>. Acesso em 25 abr. 2020.

PAX, Nando. **Save Galvao Birds Campaign**. Youtube, 2010. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bdTadK9p14A>>. Acesso em 20 abr. 2020.

PRATS, Fernanda. **Como Organizar o Feed do Instagram com um Visual Encantador**. Canva, 2019. Disponível em: <https://www.canva.com/pt_br/aprenda/feed-instagram/>. Acesso em 26 mar. 2020.

PROPMARK. **Brasil sedia primeiro evento 100% focado em podcasts do Spotify**. Propmark, 2019. Disponível em: <<https://propmark.com.br/digital/brasil-sedia-primeiro-evento-100-focado-em-podcasts-do-spotify/>>. Acesso em 22 abr. 2020.

RAPADURACAST. Cinema com Rapadura. Disponível em: <<https://cinemacomrapadura.com.br/rapaduracast/>>. Acesso em 10 set. 2019.

REUTERS. **Spotify hits 100 million total users, 30 million paying subscribers**. Venture Beat, 2016. Disponível em: <<https://venturebeat.com/2016/06/20/spotify-hits-100-million-total-users-30-million-paid-subscribers/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

RIVENES, Logan. **The History of Online Gaming**. Datapath.io, 2017. Disponível em: <<https://datapath.io/resources/blog/the-history-of-online-gaming/>>. Acesso em 12 out. 2019.

RUBINO, Luis Carlos. **O que é RSS?** Universidade Federal de Minas Gerais, 2006. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/online/web/arquivos/003127.shtml>>. Acesso em 26 mar. 2020.

SILVA, Leonardo Werner. **Internet foi criada em 1969 com o nome de "Arpanet" nos EUA**. Folha de S.Paulo, 12 de out. de 2001. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>>. Acesso em 15 set. 2019.

SPOTIFY FOR PODCASTERS SUMMIT BRASIL. **Crossover com os Maiores Podcasters do Brasil - Nerdcast, Não Ouvo, Mamilos, Filhos da Grávida de Taubaté e Café da Manhã**. Spotify. Disponível em: <<https://open.spotify.com/episode/5cXJOSuY3vaLzRZuasWRd4?si=oocbLbQITA6k2Fj9YlKb5A>>. Acesso em 22 abr. 2020.

SPOTIFY STUDIOS. **Spotify For Podcasters Summit Brasil**. Spotify. Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/0MP5l0nVsnQbfKD8f682Ff?si=cmAmQD5PSHSYz03ks2-nsA>>. Acesso em 15 abr. 2020.

SPOTIFY. **Higher Ground Announces Partnership with Spotify to Produce Podcasts**. Spotify — For the Record, 2019. Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2019-06-06/higher-ground-announces-partnership-with-spotify-to-produce-podcasts/>>. Acesso em 12 abr. 2020.

SPOTIFY. **Shareholder Letter Q2 2019**. Spotify Technology S.A. 42-44 avenue de la Gare, LU-1610 Luxembourg, 2019. Disponível em: <https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/quarterly/2019/Shareholder-Letter-Q2-2019.pdf>. Acesso em 15 abr. 2020.

SPOTIFY. **Shareholder Letter Q3 2019**. Spotify Technology S.A. 42-44 avenue de la Gare, LU-1610 Luxembourg, 2019. Disponível em: <[https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2019/q3/Shareholder-Letter-Q3-2019-\[Final\].pdf](https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2019/q3/Shareholder-Letter-Q3-2019-[Final].pdf)>. Acesso em 15 abr. 2020.

SPOTIFY. **Shareholder Letter Q4 2018**. Spotify Technology S.A. 42-44 avenue de la Gare, LU-1610 Luxembourg, 2019. Disponível em: <https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/quarterly/2018/q4/Shareholder-Letter-Q4-2018.pdf>. Acesso em 10 abr. 2020.

SPOTIFY. **Shareholder Letter Q4 2019**. Spotify Technology S.A. 42-44 avenue de la Gare, LU-1610 Luxembourg, 2020. Disponível em: <https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2019/q4/Shareholder-Letter-Q4-2019.pdf>. Acesso em 15 abr. 2020.

SPOTIFY. **Spotify for Podcasters Summit: dois dias entre creators, especialistas e apaixonados por podcast**. Spotify for Brand, 2019. Disponível em: <<https://www.spotifyforbrands.com/pt-BR/news/spotify-for-podcasters-summit/>>. Acesso em 15 abr. 2020.

SPOTIFY. **Spotify Reports Fourth Quarter and Full-Year 2019 Earnings**. Spotify — For the Record, 2020. Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2020-02-05/spotify-reports-fourth-quarter-and-full-year-2019-earnings/>>. Acesso em 10 set. 2019.

SPOTIFY. **Spotify Reports Q4 and Full-Year 2018 Earnings**. Spotify — For the Record, 2019. Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2019-02-06/spotify-reports-q4-and-full-year-2018-earnings/>>. Acesso em 10 abr. 2020.

STAFF, Wired. **Podfading Takes Its Toll**. Wired, 2006. Disponível em: <<https://www.wired.com/2006/02/podfading-takes-its-toll/>>. Acesso em 08 abr. 2020.

TCA INTERNET. **A incrível história do streaming**. TCA Internet. Disponível em: <<https://www.tca.com.br/blog/a-incrivel-historia-do-streaming/>>. Acesso em 18 mar. 2020.

THOMAS, Jessica. **The History of WiFi**. Purple, 2014. Disponível em: <<https://purple.ai/blogs/history-Wi-Fi/>>. Acesso em 15 mar. 2020.

WALSH, Colleen. **The podcast revolution**. The Harvard Gazette, 2011. Disponível em: <<https://news.harvard.edu/gazette/story/2011/10/the-podcast-revolution/>>. Acesso em 30 mar. 2020.

WATSON, Stephanie. **How Podcasting Works**. How stuff Works, 2005. Disponível em: <<https://computer.howstuffworks.com/internet/basics/podcasting1.htm>>. Acesso em 30 mar. 2020.

WORLD WIDE WEB FOUNDATION. **History of the Web**. World Wide Web Foundation. Disponível em: <<https://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/>>. Acesso em 20 jan. 2020.

YOUNGS, Ian. **Spotify boss Daniel Ek sets out future plans**. BBC News, 25 de jan, de 2010. Disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/2/mobile/entertainment/8478599.stm>>. Acesso em 10 set. 2019.

ZOEWEB. **História do streaming**. Zoeweb, 2018. Disponível em: <<https://zoeweb.com.br/historia-do-streaming/>>. Acesso em 13 out. 2019.