

## Referências bibliográficas

ALEXA. **Serviço de pesquisa sobre tráfego da internet mundial.** (2011). Disponível em: <<http://www.alexacom.com/siteinfo/youtube.com>>. Acesso em: 04/03/11.

ANDERSON, J.; RAINIE, L. (2010, fevereiro 19). **Future of the Internet IV.** (Entrevista com Bill Woodcock). Pew Internet. Disponível em: <<http://pewinternet.org/Reports/2010/Future-of-the-Internet-IV/Part-3Gadgets.aspx>>. Acesso em: 28/02/2011.

AUSTERBERRY, D. (2005). **The Technology of Video and Audio Streaming.** Oxford: Elsevier. Disponível em: <[http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=I3kiWVvO7WoC&oi=fnd&pg=PR1&dq=video+streaming+technology+definition&ots=buk\\_XmWhy&sig=0z7ZEMtWG7uXVfZ4OAW0E9AUtNQ#v=onepage&q=video%20streaming%20technology%20definition&f=false](http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=I3kiWVvO7WoC&oi=fnd&pg=PR1&dq=video+streaming+technology+definition&ots=buk_XmWhy&sig=0z7ZEMtWG7uXVfZ4OAW0E9AUtNQ#v=onepage&q=video%20streaming%20technology%20definition&f=false)>. Acesso em: 28/02/2011.

BOWER, J.; CHRISTENSEN, C. M. (1995, janeiro-fevereiro). **Disruptive Technologies: Catching the Wave.** Harvard Business Review. Harvard Business School Publishing. Disponível em: <<http://cb.hbsp.harvard.edu/cb/search/christensen?Ntk=HEMainSearch&N=0>>. Acesso em: 11/10/2010.

BURGESS, J.; GREEN, J. (2009). **Youtube e a Revolução Digital.** São Paulo: Aleph.

CAMPI, M. (2010, outubro 22). **Google TV Sofre Primeira Grande Baixa.** INFO Online. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/tecnologia-pessoal/google-tv-sofre-primeira-grande-baixa-22102010-11.shl>>. Acesso em: 06/03/2011.

CHA, M. et al. (2007, outubro 24-26). I Tube, You Tube, Everybody Tubes: Analyzing the World's Largest User Generated Content Vídeo System. **Internet Measurement Conference - IMC'07.** San Diego, Califórnia. Disponível em: <<http://en.scientificcommons.org/42420401>>. Acesso em: 25/01/2011.

CHRISTENSEN, C. (2000). **The Innovator's Dilemma**. Boston, MA: Harvard Business School Press.

CRESWELL, J. W. (2007). **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. 2. Ed. – Porto Alegre: Artmed.

DEWEN, S. & WELAN, C. (2010). **Application of HPC Technology in The Building of a Virtual Geological Visualization System**. 2nd International Conference on Future Computer and Communication. Hangzhou, China. Disponível em:

<[http://ieeexplore.ieee.org/xpls/abs\\_all.jsp?arnumber=5497744&tag=1](http://ieeexplore.ieee.org/xpls/abs_all.jsp?arnumber=5497744&tag=1)>. Acesso em 25/02/2011.

FOLHA ONLINE (2006, outubro 9). **Google anuncia compra do YouTube por US\$ 1,65 bilhão**. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20725.shtml>>. Acesso em: 15/01/2011.

GANNES, L (2006, outubro 26). **How Youtube Took Off** (Entrevista com Jawed Karim). Giacom. Disponível em: <<http://gigaom.com/2006/10/26/jawed-karim-how-youtube-took-off/>>. Acesso: 04/03/11

GILL, P. et al. (2007, outubro 24 - 26). YouTube Traffic Characterization: A View From the Edge. **IMC'07**. San Diego, Califórnia.

HALL, B. H. (2003, dezembro). Innovation and Diffusion. **NBER WORKING PAPER SERIES, 10212**. Cambridge: NBER. Disponível em: <[www.nber.org/papers/w10212.pdf](http://www.nber.org/papers/w10212.pdf)>. Acesso em: 10/10/2010.

HSM Online (2007, abril 25). Inovações como forma de ruptura do mercado (Entrevista com Clayton Christensen). **Fórum Mundial de Inovação 2007**. Disponível em: <<http://www.hsm.com.br/artigos/inovacoes-como-forma-de-ruptura-do-mercado>>. Acesso em: 17/02/2011.

HUAWEI & TELECO. (2010). **Balanço Huawei da Banda Larga Móvel**. Disponível em: <<http://www.huawei.com/pt/catalog.do?id=1779>>. Acesso em 14/03/11.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Indicadores de 2008 e 2009. **Pesquisa Nacional por Amostra em Domicílio 2009 (PDNA 2009)**. Síntese de Indicadores - Tecnologia da informação e comunicação. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2009/sintese\\_defaultpdf\\_tecnologia.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2009/sintese_defaultpdf_tecnologia.shtm)>. Acesso em: 01/03/2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA. (2010). **Pesquisa que mede os acessos domiciliares e corporativos**. IBOPE Nielsen Online. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/>>. Acesso em: 21/07/2010.

KLYM, N.; MONTPETIT, M. J. Innovation at the Edge: Social TV and Beyond. **MIT Communications Futures Program (CFP)**. September 1, 2008 – Disponível em: <<http://cfp.mit.edu/publications/index.shtml>>. Acesso em: 14/04/2010.

KOLB, B. M. (2005). **Marketing Cultural Organizations – New Strategies for Attracting Audiences to Classical, Dance, Museums, Theatre and Opera**. Dublin, Ireland: Oak Tree Press.

LAWLER, R. (2010, maio 20). **Sony Internet TV, DISH first with Google TV this fall; Adobe, Logitech and others along for the ride**. Engaget Online. Disponível em: <<http://www.engadget.com/2010/05/20/sony-internet-tv-platform-is-first-with-google-tv-dish-adobe-and/>>. Acesso em: 10/01/2011.

LIPPMAN, A.; PENTLAND, A. (2004, outubro). Organic Networks. **BT Technology Journal**. v. 22, n. 4. Disponível em: <<http://www.media.mit.edu/publications/bt-technology-journal>>. Acesso em: 09/09/2010

MADDEN, M. (2007, julho 25). Online Vídeo. **Pew Internet & American Life Project**. Pew Internet: Washington. Disponível em: <<http://pewinternet.org/Reports/2007/Online-Video.aspx>>. Acesso em: 24/02/2011.

MALHOTRA, N. K. (2006). **Pesquisa de Marketing - Uma Orientação Aplicada**. (4a ed.). Porto Alegre: Bookman

McMURDO, L. (1993). "Chasing Butterflies", **Marketing Week**, n. 21, p. 28-31. May

MEDIAVILLA, J.; VENCES, N. (2009). New Cinematographic Market: Tendencies and Possibilities of the Digital Environment. (p. 267 – 276). Observatório (OBS\*). **Journal** 9. Disponível em: <<http://obercom.pt/ojs/index.php/obs/article/viewArticle/257>>. Acesso em: 01/03/2011.

NOAM, E.; GROEBEL, J.; GERBARG, D. (2003). **Internet Television**. London: Lawrence Erlbaum Associates. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=wEaF1hR1YEEC&printsec=frontcover&q=Internet+Television+Noam+Groebel>>. Acesso em: 16/02/2011.

NOVA IORQUE. (2011, março 17). Netflix quer exibir série na internet antes da TV. **Jornal O Globo**, Caderno Economia, p. 24.

O GLOBO (26/01/2011). Pirataria é o crime do século 21 afirma delegada. **Jornal O Globo**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/crime-e-justica/noticia/2011/01/pirataria-e-o-crime-do-seculo-21-afirma-delegada.html>>. Acesso em: 28/02/2011.

O'REILLY, T. (2005). **What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. Disponível em: <<http://tim.oreilly.com/>>. Acesso em: 08/06/2010 .

PAVARIN, G. (2010, maio 20). **Google TV Será Lançada Ainda em 2010**. INFO Online. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/tecnologia-pessoal/google-tv-sera-lancada-ainda-em-2010-20052010-24.shl>>. Acesso em: 06/03/2011.

POWELL, C. (2003). The Delphi Technique: Myths and Realities. **Journal of Advanced Nursing**, v. 41 (4), p. 376-382.

PURCELL, K. (2010, junho 3). **The State of Online Video**. Pew Research Center. Disponível em: <<http://www.pewinternet.org/Press-Releases/2010/State-of-Online-Video.aspx>>. Acesso em: 15/02/11.

QUALMAN, E. (2010, outubro 31). **History of Online Vídeo**. Disponível em: <<http://www.socialnomics.net/2010/10/31/history-of-online-video/>> Acesso em: 04/03/11.

ROSA, M. (2010, outubro 29). **Vendas de TVs 3D no Japão estão Abaixo do Esperado. Televisão 3D.** Disponível em:

<<http://www.televisao3d.net/2010/10/29/vendas-de-tvs-3d-no-japao-estao-abaixo-do-esperado/>>. Acesso em: 20/02/2011.

SACKMAN, H. (1974, abril). **Delphi Assessment - Expert Opinion, Forecasting, and Group Process.** Santa Monica: The Rand Corporation.

Disponível em: <<http://www.rand.org/pubs/reports/R1283/>>. Acesso em: 12/07/2010.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS & ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING. (2008, setembro). **Produção Audiovisual: Estudos de Mercado: Relatório Completo.** Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br/>>. Acesso em: 10/10/2010.

STRATEGY ANALYTICS. (2010). **Global Audiovisual Market Forecats.** Disponível em:

<<http://www.strategyanalytics.com/default.aspx?mod=ReportAbstractViewer&a0=5389>>. Acesso em: 15/02/11.

TAGIAROLI, G. (2010, setembro 02). **Feira de tecnologia na Alemanha promete TVs conectadas à web e modelos 3D.** UOL Tecnologia. Disponível em:

<<http://tecnologia.uol.com.br/especiais/ifa/2010/ultimas-noticias/2010/09/02/feira-de-tecnologia-na-alemanha-promete-tvs-conectadas-a-web-e-modelos-3d.jhtm>>. Acesso em: 10/01/2011.

TUROFF, M.; LINSTONE, H. A. (1975). **The Delphi Method – Techniques and Applications.** Disponível em: <<http://is.njit.edu/pubs/delphibook/>>. Acesso em: 09/07/10.

VAZ, C. (2010). **Google Marketing – O Guia Definitivo de Marketing Digital.** (3a ed.). São Paulo: Novatec.

WRIGHT, J. T. C.; GIOVINAZZO, R. A. (2000). DELPHI – Uma ferramenta de apoio ao planejamento prospectivo. **Caderno de Pesquisas em Administração.** São Paulo, v. 1, n. 12, 2º trim. Disponível em:

<[www.iea.usp.br/tematicas/futuro/projeto/delphi.pdf](http://www.iea.usp.br/tematicas/futuro/projeto/delphi.pdf)>. Acesso em: 09/07/10.

ZANNI, M. A. (2010, maio 22). **Japão quer Transmitir Copa por Holografia.** INFO Online. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/ti/japao-quer-transmitir-copa-por-holografia-22052010-5.shl>>. Acesso em: 10/12/2010.

ZHANG, X., LIU, J., LI, B., & ZANG, H. (2008). Opportunities and Challenges of Peer-to-Peer Internet Vídeo Broadcast. **Proceedings of the IEEE**, v. 96, n. 1, p. 11-24. Disponível em:  
<[http://ieeexplore.ieee.org/xpl/tocresult.jsp?asf\\_arn=null&asf\\_iid=0&asf\\_pun=5&asf\\_in=1&asf\\_rpp=null&asf\\_iv=96&asf\\_sp=11&asf\\_pn=1](http://ieeexplore.ieee.org/xpl/tocresult.jsp?asf_arn=null&asf_iid=0&asf_pun=5&asf_in=1&asf_rpp=null&asf_iv=96&asf_sp=11&asf_pn=1)>. Acesso em: 10/12/2010.

ZIMMERMANN, A. (2010, agosto 18 e 19). **Pesquisa Sobre Consumo de Vídeo Online no Brasil**. HAVAS Digital, GLOBOSAT, QUALIBEST. São Paulo: Digital Age 2.0. Disponível em:  
<<http://www.digitalage20.com.br/2010/#apresentacoes>>. Acesso em: 10/12/2010.

## 7 Anexos

### ANEXO I – Questionário da primeira rodada

#### Questionário sobre a Veiculação de Vídeos na Internet

1. *Imagine o ano de 2021 – exatamente daqui a dez anos – e pense como serão as transmissões de televisão naquele ano. Imagine os tipos de tecnologias que estarão em operação e se haverá competição entre elas. Responda, então, as seguintes perguntas sobre a posição da TV aberta e da TV paga frente à TV via internet.*

**1.1.** Em 2021, você acha que a **TV aberta** terá a mesma a força que a:

**1.1.1.** TV via internet **banda larga fixa**? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

**1.1.2** TV via internet **banda larga móvel**? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

**1.2.** Em 2021, você acha que a **TV paga** terá a mesma força que a:

**1.2.1.** TV via internet **banda larga fixa**? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

**1.2.2.** TV via internet **banda larga móvel**? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

**1.3.** Em 2021, você acha que a **TV via internet banda larga fixa** terá a mesma força que a **TV via internet banda larga móvel**? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

2. *Pense agora, especificamente nas transmissões de vídeo.* Em 2021, que tipo de tecnologia você acha que será predominante? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

**3. Gostaríamos de saber agora sua idéia sobre as fontes de receita financeira da veiculação de vídeos pela internet. Em 2021, que estimativa você faria para os percentuais de possíveis fontes de receita financeira.**

**3.1.** Especificamente, gostaríamos de ter sua opinião sobre a transmissão tipo **Youtube**. Em termos percentuais, como seria em 2021 a distribuição percentual aproximada das receitas de acordo com as fontes listadas. Tomando por base a escala de 0% a 100%, utilize somente múltiplos de 10, ou seja, 10%, 20% 30% 40% etc. Não utilize, por gentileza, frações menores que essas.

Publicidade:	_____ %
Usuário de conteúdo:	_____ %
Venda de serviço a órgãos do governo e empresas privadas:	_____ %
Patrocínio:	_____ %
<b>Total:</b>	<b>100%</b>

**4. Entramos a seguir no tema dos direitos autorais e da pirataria. Novamente, pense nesses temas como se você estivesse no ano de 2021.**

**4.1.** Você acredita que em 2021 os autores de conteúdo audiovisual terão mais proteção, em relação aos crimes cibernéticos? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

**4.2.** Você acredita que em 2021 não haverá mais pirataria no Brasil em relação à transmissão de vídeos online? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

**5. Pense agora no desaparecimento das barreiras geográficas face às evoluções tecnológicas e a compra de conteúdo como streaming de vídeos e vídeo sob demanda. Podemos citar como exemplo a Apple TV, nesse caso o usuário no Brasil com seu cartão de crédito não pode adquirir conteúdo audiovisual internacional.**

**5.1.** Você acha que em 2021 haverá mais ou menos barreiras geográficas? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

**5.2.** Você acha que os **usuários poderão negociar diretamente** o conteúdo no **mercado internacional**. Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

6. *Vamos falar agora dos **produtores de conteúdo** audiovisual na transmissão de vídeos na internet no Brasil.*

6.1. Em 2021, quem você acha que predominará como **produtores de conteúdo**? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

6.2. Em 2021, que **conteúdo audiovisual** você acha que predominará na internet no Brasil? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

6.3. Em 2021, qual será o **tempo de duração de conteúdo de vídeo** que predominará na transmissão de vídeos na internet no Brasil? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

6.4. Em 2021, qual será o **conteúdo na área de transmissão ao vivo de audiovisual** na internet no Brasil? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

6.5. Em 2021, como será o **posicionamento da ANATEL** em relação a política de fomento do audiovisual na internet no Brasil? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

7. *Gostariamos agora que você fizesse algumas estimativas em relação à **vídeos sob demanda e transmissões ao vivo** (vídeo streaming). Assim, em 2021, que percentagem você atribuiria à quantidade de:*

7.1. **vídeos sob demanda** que serão veiculados na rede: \_\_\_\_\_%

7.2. **transmissões ao vivo** que serão veiculados na rede: \_\_\_\_\_%

**Total: 100%**

8. *Gostariamos agora que você fizesse algumas estimativas em relação à **vídeos em 3D**. Assim, em 2021, que percentagem você atribuiria à:*

8.1. **quantidade de vídeos em 3D** que serão veiculados na rede:

\_\_\_\_\_ % (Indique um número entre 0% e 100%).

9. Você acredita que em 2021 você acredita que **a holografia 4d** será realidade para os usuários na transmissão de imagens pela internet? Dê, por gentileza, sua resposta com uma breve explicação ou justificativa.

## ANEXO II – Questionário da segunda rodada

### Questionário sobre Futuro da Veiculação de Vídeos na Internet - Fase 2

Esta é a fase 2 do questionário sobre o Futuro da Veiculação de Vídeos na Internet. O método de pesquisa utilizado é o delfos que busca um consenso entre os participantes e é por isso que peço a sua participação nessa nova etapa. As respostas da fase 1 foram analisadas e por isso certas perguntas foram reformuladas e outras retiradas. Responda então as seguintes questões:

**1. Estimativas para 2021 sobre as possíveis fontes de receita financeira da veiculação de vídeos pela internet foram realizadas por um grupo de especialistas, inclusive você.**

**1.1.** Estas foram as opiniões em termos percentuais sobre a transmissão tipo **Youtube** e a distribuição aproximada das receitas em 2021 de acordo com as fontes listadas. Tomando por base a escala de 0% a 100%, foram utilizados somente múltiplos de 10, ou seja, 10%, 20% 30% 40% etc. Analisando os dados abaixo,  *você gostaria de reavaliar ou confirmar a sua resposta?* Por favor marque um X na coluna Resposta Fase 2.

	Publicidade	Usuário de Conteúdo	Venda de serviço a órgãos do governo e empresas privadas	Patrocínio	Total	Resposta Fase 2
1	30%	20%	30%	20%	100%	
2	30%	10%	20%	40%	100%	
3	40%	20%	20%	20%	100%	
4	40%	10%	30%	20%	100%	
5	40%	10%	20%	30%	100%	
6	50%	20%	10%	20%	100%	
7	50%	20%	20%	10%	100%	
8	50%	10%	10%	30%	100%	
9	70%	10%	10%	10%	100%	
10	100%				100%	

2. Entramos a seguir no tema dos **direitos autorais** e da **pirataria**. Novamente, as estimativas sobre esse tema foram feitas como se fosse o ano de 2021.

**2.1. Você acredita que em 2021 os autores de conteúdo audiovisual terão mais proteção, em relação aos crimes cibernéticos?** Analisando as opções abaixo, por favor marque um X na coluna Resposta Fase 2.

	Respostas fase 1	Resposta Fase 2
1	Não terão mais proteção	
2	Legalmente sim mas na prática não	
3	Sim terão mais proteção	

3. Vamos falar agora dos **produtores de conteúdo audiovisual** na transmissão de vídeos na internet no Brasil.

**3.1. Em 2021, quem você acha que predominará como produtores de conteúdo?** Analisando as opções abaixo marque um X na coluna resposta fase 2.

	Respostas Fase 1	Resposta Fase 2
1	Não existirá predominância na web	
2	Produtores independentes	
3	Grandes produtoras	
4	Produtores amadores	
5	Produtores de conteúdo publicitário	
6	Empresários produzindo de forma colaborativa	
7	Grandes produtores de conteúdo e um monte de mini produtoras independente	

**3.2.** Em 2021, que **conteúdo audiovisual** você acha que predominará na internet no Brasil? Tomando como base as opções abaixo marque um X na coluna resposta fase 2:

	Respostas Fase 1	Resposta Fase 2
1	Descentralização dos assuntos / Todos os Segmentos	
2	Documentário	
3	Conteúdo publicitário	
4	Filmes	
5	Vídeos de comportamento	
6	Humor	
7	Pornografia	
8	Conteúdo Interativo	

**3.3.** *As estimativas em relação sobre qual será o tempo de duração de conteúdo de vídeo que predominará na transmissão de vídeos na internet no Brasil em 2021 foram estas. Tomando como base os dados abaixo, você gostaria de reavaliar ou confirmar a sua resposta ?*

	Respostas Fase 1	Resposta Fase 2
1	Curto: 30 segundos até 2 minutos Médio: 30 minutos até 1 hora	
2	Curto: 30 segundos até 10 minutos	
3	Curto: 15 minutos até 10 minutos	
4	Curto: 30 segundos até 1 minuto e 30 segundos	
5	Curto: até 10 minutos	
6	Curto e Médio: 5 minutos até 60 minutos	
7	Curto: 1 minuto até 3 minutos	
8	Curto: 3 minutos até 5 minutos	
9	Médio: 25 minutos até 40 minutos	

**3.4.** Qual será o **conteúdo na área de transmissão ao vivo de audiovisual** na internet no Brasil em 2021. Tomando como base as opções abaixo marque um X na coluna resposta fase 2:

	Respostas fase 1	Resposta fase 2
1	Não muda do que é hoje	
2	Jornalístico	
3	Shows musicais	
4	Transmissão de um espetáculo	
5	Eventos culturais	
6	Besteirol	
7	Esportes	
8	Um amigo ver o outro	

**4.** As estimativas em relação à **vídeos sob demanda e transmissões ao vivo** (vídeo streaming) em 2021 foram estas. Tomando como base os dados abaixo, *you* gostaria de reavaliar ou confirmar a sua resposta ?

	Vídeos sob demanda	Transmissões ao vivo	Total	Resposta Fase 2
1	30%	70%	100%	
2	40%	60%	100%	
3	40%	60%	100%	
4	60%	40%	100%	
5	70%	30%	100%	
6	70%	30%	100%	
7	80%	20%	100%	
8	80%	20%	100%	
9	80%	20%	100%	
10	90%	10%	100%	

**5.** *As estimativas em relação à vídeos em 3D em 2021 foram estas. Tomando como base os dados abaixo, você gostaria de reavaliar ou confirmar a sua resposta?*

**5.1. quantidade de vídeos em 3D** que serão veiculados na rede:

	Vídeos em 3D	Resposta fase 2
1	0%	
2	20%	
3	20%	
4	30%	
5	30%	
6	30%	
7	50%	
8	60%	
9	80%	
10	80%	