

Nesta...

Um manifesto para as economia criativa

Hasan Bakhshi, Ian Hargreaves e Juan Mateos-Garcia

Abril de 2013



Sobre Nesta

Nesta está fundação inovação do Reino Unido. Uma instituição de caridade independente, ajudamos as pessoas e organizações trazer grandes idéias para a vida. Fazemos isto fornecendo investimentos e doações e mobilização de investigação, redes e habilidades.

Nesta Operating Company é uma instituição de caridade registrada na Inglaterra e País de Gales com o número de empresa 7706036 e caridade número 1144091. Registrada como uma instituição de caridade em número Scotland SCO42833. Sede social: 1 Plough Place, Londres, EC4A 1DE.

www.nesta.org.uk

© Nesta 2013.

Um manifesto para as economia criativa

Sobre os autores

Um Manifesto para a Economia Criativa é o trabalho de Hasan Bakhshi, Ian Hargreaves e Juan Mateos-Garcia.

Hasan Bakhshi é Diretor, Economia Criativa em Unidade de Política e Pesquisa de Nesta e Research Fellow na Universidade de Tecnologia de Queensland. Ele levou política de economia criativa de Nesta e trabalho de pesquisa durante os últimos seis anos. Seu trabalho recente incluiu a

Próxima geração relatório com Ian Livingstone, Alex Esperança e Juan Mateos-Garcia e o design e supervisão dos fundos de P & D Digital for the Arts. Seu trabalho anterior na Nesta incluiu coauthoring o *ficar à frente* relatório com Will Hutton e Philippe Schneider.

Ian Hargreaves foi um Research Fellow Nesta em 2012/13. Ele é professor de Economia Digital na Universidade de Cardiff e autor de *Digital Opportunity, Uma revisão de Propriedade Intelectual e Crescimento*, encomendado pelo governo britânico e publicado em 2011. Em 2009, o Governo Welsh encomendado a ele para levar uma revisão das indústrias criativas no País de Gales que levaram em 2010 à publicação de *The Heart of Digital Wales: uma revisão das indústrias criativas*. A maior parte da carreira de Ian foi gasto no jornalismo: ele era o vice-editor do FT; Editor do Independent; Editor da New Statesman e Diretor da BBC News e Atualidades.

Juan Mateos-Garcia é Indústrias Criativas Research Fellow Nesta e CENTRIM na Universidade de Brighton. Seu trabalho recente incluiu a *Próxima geração* relatório com Ian Livingstone, Alex Esperança e Hasan Bakhshi, eo *Clusters Criativos e Inovação* relatório com Caroline Chapain, Lisa de Propriis, Stewart MacNeill, e Phil Cooke. Ele está atualmente trabalhando no estudo Brighton fusível do cluster Brighton Criativo e Digital financiado pelos Artes e Humanidades Research Council.

Agradecimentos

Somos gratos às seguintes pessoas, que contribuíram incentivo, ideias, desafiar e desacordo valioso: Lynne Brindley, Diane Coyle, Stuart Cunningham, Robin Foster, Andrew Gowers, John Hartley, Michael Keane, Jon Kingsbury, Charles Leadbeater, Brian McLaren, Geoff Mulgan, John Newbiggin, Kate O'Connor, Mark Oliver, Mark Pearson, Rick Rylance, Nick Starr, Ed Steinmueller, Emily Thomas, Bill Thompson, Neil Watson e Stian Westlake.

Também somos gratos a Alan Freeman e Peter Higgs, co-autores com Hasan de *Um mapeamento dinâmico de do Reino Unido Indústrias Criativas* em que Capítulo Três deste manifesto fortemente empates, para Jon Watts e Stephen Adshead por seu trabalho sobre a *Avaliação das tendências de mercado e tecnologia*, e Mark Spilsbury por sua ajuda na produção das estimativas GVA. Carlos Gutierrez forneceu assistência para pesquisa.

conteúdo

prefácio	6
resumo	7
1 Por este manifesto? porque agora?	10
2 Como criativo Grã-Bretanha perdeu o seu caminho	17
3 Qual é a Economia Criativa?	26
4 tecnologias criativas e mercados	35
5 Uma agenda política para a economia criativa	43
6 pesquisa e desenvolvimento	51
7 O acesso ao financiamento	63
8 Artes e Cultura	71
9 concorrência	79
10 guerras Copyright	90
11 habilidades e educação	96
12 um manifesto para a economia criativa	107
notas finais	110

prefácio

Estes são tempos excitantes para qualquer um na economia criativa. Embora grande parte do resto da economia parece calma, está continuando a experimentar uma mistura inebriante de crescimento dinâmico, uma proliferação de novos modelos de negócios, bem como novas tecnologias impressionantes que estão fazendo a cultura ainda mais intensa e envolvente.

Na Nesta, nós somos fascinados para ver o que acontece em seguida. Nosso interesse deriva em parte do nosso trabalho prático - que se estende de artes digitais para jogos, orientação para a mídia. Ele também deriva da nossa pesquisa, muita da qual tem como objetivo trazer maior clareza e rigor para a compreensão da dinâmica destas indústrias, parte de um programa mais amplo de trabalho que temos vindo a fazer sobre a forma como a política pode apoiar a inovação, e como, através do que ligar

Plano I, Reino Unido pode seguir uma estratégia de crescimento induzido pela inovação.

Este manifesto mostra muito claramente, tanto o que é possível - e que poderia dar errado. Estabelece tanto a análise e prescrição, e nossa esperança é que as pessoas vão se envolver seriamente com ambos.

Durante várias décadas, tem havido muita conversa sobre as tecnologias digitais, a convergência, e sobre a transformação das formas de arte antigas, a partir do livro para o filme. Alguns da retórica foi superaquecido, e algumas das previsões foram lentos a se materializar. Isso levou muitos a cometer o erro oposto de concluir que porque a revolução não se concretizou imediatamente, tinha sido adiada indefinidamente.

Em vez disso, como este relatório mostra, a revolução digital é agora muito em curso, e quase certamente se acelerando. Isto tem implicações óbvias para o Reino Unido, dada a escala notável da economia criativa. Ela exige um repensar radical de políticas muito além das fronteiras tradicionais das artes, abrangendo tudo, desde escolas a política de concorrência.

Mas espero que a análise apresentada aqui também será de interesse em muitas outras partes do mundo que também querem fazer mais de uma vida fora de criatividade. A geração anterior de idéias e políticas - muitos dos quais espalhados por todo o mundo ao longo das duas últimas décadas - tem o seu curso. É agora tempo para uma atualização. Este manifesto mostra como.

Geoff Mulgan

O Chefe do Executivo de Nesta

resumo

economia criativa do Reino Unido é uma das suas grandes forças nacionais, historicamente enraizada e que representa cerca de um décimo de toda a economia. Ele fornece empregos para 2,5 milhões de pessoas, mais do que em serviços financeiros, fabricação avançada ou construção. Esta força de trabalho criativo tem nos últimos anos cresceu quatro vezes mais rápido do que a força de trabalho como um todo.

Por trás deste sucesso, no entanto, encontra-se muita perturbação e incerteza de negócios, associada com as tecnologias digitais. Anteriormente modelos de negócios rentáveis foram varridos do mapa, jovens empresas de fora do Reino Unido têm dominado novos mercados da Internet, e algumas empresas criativas do Reino Unido têm lutado para competir.

formuladores de políticas do Reino Unido também não conseguiram acompanhar a evolução na América do Norte e partes da Ásia. Mas não é tarde demais para atualizar políticas cansados. Como inventor da web, Sir Tim Berners-Lee coloca: *“A Web como I prevê-se, nós não vimos ainda. O futuro ainda é muito maior do que no passado”*. Em muitas frentes, a tecnologia continua a evoluir rapidamente e radicalmente, garantindo mais perturbações aos jogadores estabelecidos e oportunidades para inovadores. Big Data, a Internet das Coisas, Wearable Computers, Criatividade Assistida eo Movimento Criador fornecer exemplos dessa continuou dinâmico.

Este manifesto define dez áreas em que a política refresco é urgente. As principais prioridades são:

- Para garantir que a próxima geração da Internet é verdadeiramente aberto. Isto exige mercados economia criativa contestáveis, bem supervisionado por autoridades da concorrência que têm a informação e autoridade para agir rapidamente e de forma eficaz quando há preocupações sobre abusos de mercado.
 - Todos os adolescentes devem ter a oportunidade de aprender habilidades digitais criativos, tais como o dimensionamento de aplicativos e jogos, como parte de uma fusão na tecnologia de revestimento de currículo e arte, bem como matemática, ciências e humanidades.
 - ferramentas de políticas destinadas a incentivar a inovação, de benefícios fiscais para as regras dos contratos, deve ser adaptada às necessidades da economia criativa.
 - financiamento público potências criativas do Reino Unido, da BBC a universidades, organizações de arte e museus, deve fazer a maior parte da próxima geração de tecnologias digitais.
-

nossos dez recomendações de políticas são, na íntegra:

uma das propostas

o Governo deve adotar nossas novas definições propostas das indústrias criativas e economia criativa mais amplo. estes são simples, robusto e reconhecer o papel central das tecnologias digitais.

proposta dois

formuladores de políticas devem estabelecer um quadro 'sistema de inovação criativa' dentro do qual as prioridades estratégicas podem ser abordados de uma forma coerente e eficaz.

proposta três

o Governo deve fazer r & imposto d alívio mais acessível para empresas criativas. programas de estratégia de tecnologia deve ser ainda mais ampliado para atender as necessidades da economia criativa. regras dos contratos públicos deve ser alterado para abrir oportunidades para as empresas digitais menores. pesquisa de conhecimento conselho iniciativas de intercâmbio inter-disciplinares devem ser rigorosamente avaliados e as lições aplicado em um novo ciclo de investimento. Mais colaborações internacionais com centros de pesquisa principais devem ser encorajados.

proposta de quatro

formuladores de políticas locais devem observar o nosso guia de sete pontos para o desenvolvimento de clusters criativos.

proposta dos cinco

Governo deve garantir que seus esquemas de financiamento de negócios genérico não discriminem empresas criativas, e que os regulamentos ajudar o desenvolvimento de plataformas de Internet financeiras (tais como sites de crowdfunding). provas concretas ausente sobre sua eficácia, o governo deve resistir a introdução de novos programas de financiamento específicos do sector. A maior prioridade é coordenar a recolha e publicação de dados amigável aos investidores através do Conselho indústrias criativas, apoiando assim o desenvolvimento de um mercado mais espessa para financiamento de risco.

proposta seis

a tesouraria e os DCMS deve realizar uma avaliação de base ampla do valor das artes e despesa pública cultural no Reino Unido, baseando-se em um trabalho semelhante sobre o ambiente natural eo projecto valor cultural da Artes e Humanidades Research Council. decisões de financiamento deve ser justificada à luz de critérios que emergem deste trabalho.

proposta de sete

financiadoras devem incentivar a experimentação de tecnologias digitais de artes e organizações culturais e atribuir uma percentagem sustentado de seus recursos para r digitais & d, garantindo que a evidência decorrente deste trabalho é abertamente compartilhado. sob sua nova liderança, a BBC deve publicar em 2013 uma estratégia para refletir sua finalidade pública digital no período até 2018, não menos importante, através do veículo ambicioso de sua iniciativa espaço público digital.

proposta oito

Ofcom deveriam dispor de poderes para reunir informações em todos os mercados da Internet, a fim de maximizar as chances de julgamentos oportunos sobre o surgimento do poder de mercado potencialmente abusivo e outras preocupações do mercado (um 'sistema de alerta precoce') de som e. Ofcom deve contribuir com uma visão estratégica atualizado regularmente destas questões, trabalhando em estreita colaboração com o escritório do comissário da Informação, o Escritório de Propriedade Intelectual, da concorrência e dos Mercados e outras agências relevantes. competência da Ofcom deve ser alargado para aconselhar o Governo sobre as ações necessárias para garantir o Reino Unido beneficia de uma Internet próspera, aberta, equilibrando os interesses dos consumidores e dos cidadãos e empenhada em apoiar a inovação eo crescimento. essas mudanças devem ser uma característica central em qualquer Bill comunicações previsto para 2013/14.

proposta nove

regras e exceções aos direitos autorais do Reino Unido deve ser re-equilibrada, ao longo das linhas propostas pelo governo do Reino Unido, e também a nível europeu como parte da unidade para um mercado único digital europeu. Um novo mecanismo para permitir muito maior e as transações de licenciamento de direitos mais eficientes (através do Hub copyright proposta) deve ser desenvolvido durante 2013, novamente com potencial de replicação europeu.

proposta de dez

Governos em todo o Reino Unido deve fazer uma promessa digital de escolas, projetado para assegurar que o currículo escolar, incluindo a sua representação no Baccalaureate Inglês, reúne arte, design, tecnologia e ciência da computação e que os jovens são capazes de desfrutar de maiores oportunidades para trabalhar criativamente com as tecnologias, tanto dentro como fora da escola. também devem ser tomadas medidas para resolver a desconexão entre o que uk empresas criativas precisam de graduados e que as universidades estão ensinando. Medidas para melhorar a qualidade dos dados de emprego de pós-graduação disponibilizados aos potenciais candidatos para cursos criativos (incluindo kitemarks curso aprovado pela indústria) deve ser alargado.

1 Porque este manifesto? porque agora?

O objetivo deste manifesto é identificar o que decisores políticos, educadores, empresas e reguladores precisam fazer para garantir que a economia criativa do Reino Unido prospera na próxima década. Esta parte importante da economia do Reino Unido tem um histórico considerável de sucesso. De acordo com nossas novas definições e estimativas, a economia criativa emprega 2,5 milhões de pessoas (maiores do que serviços financeiros, fabricação avançada e construção) e é responsável por pelo menos 9,7 por cento do Reino Unido Valor Acrescentado Bruto.

Esse sucesso reflete uma tradição de destaque no conteúdo criativo, e uma riqueza de talento nas pessoas e empreendedores criativos da Grã-Bretanha, apoiada por vantagens naturais, como o alcance global do idioma Inglês. Ele também reflete as políticas públicas de apoio, incluindo um compromisso de longa data para as artes e sector cultural e um modelo com bons recursos e adaptativa do serviço público de radiodifusão. Os formuladores de políticas no Reino Unido cottoned cedo para a contribuição que as indústrias criativas fazer para a economia, e seu interesse tem sido amplamente estudado e copiado em todo o mundo.

Acreditamos, no entanto, que este sucesso está agora em risco. As tecnologias de comunicação digitais onipresentes que surgiram nos últimos 15 a 20 anos apresentam um desafio de época para os modelos de negócios das empresas criativas do Reino Unido ameaçam tornar obsoletas as políticas e instituições que têm sido vital para o sucesso do passado. A reação de políticos e empresas criativas para essas mudanças disruptivas tem sido até agora incerto.

Esta incerteza da resposta tem sido mais marcante na resistência do Reino Unido para a necessária adaptação da lei de copyright às realidades digitais. Mas estende-se de forma mais ampla para a concepção de políticas de apoio à I & D; a forma como a economia criativa é tributado e como é financiada; com a resposta das artes subsidiadas e sector cultural para as tecnologias digitais; com as normas de concorrência; e à concepção do currículo escolar.

A retórica prevaiente deste debate, amplificada pelas campanhas de lobistas em todos os lados, muitas vezes colocar as empresas de tecnologia e empresas criativas em conflito uns com os outros, quando em vez a situação exige, mercados contestáveis bem supervisionadas que respondem a novas circunstâncias e facilitar a inovação. Neste manifesto, defendemos que este conflito cria um empecilho para as nossas indústrias criativas e, cada vez mais, sobre a economia criativa mais amplo. Dada a invulgarmente elevada importância destes sectores para empregos e prosperidade do Reino Unido, este não é um preço que o Reino Unido pode dar ao luxo de pagar.

A economia criativa é uma das poucas áreas industriais, onde o Reino Unido tem uma reivindicação credível para ser mundialmente líder. Esta posição de liderança não pode ser dado como certo, como sabemos a partir de tais posições **perdidas na indústria automobilística na década de 1960,**¹ **computing no período pós-guerra**² e **indústria de produtos químicos no terceiro trimestre do 19. século.**³ Em todos estes casos, uma avaliação mais precisa dos pontos fortes e fracos e uma resposta mais sistemática pode ter aumentado as chances de um resultado melhor. Partimos, portanto, uma nova agenda política para sustentar a economia criativa do Reino Unido na próxima década, com base em uma relação mais construtiva entre empresas de tecnologia e negócios criativos, e em definições e dados revistos para a era digital aterrados.

1. a nova revolução industrial

A rápida difusão das tecnologias de informação e comunicação, o mais proeminente da Internet, é transformar as economias e sociedades modernas, ameaçando algumas empresas criativas estabelecidas, tais como jornais, e maciçamente interrompendo outros, como aqueles na indústria da música gravada.^{4,5} Enquanto isso, os maiores vencedores são, as empresas americanas digitais centrados em qualquer distribuição ou dispositivos: Google, Facebook, Amazon e Apple.

Você poderia dizer que este passo para uma actualização de política economia criativa Reino Unido chega tarde demais, como a Internet já se aproxima sua terceira década de perturbação global, mas isso não seria correto. A revolução das TIC ainda não é meio caminho andado.⁶ Como inventor da web, Sir Tim Berners-Lee coloca, *"A Web como I prevê-se, nós não vimos ainda. O futuro ainda é muito maior do que no passado"*.⁷

Nestas circunstâncias, a economia criativa do Reino Unido tem uma chance tão boa como quase todos os países do de fazer bem. Seus pontos fortes incluem: um longo historial de excelência criativa apoiada por fundos públicos; uma tradição decente de criação de tecnologia; diversas e dinâmicas cidades de habitação de classe mundial instituições culturais (mais obviamente, mas não só, Londres); um público que está entre o mundo o mais sofisticado no seu uso da tecnologia digital; , há muito estabelecidos e diversos jogadores corporativos fortes em digital, como o BSKyB, WPP, a Universidade Aberta e Pearson, e um **topo do ranking start-up dos ecossistemas na Europa (embora em sétimo lugar no mundo) de acordo com Startup Genome**.⁸ O que não temos é uma postura política em relação à economia criativa que é verdadeiramente apto para esta etapa na era digital.

Isso é importante porque os riscos da Internet são tão altos. O Boston Consulting Group pensa que a economia Internet do grupo G-20 de países será de US \$ 4,2 trilhões em

De 2016.⁹ Booz afirma que 'a digitalização universal' teria valido a pena um adicional de £ 63 bilhões para o Reino Unido PIB em 2011.¹⁰ McKinsey diz que a Internet contribuiu com um décimo de todo o crescimento econômico nos países do G-8 durante os 15 anos em 2009.¹¹ Copenhagen Economics diz que a conclusão do mercado único digital da Europa é tão economicamente significativa hoje como a realização do mercado único da UE, que fomentava a prosperidade do continente por uma geração.¹²

A velocidade ultra-rápida de telefones inteligentes com acesso à Internet, e o crescimento de provedores de banda larga inovadores como B4RN é contornar a lentidão das empresas de telecomunicações incumbentes na implementação de 'fibra no terreno', e forçando-os a oferecer produtos competitivos. Nos mercados emergentes, os telemóveis não os computadores são a porta de entrada para a Internet. Na Europa e América do Norte, aqueles que sofrem a 'exclusão digital', geralmente significa falta de acesso regular à Internet, continuam a ser significativas, embora em minoria diminuindo: cerca de 20 por cento da população.¹³ Embora existam 'lado escuro' para a Internet - incluindo os temores sobre perda de privacidade, segurança cibernética, o compartilhamento de arquivos ilícitos e acesso não controlado para o conteúdo indesejável - a maioria dos governos concluíram que eles precisam política projetar para incentivar os efeitos benignos da Internet sobre inovação e crescimento econômico, enquanto mitigar os riscos.

Assim, mesmo em tempos econômicos difíceis, os líderes políticos mostram vontade de investir em infra-estrutura de banda larga por causa dos altos retornos em oferta.¹⁴ O impacto médio da banda larga no crescimento anual do PIB nos países Euro-15 entre 2002 e 2007 foi estimada em 0,6 por cento, respondendo por quase 17 por cento do crescimento total ao longo deste período.¹⁵ Um aumento de dez pontos percentuais em penetração de banda larga entre 1999 e 2007 é julgada como tendo elevado crescimento anual per capita entre 0,9 e 1,5 por cento em países da OCDE.¹⁶

O que torna novas informações e tecnologias de comunicação economicamente tão poderoso? A resposta é que os seus impactos são sentidos em todos os lugares. Sua penetração é por isso que os economistas consideram-los um de um pequeno número de 'tecnologias de uso geral' - como a energia a vapor e eletricidade - que mudam de trajetórias de crescimento econômico inteiras em indústrias que os utilizam. ¹⁷ **A Internet, uma dessas tecnologias de informação e comunicação, tem criado oportunidades sem precedentes para formas mais distribuídos de organização e colaboração aberta em toda a economia em áreas tão largo quanto o varejo (eBay), software (GNU / Linux), viagens (TripAdvisor), finanças (kickstarter), e fabrico (o Movimento Maker).** ^{18, 19}

Mas uma economia digital bem-sucedido requer muito mais do que o investimento em canais de banda larga: também requer investimento em novas habilidades, a re-engenharia de processos de produção e novos modelos de negócios para criar e capturar valor. Vemos isso em jogo em muitas frentes: a existência de escassez de competências de programação de computador generalizada no mercado de trabalho do Reino Unido; ²⁰

a tendência para a terceirização de funções corporativas em indústrias como a banca e retalho; a reconfiguração global das cadeias logísticas (Correios) eo esvaziamento de ruas elevadas britânicas (Jessops, HMV), enquanto booms e-commerce.

Além do domínio da economia, a interrupção da Internet para padrões sociais é igualmente extensiva; visível na forma como ficar em contato com amigos e familiares, participar de comunidades de lugar e de interesse, e mobilizar politicamente. Aqui também, as normas acarinhadors de comportamento são desafiados, como novas oportunidades de se desdobrar.

Sabemos como de longo alcance das transformações econômicas provocadas por tecnologias disruptivas pode ser. setor da indústria de eletrônicos de consumo outrora poderoso do Japão é um exemplo atual: a rentabilidade caiu, vantagem competitiva foi perdida. ²¹ **Grã-Bretanha inventou corante sintético e siderurgia moderna na década de 1850, mas em 1900 tinha rendido a sua vantagem no início Os produtos químicos e aço indústrias para a Alemanha e os EUA.** ²²

2. Impacto na economia criativa

Hoje, as indústrias criativas operar em um cenário da tecnologia irreconhecível desde 1998, quando o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) agrupados juntos pela primeira vez 13 sectores de actividade cujas conexões até então não foi reconhecido pela política.

O usuário médio no Reino Unido gasta quase um dia inteiro de cada mês on-line, ²³ e os anunciantes que tradicionalmente financiadas notícias e entretenimento produção tê-la seguido lá: em 2009, o Reino Unido foi o primeiro país no mundo onde a publicidade na Internet ultrapassou publicidade em outros meios de comunicação, atingindo £ 4,8 bilhões em 2011. ²⁴ **Quase seis em cada dez próprios telefones inteligentes (perdendo apenas para Espanha) e no Reino Unido lidera o mundo em rádio digital e vídeo digital posse gravador também. Quase um quarto dos utilizadores da Internet do Reino Unido afirmam acesso TV online a cada semana, mais alto do que qualquer outro país, exceto China (onde a penetração de banda larga é, no entanto, muito menor).** ²⁵ **Uma das maiores empresas do mundo por capitalização de mercado, a Apple, faz aparelhos líderes de mercado, mas também é um líder em distribuição de conteúdo criativo digital. A segunda e terceira sites mais populares no Reino Unido - Facebook e YouTube (depois do Google Search) - ajudar seus usuários compartilhar e navegar este conteúdo.** ²⁶

Em alguns casos, a ascensão do digital foi acompanhada por uma queda grave em formatos analógicos. Este é impressionante o caso em notícias, onde, no Reino Unido, todos os principais jornais sofreram grandes reduções em circulação impressa e muitos títulos menores desapareceram completamente. Na música, as vendas de formatos físicos, como CDs e vinil tem, pela primeira vez foi ultrapassada pelas receitas digitais. ²⁷ **No filme, a interrupção é visível no desaparecimento de tijolos e equipamentos de aluguer de argamassa e no aluguer de DVD por correspondência, que agora é forçado a competir, no Reino Unido, com serviços de vídeo-on-demand dos gostos de Netflix Reino Unido, Lovefilm, Blinkbox and Now TV da BSkyB.**

Que este 'vendaval de destruição criativa' digitais²⁸ atingiu as indústrias criativas particularmente difícil não é surpreendente - muitas empresas criativas produzir e vender produtos de informação que podem ser facilmente manipulados, distribuídos e armazenados usando tecnologias de informação e comunicação. Com algumas exceções óbvias, como designer de moda, bens criativos são fáceis de codificar em pedaços. As tecnologias digitais também dar às empresas mais oportunidades para atingir os seus produtos e serviços aos consumidores, uma benção para os produtores criativos inovadores que querem explorar o desejo do público para experiências personalizadas. Eles também pagar artistas novos modos de expressar suas visões pessoais, de diferenciar seu trabalho dos outros, muitas vezes através de novas, multi-mídia e abordagens multi-plataforma.

As novas tecnologias também têm mudado a nossa forma de consumir, compartilhar e falar sobre os conteúdos criativos através de plataformas de mídia social da Internet como o Facebook. Música e outras artes de performance ao vivo são regularmente transmitidos em plataformas como o The Guardian on-line e transmitido para cinemas digitais e até mesmo museus e galerias de arte estão seguindo o exemplo. Os círculos sociais em que discutir e compartilhar idéias, e através do qual descobrimos notícias, mídia e conteúdo cultural, grandemente ampliada e ainda tornar-se mais conectados.²⁹

Ao mesmo tempo, as fronteiras entre a oferta criativa e demanda turva, com a Internet agora a emergir como um dispositivo de massa-capacitação para conectar pessoas e empresas a um vasto conjunto de ferramentas global e repositório de conhecimento (Wikipedia, Khan Academy e, mais recentemente , mooc (MOOCs)). Usuários, amadores e amadores, que apenas alguns anos atrás teria sido consumidores passivos, hoje em dia fazer o upload de uma hora de conteúdo de vídeo para o YouTube a cada segundo. No Reino Unido, a popularidade do YouTube explica por que o tempo médio gasto em sites de compartilhamento de vídeo aumentou 43 por cento no ano até março de 2012.³⁰ Nos EUA, o uso móvel de compartilhamento de fotos Instagram aplicativo ultrapassou Twitter em agosto de 2012.³¹ Crowdsourcing plataformas como OpenStreetMap, TopCoder e Kaggle mostram diferentes maneiras em que a Internet democratiza o domínio do conhecimento e criatividade. Objetos com conexões de Internet (a 'Internet das Coisas'), juntamente com as tecnologias emergentes, como a impressão em 3D, prometem transformar artesanato e fabricação.³²

3. Inovação e crescimento na economia criativa do Reino Unido

Esta torrente de mudanças apresenta Reino Unido empresas criativas com uma enorme gama de oportunidades de inovação, por vezes obscurecidas por uma tempestade de ameaças aos modelos de negócios existentes. A digitalização reduz a maioria dos custos de produção e de atingir novos mercados - incluindo nas economias emergentes - onde o público cada vez mais ricos e conectados exigem produtos e serviços mais criativas.³³ Tem gerado inteiramente novas formas de mídia, como jogos de vídeo online. Ele cria oportunidades incalculáveis para preservar e proporcionar maior acesso ao patrimônio cultural do Reino Unido. canais de distribuição digitais, pelo menos em teoria, reduzir a dependência do Reino Unido em 'porteiros' globais para o financiamento e comercialização de produções criativas, um problema para o Reino Unido empresas criativas tradicionalmente melhor a criação de valor do que em capturá-lo.³⁴ Isto sugere que a Internet pode ajudar Reino Unido empresas criativas superar as restrições tradicionais sobre a sua escalabilidade. À medida que a economia do Reino Unido se esforça para crescer fora de seu segundo mergulho na recessão - com a taxa de pior crescimento de cinco anos em tempos de paz desde os anos 1920³⁵ - é mais importante do que nunca para garantir que as indústrias criativas do Reino Unido são capazes de explorar todas estas novas oportunidades de crescimento. O Governo reconheceu isso, incluindo-os em seu *Plano para o Crescimento*.³⁶

Neste manifesto, procuramos definir um quadro claro para a política, com base em uma definição simplificada das indústrias criativas como "Aqueles setores que se especializam no uso de talento criativo para fins comerciais."³⁷ Mas a criatividade que impulsiona essas indústrias também é crítico para muitas outras partes da economia.³⁸ Decorre da crescente pressão para diferenciar os produtos e serviços dos concorrentes internacionais, a implantação de estética e expressões simbólicas de qualidade (tais como design, marca e associação cultural)³⁹

que parecem ser cada vez mais importante para os consumidores e empresas. Isto é o que

e outros dizer com a economia criativa, cujas atividades se define de forma mais geral como envolvendo *“O uso de talento criativo para fins comerciais.”*

As indústrias criativas têm uma posição central nesta economia criativa, porque eles se especializam em atividades criativas, **mas também porque eles fornecem outros setores com entradas criativas que aumentam a inovação ea produtividade.** ⁴⁰ A última década assistiu a empresas em toda a economia do Reino Unido aumentar significativamente seus investimentos em ativos intangíveis criativas como design, software e publicidade: entre eles, estas categorias foram responsáveis por mais de 40 por cento do investimento global em intangíveis em 2009, em comparação com R & D, que representaram apenas 13 por cento. ⁴¹

Nestas circunstâncias, poderíamos ter esperado os pontos fortes históricos de indústrias criativas do Reino Unido para apoiar uma transição confortável, mesmo triunfante aos mercados digitais e modelos de negócios. Mas isso não foi tão: mais recentes e menores empresas criativas, em particular expressar sua frustração com as políticas em relação às questões abordadas neste manifesto: educação (efeitos visuais), o acesso ao financiamento (música), de propriedade intelectual (arquivos), concorrência (editoras de livros) e infra-estrutura (jogos de vídeo).

Outro frustrações também são certamente explicada em parte pelo bem conhecido ' Dilema do Inovador, ' ⁴² o que mostra que o sucesso do passado gera inércias que impedem a adaptação para o novo. Na música, cinema e agora indústrias de publicação de livros em todo o mundo, alguns jogadores estabelecidos resistiram à adoção de novas tecnologias, onde estes poderiam pôr em risco estabelecidos fluxos de receita ou eles têm procurado manter ou estabelecer regras para acesso aos conteúdos digitais através de novas tecnologias (como o Windows versão e criptografia), que muitas vezes não ter feito sentido para os consumidores, que estão cada vez mais acostumados a compra on-line instantâneo e transações internacionais abertos. A música é um exemplo frequentemente citado, que tentou limitar o surgimento de primeira gravação e, em seguida, uma onda de copiar tecnologias, culminando com a distribuição digital na Internet, com seus problemas associados de pirataria direitos. ⁴³

O medo de canibalizar fluxos de receita estabelecida, embora às vezes bem fundamentada, ⁴⁴ pode minar a vontade de experimentar novos modelos de negócios. Na arena política, encarregados resistência à mudança também incentiva tentativas de captura regulatória, mais evidente nos políticos hostilidade tradicional à flexibilidade no regime de propriedade intelectual, que é necessário para refletir mudanças nas expectativas e práticas de consumo e para evitar copyright de criar barreiras à inovação em outras partes da economia, como a investigação científica médica e outros. ⁴⁵

Este conservadorismo, argumentamos, é uma das razões por que os políticos britânicos têm se esforçado para responder de forma coerente ou suficientemente às transformações produzidas pelas tecnologias de informação e comunicação e da **Internet: claro se a prioridade política é a de Indústrias Criativas (*Criativa Grã-Bretanha*, 2008), ⁴⁶ *Economia Criativa (Cox Review*, 2005) ⁴⁷**

ou a Economia Digital (*Digital Britain*, 2009). ⁴⁸ Não tem, ao longo do tempo, sido muito ambivalente uma atitude para com os setores criativos, como software, design e publicidade e uma falta de vontade de se adaptar inovação e crescimento incentivos tradicionais, tais como o crédito fiscal à I & D, às necessidades de alta tecnologia indústrias criativas voltadas para o negócio . ⁴⁹ Ele também se reflete em um debate público que coloca os distribuidores americanos de origem digital de conteúdo (especialmente Google e Amazon) como o inimigo do Reino Unido indústrias criativas quando a verdade é que as fortunas destas empresas estão inextricavelmente interligados.

Enquanto isso, o Reino Unido tem um sistema educativo que promove STEM (Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática), e não **um mix multidisciplinar de vapor, ⁵⁰ habilidades, e que até agora tem gravemente negligenciada da extensa demanda dentro da economia criativa mudando para habilidades de programação de computador.** Em geral, os políticos e os formuladores de políticas no Reino Unido muitas vezes parecem inseguros sobre se a abraçar a Internet (com a sua perspectiva de inovação reforçada e crescimento) ou para recuar a partir dele (compartilhamento de arquivos ilícita, perda de privacidade e dominação por gigantes empresariais americanos).

Nos últimos anos, a confusão decorrente deste ambiguidade tornou-se mais acentuada e mais prejudicial. É visível na decisão do DCMS em 2011 para soltar software de sua classificação das indústrias criativas, e em sua falta de competência para **enquadrar a política com vista a estimular a economia criativa mais amplo**.⁵¹ **É lá na natureza caótica do debate sobre as** necessidades de educação e habilidades de economia criativa do Reino Unido, que rendeu um Baccalaureate Inglês que o (pressão seguinte) incluem ciência da computação, mas que exclui arte e design e tecnologia; e que luta em muitas frentes para responder à escala de inter-disciplinaridade exigiu na era digital. Fez-nos muito cautelosos sobre capacitar nosso regulador das comunicações, Ofcom para avaliar questões de concorrência incipientes nos mercados digitais em rápida mudança. E é mais impressionante de tudo nos argumentos amargas sobre direitos autorais entre os detentores de direitos e empresas de tecnologia, onde os governos do Reino Unido têm, tradicionalmente, tomou uma posição altamente defensiva, fazendo escolhas, como uma sucessão de extensões de prazo que desconsideram evidência económica difícil.⁵²

Este padrão de comportamento, acreditamos, enfraquece tanto as capacidades e incentivos de empresas do Reino Unido para inovar e assim ameaça a futura contribuição da economia criativa do Reino Unido. Quando olhamos para as suas capacidades digitais, enquanto há os pontos fortes claro que temos observado, existem áreas críticas onde eles estão faltando. Por exemplo, não há empresas do Reino Unido na atual safra de plataformas de Internet dominantes que são hoje a captura tanto valor econômico na economia criativa. Poucas empresas de conteúdo do Reino Unido até agora têm sido capazes de cumprir a promessa da 'cauda longa' e construir operações de distribuição digital global, mantendo a sua independência. O Reino Unido tem sido incapaz de explorar os seus arquivos de renome mundial de conteúdo no idioma Inglês, apesar da força admirado de suas instituições culturais, como a BBC e da Biblioteca Britânica.

4. nosso manifesto

Em suma, a economia criativa do Reino Unido continua a ser ricamente criativo, mas enfrenta um problema de inovação. Ou, dito de outra maneira, as empresas criativas do Reino Unido risco de não conseguir fazer o máximo de sua criatividade subjacente se eles são incapazes de se adaptar as suas práticas de negócios e estruturas para as possibilidades e limitações das novas tecnologias. O que pode ser feito?

O ponto de partida é o de assegurar que o Reino Unido oferece um ambiente para estimular o tipo de inovação no Reino Unido empresas criativas precisam empreender. O trabalho do governo é estabelecer o enquadramento adequado para o crescimento. Isto inclui mercados criativas contestáveis, onde os custos de transação são baixos e as recompensas à inovação são elevados. Para activar esta deve haver um regime regulatório atualizado, que inclui arranjos melhorados para a propriedade intelectual. As autoridades de concorrência, passando por uma grande re-forma no Reino Unido, tem que ter poderes para desempenhar um papel mais eficaz e ágil.

Governo deve fazer o que ele é capaz de fazer para garantir que as empresas mais inovadoras do Reino Unido - incluindo as start-ups, onde as inovações mais perturbadores virão

- ter acesso ao capital de risco que precisam para experimentar e crescer. cuidadosa consideração também deve ser dada para onde os investimentos públicos através de instituições como a BBC, o Technology Strategy Board e instituições de ensino superior, como a Universidade Aberta pode apoiar o desenvolvimento de plataformas de Internet globais baseadas no Reino Unido. Dada a força de seus conteúdos e serviços criativos empresas, o Reino Unido também deve empurrar para plataformas abertas e acessíveis, onde os riscos de abusos de mercado por gatekeepers são mais baixos.⁵³

A economia criativa frente-rank também deve ter infra-estrutura de banda larga frente-rank, um argumento que tem sido bem ensaiado em outros lugares,⁵⁴ assim que nós não discutir o assunto em detalhes neste manifesto, mas constitui um elemento importante na nossa visão do que é necessário. Também precisamos trabalhar mais na compreensão e maximizar a alavancagem que existe entre as artes do Reino Unido fortes com financiamento público e sector cultural e economia criativa e o papel que as tecnologias digitais podem desempenhar nesse processo.⁵⁵

políticas de desenvolvimento de clusters nas economias descentralizadas e regionais devem ser priorizados no crescimento de **clusters industriais que se fundem a criatividade e tecnologias digitais**.⁵⁶ **O governo também precisa investir nas habilidades e talentos das pessoas criativas** sobre os quais o setor depende, investindo não apenas no conhecimento STEM mas em arte, design e tecnologia.

Neste manifesto, nos propusemos dez recomendações claras que, se agiu em diante, irá melhorar substancialmente as perspectivas de inovação e crescimento da economia criativa do Reino Unido. Estas recomendações abrangem uma variedade de temas, alguns dos quais são da responsabilidade do Governo do Reino Unido, enquanto outros são da responsabilidade das administrações autónomas da Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte. Os princípios políticos que identificamos são aplicáveis em todo o território do Reino Unido, mas as formas específicas em que esses princípios podem ser abraçado podem diferir nos países descentralizados, particularmente quando já existem diferenças nas políticas e práticas. Sempre que possível, procuramos refletir essas nuances.

O referendo de independência previstos para a Escócia em 2014 pode trazer grande mudança constitucional para que parte do Reino Unido, levantando uma série de questões políticas para as indústrias criativas em todas as áreas como a radiodifusão, comunicação, política fiscal e política de concorrência. Enquanto há uma necessidade urgente para o debate informado sobre estas questões, este manifesto não é o lugar para isso. Nós não pretendem abranger todas as questões em detalhe, mas para estabelecer a direção certa para a política em todas as partes do Reino Unido. É também o caso que muitas das idéias promovidas neste manifesto são tão relevantes para o conjunto da União Europeia como para o Reino Unido; Não menos importante, porque a lei britânica em áreas como comunicações, radiodifusão, concorrência e propriedade intelectual está enquadrado a nível europeu.

Se o curso recomendamos é seguido, o Reino Unido será capaz de explorar de forma mais eficaz as oportunidades que as tecnologias digitais e da Internet pagar. Dessa forma, conteúdos e serviços criativos empresas do Reino Unido estará bem posicionada para competir em mercados digitais globais onde veremos um crescimento rápido e contínuo. A alternativa stark é uma perda relativa da posição competitiva.

Se responder vigorosamente a este desafio, o Reino Unido deverá aumentar a sua quota de mercado global: a construção de novos mercados na Ásia e nas Américas e cortar a competição global dos seus exportadores de baixo custo. Pode até ajudar a tornar o Reino Unido um possível casa para qualquer pequena legião de novas empresas agarra em saltos de plataformas de Internet atualmente dominantes como Google, Apple, Amazon e Facebook no decorrer da próxima década. Talvez mais importante, ele irá garantir que um dos poucos setores da economia em que o Reino Unido tem uma posição de liderança a nível internacional continuará a prosperar, criando mais empregos de alta qualidade e fazer uma maior contribuição para o valor econômico agregado.

2 Como Creative Grã-Bretanha perdeu o seu caminho

1. Grã-Bretanha criativo

No final de 1990, o Reino Unido foi pioneiro⁵⁷ uma abordagem para apoiar suas indústrias criativas. Embora visto por críticos à esquerda do Governo Blair como mais um exemplo da marcha progressiva da mercantilização neo-liberal e por outros como envolvendo mais retórica ('Cool Britannia') do que a substância, a narrativa do 'criativo Britain' gerou um paradigma de política que tem sido estudado se não for copiado em todo o mundo⁵⁸ e que tem sido caracterizada como uma 'marca política' altamente eficaz.⁵⁹ O simples poder da história 'criativo ilha' foi re-ilustrado na cerimônia de abertura aclamado de Danny Boyle para os Jogos Olímpicos de Londres 2012.

Este capítulo considera a história do projeto criativo Grã-Bretanha, desde a sua concepção política em 1997 até os dias atuais, principalmente com vista a identificar os riscos para seu posterior sucesso que surgiram nos últimos anos. Destacamos pontos dignos de nota, sejam elas visionário (o valor de liderança ousada e motivacional) ou preventivo (o risco de captura regulatória ou política incoerente). Sem uma compreensão dessa história, os políticos correm o risco de repetir seus erros.

1998 *Grã-Bretanha criativo* livro (na estrutura, uma coleção editada de discursos do então Secretário de Estado da Cultura, Media e Desporto, Chris Smith) começou com uma citação visionária de William Blake e continuou:

*“Este livro é sobre criatividade. É sobre o fermento cultural e alturas criativas para que a criatividade leva, o enorme impacto que a criatividade ea cultura têm na sociedade ea importância crescente para a economia moderna da Grã-Bretanha de todas as actividades e indústrias que surgem a partir do impulso criativo. E é sobre as implicações de todas essas coisas para o desenvolvimento de políticas públicas, e o trabalho do governo “.*⁶⁰

A partir disso, ficou claro que o projeto tinha aspirações muito além do território principal óbvia das artes e mídia, estendendo-se no projeto e até mesmo a ciência, medicina e engenharia; ele falou com o papel da criatividade em toda a economia criativa emergente 'pós-industrial' Reino Unido, mais dependente do conhecimento de recursos naturais ou técnicas de fabrico, e definir em um contexto cada vez mais globalizado.⁶¹ Box 2.1 reproduz página Conteúdo do livro.

Em paralelo, no entanto, *Grã-Bretanha criativo* também iniciou um 'mapeamento' mais cotidiano das indústrias criativas, definidos como compreendendo 13 criativos sub-setores de conteúdos, por ordem alfabética: publicidade, arquitetura, arte e antiguidades, jogos de computador, artesanato, design, designer de moda, cinema, música, artes do espectáculo, publicação , software e televisão e rádio.

Seria o papel do Governo para garantir que esses setores foram tratados seriamente como contribuintes para a economia nacional, bem como essencial para o tecido da vida cultural do Reino Unido. Desde o início do exercício de mapeamento reconheceu que *“Não havia nenhuma corrente histórico, e pouco, os dados disponíveis”*⁶² para apoiar este exercício.

Esta tensão prévia entre declarações de alto nível de visão e quantificação problemático de fatos persistiu até aos nossos dias. No Capítulo Três deste manifesto nos propusemos um novo pensamento em dados e definições de fronteira destinadas a apoiar uma abordagem mais coerente para o desenvolvimento de políticas; neste capítulo, seguimos o fluxo de eventos.

O manifesto 1997 apontou para um conjunto de inspirações e motivações para *Grã-Bretanha criativo*:

- A narrativa política de 'modernização', refletida na re-nomeação de seu partido como 'Novo Trabalhismo', comprometido com uma economia do Reino Unido modernizado à altura das exigências e oportunidades da globalização de Tony Blair. O Departamento do Património foi re-marcado como o Departamento de Cultura, Media e Desporto e convidados a colaborar estreitamente com o Departamento de Comércio e Indústria (DTI), o que em si ser sujeitas a uma série de re-badgings nos seguintes 15 anos .⁶³
- Os valores legados de filosofia social e comunitária vitoriana e eduardiana, em particular as idéias de William Morris e John Ruskin ('beleza útil'), juntamente com defesa direta de Keynes para uma Arts Council. Isto proporcionou um contexto de política para restaurar a entrada gratuita nos museus e galerias; juntamente com o desvio de fundos da Loteria Nacional, criada em 1994, para criar a Fundação Nacional para a Ciência, Tecnologia e as Artes, que Chris Smith disse (presciently) seria *"Sobre puxando para baixo as barreiras artificiais entre a ciência, a tecnologia e as artes, porque nos mundos das novas técnicas de design e multimídia e imagens digitalizadas essas barreiras estão se tornando sem sentido, bem como contra-produtiva."*⁶⁴
- Um reconhecimento que rapidamente emergindo tecnologias de comunicação digital chamado para investimento em infraestrutura substancial, juntamente com uma regulamentação radicalmente re-projetado. Em dezembro de 2003, Ofcom tomou o lugar de cinco reguladores na radiodifusão, telecomunicações e de espectro de radiofrequências. Responder conjuntamente ao DCMS eo DTI, o foco da Ofcom seria radiodifusão e das telecomunicações, ao invés do projeto criativo Grã-Bretanha como um todo, embora a sobreposição entre a missão da Ofcom ea busca da Creative Grã-Bretanha se tornaria mais evidente nos primeiros anos do novo milênio como tecnologias de comunicação digitais tornou-se generalizada.

Caixa 2.1: página de conteúdo para *Criativa Grã-Bretanha, 1998*

1. Valor Cultural: as indústrias criativas na Grã-Bretanha.
2. Apenas Ligação: Cultura e nosso senso de identidade.
3. A Vision for the Arts.
4. Todo o mundo é um palco: Cultura, Negócios e Sociedade.
5. O mundo é sua ostra: Sociedade da Informação e do papel das parcerias público Bibliotecas.
6. Present Past: a importância do Património Mundial.
7. Em uma grande tradição: A indústria da música britânica.
8. Fazer Filmes: Estado da Indústria Cinematográfica Reino Unido.
9. Dinheiro do Céu: radiodifusão pública na era digital.
10. Vivendo no Mundo Real: Acesso à Propriedade Intelectual.

11. Projeto: na encruzilhada de Ciência e Artes.
12. Poderia ser você: O Futuro da Loteria Nacional.
13. Para o Futuro: O Millennium and Beyond.
14. Arts and the Man: Cultura, Criatividade e regeneração social.
15. Nenhuma riqueza mas vida: a importância da criatividade.

2. que sobre a Internet?

A importância das novas tecnologias de comunicação no conceito criativo Grã-Bretanha foi claro desde o início, revelando continuidades com paradigmas anteriores de regeneração económica movidos a produtividade habilitados por computadores e outros dispositivos eletrônicos.⁶⁵ A partir de uma perspectiva crítico, esta fusão modernização de cultura e electrónica foi visto como um

“Tentativa de capturar o prestígio atual desta teoria da inovação ... para um sector e um grupo de trabalhadores a quem ele realmente não se aplicam.”⁶⁶

Em 1997, a ameaça para os barões transmissão de televisão multi-canal entregue por novos mecanismos, tais como cabo e satélite, era claro, como foi o compromisso de liberalizar os governos de todo o mundo para a privatização do setor de telecomunicações. Muito menos claro, nas páginas da *Criativa Grã-Bretanha*, foi o significado neste drama da Internet. Apesar desajeitado conectividade dial-up, houve em Março de 2000 calor suficiente para inflar a 'bolha dotcom'. ainda, *Criativa da Grã-Bretanha* capítulo sobre a indústria da música não menciona a Internet, observando que *“O maior desafio enfrentado pela indústria da música é pirataria de CD.”* Diz-se que a custar globalmente \$ 5 bilhões por ano em vendas físicas perdidas. Senhor Smith elogiou a resposta da indústria musical do Reino Unido para a pirataria off-line como um

“Blue-print para as iniciativas anti-pirataria em outras indústrias criativas.”⁶⁷ Em 1998, peer-to-peer de compartilhamento de arquivos já era um fenômeno em crescimento rápido e 1999 viu o lançamento do Napster, que precipitou uma resposta das indústrias de música americanos e britânicos que se tornaria um modelo de como não responder ao modelo de negócios interrupção do mundo online.

A hesitação semelhante no que respeita à Internet ocorreu na elaboração da nova Bill Communications. O Livro Branco que anuncia esta legislação foi entregue no curso do novo milênio, em dezembro de 2000, quando os políticos e os meios de comunicação foram mais agitado sobre o 'bug do milênio' do que o surgimento da Internet como uma plataforma alternativa global, comercial para a distribuição de criativo trabalha, junto com outros bens e serviços.⁶⁸

Na mesma época, os políticos escoceses haviam identificado uma direção um pouco diferente. A publicação por Scottish Enterprise em 1998 de *Criatividade e da Empresa*⁶⁹ tomou como ponto de partida os DCMS e *Grã-Bretanha criativo paradigma*, mas definiu uma visão muito mais influenciado digitalmente das indústrias criativas em que o papel da Internet e software de habilitação foram explicitados. Este trabalho inicial foi ainda mais desenvolvido com o lançamento em 2000 de uma estratégia de *indústrias criativas para a Escócia*,⁷⁰ que viu meios digitais como o motor do crescimento e um foco para o investimento. Posteriormente, o interesse da Scottish Enterprise e compromisso com as indústrias criativas tem aumentado e diminuído, sofrendo de tensões inúteis entre Scottish Enterprise de um lado e grandes organizações culturais (como o Conselho de Artes, em seguida, escocês e Scottish Screen), por outro. O resultado tem sido uma perda de forma clara na política. Uma 2009 estratégia de mídia digital, liderada pela indústria para a Escócia, *Inspiração Digital*, foi franco em seu foco sobre as oportunidades económicas decorrentes digitais

tecnologias, em contraste com a atual estratégia de indústrias criativas do Governo escocês⁷¹ o que torna escassa menção à Internet. Não é fácil identificar os resultados concretos da maior parte dessa atividade.

Irlanda do Norte chegou atrasado para a festa de indústrias criativas, seguindo um começo gagueira com declarações políticas iniciais que não se traduzem em ação.⁷² Em um *Plano de Ação Estratégico para o setor em 2008*,⁷³ o impacto transformador das tecnologias de Internet e digitais ainda primaram pela ausência. Irlanda do Norte tem uma divisão de responsabilidades para a política de indústrias criativas entre o Departamento de Cultura, Artes e Lazer (DCAL) e do Ministério da Empresa, Comércio e Indústria (DETI) que espelha o Reino Unido dividido entre o DCMS e Departamento de Negócios, Inovação & habilidades (BIS) (anteriormente o DTI). No entanto, o papel 'chumbo' da DCAL não está formalmente estabelecido como o do DCMS (e um inquérito recente da Comissão para a Cultura, Artes & Leisure convida-à aumentar a sua visibilidade como liderança política para o setor⁷⁴).

País de Gales encomendou uma revisão da política de indústrias criativas em 2004,⁷⁵ que construída sobre abordagens sectoriais para as indústrias automotiva e aeroespacial, mas sofria de uma falta grave de dados sobre indústrias criativas galeses. Esta avaliação focada no cinema, televisão e música, com a intenção (nunca realizado) de estender para outras partes das indústrias criativas posteriores. No seu coração era uma £ 7 milhões Fundo de Propriedade Intelectual criativo, forte apoio às empresas e maior envolvimento de especialistas da indústria na administração política para o setor criativo. Uma revisão posterior das indústrias criativas do País de Gales (liderados por um dos autores deste manifesto em 2009/10) encontrou a política de 2004 insuficientemente atentos a oportunidades de negócios emergentes digitais através das indústrias criativas em geral e *"Falta clareza de propósito estratégico."*⁷⁶ Mais recentemente, País de Gales desenvolveu um fundo de investimento para suportar o crescimento do negócio digital e continua a busca por uma maneira eficaz de alcançar banda larga satisfatória e cobertura móvel em um país montanhoso pouco povoada.

Enquanto isso, nas regiões inglesas, os primeiros anos da Creative Grã-Bretanha viu algumas Agências de Desenvolvimento Regional (RDAs) assumir a batuta de política pensando para as indústrias criativas, apoiado por iniciativas marco, tais como movimento de partes significativas de suas atividades com sede em Londres, da BBC para Salford. Cidades como Bristol e Glasgow estavam entre aqueles que surgiu com uma reputação para o crescimento imaginativa de suas indústrias criativas, com um foco combinado sobre empresas criativas, por um lado, e as artes subsidiadas por outro. Tornou-se rotina para identificar as indústrias criativas e digitais como setores 'prioridade' em políticas industriais regionais e locais,⁷⁷ nem sempre convincente assim. Após a eleição de 2010, as RDAs foram abolidas e pressão orçamental sobre as autoridades locais levaram à retração significativa em projetos culturais. Em todo o Reino Unido, tem havido tentativas espasmódicas para alimentar clusters criativos de um tipo ou outro; no Capítulo Seis, nós avaliar criticamente as abordagens adoptadas.

3. Ofcom

Em 2003, a Ofcom representou uma resposta ambiciosa para as forças que moldam mídia e telecomunicações a convergência,⁷⁸ com um conjunto de poderes intrinsecamente ligados ao governante quadro jurídico da UE em telecomunicações, mídia áudio-visual e de e-commerce. Alguns, incluindo proprietários poderosa mídia, pensou o novo 'regulador de super-' tinha muito poder (no período que antecedeu a eleição geral de 2010, David Cameron propôs cerceamento radical⁷⁹). Outros argumentaram que Ofcom necessário um mandato mais amplo, dada a velocidade com que a Internet foi mudando a cara dos setores de mídia e telecomunicações.

Por exemplo, film-maker (Senhor) David Puttnam, argumentou que *"Ofcom deveria ter sido dado mais poderes, mesmo os de investigação, em relação às tecnologias emergentes,"*⁸⁰ mas

como o Bill fez o seu caminho através do parlamento empresas de mídia de impressão preocupação de evitar a invasão de transmissão de estilo 'excesso de regulamentação' de suas próprias atividades convergiram com as opiniões dos defensores da liberdade de expressão na Internet para resistir a qualquer coisa que cheirasse a regulamentação de conteúdos na Internet, a menos que (de acordo com o compromisso finalmente chegou) o serviço em questão era 'televisão-like'.

As empresas de telecomunicações, como Internet Service Providers (ISPs), eram principalmente preocupado em garantir que o novo regulador focado sobre incentivo ao investimento em suas redes de banda larga em expansão. A Associação Comunicações Managers disse uma abordagem regulatória às questões decorrentes da Internet poderia esperar mais uma década.⁸¹

Estas posições reflete preocupações legítimas, mas eles queriam dizer que a consideração da importância rapidamente emergindo da Internet como uma plataforma alternativa para a entrega de conteúdo tornou-se algo de uma questão de lado.

Então, Ofcom iniciou formalmente suas operações em 2004 com nenhum mandato, nem mesmo um pesquisa- baseada assistindo breve, no que respeita à Internet. Em 2004, recorde-se, a Apple estava envolvido em sua potente re-invenção; Amazon foi uma década de idade; Google estava planejando sua oferta pública primeiro mercado de ações e Facebook era o novo garoto sobre o bloco. Embora seja verdade que a coleta de dados da Ofcom e atividades de pesquisa hoje (sem alteração no mandato legal) não o impediu de prestar atenção ao impacto da Internet sobre mídia e das telecomunicações do Reino Unido,⁸² mesmo agora que o trabalho tem em grande parte, ser justificado com referência a deveres legais enquadrados num ambiente pré-Internet ou a preocupações decorrentes de responsabilidades mais detalhados do Ofcom em relação a qualquer radiodifusão ou telecomunicações. Por exemplo, o Ofcom Communications Market Report 2012 lida pela primeira vez com a importante questão do 'serviços de notícias hiperlocais' on-line emergentes;⁸³

Ofcom justifica este trabalho com referência à sua necessidade de fazer avaliações concorrência e pluralidade de mercados de mídia de transmissão locais regulamentados.

Também é verdade, porém, que Ofcom tinha muito em sua chapa em 2004. Havia complexos desafios leilão de espectro e de regulação utilidade provenientes de telecomunicações, o que se governam a velocidade em que o Reino Unido poderia adquirir um ajuste para infra-estrutura de banda larga propósito. televisão comercial precisava de um novo quadro regulamentar como televisão do Reino Unido foi oficialmente 'digitais', um processo concluído apenas em 2012, altura em que a Internet surgiu como uma plataforma alternativa muito significativa tanto para rádio e televisão, com grandes implicações para os direitos fundamentais da Ofcom com que respeita à regulamentação das telecomunicações e licenciamento do espectro. Nós discutir o papel da Ofcom e questões de concorrência relacionados no Capítulo Nove.

4. Nesta, criatividade e inovação

Como Ofcom fez o seu caminho desde a infância até a adolescência, outras crianças da Creative Grã-Bretanha também foram vinda de idade. Nesta, com uma dotação inicial de £ 200 milhões, foi no negócio por **1998, merecendo sete referências em Chris Smith Grã-Bretanha criativo publicação, onde é variadamente pediu para: "Construir a ponte entre uma ideia e um produto"; "Ser um National Trust for Talent"; "Puxar para baixo as barreiras artificiais entre a ciência, a tecnologia e as artes"; "Transformar a criatividade em produtos e serviços que podemos explorar no mercado global"; e "avançar apreciação pública das indústrias criativas, ciência e tecnologia."**

Não é surpreendente que com tal breve alastrando, Nesta sofrido algum embaçamento da visão. Em sua primeira década escolheu para ajudar empreendedores criativos individuais e empresas através do apoio empresarial e orientação, mas não tinha autoridade para influenciar de qualquer forma decisiva as questões da economia criativa digitais que são objecto deste manifesto. Por exemplo, ele não desempenhou nenhum papel significativo nos debates que dominaram primeira década do Ofcom (banda larga roll-out e o futuro da televisão de serviço público) e foi um espectador nos debates cáusticos sobre a propriedade intelectual que eventualmente

sobrecarregado o *Grã-Bretanha digital* projeto de 2008 a 2010. A autoridade de Nesta em questões de economia criativa, no entanto, foi estabelecida em um programa de pesquisa ambicioso na última década, proporcionando uma nova oportunidade para a liderança de pensamento baseada em evidências seguinte ao da sua nova função (desde 2012) como um livre- em pé de doação de caridade.

Mas se breve de Nesta era nebuloso, o debate educação foi marcada pela auto-contradição violenta. Em 1999, Ken Robinson, em seguida, Professor de Educação da Universidade de Warwick, foi convidado para presidir uma comissão nacional de inquérito sobre **educação criativa e cultural**. O seu relatório, *Todos os nossos futuros*,⁸⁴ argumentou que a criatividade deve ser definido ao lado de literacia e numeracia como prioridade estratégica em todos os níveis de ensino. Embora as opiniões de Robinson ter sido posteriormente na demanda em todo o mundo (ele agora está sediada em Los Angeles) sua própria avaliação da resposta do **Governo do Reino Unido para o seu trabalho é que ele foi 'marginalizados'**⁸⁵ por um Governo no encaicho de mais problemas básicos de matemática e alfabetização.

Em 2006, a Leitch Revisão de Habilidades focado mais atenção política sobre numeracia e literacia, mantendo uma linha de continuidade na política de educação Reino Unido, que se estende a preocupação do atual governo sobre 'conhecimento essencial'⁸⁶ assegurando assim a marginalização para a agenda criatividade de Robinson. Em 2010, a tentativa do Governo para emular o Bacharelado Internacional, o Baccalaureate Inglês, excluídos Arte e Design e Tecnologia. Abordamos o debate educação economia criativa com mais detalhes no Capítulo Onze deste manifesto.

Em 2005, Sir George Cox tinha entregue (a HM Treasury) seu relatório: *Criatividade em Negócios: baseado nos pontos fortes do Reino Unido*. Isso levou uma visão muito ampla do lugar crescente de criatividade em muitos sectores de actividade, incluindo manufatura, e chamou especialmente a atenção para as necessidades criativas de pequenas e médias empresas. A Cox revisão especificamente destacou o papel fundamental do desenho na formação da relação entre criatividade e negócios. ainda o impacto da Cox sobre política também provara evasivo como os responsáveis políticos do Reino Unido lutou tímido de desenvolver um sistema de inovação projetada para aproveitar e responder aos criatividade. Consideramos estas questões em maior detalhe nos Capítulos Cinco e Seis.

É difícil evitar a conclusão de que, nos primeiros anos do novo século, a dinâmica visionários de *Grã-Bretanha criativo* foram encontrar resistência. políticas educacionais não foram convencidos pela agenda criatividade de Robinson. formuladores de políticas empresariais e de inovação não agir de acordo com Cox. Esta ausência de empenhamento coerente de partes relevantes do Whitehall, incluindo o Tesouro, provara debilitante para a política a pensar sobre a economia criativa. Ofcom e Nesta, em suas diferentes formas e por diferentes razões, não estavam em condições de oferecer a amplitude de pensamento necessária para ajudar a orientar a resposta estratégica do Reino Unido para um mundo digital onde o ritmo da mudança foi se tornando mais intensa, ano após ano.

Pior ainda, como o ímpeto político por trás da economia criativa mergulhado ou tornou-se mais cauteloso no Reino Unido, foi pegando em outras partes do mundo. Coreia do Sul projetado e entregou uma infra-estrutura digital líder mundial; Cingapura executou um ambicioso programa de reforma do ensino e, em seguida, juntamente com Israel, IP; Canadá introduziu uma série de medidas fiscais agressivas para atrair investimentos para seus setores jogos de vídeo, música, cinema e editoras; China fixou indústrias criativas ambiciosos e metas de geração de patentes. O Brasil, por um período, abraçou código aberto e Creative Commons. Mais importante de tudo, Silicon Valley rugiu no mundo da mídia social, com o lançamento do Facebook, como outros centros de negócios criativos prosperou nos EUA, em lugares tão diversos como Nova York, Carolina do Norte,⁸⁷ Boston⁸⁸ e Austin, Texas.

5. criatividade além de eletrônicos

No Reino Unido, estes desenvolvimentos internacionais emprestou peso aos apelos para uma abordagem mais ambiciosa, mas o clima político e de negócios tornou-se mais difícil, como as indústrias criativas unidos em torno da prioridade central de defender direitos de autor sobre a nova configuração perturbadora dos mercados on-line em expansão.

Já em 2001, John Howkins, um Reino Unido consultor de negócios de mídia prolíficos e influentes, tinha implantado 'economia criativa' o termo no título de um livro com uma proposição aeroporto bookstall: *A Economia Criativa: Como as pessoas fazem dinheiro das idéias*. Howkins identificou a reforma da propriedade intelectual como uma questão chave e liderou o grupo que redigiu a Carta Adelphi em Criatividade, Inovação e Propriedade Intelectual em 2005, e que procurou sacudir o Reino Unido a partir de sua abordagem engarrafado a direitos autorais e outras questões de PI.⁸⁸

Na revisão de seu livro de 2007, Howkins declarou: *"A nova economia é a criatividade além de eletrônicos."*⁸⁹

Reconhecendo a necessidade de uma resposta do governo, em 2005, o Departamento de Cultura, Media e Desporto lançou o seu próprio 'Programa de Economia Criativa', do qual, sem dúvida, a saída mais substancial foi *Ficar à frente (2007)*, uma re-avaliação detalhada do quadro escala, escopo, perspectivas e políticas de economia criativa do Reino Unido (e co-autoria de um dos autores deste manifesto).⁹¹ Enquanto isso, o ministro das Finanças, em seu relatório de orçamento pré em 2006, publicou os resultados de uma revisão de questões de propriedade intelectual, liderados por Andrew Gowers, ex-editor do Financial Times.⁹²

O Relatório Gowers concluiu que o sistema de IP do Reino Unido tinha sido historicamente uma fonte de força, mas no avanço 54 proposições específicas para a mudança, Gowers também reconheceu o caso de uma revisão substancial. Em particular, Gowers desafiou indústrias criativas do Reino Unido sobre a sua campanha implacável para novas extensões de proteção de direitos autorais, apoiados por policiamento cada vez mais forte, argumentando que os limites de corrente prazo (já se estendem para além de um século) já estavam tão difícil de justificar por razões económicas como eram difícil de aplicar no mundo da partilha de dados global facilitada pela Internet. (Discutimos questões de PI no Capítulo Dez deste manifesto).

Em 2008, um outro Livro Branco procurou reafirmar o sentido da coerência das políticas, mas *Innovation Nation não tinha nada além de serviço de bordo que pagar para a economia criativa*.⁹³

Seu foco institucional estava no Technology Strategy Board, recém-esculpido a partir do Departamento de Negócios, e muito intimamente ligada a uma agenda de ciência e tecnologia. Com um Escritório de Propriedade Intelectual configurado como um administrativa em vez de um órgão de formulação da política e Ofcom pré-ocupados com uma carga regulamentar complexo em questões como a concorrência no mercado de televisão paga, a Creative Grã-Bretanha estava perdendo força.

6. Grã-Bretanha digital

Esta era uma de um número de espaços vazios que os *Grã-Bretanha digital* projeto voltado para preencher.⁹⁴ Em junho

2007, Gordon Brown substituiu Tony Blair como líder do Partido Trabalhista e primeiro-ministro. Stephen Carter, primeiro Chefe do Executivo da Ofcom, foi convocado para número 10 como Chefe de Gabinete do PM, mas o novo acordo não demorou. Carter foi até a Câmara dos Lordes e um novo papel como ministro da Tecnologia, Comunicação e Radiodifusão no Departamento de Negócios. De lá ele iria dirigir um *Grã-Bretanha digital* equipe elaborado principalmente a partir do serviço civil e Ofcom, mas que especialistas externos também cooptados, incluindo Andrew Gowers para orientar sobre questões de propriedade intelectual.

Grã-Bretanha digital expressa uma ambição tecnocrática, que incluiu a re-fortalecimento da Creative Grã-Bretanha. Ele definir suas vistas sobre *"Uma visão estratégica do setor, apoiado por um programa de acção ... para apoiar o crescimento da infra-estrutura digital ... para permitir a Grã-Bretanha para ser um centro global para as indústrias criativas na era digital"*; para garantir que as pessoas têm o direito

"Habilidades para prosperar na economia digital e que todos possam participar na sociedade digital" (e para melhorar os serviços públicos) *"Através da aquisição digital e entrega digital."* Até o final de 2008, este foi apresentado como um farol da nova 'ativismo industrial' para que o primeiro-ministro Brown e seu recém-nomeado secretário de Negócios Lord (Peter) Mandelson, foram cometidos como parte de sua resposta ao choque econômico causado pela colapso do Lehman Brothers ea crise financeira resultante.

O primeiro-ministro Brown proclamou na primeira página do relatório resultante: *"Só uma Grã-Bretanha Digital pode desbloquear a imaginação e criatividade que vai garantir para nós e nossos filhos os empregos altamente qualificados do futuro. Apenas uma Grã-Bretanha Digital irá garantir as maravilhas de uma revolução da informação que poderia transformar cada parte de nossas vidas. Apenas uma Grã-Bretanha Digital nos permitirá demonstrar a visão e dinamismo que temos para moldar o futuro "*.⁹⁵

Além dessa retórica, o resumo de 60 pontos de conclusões e ações variou de tributar linhas telefônicas para fornecer suporte para o investimento em Next Generation banda larga através de dar incentivos fiscais para desenvolvedores de jogos de vídeo. A primeira das 19 proposições Grã-Bretanha Digital também declarou que *"O Governo acredita que a pirataria da propriedade intelectual para o lucro é roubo e serão perseguidos como tal através do direito penal"*, pavimentando o caminho para uma legislação para forçar os provedores a cooperar com um regime liderado pelo Ofcom para identificar e punir os criminosos, se necessário, cortando-as a partir da Internet.⁹⁶

Outras recomendações visavam garantir reformas de direitos autorais do Relatório Gowers em torno do acesso a obras órfãs e ao desenvolvimento de mais fluido, mercados legais em conteúdo digital licenciado; o Technology Strategy Board foi instruído a começar a trabalhar em uma geração de banda larga Next 'cama de teste' para transações digitais. Havia também palavras calorosas para a BBC e Channel 4 e alguns pensamentos em vez inovadoras sobre como reforçar a base ruínas de prestação de notícias locais no Reino Unido, apoiando uma rede de financiamento independente, multi-plataforma consórcios notícia.

Mas com a eleição se aproximando, indústrias criativas lobistas estavam no auge de sua capacidade de influenciar. Um por um, os três principais partidos políticos se voltaram contra as reformas de direitos autorais Gowers revisão proposta e no processo estripado esse aspecto da intenção reforma do projeto. Em 2009, um júnior Ministro Negócios, David Lammy, foi convidado a vir a uma nova 'estratégia de copyright,'⁹⁷ que confirmou grande parte da análise Gowers, mas concluiu que a reforma não foi necessário.⁹⁸ Como o Governo preparou-se a empurrar a economia Bill Digital através do Parlamento antes de uma eleição devido em maio de 2010, a imprensa era grosso com relatos de concessões do governo para o lobby da indústria.⁹⁹ Algumas das cláusulas mais controversas foram retiradas e a Lei de Economia Digital, incluindo suas medidas para endurecer a aplicação on-line de direitos de autor e permitem Ofcom para monitorar as práticas de gestão de tráfego ISP, mancando até o livro de estatutos.¹⁰⁰

7. Oportunidade Digital: inovação e crescimento

O primeiro-ministro Brown, é claro, perdeu a eleição, e menos de seis meses depois, o primeiro-ministro Cameron consternado detentores de direitos, propondo ainda uma outra revisão de questões de propriedade intelectual, um presente para ser focado sobre a relação entre o direito IP e suas consequências para a inovação e crescimento. Ao lançar a revisão, o primeiro-ministro perguntou se o Reino Unido precisava de algo mais como defesa o americano 'Fair Use' contra violação de direitos autorais, que o Google argumentou que o Relatório Gowers foi um fator crucial para explicar seu próprio sucesso. Esta avaliação (ver Capítulo Dez) foi liderado por um dos

autores deste manifesto. Ele concluiu que não havia, de fato, um dividendo crescimento significativo a ser tido a partir de um programa bem evidenciado da reforma, mas aconselhou contra o abraço de uma lei Fair Use em estilo norte-americano.¹⁰¹

Os críticos desta última revisão argumentaram que tanto agenda do primeiro-ministro e recomendações da revisão são demasiado sensíveis aos argumentos para a reforma IP feitas pelo Google e outras empresas digitais grandes americanos. O Governo de **Coligação tem, no entanto, posta em prática as descobertas do Hargreaves revisão sobre a reforma IP.**¹⁰² **Ao mesmo tempo, ele** abriu uma discussão pública sobre o conteúdo de um Bill novas Communications, que podem ser necessários em alguma forma, mesmo que apenas para atualizar acordos de licenciamento e permitir estatuto do Reino Unido para refletir mudanças na legislação europeia. **Uma carta aberta publicada maio 2011**¹⁰³

previstos três áreas para potencial ação do governo:

- **Crescimento, inovação e desregulamentação** *“Para tornar as comunicações do Reino Unido e mercados de mídia mais competitiva globalmente”.*
- **Uma infra-estrutura de comunicação que oferece bases para o crescimento, fornecendo** *“A melhor rede de super banda larga na Europa até 2015, suportado por qualquer reforma necessária de arranjos de alocação de espectro”.*
- **O ambiente certo para as indústrias de conteúdos para prosperar** *“A fim de alcançar o equilíbrio certo entre a protecção adequada para o público enquanto permite uma rápida inovação, melhores serviços e sustentar a liberdade de expressão.”*¹⁰⁴ *“A linguagem aqui estabelecer um espaço reservado para a resposta do Governo ao Inquérito Leveson sobre a cultura, práticas e ética da imprensa, que seria publicado em novembro*

2012.)

O que foi mais obviamente faltando nessa lista? Em suma, a Internet ou, para colocar a questão de outra forma, a ambição de compreender as implicações para a concorrência e outras questões regulatórias de rápido crescimento mercados digitais, incluindo o papel dentro deles de plataformas de Internet poderosos, como Google, Amazon e Apple.

Hoje, os governos de todo o mundo continuam a definir e refinar as políticas destinadas a reforçar as suas economias criativas. mercado digital fragmentado da Europa contrasta com os mercados digitais sem margens de Estados Unidos e China. Muito pode ser aprendido a partir de iniciativas digitais em lugares tão diversos como Cingapura, Estónia e Canadá. Mas a principal lição desta curta história do Reino Unido dos últimos 15 anos é que a adaptabilidade rápida às tecnologias digitais de transformação é uma pré-condição para a formulação de políticas bem sucedidas. Os formuladores de políticas devem tomar cuidado com essas forças, como a captura regulatória pelos interesses estabelecidos poderosos, que eles desenhem no paralisa.

Seria errado, no entanto, ignorar o que está acontecendo mesmo em frente à política de hoje. O Governo, tendo estabelecido **um Conselho de Indústrias Criativas,**¹⁰⁵ **tem abraçado o caso para a reforma de direitos de autor, junto com uma agenda para** promover um maior acesso aos dados públicos e abertos e um modelo mais aberto na publicação acadêmica. O Conselho também está apoiando o trabalho importante para melhorar as estatísticas e medição e em habilidades e acesso ao **financiamento. Nesta de Próxima geração collaboration com Ian Livingstone e Alex esperança ganhou apoio suficiente para** persuadir o secretário da Educação para incluir ciência da computação na Baccalaureate Inglês. Houve liderança digitais clara a partir de um número de instituições importantes do Reino Unido, que vão desde as artes e do Conselho de Pesquisa Humanas e da Biblioteca Britânica do Teatro Nacional e da Universidade Aberta. O desafio é moldar essas iniciativas em um todo coerente e sustentável. Nosso ponto de partida é voltar ao básico e perguntar, como fizemos em 1997: o que é a economia criativa?

3 Qual é a Economia Criativa?

É fácil subestimar a importância de definições claras e estatísticas económicas fiáveis para a formação de uma boa política. No entanto, sem essas ferramentas, os formuladores de políticas risco de perder mais importantes fontes de emprego e de crescimento; torna-se muito mais difícil de manter um quadro político coerente, e impossível de acompanhar o progresso. No Reino Unido, as definições indústrias criativas existentes underemphasise a importância das empresas digitais, muitos de cujos modelos de negócios não giram em torno da exploração de IP. Eles também negligência rápido crescimento atividades criativas que acontecem fora das indústrias criativas na economia em geral.

Mas definir e medir a economia criativa não é simples. ¹⁰⁶ Não só exigem que os dados sejam consistentemente se reuniram ao longo do tempo, mas as definições também deve ser capaz de responder às mudanças estruturais genuínas na composição da economia criativa, como aqueles decorrentes de digitalização.

Neste capítulo nós descrevemos como, ao longo do tempo, as definições e métricas utilizadas pelo DCMS tornaram-se menos capazes de cumprir essa função essencial. estatísticas inadequadas contribuíram para uma percepção nos olhos de alguns de que a economia criativa não é uma entidade económica bem definida, que é suscetível a intervenções políticas estratégicas. Recomendamos um caminho a seguir, com uma nova metodologia estatisticamente robusta para classificar e mensurar a economia criativa, com base em um estudo detalhado de onde as pessoas criativas trabalhar, o que evidencia o que é distintivo sobre as indústrias criativas (nomeadamente, o seu uso especializado de talento criativo) , mas também captura a importância da criatividade 'incorporado' na economia em geral.

1. Uma breve história das estatísticas indústrias criativas no Reino Unido

Em 1998, o Departamento do Reino Unido para a Cultura, Media e Desporto famosa definiu as indústrias criativas como *“Aqueles indústrias que têm sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e que têm o potencial de riqueza ea criação de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual.”*

Com base nisso, os DCMS Mapeamento de documentos em 1998 e 2001, propôs que 13 sub-setores composta das indústrias criativas (conforme listado no Capítulo Dois). Este trabalho seminal tornou-se o modelo para vários outros estudos nacionais **em todo o mundo, em países de alto desempenho, como Taiwan, Nova Zelândia, Austrália, Singapura** ¹⁰⁷ e **na Alemanha**, ¹⁰⁸ e, ao nível regional e da cidade também, por exemplo, Londres, Paris e Auckland. ¹⁰⁹

Para o Reino Unido, essas indústrias criativas apareceu para formar um grupo razoavelmente coerente baseada na geração de valor comercial pelo talento criativo. Juntos, eles composto um dos poucos sectores de actividade (com serviços financeiros e aeroespacial), onde o Reino Unido poderia plausivelmente afirmam ser um líder mundial.

independente de pesquisa deu apoio à visão de que subsectores do DCMS eram um agrupamento coerente: eles produziram a maioria dos produtos criativos do Reino Unido. As tabelas de entradas-saídas oficiais, que fornecem informações detalhadas sobre o fornecimento e uso de produtos e serviços na economia, mostrou que as indústrias criativas fornecidos tanto quanto 83 por cento da oferta interna total de bens e serviços criativos em 2004. ¹¹⁰

estatísticas do mercado de trabalho reforçaram a visão de que as indústrias criativas como capturados pelo DCMS-13 foram uma realidade econômica. Análise do Reino Unido Household Censo 2001 e os 2001-2006 Pesquisas da Força de Trabalho mostrou que a grande maioria destes subsectores foram os maiores empregadores de talento criativo. ¹¹¹

No entanto, 13 sub-setores do DCMS contados entre eles alguns companheiros desconfortáveis, com uma divisão notável entre subsectores enfrentando-domésticos, como música, cinema e artes cênicas e setores voltados para o negócio como publicidade, design e software. Software em particular acabou por ser controversa porque não se sentar facilmente com a dimensão artística ou estética que muitos acreditavam que era a essência das indústrias criativas. ¹¹²

Havia também um bom número de advertências e limitações no mapeamento Documentos DCMS. Estes overreach variadamente preocupados, lacunas, a falta de comparabilidade entre subsectores (em particular, inconsistências em fontes de dados e classificações) e granularidade insuficiente (a dependência de dados de origem altamente agregado). ¹¹³

As estimativas econômicas anuais DCMS Indústrias Criativas, ¹¹⁴ lançado pela primeira vez em 2002, tentou abordar algumas dessas inconsistências, pelo menos para os sub-setores que poderiam ser identificados usando os códigos oficial Padrão Industrial Classification (SIC), através da produção de cada ano, as mesmas estatísticas manchete sobre Valor Acrescentado Bruto (VAB) , emprego, exportações líquidas e do número de empresas criativas, com base em fontes de dados consistentes para cada subsector. Estas estatísticas manchete mostrou que as indústrias criativas do Reino Unido foram crescendo duas vezes a taxa de outros setores, ajudando a elevar o perfil das indústrias criativas (tanto no Reino Unido e internacionalmente). ¹¹⁵

ainda, um grande número de desafios permaneceram nas estatísticas DCMS, como resultado das limitações dos códigos SIC, que são definidos em conjunto com o sistema de classificação industrial da ONU para efeitos de consistência internacional e que só são revistos a intervalos de dez anos e um baixo nível de investimento nas estatísticas por sucessivos governos. ¹¹⁶

Em parte por causa disso (mas também porque eles tinham diferentes necessidades de dados) organismos do sector tais como UK Music, o (agora extinto) UK Film Council, o Conselho Britânico de Moda e do Conselho Crafts começou a produzir suas próprias estatísticas econômicas sectoriais, juntamente com órgãos equivalentes em toda as nações descentralizadas e as regiões inglesas. tratamentos inconsistentes de limites sectoriais (o que deve ser incluído eo que não deve) levou a uma infinidade de estimativas não-comparáveis. O resultado foi uma paisagem cada vez maior de estatísticas sectoriais, nacionais e regionais que pretendia medir as coisas semelhantes. ¹¹⁷

Para piorar as coisas, em dezembro de 2011, o DCMS removido duas ocupações e indústrias relacionadas com software de suas classificações, cortando fora em uma só penada £ 25,9 bilhões que as indústrias criativas tinham sido previamente estimado para contribuir para GVA do Reino Unido. Esta decisão infeliz traído falta de valorização do papel interconectado que software e conteúdo criativo desempenha, mesmo em empresas não-software, um ponto voltamos a seguir. Enquanto isso, um estudo de 2012 impacto econômico da Creative Scotland defendeu a inclusão de software. ¹¹⁸

Tal confusão enfraquece a posição das indústrias criativas nos olhos dos formuladores de política econômica do Reino Unido principais, e em particular do Tesouro HM. ¹¹⁹ O trabalho das agências-chave, como o Instituto Nacional de Estatística também permaneceu estranhamente desconectado das indústrias criativas, como o BIS eo DCMS promoveu as indústrias criativas como um setor de alto crescimento. ¹²⁰ O Governo do Reino Unido não tem desempenhado um papel suficientemente enérgica nos esforços internacionais para coordenar a produção de estatísticas comparáveis internacionalmente, como a UNESCO de ou ESSnet Culturais Estatísticas Frameworks do Eurostat. ¹²¹

2. Um mapeamento dinâmico das indústrias criativas do Reino Unido

O DCMS nunca publicou uma metodologia pela qual ele determina que sub-setores são considerados 'criativo' e quais não são. Sem isso, não é nenhuma surpresa que a maneira como pensamos sobre as indústrias criativas em termos estatísticos não se adaptou bem ao surgimento de formas inteiramente novas de negócios criativos possibilitada pelas tecnologias digitais.

A fim de abordar estas questões, temos trabalhado com pesquisadores Alan Freeman e Peter Higgs da Universidade de Tecnologia de Queensland para desenvolver uma metodologia que é explícito sobre as características que fazem uma indústria criativa, e depois mede esses recursos, a fim de identificar o criativo indústrias.¹²² **Mostramos que uma característica que define é o seu uso especialmente intensivo de talento criativo.**

Nossa hipótese inicial é que o talento criativo é diferente de outros tipos de trabalho na medida em que ajuda a dar as organizações que empregam que a capacidade de oferecer diferenciação em seus produtos; para atender precisamente para os requisitos discricionários de grupos cada vez mais exigentes dos consumidores e clientes empresariais. O que caracteriza a criatividade genuína não é a produção de grandes volumes e padronizados a custos baixos, mas o que está em vigor uma sucessão contínua de tiragens menores de produtos de cada um variando de seus antecessores e ofertas competitivas. Estes pontos de diferenciação pode ser pequeno, mas eles são suficientemente valorizados pelos clientes para atrair sua lealdade. **Isto ajuda a explicar porque best-seller produtos em mercados tão diversos como livros, música (e, fora das indústrias criativas,**¹²³ **É talento criativo que permitiu a estes negócios criativos, muito mais assim do que as empresas em outras indústrias, para responder às necessidades e desejos dos seus clientes e alcançar novos mercados.**

Núcleo para a nossa compreensão desse talento criativo é que ele tem uma apreciação do que 'tipo' de efeito é desejado, mas não é contada como produzir esse efeito, da mesma forma que, digamos, um trabalhador de linha de montagem ou muitos técnicos qualificados ou engenheiros são instruídos. A criatividade consiste na concepção de uma forma original de alcançar um efeito que **não é expressa em termos precisos (ou em quaisquer condições em tudo no caso de criatividade aberto).**¹²⁴

Isso confere uma qualidade importante em talento criativo, a saber que é difícil, se não impossível, para mecanizar totalmente o processo criativo e, portanto, para substituir máquinas ou dispositivos para os seres humanos. Mere execução de uma decisão criativa não é neste sentido um papel criativo, mas fazendo um é.

A tecnologia tem feito em grande parte com a necessidade para os papéis altamente qualificados de tipógrafos e fotos artistas de retoque, por exemplo. O primeiro é agora incluído nas aplicações de gestão de páginas e guias de estilo aplicados pelos diretores de arte e designers gráficos. O processo contínuo de democratização da tecnologia reduz o custo ea habilidade técnica necessária para fazer tarefas anteriormente altamente complexos, mas não está mais criativas,. profissionais criativos adotar, adaptar e absorver novas tecnologias na busca da excelência criativa, mas eles raramente são feitas totalmente redundante por ele.

A diferenciação do produto que caracteriza as indústrias criativas e seu talento também se reflete em seus processos de **produção distintas, descrito por escritores como Richard Caves.**¹²⁵ **Em primeiro lugar entre estes são muito altos níveis de colaboração flexível e Projeto- trabalho baseado**¹²⁶ **(Cavernas 'grupo heterogêneo' de propriedade da), a existência de pré-mercado ou mecanismos de seleção 'gatekeeper' (galerias, agentes, distribuidores, editores etc.), contratos que gerem incerteza ao invés de risco ('ninguém sabe' princípio) e assim por diante . Uma última característica importante é a forte tendência à concentração geográfica a nível local,**¹²⁷ **que discutiremos no Capítulo Seis, levando a fenômenos como o cluster de produção pós de Soho, centro de jogos de Scotland do leste, Fusível de Brighton e de Shoreditch Tech City.**

Estas considerações informar um modelo econômico das indústrias criativas, com suas próprias entradas característicos, saídas e processos de produção. Eles também dão origem a uma definição de 'ocupação criativa' como:

"Um papel dentro do processo criativo que traz habilidades cognitivas de suportar para trazer diferenciação para produzir quer romance, ou produtos significativamente melhorados cuja forma final não está completamente especificado com antecedência."

Em pesquisa realizada para este manifesto, esta definição é utilizada para especificar cinco critérios criatividade com que marcar todos os códigos padrão de classificação ocupacional (SOC) na força de trabalho do Reino Unido. Esses são:

1. novo processo - que o papel mais comumente resolver um problema ou alcançar um objetivo, mesmo um que tenha sido estabelecida por outros, de novas maneiras?
2. Mecanização resistente - faz o papel contribuir com algo para o qual não existe substituto mecânico?
3. Não-repetitividade ou função não uniforme - faz o trabalho variam por causa da interação de fatores, habilidades, impulso criativo e aprendizagem?
4. contribuição criativa para a cadeia de valor - é o resultado da novela ocupação ou independentemente criativa do contexto em que ela é produzida?
5. Interpretação, não mera transformação - faz o papel fazer mais do que simplesmente 'mudança' do serviço ou forma do artefato, lugar ou tempo?

Claro, cada um destes cinco critérios é problemático quando considerado isoladamente, e eles não oferecem regras rígidas e rápidas para determinar quando uma atividade profissional é ou não é 'criativo'. Há também conexões profundas entre eles: é improvável que as atividades de alguém que está constantemente chamado a definir novos processos, para realizar novas transformações e construir interpretações criativas da matéria-prima pode ser facilmente mecanizada. No entanto, ocupações que pontuam positivamente sobre a totalidade ou a maioria dos indicadores são muito susceptíveis de funcionar como um recurso económico que as indústrias criativas exigem. ¹²⁸

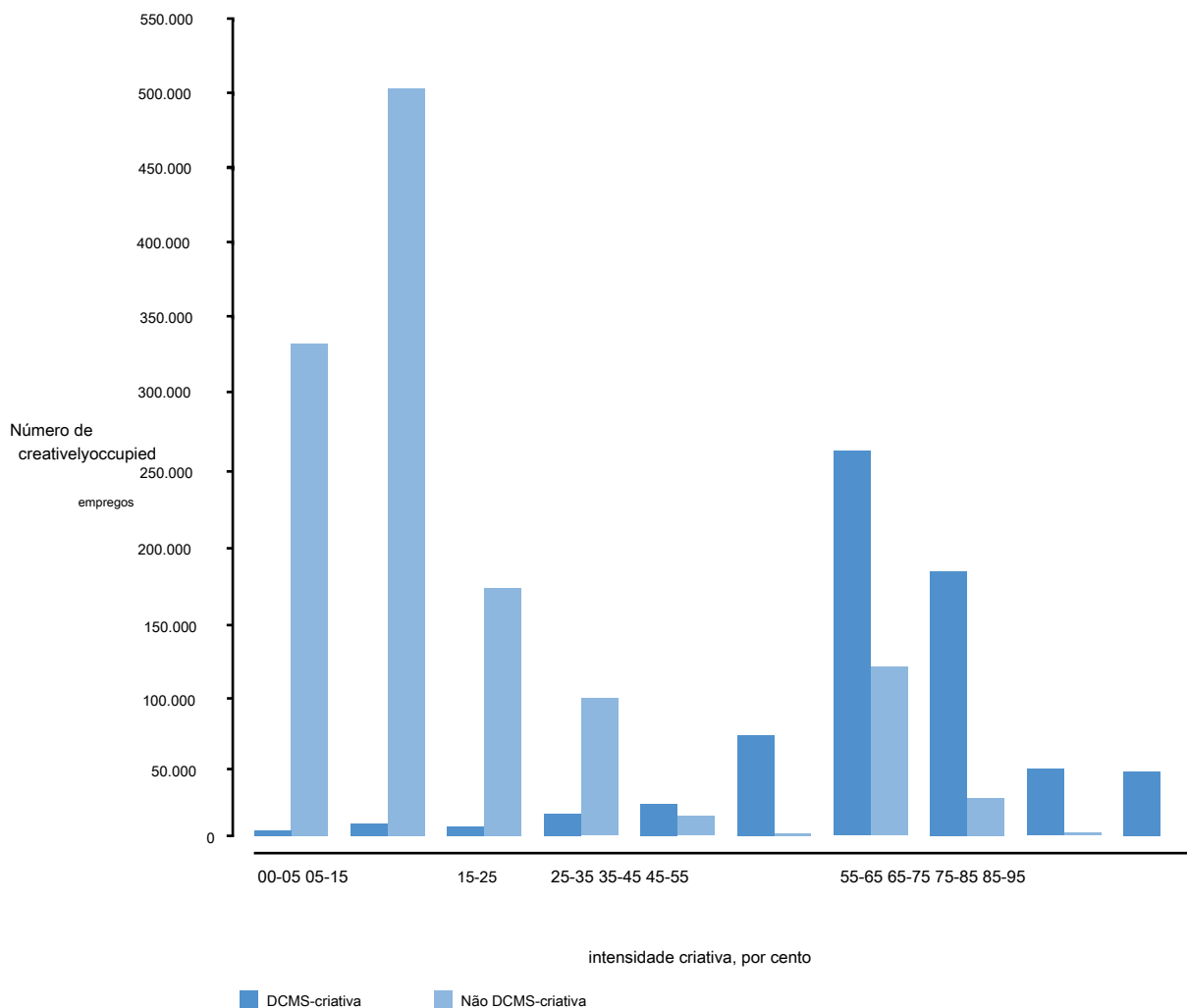
pontuações ocupacionais são então usados para calcular uma 'intensidade criativa' para cada código industrial SIC. Esta intensidade criativa mede a porcentagem da força de trabalho no código SIC que seja contabilizada pelos trabalhadores em ocupações criativas. Figura 3.1 apresenta a distribuição do emprego (eixo y) em todos os setores, com diferentes níveis de intensidade criativa (eixo-x), destacando-se ou não são classificados como 'criativo' na classificação atual do DCMS.

A primeira coisa impressionante que mostra é como um grupo de indústrias (para a extremidade direita da figura) são distinguidos por uma tendência marcadamente superior para empregar trabalhadores criativos do que outras indústrias. Em segundo lugar, isso mostra que um grande número de trabalhadores criativamente-ocupados

- a maioria na verdade - trabalho fora das indústrias criativas (as colunas mais leves adicionar até mais do que as colunas mais escuras). Em terceiro lugar, ele sugere que há atribuição incorrecta graves nas classificações atuais DCMS; este inclui um grupo definido de indústrias, que DCMS não tratar como criativo, mas que aparecem na gama de 55-65 por cento como um 'bip' na distribuição não-criativa (quarta coluna mais leve a partir da direita), incluindo ' actividades de programação informática (62.01) e 'atividades de consultoria Computer' (62.02) - os dois códigos SIC que DCMS caiu em 2011 - que entre eles em 2010 representaram mais

400.000 pessoas. ¹²⁹ 'Outros tecnologia da informação e de serviços de computador atividades' (62.09), com uma intensidade criativa de 36 por cento, emprega mais de 35.000 pessoas.

Figura 3.1: Distribuição do emprego criativo pela intensidade criativa de códigos SIC, dividida em DCMS e não-DCMS



A pesquisa mostra ainda que a integridade das indústrias criativas - os empregadores mais especializadas de talento criativo - como um agrupamento economicamente coerente é, de facto, seriamente danificado se os trabalhadores de software são excluídos da lista de profissões criativas usados para gerar as estimativas de intensidade criativa. Enquanto nesse cenário uma indústria como 'atividades de programação de computador' (62.01) mantém o seu nível relativamente elevado de intensidade criativa, indicando que ele é um grande empregador de não-software profissionais criativos, outros, como 'Fabricação de Consumer Electronics' (26.40) - que poucos considerariam uma indústria criativa - agora surgem como relativamente 'criativa', com base em suas intensidades criativas também. Isto sugere que é a combinação de força de trabalho habilidades criativas através de um espectro de atividades - com software como uma habilidade fundamental - o que contribui para as 'indústrias criativas' como um agrupamento coerente de subsectores. Ou, mais geralmente, que as tecnologias digitais e as oportunidades que se abrem para a atividade criativa, tendem a complementar outras não-tecnologia habilidades criativas.

O que estes resultados sugerem é que há um conjunto distinto de indústrias - as indústrias criativas - que compartilham **uma característica comum: são empregadores desproporcionalmente significativas de talento criativo.** ¹³⁰ Mas eles também destacam a enorme importância do criativo

emprego fora das indústrias criativas. Neste sentido, nós dois concordamos e ter problema com críticas excepcionalistas que os mercados criativos não podem, pela sua natureza facilmente se encaixam em estruturas industriais.¹³¹ A economia criativa é realmente complexa, socialmente em rede e

"Em grande medida uma consequência da economia anteriormente não mercantil de bens públicos culturais e imaginação privada". Mas

os resultados mostram que eles ainda podem ser medidos, na medida em que as classificações ocupacionais nos permitem rastrear onde as pessoas criativas trabalhar, e nessa base um conjunto distinto de indústrias criativas, situadas no interior de uma economia criativa mais amplo, pode ser claramente identificados nos dados.

3. Tecnologias digitais e criatividade

Se pensarmos sobre a forma das indústrias criativas hoje, não deve se surpreender ao descobrir tecnologias digitais no seu coração (ver Box 3.1).¹³² Hoje, as redes sociais, motores de busca e outras plataformas digitais ajudar a gerar novos produtos e serviços que dependem de talento altamente criativo (incluindo as contribuições dos usuários).¹³³ Sabemos também que muitas empresas 'digitalmente nativos' estão profundamente integrados em indústrias criativas cadeias de valor

- outra indicação de que eles pertencem legalmente nas indústrias criativas.^{134, 135} Vemos isso em todos os níveis - desde a produção, onde as ferramentas digitais estão a transformar o processo criativo, a distribuição (com novas plataformas) e consumo (dispositivos); vamos explorar estas questões com mais detalhes no Capítulo Quatro.

A inclusão destas actividades criativas digitais no quadro da economia criativa também desafia a preocupação das definições DCMS existentes com as empresas que geram e explorar a propriedade intelectual (IP). IP é, naturalmente, fundamental para o valor acrescentado em muitas indústrias criativas, mas de elementos importantes das indústrias criativas usar (ou fornecer insumos para) os modelos de negócios como a publicidade on-line que não dependem directamente na exploração de IP.¹³⁶ Na verdade, setores como design de moda e publicidade mostrou muito antes da revolução digital que as empresas criativas podem, em alguns casos prosperam em estratégias competitivas como vantagem do primeiro em que IP desempenha menos de um papel óbvio.¹³⁷

4. Assim como grande é a economia criativa?

As novas estimativas sugerem que, em 2010, como muitos como 59 por cento dos trabalhadores criativamente-ocupados no Reino Unido trabalhou fora das indústrias criativas como nós identificamos eles.^{138, 139} Tabela 3.1 também sugere que 2.495.700 (ou 8,7 por cento da força de trabalho do Reino Unido) trabalhou na economia criativa (ou seja, 1.932.400 + 563300). Desse quase 2,5 milhões a força de trabalho forte, as indústrias criativas empregado 1,357,300 trabalhadores (4,7 por cento da força de trabalho do Reino Unido). Estes números sugerem que, em sua 2,011 Statistical Release, o DCMS subestimado o tamanho da economia criativa por quase um milhão de trabalhadores, dos quais quase metade cai dentro das indústrias criativas.¹⁴⁰

Caixa 3.1: face digitais das indústrias criativas

Um dos autores deste manifesto está envolvida em um projeto de pesquisa AHRC-financiado chamado 'Brighton Fuse', que procura medir a importância económica do, conjunto Brighton criativa Digital e TI. Como parte de seu trabalho, os pesquisadores Fuse identificaram mais de 1.500 empresas de mídia criativas e digitais em Brighton, e ter usado códigos SIC dessas empresas para estudar até que ponto as atuais classificações industriais DCMS cobrir o setor. Apenas pouco mais de um quarto (27,2 por cento) deles são cobertos pela classificação do DCMS. Reintroduzir os dois códigos SIC relacionados com software que foram lançadas em dezembro de 2011 iria sozinho trazer que até 42,5 por cento. Se nós também considerou 62,09 ('outras tecnologias da informação e actividades dos serviços de computador'), que como nós apontou também tem uma intensidade muito alta criativo,

A equipe Fuse também pesquisou cerca de um terço de todas as empresas de mídia digital em Brighton, incluindo perguntas detalhadas sobre as actividades comerciais dos entrevistados. Quando olhamos para as atividades dos 60 entrevistados nos dois códigos SIC relacionados com software caíram DCMS, encontramos estúdios jogos de vídeo, web designers e desenvolvedores, empresas de marketing de redes sociais, e agências digitais que combinam tecnologia e design capacidades para oferecer publicidade e serviços de marketing, e até mesmo os indicados ao BAFTA. Curiosamente, 22 por cento destas empresas foram iniciados por Artes e Humanidades e graduados projeto, e 40 por cento se vêem como parte de Brighton 'comunidade artística e criativa' - que, à nossa mente, torna-os candidatos convincentes para inclusão no qualquer classificação significativa das indústrias criativas.

Nós olhamos separadamente em uma recente lista de 'Top europeus Start-ups' compilados pelo Daily Telegraph, e explorou o que são os códigos SIC primárias para empresas do Reino Unido que aparecem em sua 'Publicidade e Marketing', 'Audio and Media', 'jogos e mundos virtuais, e 'Redes Sociais e categorias de colaboração' - isto é, aqueles que muitos argumentam fazem parte das indústrias criativas. Neste caso, descobrimos que apenas três das 22 novas empresas listadas será capturado por classificação atual do DCMS das indústrias criativas (note que alguns destes estão incluídos na captura todas as categorias como 'Actividades de Serviços outro suporte de negócios não em outros lugares classificado');

fontes:

projeto AHRC Brighton Fuse. <http://www.brightonfuse.com/>

Daily Telegraph Start-Up 100 <http://www.telegraph.co.uk/technology/technology-startup100/8428665/Start-Up-100-the-class-of-2011.html>

Tabela 3.1: Economia Criativa Emprego de 2010

	indústrias criativas	não-criativo indústrias	todas as indústrias
creatively- postos de trabalho ocupados	especialistas 794000	embutido 1138400	Criativamente ocupada empregos 1,932,400
outros trabalhos	Apoio, suporte 563300	Não-criativo 26178900	não creatively- postos de trabalho ocupados 26742200
todas as ocupações	Trabalhando no indústrias criativas 1357300	Trabalhando fora o criativo indústrias 27,317,300	força de trabalho total 28674600

fonte: Bakhshi, Freeman e Higgs (2013), usando SIC 2007 e SOC 2000 classificações para a consistência com as estimativas do DCMS mais recente publicada *Indústrias Criativas Económica*.

As estimativas sugerem que economia criativa força de trabalho do Reino Unido cresceu em mais de quatro vezes a força de trabalho como um todo no período 2004-2010. ¹⁴¹ A conclusão clara é que aqueles que têm chamado a atenção para as altas taxas de crescimento da economia criativa do Reino Unido, em face de acusações de ufanismo, ¹⁴² são, na verdade direita.

Em termos de valor adicionado, estimamos ainda que em 2010 as indústrias criativas representaram 5,3 por cento do Reino Unido GVA (que, em conjunto com a 4.7 por cento da força de trabalho do Reino Unido, sugere que a produtividade do trabalho é, em média, maior nas indústrias criativas do que em o resto da economia). ¹⁴³

Estimando GVA na economia criativa é menos simples, como estimativa da contribuição GVA de trabalhadores em ocupações criativas (ou a todos os trabalhadores de fato) não são publicadas pelo ONS. ¹⁴⁴ Na sua ausência, podemos inferir uma estimativa indicativa tomando as intensidades criativas para cada código SIC de quatro dígitos fora das indústrias criativas na economia e multiplicando-os pelo valor GVA correspondente para esse código SIC de quatro dígitos. ¹⁴⁵ Nós somar os números resultantes para dar uma estimativa da contribuição global GVA de trabalhadores criativos fora das indústrias criativas, ¹⁴⁶ e depois adicionar esta de volta para os 5,3 por cento da contribuição GVA das indústrias criativas para dar uma estimativa de economia criativa de

9,7 por cento da economia. ¹⁴⁷

5. novas definições

Nossa análise do emprego criativo em diferentes setores da economia, e o argumento de que as indústrias criativas são usuários altamente especializados e de trabalhadores criativos, aponta para um foco renovado no talento criativo nas definições da indústria criativa. Ele também suporta a visão de que a economia do Reino Unido é aquele em que as tecnologias digitais deram origem a uma nova classe de negócios que são alguns dos mais criativo sobre esta medida e também fazer uso de talentos software. Além disso, notamos que, como publicidade e design de moda empresas antes deles, muitas dessas empresas dependem de modelos de negócios que não dependem fundamentalmente sobre a exploração da propriedade intelectual. Com tudo isso em mente, propomos uma modificação a definição original do DCMS para que ele compreende: ¹⁴⁸

“Aqueles setores que se especializam no uso de talento criativo para fins comerciais”

e uma definição aliado da economia criativa:

“Aqueles atividades econômicas que envolvem o uso de talento criativo para fins comerciais”

Estas definições têm o mérito da simplicidade e envolvem apenas um item sem fundo de complexidade: a palavra criatividade, a definição de que os decisores políticos e acadêmicos certamente irá debater para o resto do tempo, mas que neste capítulo argumentou pode ser operacionalizado para fins de medição. ¹⁴⁹

A queda da referência dentro da definição de indústrias criativas para IP pode ser visto por alguns como um retiro de compromisso com a importância de direitos autorais, patentes e marcas, mas isso não é assim. O quadro IP desempenha um papel central na geração de valor acrescentado para muitas empresas criativas, e é essencial, portanto, que tais empresas são cobertos pelas métricas. Mas por exagerar a centralidade da IP, corremos o risco de negligenciar outro, de crescimento rápido empresas criativas e distorcendo a nossa abordagem para a formulação de políticas em toda a economia criativa.

uma das propostas

o Governo deve adotar nossas novas definições propostas das indústrias criativas e economia criativa mais amplo. estes são simples, robusto e reconhecer o papel central das tecnologias digitais.

4 tecnologias criativas e mercados

1. nosso presente digitais

No capítulo anterior, estudamos os padrões de emprego para mostrar que as tecnologias digitais e criatividade trabalham em conjunto e que não faz sentido separar o uso criativo das tecnologias digitais de outros trabalhos criativos. Este capítulo lança mais luz sobre esta relação através do prisma das inovações digitais que estão transformando os mercados criativos. Ao fazê-lo, nós fornecemos um contexto para a avaliação no Capítulo Cinco a situação concorrencial da economia criativa do Reino Unido, e para identificar as áreas em que os formuladores de políticas do Reino Unido deve se concentrar, se quiserem apoiar o crescimento.

Talvez a música fornece a ilustração mais gritante de uma indústria criativa que foi interrompida por tecnologias de informação e comunicação. Em 1998, quando DCMS primeiro definiu as indústrias criativas, Cher estava no topo da parada de singles do Reino Unido, e The Corrs dominado vendas álbuns. Música foi principalmente gravado em estúdios caros, revisto em Smash Hits, o New Musical Express e Melody Maker, promovido no rádio, MTV e Top of the Pops, e vendido na forma de CDs encolher envolto em HMV, Virgin e uma legião de lojas independentes, para ser jogado em um sistema de som doméstico ou Discman portátil.

Avanço rápido até hoje, aplicações de software de fácil utilização como o Audacity e GarageBand estão ajudando milhões gravar e editar música. O público descobrir e espalhar a palavra sobre isso através da mídia social, sites de vídeo e blogs de música. Eles comprá-lo em formato MP3 em lojas de música on-line ou transmiti-lo a partir de serviços como o Spotify, e ouvi-la em dispositivos de música portáteis e telefones inteligentes que podem armazenar centenas de álbuns. 2012 do maior fenômeno da música popular era coreano estrela pop Psy, cujo hit Gangnam Style recebeu um bilhão de visualizações no YouTube.

Para ter certeza, várias grandes gravadoras ainda estão em actividade (embora eles passaram de seis, no início de 1998 a metade desse número agora), mas seu controle sobre a cadeia de valor tornou-se menos seguro, como eles foram unidos por nova jogadores de Internet, como Apple, Amazon, Facebook e Google, e menores start-ups empreendedoras como SoundCloud e Bandcamp.

Enquanto varejistas de música especializados, mas todos têm desaparecido da rua, a Internet está repleta de serviços digitais fornecendo acesso legal à música - mais de 70 só no Reino Unido.¹⁵⁰

Muitas gravadoras independentes inovadores estão prosperando também. artista mais vendido no Reino Unido em 2011, Adele, é assinado para XL, um fiel indie. Beggars Group dobrou seu lucro bruto anual desde 1998, e agora gera 22 por cento de suas receitas digitais a partir de streaming através de sites como o YouTube e Vevo.¹⁵¹ Warp Records foi da força à força, expandir-se para a distribuição digital através Warpmart, bem como na produção de filmes e TV. Nenhuma parte da cadeia da indústria musical valor permanece intocado pela digitalização.

O que é verdade para a música também se aplica em diferentes graus a outras indústrias criativas, se eles fornecem conteúdos ou serviços aos seus clientes. Amazon já vende mais e-books do que livros de bolso. Os anunciantes gastam mais dinheiro online do que eles fazem offline. Broadcasters operar serviços de streaming digitais que podem ser acessados em computadores, telefones inteligentes, tablets e consolas de jogos de vídeo. indústrias Mesmo como a moda, que comercializam física

bens em vez de pedaços, estão sendo transformados pelos blogs, juntamente com sites de compartilhamento de imagem e de comércio eletrônico como ASOS e Etsy. O advento das impressoras 3D acessíveis e plataformas digitais para a distribuição de imagens do produto promete trazer a mesma interrupção de design de produto que já vimos na música e publicação, **perturbando setores criativos, como artesanato¹⁵² bem como as cadeias de valor de fabrico.**

Esta mudança rápida levanta questões importantes: Quais são os drivers destas transformações digitais? Será que eles vão continuar? Quais são as fontes de valor nos mercados criativos digitais? Precisamos fazer sentido do cenário em evolução, a fim de avaliar a prontidão de economia criativa do Reino Unido para aproveitar novas oportunidades de crescimento, ea adequação do quadro de política que visa ajudar a fazê-lo.

Neste capítulo, nós recorrer a uma avaliação das tendências de mercado e tecnologia que nós encomendados a consultores **MTM Londres para informar o nosso trabalho¹⁵³ e na literatura acadêmica para abordar estas questões importantes.** Começamos por examinar as trajetórias tecnológicas que impulsionam a evolução dos mercados onde as empresas criativas do Reino Unido cada vez mais competir.

2. Tecnologia: camadas e trajetórias

As tecnologias de informação e comunicação que até transformados economia criativa do Reino Unido são, por vezes descrito **como uma 'pilha', composto por camadas - hardware, software, redes e plataformas.**¹⁵⁴ **Hardware é a forma de realização física** destas tecnologias - chips de silício, telas, memória, baterias e dispositivos de entrada / saída. Software é o conjunto de instruções que permite hardware para manipular dados para atingir um fim. As redes são os cabos de cobre e de fibra óptica e transceptores sem fios que as máquinas (e seus utilizadores) em diferentes locais usar para comunicar uns com os outros. Plataformas de combinar hardware, software e redes para fornecer a base sobre a qual outros produtos ou serviços podem ser **construídas, comprados e vendidos - a Internet é o exemplo mais óbvio.**¹⁵⁵ **Outros incluem o sistema operacional Windows, o iTunes da Apple e PayPal, do eBay.**

tecnologias de informação e comunicação no passado experimentaram uma trajetória sustentada de melhoria sustentada pelo progresso em todos os níveis desta pilha:

EU. O poder de processamento do hardware tem crescido em ritmo acelerado com a Lei de Moore, de acordo com qual o número de transistores que podem ser colocados de forma barata em um circuito integrado dobra aproximadamente a cada dois anos. Projeta-se que até 2022, os microprocessadores em dispositivos de consumo terá **50-100 vezes mais poder de processamento do que hoje.**¹⁵⁶

II. desenvolvimento de software tornou-se mais eficiente, como consequência das inovações tais como: programação orientada a objetos (que faz com que os 'objetos' que compõem a modular programa de software e, portanto, mais fáceis de reutilizar em produtos e serviços); novas metodologias de desenvolvimento, como o modelo 'lean start-up' 'ágil' e, e o grande volume de código de software desenvolvido por comunidades globais de programadores voluntários que divulgam-lo com licenças de código aberto permitindo que qualquer pessoa para **baixá-lo livremente, usá-lo e melhorar isto.**¹⁵⁷

III. Redes está adquirindo usuários (cujos dispositivos são nós), a densidade (o número de ligações entre os nós) e capacidade (capacidade de transferir dados entre essas conexões). Isto é verdade para linha fixa Internet - com o advento da banda larga super rápida, que está agora disponível para a maioria das famílias do Reino Unido -, bem como a banda larga móvel, que, em sua quarta geração, está projetada para alcançar velocidades de 100 megabits por segundo e Mais.

iv. Plataformas são capazes de beneficiar dos menores custos e maior realizáveis desempenho

por meio de inovações que envolvem combinações de componentes em toda a pilha de tecnologia. Exemplos de tais re-combinações inovadoras incluem: Kinect da Microsoft (integrando um dispositivo sensor de movimento, câmera 3D, rastreamento de corpo e software de reconhecimento de voz); Siri assistente pessoal da Apple; o computador de bordo único educacional Raspberry Pi; eo 'Thingiverse' Internet mercado para plantas objeto reprodutíveis em impressoras 3D. A Internet das coisas que conecta dispositivos 'inteligentes' em redes de automação para atividades como logística ou de fabricação é talvez o melhor exemplo de uma plataforma emergente tornou possível pelo progresso radical em **hardware, software e redes**.¹⁵⁸

3. os impactos: reduzir as barreiras à entrada nos mercados criativas

Essa trajetória sustentada de melhoria em todas as camadas da pilha de tecnologia e as inovações combinatórios que tornou possível, reduziu as barreiras à entrada nos mercados criativos.

Vemos isso em todas as fases da cadeia de valor criativo: na área de criação de conteúdo, por exemplo, barato (e, em alguns casos, até mesmo gratuito) ferramentas como o Audacity (para edição de música), Unity 3D (para jogos) e Blender (para animação) ter reduzido os custos de produção de conteúdo de nível profissional de qualidade; na distribuição, uma infinidade de sites, serviços e plataformas ampliar alcance de audiência e oportunidades de marketing. ferramentas de colaboração e sites de crowdfunding reduziram os custos de encontrar potenciais parceiros e financiadores, mesmo quando eles estão do outro lado do globo. serviços de computação em nuvem, como o Amazon S3 reduzir os custos de arranque para os empresários que agora podem escalar a sua capacidade de computação como demanda de mercado cresce, reduzindo os seus custos operacionais em até 90 por cento de acordo com o capitalista de risco Mark Suster.¹⁵⁹

Caixa 4.1: abertura de plataforma

Todas as plataformas de Internet partilham uma característica importante: eles fornecem uma fundação para construir e entregar, possivelmente por dinheiro, outros produtos ou serviços. Nossa definição de uma plataforma enfatiza seus aspectos 'inacabado' - isto é, o fato de que ele pode ser estendido

- mas não prescreve que a extensão implica, que pode ser o fornecimento de bens ou serviços como com sites de comércio eletrônico, aplicações no caso de sistemas operacionais ou conteúdo gerado pelo usuário em redes sociais. A nossa definição também é agnóstico sobre quem faz o enriquecimento - que poderia ser os proprietários das plataformas, terceiros ou uma mistura de ambos. O design desta mistura, e seu governo - em particular, como 'aberta' ou 'fechada' uma plataforma é - são aspectos centrais da estratégia e modelo de negócios competitivo de uma plataforma.

Plataformas abertas permitem que uma grande quantidade de acesso para os usuários, conteúdo e aplicativos, em alguns casos, por meio de padrões abertos que facilitam o desenvolvimento de serviços, dispositivos e aplicativos que são compatíveis com eles, bem como interfaces de aplicativos abertos que facilitam a troca de dados. plataformas fechadas são mais firmemente gerida por seus proprietários - por exemplo em termos de requisitos técnicos e administrativos para os participantes a usá-los.

Durante os Sistemas Operacionais Wars 'dos anos 1980 e 1990, o computador pessoal (PC) foi apresentado como uma plataforma aberta porque era mais fácil para direcionar por desenvolvedores de terceiros de aplicativos e fabricantes de hardware e periféricos, em contraste com Macintosh da Apple . Hoje, vemos diferenças semelhantes entre o ambiente App aberto e até mesmo descontrolada para o sistema operacional Android, do Google

e cuidadosamente curadoria App Store da Apple, e entre a plataforma de jogos abertos de PC (que pode ser livremente direcionados por qualquer desenvolvedor) e os 'jardins murados' das consolas de jogos de vídeo (que só pode ser alvo de quem compra um kit de desenvolvimento caro do proprietários de plataforma, e pagar-lhes royalties sobre cada venda). abertura plataforma também pode se referir a acesso do usuário - a este respeito, a Wikipedia é uma plataforma de acesso aberto, enquanto Encyclopaedia Britannica é fechado.

Existem várias vantagens e desvantagens entre abertura e fechamento em plataformas de Internet - para os seus proprietários, bem como os fornecedores de programas complementares e conteúdo. plataformas abertas são normalmente associados com mais experimentação, inovação e concorrência porque os empresários não precisam obter permissão do proprietário plataforma para lançar um novo produto ou serviço lá. A abertura tem as suas desvantagens embora

- ele pode atrair desenvolvedores maliciosos e usuários, levar a um excesso de oferta de conteúdo de baixa qualidade (como aconteceu no 'jogos de vídeo acidente de 1983', quando uma avalanche de jogos inferiores para o console abertamente acessível do Atari levou a um colapso no mercado) (Boudreau e Hagiu, 2008), e criar problemas de usabilidade que impedem uma plataforma de alcançar adoção em massa (esta tem sido uma barreira perene para plataformas de código aberto como o GNU / Linux que são populares com os usuários tech savvy, mas não com o mercado de massa).

fontes:

Shapiro, C. e Varian, H. (1999) 'Regras de Informação; Um Guia Estratégico para a Economia de Rede'. Harvard, MA: Harvard Business School Press; Zittrain, J. (2006) A Internet Generative. Harvard Law Review. '119: 1974-2039; Veugelers, R. (2012) 'Novos sectores das TIC: Plataformas para o crescimento europeu' Boudreau, K., & Hagiu, A. (2008). regras de plataformas: plataformas Multi-sided como reguladores. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1269966

Como resultado de tudo isto, temos visto um grande aumento na oferta de bens e serviços criativos, e também uma diversificação na base de fornecimento, que agora vai além 'com fins lucrativos' empresas e start-ups também envolvem inúmeras novas formas de produtores de pequena escala, inovadores usuários e geradores de conteúdo do usuário, 'producers'¹⁶⁰ e cidadãos criativos.¹⁶¹

Amadores, entusiastas e fãs podem agora, por exemplo, usar a Internet para atingir hiper local, bem como audiências globais.¹⁶² Os usuários do YouTube upload de quase uma hora de vídeo a cada segundo.¹⁶³ Existem actualmente cerca de 60 milhões de sites em local de publicação de blogs Wordpress.¹⁶⁴

E comunidades de 'modders' criar milhares de níveis personalizados para jogos de vídeo como *Minecraft* e *Deixado para morrer*.¹⁶⁵ Enquanto os frutos de muitas destas experiências criativas só será apreciado por amigos e família de seu criador, alguns representam o início de uma carreira na economia criativa. Ou mesmo o caminho para o estrelato em casos como o cantor Justin Bieber, que alcançou reconhecimento mundial no YouTube; EL James *50 tons de cinza*,

que começou como um exercício em linha em 'Fan Fiction'; ou londrino Jamal Edwards, cujo canal no YouTube SB.TV tem mais de 11 milhões de visualizações, e que ficou em 42 no Times Rich List jovem domingo.¹⁶⁶

comunidades de código aberto têm por sua vez desenvolveu o Sistema operacional / Linux GNU no coração da plataforma Android, o navegador Firefox e do software Apache Server, que atualmente potências de 60 por cento dos servidores do mundo.¹⁶⁷ O movimento 'Maker' está aplicando o ethos de código aberto para a concepção e produção de bens físicos.¹⁶⁸

Mais problematicamente, os usuários também têm levado a distribuição de conteúdo protegido por direitos autorais através de redes de compartilhamento de arquivos, uma questão que consideramos no capítulo Ten.

4. plataformas de Internet e o problema atenção

A proliferação de conteúdos e serviços que descrevemos produziu o que alguns se referem como uma 'sobrecarga de informação' ou 'excesso de conteúdo', que estica a atenção dos consumidores e usuários, tornando-se difícil para eles encontrar o que estão procurando digitais, e para as empresas criativas para garantir uma audiência ou user-base para (ou uma renda de) seu trabalho. Com a avalanche de conteúdo também vêm os riscos para os utilizadores, incluindo o malicioso - fraudes, spam e trolls -, bem como fornecedores de bens e serviços ilegais e de má qualidade. ¹⁶⁹

A multiplicação dos meios de comunicação web e a diminuição geral na fidelidade da audiência para a locais individuais têm, por sua vez, tornou difícil para os anunciantes para medir a eficácia das campanhas tradicionais (por tudo o que sabem, os seus anúncios podem ser atingindo os mesmos indivíduos como eles navegar em diferentes locais). ¹⁷⁰

Na linguagem da economia, o aumento na oferta de informações trazidas pelas tecnologias digitais e da Internet nem sempre reduziu os custos de transação para os consumidores e fornecedores de conteúdo, com os anunciantes apanhado no meio.

Algumas das empresas mais rentáveis do mundo hoje estão no negócio de resolver este problema. Eles têm feito isso, diminuindo ou eliminando os custos de transação através de sites que correspondem consumidores a informações relevantes de forma inovadora, ao mesmo tempo ajudando simultaneamente os anunciantes a atingir esses consumidores (assim, por vezes descritos como servindo os mercados de dois lados). Google construiu seu motor de busca no topo do padrão hiperlink da world wide web, e tem usado os dados que ele gera para direcionar anúncios com mais precisão. Apple colocou no lugar um sem costura, seguro e, para muitas pessoas, belo ecossistema de hardware (iDevices e computadores) e software (iTunes e da App Store) para a distribuição de aplicativos de música e conteúdo de vídeo e software. Valve tem feito algo semelhante com jogos para PC através do Steam. Amazon e Netflix têm usado dados de comportamentos passados dos consumidores para construir mecanismos de recomendação poderosos. novo recurso Graph Pesquisa do Facebook promete tornar mais fácil para as pessoas a fonte de informação de seus amigos - e fornece uma ferramenta de pesquisa de mercado para marcas e anunciantes, ao mesmo tempo.

Também tem havido uma proliferação de sites de fornecedores e compradores de conhecimento e serviços criativos correspondentes. Estes geralmente usam um modelo de crowdsourcing, onde os clientes ('requerentes') definir 'desafios' que eles usam para encontrar os melhores fornecedores ('solucionadores'). Vemos isso em TopCoder, que reúne os programadores de software e clientes, 99 projetos, que faz o mesmo para designers gráficos, e Poptent com seu conteúdo de vídeo para anúncios. ¹⁷¹

Todos esses sites e plataformas beneficiar de efeitos de rede. Ou seja, quanto mais participantes (usuários ou fornecedores) se juntar a eles, a sua atractividade para os outros participantes aumenta. Isto cria um círculo virtuoso. Pense em como uma plataforma popular como o iPhone atrai desenvolvedores de aplicativos que procuram atingir grandes mercados, enquanto ao mesmo tempo, o rico catálogo de Apps que estas empresas oferecem traz mais consumidores. Outra implicação importante desses efeitos de rede é que eles podem resultar em oportunidade para o abuso de poder de mercado. Vamos explorar isso com mais detalhes no Capítulo Nove.

5. caudas longas e Chefes de gordura

Em princípio, a capacidade de um fornecedor on-line para oferecer um repertório de conteúdos ou serviços não é limitado pelo armazenamento e logística como é o caso com tijolos e argamassa lojas - comparar, por exemplo, os 26 milhões de músicas na iTunes Store em 2012 com o catálogo disponível em qualquer loja de discos. ¹⁷² Isso é verdade até certo ponto ainda maior em mercados online como o eBay ou Etsy, o site de e-commerce para o artesanato, jóias e produtos antigos que em dezembro de 2012 listada 2,36 milhões de itens para venda. ¹⁷³

A capacidade desses sites para agregar a demanda dos consumidores globalmente através da Internet também reduz os custos de oportunidade de estocar ofertas 'nichos'. Por exemplo, os fãs de jogos 'retro' aventura na veia de 'Broken Sword', criada pelo famoso desenvolvedor UK Charles Cecil talvez ascender a um punhado de qualquer cidade em particular, e isso torna economicamente inviável para a loja local para vender esses jogos. No entanto, quando os fãs são agregados em todo o mundo, por exemplo na App Store da Apple, a demanda pode se tornar muito substancial: a versão iOS de Broken Sword foi, de facto baixado quatro milhões de vezes em 2011. ¹⁷⁴

Tudo isso significa que as plataformas digitais podem agora oferecer uma 'cauda longa' de produtos de nicho, que, segundo o jornalista Chris Anderson (que cunhou o termo em 2004), é responsável por uma proporção grande e crescente de suas vendas. ¹⁷⁵ Um estudo realizado por economistas norte-americanos usando 2008 dados de vendas de livros da Amazon estima que os livros de nicho foi responsável por 36,7 por cento da receita total e contribuiu tanto quanto \$ 5 bilhões para o excedente do consumidor. ¹⁷⁶ Anderson argumenta ainda que *"A maioria das empresas de sucesso na Internet está prestes agregando a cauda longa, de uma forma ou de outra. Google, por exemplo, faz com que a maioria de seu dinheiro com pequenos anunciantes (a cauda longa da publicidade), e eBay é principalmente cauda também."*

Os estudos empíricos, no entanto, mostram que a maioria dos 'Living in a cauda longa' empresas não conseguem gerar todas as vendas de todo. ¹⁷⁷ Na verdade, a cauda longa foi conectado a um declínio na demanda por produções que faltam grandes de produção e comercialização orçamentos ('Tripla A'); consultores de mídia Oliver & Ohlbaum Associates referem-se a esta situação como "o Oriente flacidez. ¹⁷⁸

Vários estudos empíricos sobre a distribuição de vendas no mercado de vídeo doméstico US, e mais recentemente, aluguel de vídeo e serviço de streaming Netflix, dar apoio a este ponto de vista. ¹⁷⁹

Nós também vemos esta situação jogando para fora dentro de plataformas de Internet na forma de 'congestionamento'. Empresas em mercados como a Apple App Store tem problemas destacando-se acima da multidão. Quando o fazem, as suas ideias inovadoras são muitas vezes 'clonados' por desenvolvedores copycat, um comportamento que resultou em diversas ações judiciais, e agora está sendo punida por algumas empresas, incluindo Apple. Nos jogos, os consumidores começaram a migrar para plataformas com a 'cauda longa', tais como jogos online e móveis, mas os desenvolvedores mid-tier em consolas de jogos e PCs sofreram. ¹⁸⁰ Quase 50 por cento das empresas de mídia criativas e digitais em diversos sectores dos conteúdos como jogos filmes, TV, música e vídeo responderam a um inquérito realizado como parte da pesquisa Brighton fusível do AHRC informou que 'a concorrência excessiva no mercado' é uma barreira substancial para crescimento de seus negócios. ¹⁸¹

Enquanto isso, os 'superstars' comerciais na 'cabeça gorda' da economia criativa estão colhendo os benefícios de alcance expandido e capacidade de envolver os consumidores que a Internet lhes proporciona. Lady Gaga tem quase 30 milhões de seguidores no Twitter, enquanto que JK Rowling tem 'Pottermore', um site para vender livros digitais diretamente para seus milhões de fãs. Em maio de 2012, os usuários da última parcela do blockbusting 'Call of Duty' franquia de jogos da Activision tinha registrado coletivamente 1,6 bilhões de horas de jogo online. artes veneráveis e instituições culturais também estão usando tecnologias digitais para crescer a sua 'capacidade virtual.' Por exemplo, mais de dez milhões de ingressos para a alta definição transmissões ao vivo do The New York Metropolitan Opera House foram vendidos desde que a série começou em 2006. ¹⁸²

6. o imperativo de inovação do modelo de negócios

As transformações na oferta e acesso provocada pela Internet têm também produzido uma onda de experimentação com modelos de negócios - isto é, nas estratégias através das quais as empresas criativas procuram gerar e capturar valor, algo que começa por ser encontrado pelo público.

A esse respeito, as empresas criativas estão aproveitando a infra-estrutura social da Internet para implementar inovações em marketing - como a 'campanhas virais' destinados a difundir-se rapidamente através das redes sociais. *A Bruxa de Blair, O Cavaleiro das Trevas e Cloverfield* tornaram-se exemplos emblemáticos de campanhas de marketing filme virais. empresas criativas

também estão alimentando comunidades de usuários leais que fornecem feedback, testes com usuários, novas ideias e valioso conteúdo gerado pelo usuário. Por exemplo, jogos islandeses empresa CCCP estabeleceu um democraticamente eleito **'Conselho de Gestão Stellar' para orientar o desenvolvimento do seu jogo EVE Online.** ¹⁸³ **Em alguns casos, os usuários estão** desfrutando de alguns dos benefícios monetários também. Em 2012, o YouTube gerou uma receita de mais de um milhão de seus usuários, e está se esforçando para aumentar a qualidade profissional do conteúdo que eles fornecem. ¹⁸⁴

empresas criativas também estão inovando em suas estratégias de preços, incluindo 'Freemium', onde uma empresa oferece acesso gratuito a um 'sampler' ou uma versão 'sem frescura de um bem ou serviço para os consumidores que são então dada a opção de pagar por' características (tais como 'prêmio itens virtuais', conteúdo extra, características profissionais, mais espaço de armazenamento e assim por diante). ¹⁸⁵

Isso ajuda as empresas criativas superar o 'paradoxo da informação' que os consumidores só pode trabalhar a sua disposição de pagar por produtos de informação quando eles consumi-los. ¹⁸⁶

Os paywalls 'medidos' sendo adotado por um número crescente de jornais, onde os usuários são cobrados somente após ultrapassar um limiar de artigos livres, são um bom exemplo disso. The New York Times, um líder na adoção deste modelo, **alcançou 450.000 assinantes em 2012, gerando, pela primeira vez mais receita com sua circulação do que via anúncios.** ¹⁸⁷ **O Financial Times agora tem mais assinantes pagantes digitais do que os compradores de suas edições de papel jornal,** ¹⁸⁸ mas sua base publicitária ainda depende desproporcionalmente pesadamente sobre publicidade impressa, cujos benefícios para os anunciantes estão, neste momento, melhor compreendida.

Outra vantagem de Freemium em relação aos modelos tradicionais de precificação é que ele pode ajudar criativas empresas segmentar os consumidores, dependendo de quanto eles estão dispostos a pagar, e carregá-los em conformidade, evitando assim uma situação onde eles deixar dinheiro sobre a mesa. "

Outras inovações preços incluem: o uso do Google de leilões para definir os preços das palavras-chave para os anunciantes; crowdsourcing plataformas de serviços (onde o cliente define o preço e qualidade para um produto, e fornecedores concorrentes - por exemplo, designers gráficos - ajustar os seus custos para entregá-lo); e até mesmo mercados para o financiamento de projetos criativos, como a bem sucedida Kickstarter plataforma de crowdfunding.

Os experimentado e testado abordagem 'de barbear e lâminas de barbear' também está ajudando as empresas criativas gerar receitas em um ambiente onde os custos de reproduzir conteúdo estão convergindo para zero. Tal conteúdo pode na verdade ser cross-subsidiado para angariar demanda por um produto complementar ou serviço onde o vendedor faz a maior parte de seus lucros. Isto é o que a Apple faz com o iTunes e App Store (fornecimento de conteúdo digital acessível que impulsionar as vendas de seus iDevices), o que a Amazon faz com a sua família Kindle de dispositivos portáteis (que são vendidos a preços baixos para aumentar a demanda por mídia adquiridos através Amazon.com) , eo que TED faz com as conversações de streaming (que aumentam a demanda por seus eventos ao vivo).

Outra característica da Internet que as empresas criativas, como outros, estão usando para gerar receitas é a sua capacidade para gerar 'Big Data' sobre as características do usuário e comportamentos. ¹⁸⁹

Estes dados estão sendo analisados extensivamente para otimizar preços, evoluir produtos em formas que respondem à demanda dos consumidores, e visam anúncios de forma mais eficaz, por exemplo, através de licitação em tempo real, onde cada visita a um local gera um leilão entre os anunciantes competindo para servir um anúncio a um visitante, dependendo de seus atributos. Embora isso ajude a resolver alguns dos desafios destacados já para publicidade on-line, também é claro que suscita preocupações significativas - e cada vez mais, protestos aquecida - sobre os limites da privacidade do usuário.

7. perspectivas futuras

O impulso das trajetórias tecnológicas que estão moldando o complicado - mesmo caótico - paisagem que descrevemos neste capítulo é improvável a diminuir nos próximos anos. Se qualquer coisa, é provável que acelerar.¹⁹⁰

Em uma situação de incerteza e de perturbação do mercado, nem mesmo a posição dos gigantes corporativos de hoje é garantida. A evolução dos mercados Internet (e ações) mais de 2012, como o colapso no preço das ações do Facebook e Zynga logo após suas ofertas públicas iniciais têm sido associados a dificuldades destas organizações na migração para a **Internet móvel (o que alguns investidores se referem como 'web 3.0')**.¹⁹¹ **A Apple tropeçou com o lançamento de seu novo sistema operacional para seus iDevices em 2012.** As melhorias no padrão HTML5 para acessar conteúdo de mídia rico no navegador (em vez de Aplicativos), e até mesmo a aparência de microconsoles acessíveis (e crowdfunded) ainda pode derrubar **a ascendência de ambientes 'walled Garden' através da Internet aberta como uma fonte de conteúdo**.¹⁹² **E reação dos consumidores contra violações de privacidade percebidos em redes de mídia social pode conceivelmente aumentar o apelo de modelos de negócios que são menos dependentes de publicidade hiper-alvo e Big Data.**

Mike Lynch, ex-CEO da Autonomy, observou que só agora estamos terminando a primeira fase da revolução digital. Segundo ele, será na segunda fase - onde os computadores se tornar melhor em extrair significado a partir de dados - quando 'tudo vai mudar.'¹⁹³ **Outros empresários e comentaristas têm seu próprio favorito 'próxima grande coisa', incluindo Wearable Computing, A Internet das Coisas, Big Data, Criatividade Assistida eo Movimento Maker.** Opiniões sobre o que vai ser podem divergir, mas há um consenso geral de que haverá um.

Isso também é consistente com a visão de estudiosos de tecnologias de interesse geral mais amplas, tais como informações e **tecnologias de comunicação e eletricidade**.¹⁹⁴ **As transformações econômicas que tais tecnologias provocam são muito mais do que a técnica: eles exigem o "Refazer atacado de ambientes de infra-estrutura, de modelos de negócios, e de normas culturais",**¹⁹⁵ todos os que levam muitos, muitos anos para se tornar totalmente incorporado.

O quadro que pinteí leva a uma hipótese plausível, ou seja, que a corrida para futuras posições de liderança na economia global da Internet ainda está ligado. A questão é como economia criativa do Reino Unido, que historicamente tem sido tão forte, pode ser melhor posicionado para competir nele. O resto do nosso manifesto olha para o que os políticos podem fazer para ajudar.

5 uma política de agenda para o criativo economia

Depois de fornecer o contexto para o nosso manifesto - uma das oportunidades econômicas e ruptura tecnológica - neste capítulo olhamos para a competitividade da economia criativa do Reino Unido: como pronto é para aproveitar o potencial de crescimento dos mercados digitais? Nós, então, propor um quadro - nós o chamamos de 'sistema de inovação criativa' - que identifica os recursos que alimentam a inovação na economia criativa, bem como sua infra-estrutura e como ela é regulada. No restante do relatório (Capítulos Seis a onze), vamos examinar o estado da política em cada uma dessas áreas importantes, e recomendar mudanças que, se aprovada, a apoiar a inovação eo crescimento na economia criativa do Reino Unido.

1. a posição competitiva da economia criativa do Reino Unido

Em avaliações de cross-country de 'prontidão' digital, o Reino Unido aparece no grupo da frente em muitas áreas, mas em outros é (em alguns casos, mal) atraso. ¹⁹⁶

O que todos concordam é o alto nível de sofisticação digitais dos consumidores britânicos, que estão liderando o mundo na sua adoção da Internet para e-commerce e para acessar mídia criativa. Eles gastam mais, por exemplo, em compras pela Internet do que qualquer outro grande país: em 2011, a despesa média per capita em e-commerce foi de £ 1.083 no Reino Unido, um **aumento de 14 por cento a partir de 2010, e à frente da Austrália e Suécia.** ¹⁹⁷ **Em 2011, os consumidores do Reino Unido também se tornaram os maiores usuários de dados móveis no mundo - empurrando o Japão no segundo lugar**

- e o mesmo é verdade para o consumo de conteúdo de televisão on-demand. telefones inteligentes já estão convencional (como muitos como 58 por cento da população tem um, atrás da Espanha, mas à frente dos EUA, França e Alemanha), ea propriedade tablet está crescendo rapidamente também. Enquanto isso, a participação do Reino Unido em redes de mídia social tem crescido rapidamente, com 10 milhões de usuários ativos no Twitter, e mais de 30 milhões de usuários ativos no Facebook. ¹⁹⁸

De modo mais geral, o Reino Unido é um dos maiores mercados do mundo para conteúdos criativos, produtos e serviços - em **terceiro lugar no entretenimento filmado** ¹⁹⁹ **e jogos de vídeo** ²⁰⁰ **(depois dos EUA e Japão), em quarto lugar no conteúdo de TV** ²⁰¹ **(depois de EUA, Japão e Alemanha),** ²⁰² **e em quinto lugar na Publicidade (depois dos EUA, China, Japão e Alemanha)** ²⁰³ **para citar apenas alguns exemplos.** Um grande mercado interno beneficia UK empresas criativas por causa da bem conhecida 'viés casa' no consumo de conteúdo criativo e cultural. ²⁰⁴

Do lado da oferta, também vemos áreas óbvias de força. Este é o caso dos conteúdos criativos, bem como serviços, onde o Reino Unido dispõe de jogadores estabelecida com uma crescente presença digitais ao lado nascidos start-ups digitais que estão experimentando com novos modelos de negócios.

Na radiodifusão, a BBC é uma das características mais distintivas internacionalmente (e respeitados) de paisagem criativa do Reino Unido. Sua BBC iPlayer é um marco digitais dos últimos tempos, e BBC Worldwide já gera 12 por cento de suas receitas digitalmente. ²⁰⁵

Canal 4 e BSkyB também são conhecidos pela sua capacidade de inovação na colocação e distribuição de televisão (incluindo interativo) conteúdo; serviços desportivos de televisão do céu têm desempenhado um papel importante na tomada de Inglês Premier League de futebol um líder mundial.

divisão Future Media do Channel 4 gerado 5,6 por cento das receitas da emissora em 2010, e 8,4 por cento de seus lucros operacionais.²⁰⁶ Depois, há o setor de produção de TV vibrante independente e jovens start-ups como ChannelFlip Media, que estão explorando oportunidades substanciais em plataformas de vídeo online como o YouTube (onde agora possui cerca de 11,5 milhões de assinantes).²⁰⁷

Há grandes players globais ao lado de empresas empreendedoras menores em outros setores criativos também: em publicidade há WPP, mas também Albion Londres, parte do cluster próspera East London de agências criativas digitais na interface entre software, publicidade, branding e design.²⁰⁸ Em editorial, temos Pearson (que também é proprietária do pinguim²⁰⁹), mas também Mendeley, um social, serviço de armazenamento de dados em rede e baseado em Londres para os pesquisadores (e adquirida pela Reed Elsevier para £ 45 milhões na época este manifesto estava indo para imprimir). O Daily Mail, BBC News e The Guardian atrair milhões de usuários para seus sites todos os dias (MailOnline tem mais visitantes únicos do que até mesmo o New York Times e relatou um excelente progresso na construção de receitas de publicidade online em 2012²¹⁰), enquanto Kickstarter-backed start-up **Materia financiou sua investigação científica e tecnológica jornalismo com a venda de histórias individuais que podem ser acessados em qualquer dispositivo.**

A moda tem Burberry, Topman e ASOS.com (este último com 7 milhões de membros), bem como designers de ponta da tecnologia wearable como o Studio XO, e aumentada streetwear realidade de Cassette Playa. Já notamos a ampla gama de opções em oferta para a compra de música digital no Reino Unido, e os recentes sucessos de muitas gravadoras independentes. Em jogos, embora tenha havido grande agitação para os desenvolvedores do console com o fechamento de estúdios como Sony Liverpool estúdio em 2012 e da Bizarre Creations no ano anterior, jogos online sociais estúdios Jagex e Mind Candy ter ido da força à força. Uma pesquisa recente do Reino Unido empresas de jogos realizados por TIGA (Associação de Jogos Independentes) mostra que mais de um terço do Reino Unido jogos empresas estão focadas principalmente no celular.²¹¹ com sede em Oxford publicação de jogos e tecnologia empresa Natural Motion tem tido grande sucesso em plataformas móveis com o seu jogo de corrida CSR Racing, que está vendendo 120 milhões de carros virtuais a cada ano. CSR Racing foi desenvolvido pelo chefe estrangeiro, um giro para fora de Brighton consola estúdio Black Rock depois de ter sido fechado por seu proprietário, a Disney; esta ilustra como o rompimento experimentado por Reino Unido setores criativos podem servir para renovar a sua **entreprenurialism**.²¹²

O Reino Unido possui algumas das artes mais conhecidas e mais respeitadas e instituições culturais do mundo, como a Tate, V & A, British Museum, Royal Opera House, Biblioteca Britânica e do Teatro Nacional, mas também coletivos experimentais como Punchdrunk, nenhum Estado Fit Circus e Blast Theory. A pretensão de ter lançado primeiro prêmio internacional do mundo na arte digital, o Prêmio Lumen, é feita por uma organização com sede em Cardiff. O site premiado para Museu de Nova York de Arte Moderna (MOMA) foi de fato projetado pelo Cogapp, a experiência do usuário e web design agência com sede em Brighton.

O Reino Unido também hospeda operações significativas de algumas das empresas criativas mais bem sucedidas do mundo, incluindo Google, Microsoft, Facebook, Sony, IDEO e Nike. YouTube configurar um de seus dois 'Espaços criador' global para ajudar os usuários a produzir conteúdo profissional para sua plataforma em Londres, enquanto a Microsoft abriu Elevador Londres, um estúdio de jogos que irá desenvolver jogos inovadores para tablets.

O que os dados de comércio-cross-country consistente pouco úteis existem apoia a ideia de que o Reino Unido é um player global **significativo nas indústrias criativas**.²¹³ Como os gráficos abaixo mostram a quota de mercado do Reino Unido de exportações para 17 outros países ocupa um lugar destacado nas duas categorias de serviços para os quais estão disponíveis dados do Reino Unido - Serviços audiovisuais e conexos (incluindo serviços artísticos-relacionados) e pessoais, recreativas e culturais Serviços (que, deve-se notar, inclui algumas áreas não-criativos como saúde e universidades). Em Audiovisual e Serviços Conexos, o Reino Unido tem uma quota de exportação de pouco menos de 9 por cento, em terceiro lugar no mundo após os EUA e Canadá mercado e, em pessoal, Recreio e Serviços Culturais, está em segundo lugar depois de os EUA.

Figura 5.1 quota de mercado e sua evolução para audiovisuais e conexos serviços, 2002-2010

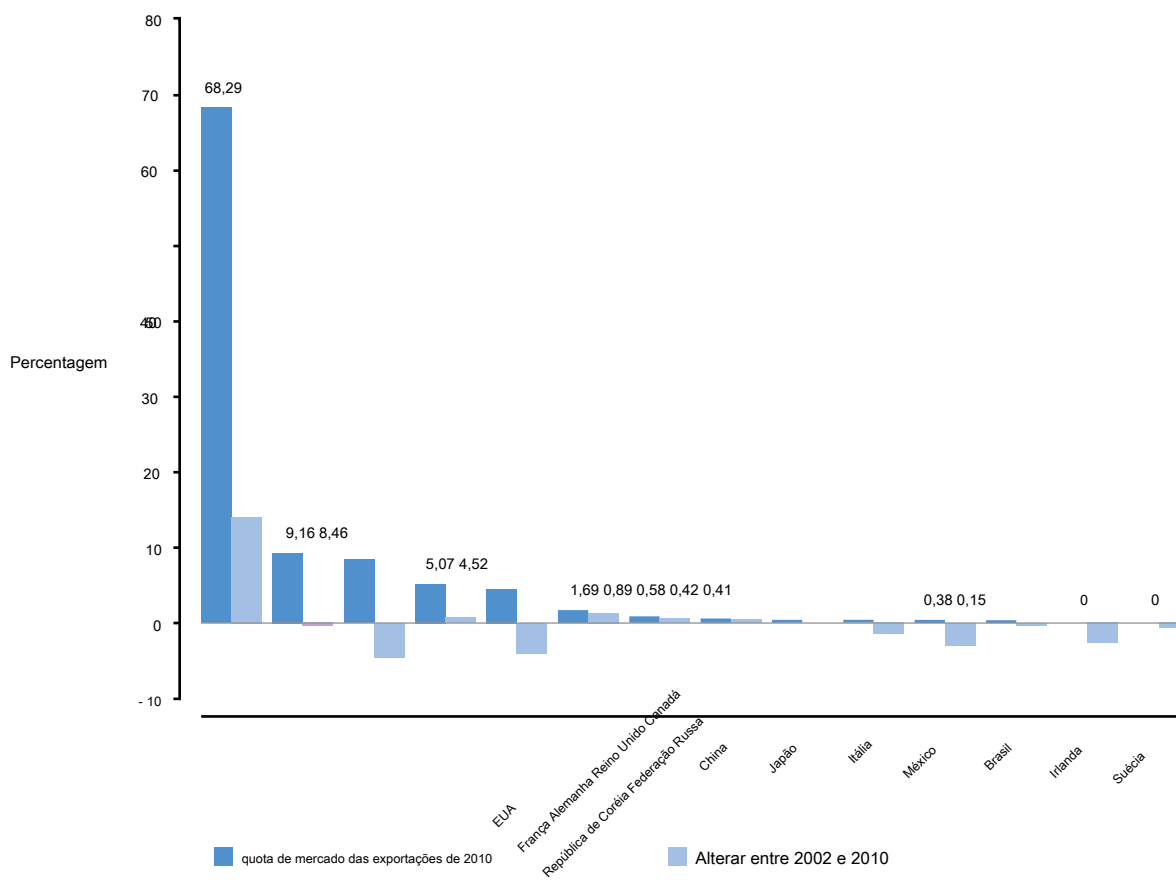
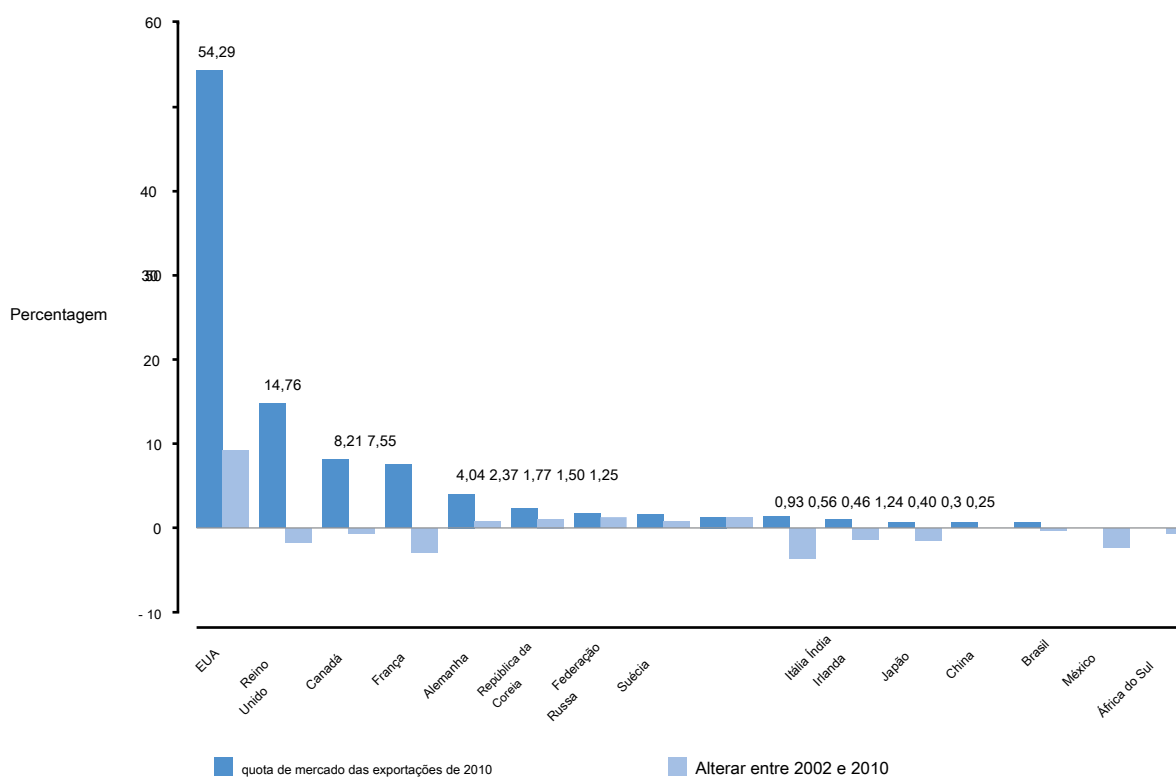


Figura 5.2 quota de mercado e sua evolução para uso pessoal, recreativo e serviços culturais, 2002-2010



Os pontos fortes da economia criativa do Reino Unido pode ser mais visto em medidas indústria de participação de mercado e exporta tendências globais. Por exemplo, entre 2002 e 2011, a quota de mercado do Reino Unido para o cinema quase duplicou, de 9,1 por cento para **17,2 por cento**.²¹⁴ **Durante esse mesmo período, a indústria cinematográfica do Reino Unido recebeu um sexto de todos os prêmios das principais academias e festivais de cinema.** Na indústria de TV, o Reino Unido é o maior exportador do mundo de liderança líquido de formatos, e na música, a segunda fonte de repertório musical depois de os EUA.²¹⁵ Enquanto isso, em publicidade, agências criativas do Reino Unido estão consistentemente classificada em segundo lugar no mundo, atrás apenas os EUA.²¹⁶

2. onde estão as lacunas de inovação?

Seria um erro, contudo, supor que tudo está bem com economia criativa do Reino Unido. Mesmo um breve olhar sobre as exporta dados que apresentamos indica, por exemplo, uma diminuição da quota de mercado do Reino Unido para os dois setores para os quais temos dados (no caso de audiovisuais e serviços associados, participação de mercado do Reino Unido caiu em um terço entre 2002 e 2010).

indústria de jogos de vídeo do Reino Unido caiu do terceiro nos rankings internacionais de desenvolvimento, as vendas no varejo em 2008 para o sexto lugar em 2010.²¹⁷ **desenvolvedores canadenses têm ultrapassado o Reino Unido a nível mundial, e também no mercado do Reino Unido.**²¹⁸ Isto é ainda antes de considerar plataformas on-line e móvel, onde o Reino Unido enfrenta forte concorrência de outros países como a Coreia do Sul, Suécia, Finlândia e Alemanha.

Mais geralmente, se olharmos para o panorama atual, parece que as forças do Reino Unido são na sua maioria em torno da criação e fornecimento de bens, conteúdos e serviços, em vez de em sua distribuição, ou o desenvolvimento de plataformas e dispositivos, tais como aquelas que têm vindo a dominar as cadeias de valor da indústria criativa. Nem vemos empresas do Reino Unido que produzem as ferramentas digitais que estão fazendo o processo criativo mais eficiente para os profissionais e usuários. Por exemplo, embora o Reino Unido é o líder europeu indiscutível na produção musical, as empresas alemãs como a Native Instruments e Ableton controlar o mercado para instrumentos de tomada de música digital e tem uma forte presença na distribuição de música digital através SoundCloud.

ainda, sem dúvida, são os desenvolvedores dessas ferramentas e plataformas que têm a ganhar mais das oportunidades comerciais apresentadas pela Internet, que é onde as economias de escala são maiores, não menos importante por causa dos efeitos de rede que discutimos no Capítulo Quatro. Como capitalista de risco Tim Chang observou a propósito da economia App: *“É muito difícil prever qual os desenvolvedores vai ganhar dinheiro, por isso estamos apoiando os fornecedores picareta. Os caras que fizeram isso realmente rico no goldrush foram Levi Strauss vendendo calças de brim etc. - os facilitadores e fornecedores”*.²¹⁹

Há, então, o risco de repetir os erros do passado, onde Reino Unido negócios criativos geram grandes idéias - propriedade intelectual, franquias definição de gênero e novos conceitos ousados - que depois são plenamente exploradas por outros, só que desta vez na Internet, com plataformas digitais substituindo editores analógicos como os gatekeepers que controlam os mercados globais. Mesmo na ausência de potenciais abusos de posição dominante por plataformas de Internet como as que discutimos no Capítulo Nove, empresas criativas do Reino Unido podem encontrar-se deslizando passado o 'flacidez média' e em uma longa cauda, que, a evidência empírica apresentada no capítulo anterior sugere, acaba por não ser um bom lugar para ser em termos de vantagens comerciais.

Fragmentação e falta de escala é outra preocupação - recurso de economia criativa do Reino Unido - e persistente. Como *Um futuro para British Film*, revisão recente de Chris Smith da política filme britânico observou quando se discute o progresso da indústria cinematográfica do Reino Unido desde a anterior revisão em 1998: *“Apesar do sucesso dos filmes individuais, ainda não foi alcançado o objectivo estratégico de crescimento mais sustentado em todo o setor.”*²²⁰ dados de registro de negócios

(Disponível em <http://www.ons.gov.uk/ons/rel/bus-register/uk-business/2010/index.html>) sugere que em setores como o de áudio-visual (que compreende imagem 'Motion, vídeo e produção de TV, gravação de som e edição de música'), 'criativo, artes e entretenimento' (que inclui o desempenho ao vivo e artes visuais) e 'programação de computadores e consultoria', cerca de 90 por cento das empresas têm menos de quatro funcionários, em comparação com três -quarters na economia como um todo.

Além do mais, estes dados subestimam a importância das pequenas empresas nas indústrias criativas, porque o registro de negócios e as pesquisas oficiais com base nele não cobrem as empresas que não são nem sujeitas ao Imposto fins (IVA) Valor acrescentado nem **executar um esquema de PAYE para o empregado imposto de renda e contribuições para a segurança nacional**.²²¹ **dados concretos** sobre quantas empresas criativo isso afeta não estão disponíveis, mas nós sabemos de Inquérito ao Emprego do ONS que mais de um quarto dos profissionais criativos são trabalhadores independentes, o dobro da proporção para todas as ocupações.

Reino Unido empresas criativas, de pequena escala, principalmente, enfrentar os perigos gêmeos de agregação e fragmentação, com as probabilidades comerciais contra eles nas prateleiras digitais de jardins murados controlados firmemente, ou nas águas selvagens da Internet aberta. A melhor maneira de enfrentar esses riscos é através de mais inovação: em novos produtos e serviços criativos, onde o Reino Unido destaca tradicionalmente; em modelos de negócios on-line, de modo que mais do valor adicionado podem ser capturados pelo Reino Unido empresas criativas; e em plataformas de Internet.

O fato de que o Reino Unido é um pouco atrás de seus pares em termos de infra-estrutura digital é um motivo de preocupação neste contexto. Booz & Company apresentou recentemente o Reino Unido em 12 lugar no seu Índice de digitalização, com base na velocidade, confiabilidade e onipresença da infra-estrutura, bem como a acessibilidade de acesso, facilidade de utilização dos serviços, e as habilidades da população. velocidade média de conexão do Reino Unido, a 5,7 Mbps em meados de 2012, coloca-o **em 18º lugar no mundo, e - apesar da meta do governo do acesso a 24 Mbps para mais de 90 por cento do país até 2015 - o Reino Unido está atrasada vários de seus pares na implantação global de banda larga super rápida**.²²²

Se a infra-estrutura foram o único desafio digital de frente para a economia criativa Reino Unido, abordando pode ser simples, mas nossa análise sugere que o Reino Unido enfrenta desafios significativos em várias frentes: política de artes; pesquisa e desenvolvimento; acesso ao financiamento; política de artes; concorrência e da regulamentação (incluindo a propriedade intelectual); e educação e habilidades. Estas são as questões que uma agenda política para a economia criativa precisa resolver. Essa agenda deve ser informado por uma visão 'sistema' de inovação que identifica os recursos, políticas e quadros que precisam estar no local para apoiar a inovação na economia criativa do Reino Unido, criando o cenário para a nossa consideração mais detalhada de soluções políticas na capítulos que se seguem.

3. Um sistema de inovação criativa

A pesquisa acadêmica ao longo das décadas tem mostrado que a inovação acontece dentro de um sistema que inclui o talento que gera, recombina e experiências com novas idéias, os credores e investidores que apoiam essas idéias, e os **mercados onde essas idéias são testadas**.²²³

Ao contrário do que as contas do laissez-faire, sabemos que o sector público desempenha um papel essencial neste sistema - na verdade, sua ação (ou inação, ou mis-action) foi usado para explicar as diferenças persistentes na vantagem competitiva **das nações**.²²⁴ **Escolas e universidades produzir os profissionais qualificados que geram inovação, juntamente com grande parte** do conhecimento que é implantado nele. O regime fiscal estabelece incentivos para investir em pesquisa e desenvolvimento, enquanto regulamentos de concorrência e propriedade intelectual definir as regras do jogo em que a competição se desenrola e as recompensas são distribuídas. os governos investem

diretamente em bens públicos como infra-estrutura, e eles adquirir grandes quantidades de serviços, bem como o horizonte para identificar tecnologias promissoras e definir normas que reduzem as incertezas sobre seu desempenho e evolução futura. ²²⁵

As redes são a cola que ligam este sistema de inovação em conjunto - a garantia de que a informação sobre novas oportunidades, recursos disponíveis e boas práticas são rapidamente disseminadas, ajudando os diferentes agentes - empresários, empresas, investidores, formuladores de políticas, reguladores e educadores - para coordenar suas atividades, e dando voz para os jogadores menores e indústrias fragmentadas que, pela sua natureza, estão mais longe dos centros de poder e de tomada de decisão.

Este sistema de inovação deve ser adaptável. sistemas sociais tão diversos como aqueles construídos em torno das instituições de propriedade intelectual e medição têm uma forte tendência para a estabilidade ou inércia: uma vez uma maneira particular de fazer as coisas é estabelecida, ela pode se tornar profundamente enraizada. ²²⁶ Se, por exemplo, uma indústria é muito dependente de um modelo de negócio em declínio, é improvável que seja motivado para canibalizar seu próprio interesse visível mais curto prazo. Este é o famoso 'inovadores' dilema' que tem atormentado a transição digital dos setores criativos, como música, cinema e publicação para mercados on-line. ²²⁷ Para agravar o problema, aqueles que podem perder com a inovação pode se tornar interesses escusos e formuladores de políticas de lobby para bloquear a mudança e parar de inovação em suas faixas.

A maneira em que todos estes componentes são configurados varia entre indústrias. Isto levou os estudiosos a focar sua atenção em 'sistemas setoriais de inovação' específicas, definidas como *"Um conjunto de produtos e o conjunto de agentes que realizam as interações de mercado e não-mercado para a criação, produção e venda desses produtos."* ²²⁸

Os principais blocos de construção de um sistema de inovação setorial são de conhecimento e tecnologia, atores e redes e instituições. ²²⁹ Há um rico corpo de pesquisa que examinou a forma como estes diferentes blocos são configurados nos sistemas de inovação sectoriais de indústrias como a biotecnologia, fabricação e tecnologia da informação. ²³⁰ Não existem tais estudos olhando para a economia criativa, mas se vamos entender como para apoiar a inovação dentro dele, precisamos entender de onde essa inovação ocorre. Isto é o que queremos dizer com o 'sistema de inovação criativa.' ³¹

No Capítulo Três discutimos a essência de bens e serviços criativos ("romance, ou produtos significativamente melhorados, cuja forma final não está completamente especificado no avanço da produção"), e no Capítulo Quatro revimos as trajetórias de tecnologias criativas que se manifestam em particular estruturas industriais (caracterizadas por, por exemplo, fragmentação industrial e a presença de porteiros). Todas estas coisas formar componentes do sistema de inovação criativa. Eles são unidos pelos atores, grandes e pequenos, do lado da oferta (titulares e empresários) e, do lado da demanda (clientes empresariais e consumidores).

Aqui, vamos nos concentrar na parte 'pública' do sistema de inovação criativa - o que é mais alinhado com os domínios políticos em que a ação pode melhorar (ou atrapalhar) o desempenho inovador da economia criativa, e, portanto, as suas perspectivas de crescimento. ²³²

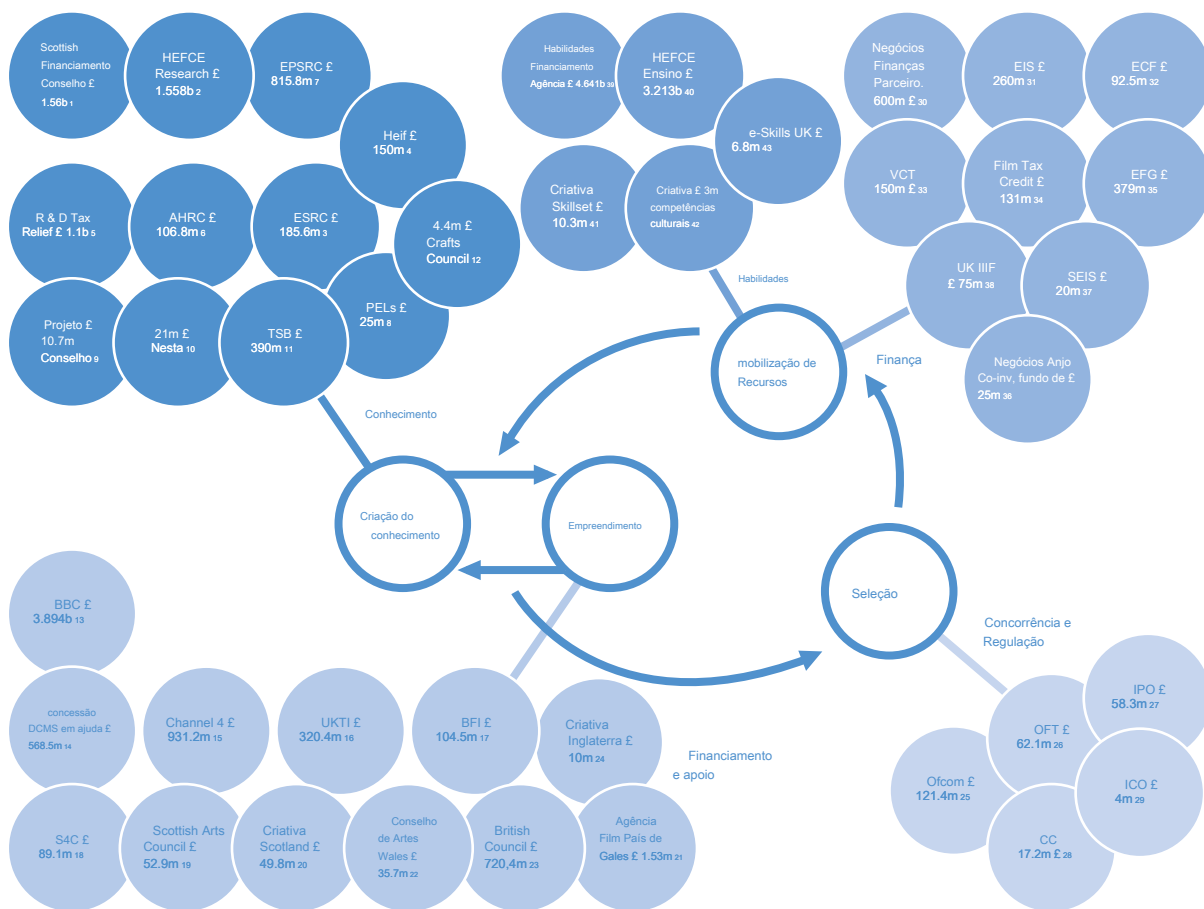
Quais são as necessidades práticas da economia criativa deste perspectiva sistema de inovação? O que faz um sistema de inovação criativa parece?

- **Tem uma sistema de educação** ²³³ - incluindo escolas, bem como universidades, faculdades e prestadores de formação - que fornece talento com a mistura certa de habilidades. No caso da economia criativa, isso inclui as habilidades técnicas e artísticas para fazer o trabalho criativo, mas também as habilidades comerciais e de gestão necessárias para realizar o valor comercial a partir dele. O sistema de ensino também deve produzir os consumidores com um apetite para produtos e serviços inovadores.

- **ele incentiva pesquisa e desenvolvimento nas indústrias criativas, tal como acontece em outros setores por meio de incentivos fiscais e programas de financiamento.** A pesquisa sobre sistemas sectoriais de software de inovação de TI e **destaca a importância da pesquisa básica que pode levar a insights que podem ser aplicados no setor privado.** ²³⁴ Na economia criativa, onde a inovação muitas vezes envolve a implantação criativo de novas tecnologias (e não apenas a sua produção), a **pesquisa em disciplinas tais como as artes e as ciências humanas e sociais torna-se central.** ²³⁵ Muitos estudos também destacou as dimensões espaciais de inovação, utilizando conceitos como clusters industriais e **sistemas regionais de inovação.** ²³⁶ **Estes são igualmente importantes na economia criativa, com a consideração adicional das ligações entre não fins lucrativos instituições artísticas e culturais, e empresas criativas comerciais.** ²³⁷
- **É difícil exagerar a importância para a inovação na economia criativa de financiamento de risco e as instituições que os oferecem.** A literatura sobre inovação em sectores digitais como software e serviços de Internet tem, por exemplo, ligados **acesso a capital de risco para o sucesso dessas indústrias nos EUA e Israel.** ²³⁸
- A dinâmica de negócios e tecnologia que descrevemos no Capítulo Quatro pode gerar situações de monopólio e abuso de posição dominante. É o papel do **regime de concorrência para manter o controle sobre as atividades dos porteiros, identificar abusos de posição dominante, onde eles ocorrem, e agir rapidamente para corrigi-los.** Isso exige que as autoridades da concorrência que estão bem informados e têm o poder de agir rapidamente e com a autoridade quando necessário. Ao mesmo tempo, o sistema de regulação, incluindo a supervisão da concorrência, não deve ser tão caro que ele apresenta um fardo ou ser tão mão pesada que penaliza o sucesso do negócio e stymies inovação.
- **Ele tem uma equilibrada direito autoral regime que não pit proprietários de direitos contra empresas de tecnologia e usuários, e que reconhece que monetizar conteúdo na Internet e permitir o acesso ao público não precisa ser mutuamente exclusivos.**
- Um componente único do sistema de inovação criativa é as artes financiamento público e sector cultural. O apoio público **que lhe permite assumir riscos artísticos que pode não ser possível em um ambiente totalmente comercial.** ²³⁹ **Mas, em parte abrigada, pois é a partir de pressões competitivas comerciais, este sector pode precisar de incentivos de seus financiadores para empreender inovação digital para maximizar o alcance público e valor. Pode precisar de mais incentivos para promover spillovers entre as artes subsidiadas e da economia criativa comercial.**
- **Investe em público infra-estrutura digital onde o mercado poderiam sub investir, e adquire serviços digitais para apoiar a prestação inovadora de serviços públicos e mais eficaz funcionamento do governo.**

Figura 5.3 tenta reunir todos esses insights e mapeia sistema de inovação criativa do Reino Unido e as principais instituições que o compõem. valores do orçamento são agregados anuais provenientes de fontes públicas, salvo indicação (nenhuma tentativa foi feita para identificar separadamente gastar na economia criativa). Nos capítulos que se seguem, avaliar quão bem cada componente deste sistema está funcionando, e em seguida, partiu, em termos práticos, as nossas recomendações de política em cada uma das áreas-chave que identificamos.

Figura 5.3 Um mapa institucional do sistema de inovação criativa do Reino Unido



referências:

1. 2011-2012 (inclui ensino e gastos de pesquisa); 2. 2012-2013; 3. Conselho de Pesquisa em Ciências Económico e Social, 2011-2012; 4. Superior Fundo de Inovação Educação, 2013-2014; 5. 2010-2011; 6. Artes e Humanidades Research Council, 2011-2012; 7. Engenharia e Ciências physical Research Council 2011-2012; 8. Parcerias empresariais locais, 2011-2012; 9. 2010-2011; 10. 2011-2012; 11. 2008-2012 (anual); 12. 2011-2012; 13. 2011-2012;

14. 2010-2011; 15. 2010-2011; 16. 2011-2012; 17. 2011-2012; 18. 2010-2011 (comissões original); 19. 2009-2010;

20. 2011- 2012; 21. Os gastos diretos 2011-2012. 22. 2011 2012; 23. 2011-2012; 24. Orçamento para 2013-2014 25. 2012-2013;

26. Gabinete de Fair Trading, 2011-2012; 27. Intellectual Property Office, 2011-2012; 28. Comissão de Concorrência, 2011-2012; 29. Gabinete do Comissário de Informação, 2011-2012; 30. 2012-2014 (anual); 31. Esquema de Investimento empresarial 2010-2011; 32. Empresa Fundo de Capital, 2011-2013 (anualizado) 33. Venture Capital Trust, 2011-2012;

34. 2007-2012 (anual) 35. Finanças Garantia Empresa, (compromisso geral do governo); 36. 2011-2013 (anual); 37. Semente Esquema de Investimento

Empresarial, 2013 2014; 38. Fundo de Investimento em Inovação Reino Unido, 2009-2011 (anualizado). 39. 2012-2013; 40. 2012-2013. 41. 2011-2012; 42. 2011-2012. 43. 2011-2012.

proposta dois

formuladores de políticas devem estabelecer um quadro 'sistema de inovação criativa' dentro do qual as prioridades estratégicas podem ser abordados de uma forma coerente e eficaz.

6 Pesquisa e Desenvolvimento

É amplamente reconhecido que a inovação - na sua forma mais simples, "*Novas idéias, aplicado com sucesso*"²⁴⁰

- é o motor do crescimento econômico de longo prazo. No Reino Unido, estima-se que a inovação foi responsável por quase dois terços do crescimento da produtividade do trabalho no período 2000-2008, por exemplo.²⁴¹

Da mesma forma, um olhar para as empresas de crescimento mais rápido da economia criativa revela uma profusão de inovações. Alguns destes são tecnológica, como a infra-estrutura colossal que o Facebook usa para gerenciar 500 terabytes de **dados todos os dias**;²⁴² **alguns são inovações de produtos e serviços, exemplificadas por iDevices da Apple**; e outros são inovações gerenciais, como a famosa decisão da Valve Corporation para abolir suas hierarquias para aumentar a produtividade **de seus funcionários**.²⁴³ Depois, há as inovações '**mais flexíveis**' - **novas histórias, universos e personagens** - que muitas vezes constroem em, mas às vezes também inspiram, essas outras actividades inovadoras: o Double Negative inovador de efeitos **visuais**, o app iPad interativo re- **curadoria poema de TS Eliot**, **A terra do desperdício**, ou **acompanhamento de Björk 2011 Biophilia** álbum; ou visualizações de dados intrincados do The Guardian online.²⁴⁴

Em um nível, essas inovações são apenas artefatos e práticas - novos produtos, serviços, formas de trabalhar e ganhar dinheiro. Num nível mais profundo, eles incorporam o conhecimento sobre o que é tecnicamente viável e que a demanda de clientes: em suma, o que funciona eo que não funciona. Kinect da Microsoft mostra que é possível fornecer produtos eletrônicos de consumo com capacidades avançadas de captura de movimento. Avatar indica as possibilidades criativas e comerciais de filme em 3D.

1. Uma vista técnico-centrada de r & d

Pesquisa e desenvolvimento (R & D) é um termo genérico para os investimentos feitos para criar o novo conhecimento incorporado **em inovação - incluindo, a pesquisa básica mais arriscado a montante, bem como atividades menos abertas, mais aplicados**.²⁴⁵ Este conhecimento tem algumas características do que os economistas chamam de 'bens públicos', o que significa que 'a primeira a comercializar' inovadores geralmente será incapaz de capturar todos os retornos de seus investimentos originais em P & D. Apenas **uma fração das receitas totais geradas pelo mercado de fotos CGI movimento acumulado para a Pixar**,²⁴⁶ **a empresa californiana que** sem dúvida impulsionou este mercado em seu disfarce moderno, por exemplo. O mesmo é verdadeiro para o Graphical User Interface (GUI), originalmente desenvolvido por pesquisadores da Xerox e, posteriormente implantado comercialmente pela Apple e Microsoft. Por outro lado, retardatários podem aprender com os fracassos de seus predecessores e evitar a repetição dos mesmos erros. **decisão da Electronic Arts em 2012 para mudar o modelo de negócio em sua muito anunciada A Guerra das Estrelas: A Velha República** Maciça **Jogo Online** serve como uma lição sem custos para outras empresas que pensam sobre a segmentação desse mercado particular.

Estes transbordamentos de conhecimento - incontáveis e não realizados pelo inovador - significa que os níveis globais de investimento em I & D tende a ser abaixo do que seria socialmente desejável, fornecendo uma justificativa para o apoio do governo. ainda na prática, esse apoio é dominado por uma visão 'ciência e tecnologia-centric' (STEM) de R & D, apesar de **décadas de crítica contra essa estreiteza de visão**.²⁴⁷ **Em outras palavras, quando se fala em R & D, os políticos tendem a pensar das pessoas em jalecos brancos no laboratório, novas máquinas e drogas, o que é**

bastante diferente do que R & D geralmente parece na economia criativa. Lá, R & D é mais frequentemente do que não voltada para a resolução de 'produto', 'processo' e incertezas 'modelo de negócios envolvendo a nova aplicação de tecnologias, em vez das científicas e tecnológicas por si, mesmo que o aplicativo pode, em alguns casos, levar a mais inovações tecnológicas'.²⁴⁸ Nem R & D na economia criativa implica necessariamente avanços do conhecimento discretos que podem ser capturadas em patentes, ou até mesmo em publicações acadêmicas.²⁴⁹ Adicione a isso o fato de que criativas actividades de I & D muitas vezes acontecem em uma iterativo ao invés de maneira 'linear',²⁵⁰ e que envolvem empresários em nome individual e micro-empresas que, como observamos no Capítulo Cinco, são invisíveis para pesquisas oficiais, deve vir como nenhuma surpresa que eles podem ir 'escondido' e não suportado.²⁵¹

A estreiteza de definições oficiais de P & D não é escondida, no entanto; de fato, ele é declarado abertamente. É lá em como o Tesouro refere-se rotineiramente ao orçamento investigação pública como o orçamento 'ciência'²⁵² (apesar de quase £ 260 milhões dos £ 2,5 bilhões do orçamento anual para os Conselhos de Pesquisa sendo alocados para as artes e as ciências humanas e sociais).²⁵³

E é evidente no Manual Frascati da OCDE, que fornece diretrizes internacionais para definições e métricas de P & D, e descreve-o como incluindo *“Trabalho criativo realizado de forma sistemática, a fim de aumentar o estoque de conhecimento, incluindo o conhecimento do homem, da cultura e da sociedade, eo uso desse estoque de conhecimentos para novas aplicações ...”* HM Revenue & Customs' (HMRC) observa para os requerentes potenciais para o estado de alívio UK R & D imposto que todos *“Funciona nas artes, ciências humanas e sociais”* são excluídos da definição.

Uma implicação importante de tudo isso é que a grande maioria das políticas de inovação no Reino Unido foram concebidos e implementados com sectores como a indústria e produtos farmacêuticos em mente, que dependem de processos de P & D científicas, tornando mais difícil se não impossível para as empresas que realizam P & D criativo se beneficiar deles.

Precisamos atualizar nossas definições e intensificar os nossos esforços para medir R & D em todas as suas formas.²⁵⁴ Nós também precisamos ter certeza de que as políticas de inovação actualmente em vigor no Reino Unido - incluindo R & créditos fiscais D, programas de tecnologia Strategy Board P & D, demanda-políticas levaram inovação (incluindo os contratos públicos), programas de intercâmbio de conhecimentos universitários e estratégias locais para o desenvolvimento de clusters inovadores - são todos adequados à finalidade para a economia criativa.²⁵⁵ Nós olhamos para cada um destes, por sua vez.

2. r & benefícios fiscais d

alívio fiscal à I & D é o principal mecanismo através do qual o governo do Reino Unido apoia a I & D no setor privado (atualmente da ordem de mais de £ 1 bilhão por ano).²⁵⁶ Como normalmente configurado, benefícios fiscais aborda um dilema importante na política de inovação: como pode o Estado incentivar o investimento privado em inovação, evitando a tarefa aparentemente impossível de selecionar antecipadamente quais projetos de inovação será bem sucedido e que irá falhar? Fá-lo, proporcionando alívio imposto sobre despesa em I & D, independentemente dos resultados do projecto, com o fundamento de que esta despesa gera transbordamentos de conhecimento positivos ou não um projeto bem-sucedido. A evidência empírica sugere que o alívio fiscal à I & D tem um efeito mais forte em I & D gastos em alguns países (França, Países Baixos) do que em outros (Espanha).²⁵⁷

O fato de que todas as empresas no Reino Unido pode aplicar para R & D alívio fiscal significa que, em princípio, deve haver pouco risco de que o sector público distorce o investimento, favorecendo alguns setores sobre os outros.²⁵⁸ Na prática, no entanto, a aplicação do regime, e da maneira em que os gastos 'elegíveis' que se qualificam para R & D benefícios fiscais são definidos, levanta barreiras para os inovadores em áreas como a economia criativa.²⁵⁹ Simplificando, o esquema é menos favorável de R & D por parte das empresas criativas, porque ele não foi projetado com os seus processos de P & D e saídas em mente.

O Reino Unido indústria de jogos de vídeo - com sua força de trabalho tecnologicamente capazes²⁶⁰ e altos níveis de actividade inovadora²⁶¹ - é um caso gritante. Dado o elevado potencial de aplicação de tecnologias de jogos em muitos setores, também esperaríamos R & D por parte das empresas de jogos para gerar repercussões significativas nos outros sectores. Coerente com isso, os motores de jogos são usados para visualização e formação em outras indústrias, e no movimento 'gamification', que implanta jogos-como mecanismos para incentivar os comportamentos desejados em usuários, como aqueles que promovem a saúde, ou melhorar os resultados de aprendizagem.²⁶²

No entanto, o setor de jogos de vídeo e de suas atividades de P & D têm características distintas que, em alguns casos, impedir que beneficiam de R & D alívio fiscal no Reino Unido. Em primeiro lugar, a inovação em empresas de jogos - como em muitas outras empresas criativas - normalmente é organizado em torno de projetos colaborativos que atravessam equipes ao invés de em um departamento especializado em uma única corporação. Isso faz com que a I & D e produção enredado em vez de sequencial, e torna difícil para os desenvolvedores são responsáveis por vezes pessoal para preparar reivindicações de alívio fiscal de P & D na maneira que uma empresa farmacêutica, por exemplo, pode contabilizar o tempo de seus cientistas. Além disso, o sucesso da inovadora jogos tecnologias, software e design é determinada por meio de testes com usuários,²⁶³ Também estão excluídos os investimentos em análise de dados que ajudam as empresas de jogos online adaptar seus produtos às necessidades dos usuários - um problema crescente para os utilizadores intensivos de análise em outros setores criativos, como software, publicidade e música também.²⁶⁴

Todos esses problemas são naturalmente agravado no caso das indústrias criativas que são desproporcionalmente constituídos por pequenas empresas, como discutido no Capítulo Cinco. empresas menores, naturalmente, têm mais dificuldade para se envolver com o processo de aplicação e garantir alívio fiscal à I & D. Na sua 2011 *Plano para o Crescimento*, o Governo anunciou mudanças bem-vindas no regime de dedução fiscal à I & D para torná-lo mais atraente para as PME, incluindo um aumento na taxa de benefícios fiscais para empresas com menos de 500 empregados.²⁶⁵ HMRC, no entanto, também decidiu que não queria complicar o esquema, adicionando novos gastos de qualificação - o que significa que os preconceitos embutido contra R & D na economia criativa que descrevemos ainda são muito uma característica do regime.²⁶⁶

3. O Conselho de estratégia de tecnologia

O governo britânico também financia R & D diretamente através do Technology Strategy Board (TSB), o seu *"Canal privilegiado para apoiar a inovação tecnológica levou-business."*²⁶⁷ O TSB gasta aproximadamente £ 300 milhões por ano em programas de ciência e focado em tecnologia de P & D. Em contraste com os benefícios fiscais (pelo menos em teoria) agnóstico do setor de P & D, o TSB desembolsa principalmente os seus fundos através direcionados R & D subsídios, os desafios e as redes que pretende 'conectar e catalisar' diferentes partes do sistema de inovação do Reino Unido. Como o corpo comprimento de um braço, o TSB pode recrutar pessoas com o mix de habilidades que julgar necessário para cumprir o seu mandato.

Nos últimos anos, o TSB tem como alvo a economia criativa com várias iniciativas - incluindo uma rede de transferência de conhecimento das indústrias criativas dedicado,²⁶⁸ prêmios desafio através de seu programa de ICTomorrow,²⁶⁹ vários de I & D programas, e, seu mais novo empreendimento, o 'Connected Digital Economy Catapult' (CDEC).²⁷⁰ No seu orçamento de 2013, o governo comprometeu £ 15 milhões para uma nova competição de gerência TSB para apoiar a produção de conteúdo digital por consórcios envolvendo empresas criativas, instalações de investigação educacional e prestadores de formação.²⁷¹ Embora estes investimentos estão longe de ser insignificante em tamanho (no valor de mais de 200 projetos no total, no valor de £ 33 milhões, nos últimos cinco anos, excluindo CDEC ea nova concorrência anunciado no orçamento de 2013),²⁷² eles não tinham visibilidade e transparência. Como consequência, é difícil avaliar se eles foram efetivamente direcionados, ou foram atingidos os seus impactos desejados.

Além disso, o TSB por vezes tem enfrentado críticas de que seu foco predominante na tecnologia centrada R & D (como o nome da organização indica claramente) impede que ele realmente apoiar a inovação na economia criativa, que muitas vezes aparece para tratar como uma subsidiária do digital , ao invés de um sector em crescimento significativo em seu próprio direito.

4. As políticas do lado da procura e contratos públicos para a inovação

Como com alguma margem o maior comprador de produtos e serviços no Reino Unido, ²⁷³ o sector público pode, em princípio, engenheiro de uma mudança radical na sua inovação e crescimento usando seu orçamento de compras para influenciar o desenvolvimento de produtos e serviços inovadores. No entanto, apesar de iniciativas bem-intencionadas, como a Iniciativa de Pesquisa de empresa de pequeno porte do Conselho de Estratégia de Tecnologia ²⁷⁴ e uma série de desafios com design executados pelo Conselho de Design, ²⁷⁵ é justo dizer que o uso sistemático dos contratos públicos para impulsionar a inovação no Reino Unido continua a ser um sonho não realizado.

sucessivas revisões concluíram que as barreiras culturais profundamente enraizados em departamentos governamentais **estão no cerne do problema.** ²⁷⁶ **O clima fiscal atual, o que leva departamentos do governo para priorizar a curto prazo, mais certas economias de custo sobre a longo prazo, resultados de serviços incertos, reforça o problema.** Este manifesto não é o lugar para rever estas questões complexas em qualquer detalhe, mas é importante notar que deveria os obstáculos culturais serem superados, a aquisição poderia ser um piloto muito importante para a inovação na economia criativa do Reino Unido.

Isto é em parte porque o setor público do Reino Unido gasta o equivalente a cerca de 1 por cento do PIB em tecnologia da **informação.** ²⁷⁷ **Dentro deste, os departamentos governamentais têm tradicionalmente dependia de um pequeno número de grandes integradores de sistemas para fornecer os seus serviços digitais.** Tais contratos têm sido lucrativo para os licitantes vencedores, mas fora do alcance para muitas PME que prestam serviços digitais inovadores que encontrar procedimentos de aquisição excessivamente burocrático. Em parte, em reconhecimento a isso, o governo está introduzindo um novo Quadro Digital Procurement, liderado pelo Governo Serviço Digital (GDS), para simplificar os procedimentos para que as PME ágeis podem mais **facilmente competir por contratos com o governo.** ²⁷⁸ **O impulso em todo o governo para abrir seus dados também é em parte motivado para estimular o mercado de serviços digitais inovadores pelas PME.** ²⁷⁹ **Enquanto os passos do GDS está tomando para reformar processos de licitação departamentais são muito bem-vinda, há um risco de que eles não podem ir longe o suficiente para fazer um dente nos mercados de serviços digitais, nem são suficientemente juntou-se com outras partes do setor público (incluindo a BBC).**

regulamentos da UE relativas aos contratos públicos também têm sido criticados por criar barreiras para as PME que pretendam **apresentar propostas para contratos com o governo.** A mais recente actualização da Directiva Sector Público da União Europeia (que devem ser implementadas durante 2014) ²⁸⁰ **visa aumentar a participação das PME (de todos os setores) - por exemplo, tornando mais difícil para os governos da UE para definir limiares financeiros desproporcionais para concurso que são mais difíceis para as PME para satisfazer e também ao permitir o estabelecimento de listas oficiais e certificação para o pré fins de qualificação, o que reduz a carga de administração no concurso para os licitantes.** A directiva também introduz um novo 'procedimento de parceria para a inovação' em linha com a estratégia Europa 2020 da UE para um crescimento inteligente, **sustentável e inclusivo.** ²⁸¹ **O procedimento permitirá que um empreiteiro para propor o desenvolvimento de um 'produto inovador, serviço ou obra' em resposta a um anúncio de concurso no Jornal Oficial da União Europeia (JOUE), onde os concursos públicos são anunciados.**

Como parte da nossa recomendação de que o governo deve trazer a economia criativa no quadro das políticas de corrente de P & D, o Reino Unido deve considerar como podem estas alterações ser aproveitado para apoiar a inovação na economia criativa do Reino Unido, e para explorar a eficácia de liderar uma campanha na Europa para melhorar o reconhecimento das isenções de P & D das regras da UE relativas aos contratos públicos como sendo aplicável ao desenvolvimento de serviços digitais, onde esses serviços podem ser mostrados para ser genuíno R & D.

Além de usar seu poder de compra com a inovação 'pull' a partir de seus contratados diretamente, o governo também pode estimular a demanda para a inovação, fornecendo incentivos para os compradores de produtos e serviços inovadores noutros sectores da economia (talvez o melhor exemplo disso são os chamados 'vales de inovação' utilizados para incentivar mais interação entre PME e universidades). trabalho anterior de Nesta mostrou como vales distribuídos para as PME, que podem ser usados para comprar nos serviços de negócios criativos inovadores também pode impulsionar a inovação nas PME, pelo menos **no curto prazo.** ²⁸² **2005 Cox Review, que olhou para o papel do design como motor de produtividade e inovação, fez** recomendações específicas sobre como isso poderia ser feito para o projeto, incluindo medidas para aumentar o perfil de projeto com os gerentes de ampliação do programa Demanda Designing do Conselho de Design, e criação de uma rede nacional de **centros de criatividade e inovação.** ²⁸³ **Apesar do crescente corpo de evidências no Reino Unido e além** ²⁸⁴ **da importante** contribuição do projeto como um investimento intangível estimular o crescimento económico, esta agenda tem, infelizmente, definhou no Reino Unido nos últimos anos.

5. A base de investigação pública e troca de conhecimentos

O financiamento público da investigação a montante, básico nas universidades é uma outra rota, adotada pelos governos de todos os quadrantes, para tratar a deficiência do mercado que resulta da difusão dos conhecimentos de P & D. A economia criativa não é diferente a este respeito. O financiamento para a pesquisa de computação gráfica por os EUA ARPA (Advanced Research Projects Agency, mais tarde renomeado DARPA) na Universidade de Utah famosa resultou em avanços que deram origem à animação CGI moderna e indústrias de efeitos visuais; ele também forneceu o campo de treinamento para **empreendedores criativos que acabam por criar Pixar, LucasFilm, Silicon Graphics e Adobe.** ²⁸⁵ **O 'audioscrobler' recomendação** algoritmo música esteio de rádio online Last.FM foi desenvolvido na Universidade de Southampton. ²⁸⁶

A pesquisa básica nas artes e humanidades pode também abrir novas oportunidades criativas e comerciais. Desenvolve a loja do património cultural, tradições e práticas que o conteúdo criativo empates diante; contribui para o engajamento do público **com a cultura e proporciona reflexão profissional sobre ele.** ²⁸⁷ **Thechineseroom, o estúdio por trás jogos 2012 do jogo avanço** indie 'Caro Esther' (que vendeu um quarto de milhão de cópias dentro de meio ano de lançamento), originado de um projeto de **pesquisa sobre narrativas digitais financiado pelos Artes e Humanidades Research Council.** ²⁸⁸

Nos últimos anos, os governos também introduziram programas de financiamento, como o Fundo Higher Education Innovation (heif) na Inglaterra, para incentivar as universidades a aplicar os seus resultados de pesquisa para uso na economia. As metas de impacto de pesquisa de regime de financiamento de hoje reflete este objectivo, o mais recente de muitos esforços para evitar universidades desacoplamento pesquisa das necessidades do setor privado e da sociedade em geral. Como parte dessa 'agenda impacto', universidades na última década têm sido fortemente encorajados a empacotar seus resultados da investigação como propriedade intelectual (tipicamente, patentes), que são, então, disponível para licenciamento comercial. O financiamento que as universidades na Inglaterra receber de acordo com a 'fórmula Sainsbury' mede o sucesso de suas colaborações externas precisamente nestes **termos.** ²⁸⁹

Aqui vemos novamente o desalinhamento entre um 'modelo linear' de R & D, ligada à vista (um pouco desatualizado) da maneira a inovação acontece mesmo nas atividades de inovação ciência e tecnologia, e (e necessidades de conhecimento) da economia criativa, onde Patent- pacotes de licenciamento com base raramente são de importância central.

Geoffrey Crossick, anteriormente Vice-Chanceler da Universidade de Londres e Warden de Goldsmiths', alertou sobre os perigos de assumir que os tipos de conhecimento que são relevantes para a economia criativa pode ser facilmente codificada **e transmitida na forma de patentes.** ²⁹⁰ **Em vez disso, ele caracteriza a economia criativa como um envolvendo 'transferência de** conhecimento sem Widgets', que inclui diversos modos de conhecimento sentado em qualquer lugar ao longo de um espectro com mais ou menos 'científica' (isto é, o conhecimento que é preditivo e geral) e 'humanista' (conhecimento que é interpretativa, e intuitiva) características. ²⁹¹

Em muitas partes da economia criativa, sucesso comercial e criativo está ligado à integração perfeita desses tipos variados de conhecimento (um tema revisitamos no Capítulo Onze em nossa discussão sobre educação e habilidades); como o falecido Steve Jobs disse: *“Está no DNA da Apple que a tecnologia sozinha não é suficiente - é tecnologia casada e artes liberais, casada com as humanidades, que nos produz o resultado que faz nosso coração cantar.”*

O modelo organizacional dominante para universidades, onde pesquisa e ensino são realizados dentro 'silos disciplinares,' pode dificultar esta 'fusão' de conhecimento que é tão importante para a economia criativa. Atualmente, uma série de iniciativas estão no local para promover o trabalho interdisciplinar, incluindo programas de pesquisa que chegam através dos conselhos de financiamento da investigação, como o programa Incertezas Global,²⁹² envolvendo todos os sete conselhos de financiamento da investigação do Reino Unido, e o programa Connected Communities, que é liderada pelo AHRC, mas apoiada pelo Conselho Económico e Social Research (ESRC) e da Engenharia e Ciências Físicas Research Council (EPSRC). O financiamento dos quatro principais centros de intercâmbio de conhecimentos com foco sobre a economia criativa da AHRC representa mais uma iniciativa para incentivar a colaboração entre as disciplinas acadêmicas e na sua interface com as **empresas e outros atores da economia criativa.**²⁹³ **Há também um crescente foco no ensino multidisciplinar a nível de pós-graduação em áreas que se relacionam com a economia criativa.**²⁹⁴ Estes são movimentos de boas-vindas, mas ambas as barreiras institucionais e de financiamento continuam a restringir-los, deixando-os à margem em relação com a investigação mais tradicional 'científica'.²⁹⁵

A tese de Crossick desafia o pensamento convencional sobre como os impactos de base de pesquisa da economia. Ele também levanta questões difíceis sobre a base de financiamento público da investigação na área criativa. Se o financiamento público é convencionalmente justificado pela existência de transbordamentos de conhecimento, o que acontece quando o conhecimento não pode ser codificado? Em que sentido é capaz de 'transbordar'? Talvez um argumento econômico mais convincente para o financiamento público da investigação nestes casos seria para incentivar os pesquisadores a implantar as habilidades e competências que desenvolveram através da sua experiência de investigação em outros contextos socialmente valiosos - incluindo os setores privado, público e terceiro.

Em qualquer caso, há alguma evidência de que muitas artes e humanidades pesquisadores estão fortemente envolvidos com a economia criativa, mas muitas vezes 'abaixo do radar' e de maneiras que não são bem captadas por métricas convencionais de troca de conhecimentos. Por exemplo, enquanto eles são menos propensos a ter tirado uma patente, licenciado resultados da investigação, formaram uma empresa ou um spin-out ou consultoria de acadêmicos de outras disciplinas, uma maior proporção de pessoas que trabalham em artes criativas e meios de comunicação tiveram sua pesquisa aplicada num contexto comercial (25 por cento em comparação com os 20 por cento em não-artes e humanas disciplinas). Cerca de 61 por cento das artes e humanidades acadêmicos interagir com outras organizações por meio da associação de redes, 55 por cento fornecer **aconselhamento informal, e 37 por cento prestar serviços de consultoria.**²⁹⁶ **Isto está em linha com a visão interativa de transferência de conhecimento na economia criativa defendida por Geoffrey Crossick, onde o conhecimento é “Constitui como um fenômeno social ... É dado forma em interações sociais dentro das cadeias de valor que vão fora do mundo acadêmico”.**²⁹⁷

Não obstante estas conexões, no entanto, os sistemas e processos de grandes universidades de pesquisa nem sempre são adequados para lidar com as PME que povoam a economia criativa. Seus horizontes de tempo pode ser muito diferente, e seu pessoal-chave pode não estar familiarizado com burocracias universitários. Suas relações com os programas de investigação universitários são obrigados a ser diferente da situação em ciência e engenharia, onde os pesquisadores laboratorial ou 'testbed' baseada mover através das fronteiras das empresas e universidades, de laboratório para laboratório, com relativa facilidade. **A experiência adquirida ao longo dos últimos cinco anos pela economia criativa 'Labs', como o Bristol Pervasive Media Studio,**²⁹⁸ **uma parceria entre a Universidade do Oeste da Inglaterra, Universidade de Bristol e artes centro de Bacias Hidrográficas, está a gerar evidências e experiências úteis para abordar este desafio.**

Do ponto de vista das universidades, uma relação de negócios com foco entre pesquisadores acadêmicos e empresas de economia digitais criativas continua a ser uma aspiração do que uma realidade. É ainda raro (embora não significa desconhecido) para encontrar os economistas da escola de negócios e artes e humanidades pesquisadores que estão confortáveis com e bem informados sobre questões de ciência da computação e tecnologia digital. O conselho de pesquisa de cruz Digital Programa de Economia, que desde a sua criação em 2008 investiu £ 138 milhões, é um caso importante no ponto. avaliação independente do trabalho do programa até à data sugere que ele tem gerado resultados da investigação fortes peer-reviewed, mas que o seu impacto económico tem sido até agora limitada. Cerca de 72 por cento das subvenções concedidas foram liderados por investigadores principais, com um fundo de engenharia e computação. Os números equivalentes para artes e humanidades e economia são desprezíveis. O painel de avaliação conclui que

*"Nossa maior preocupação é a necessidade de mais economia e entendimento do negócio das economias digitais para colocar ao lado dos aspectos tecnológicos e de usuário."*²⁹⁹

Caixa 6.1: Universidade de Stanford e o crescimento do vale do silício

Vale do Silício na área da Baía de San Francisco é, naturalmente, o exemplo mais conhecido de um cluster TIC bem sucedido e sustentável. Ele tem sido objeto de muitos estudos acadêmicos (por exemplo, ver Saxenian de 1994, Feldman e Braunerjehlm, 2007), mas uma série de mitos persistem. Enquanto ele é muitas vezes caracterizado como um viveiro de inovação empresarial, privado liderado pelo setor e crescimento, o papel muito importante desempenhado pelo sector público é menos frequentemente reconhecido. Este é o caso também com a comunidade académica, em particular da Universidade de Stanford, que tem sido um cadinho de novas tecnologias e de alta tecnologia start-ups, fazendo uma contribuição considerável para o sucesso econômico do Vale.

O modelo de Stanford desde Frederick Terman configurar o Parque Industrial de Stanford em 1951 é o exemplo clássico de um ciclo virtuoso: atrair e reter o talento acadêmico que pode trazer em financiamento de pesquisa federal e usar esses fundos para desenvolver a investigação industrialmente relevante, que por sua vez pode construir capacidade para mais e melhor investigação. Stanford tem sido uma parte inegavelmente importante da história de sucesso do Vale do Silício. Estimou-se que a tecnologia de Stanford fase de arranque foi responsável por 60 por cento de receitas Silicon Valley em 1988 e 1996 (incluindo Hewlett Packard) (Lenoir, 2004).³⁰⁰

A força deste modelo deriva das sinergias que constrói entre o financiamento público e pesquisa relevantes para a indústria. Colaboração com a indústria dá Stanford uma vantagem competitiva quando a licitação para o financiamento da investigação Federal, bem como oportunidades para a realização de investigação por contrato (o que disse, enquanto Stanford faz bem em termos de actividade de I & D financiada industrialmente, esta continua a ser uma proporção relativamente pequena de sua pesquisa global renda, especialmente quando confrontadas com os custos de realização desta pesquisa).³⁰¹

a capacidade de Stanford para trabalhar em estreita colaboração com a indústria, e para desencadear novas ondas de empreendedorismo no Vale do Silício, é reforçada pela sua abordagem flexível para a IP, que, por exemplo, tornou possível para Jerry Yang e David Filo, e Larry Page e Sergey Brin, a rotação fora yahoo! e o Google de Stanford, apesar de ambas as inovações foram desenvolvidas enquanto eles estavam estudando seus PhDs lá (no caso do Google, Stanford tinha ainda tomado uma patente sobre o motor de busca, mas em última análise determinou que Brin e Page estavam em melhor posição para desenvolver o tecnologia e licenciado a eles). Estes duos empresariais eram, portanto, capaz de explorar suas invenções. No caso do Yahoo!, a universidade beneficiado indiretamente, por meio da criação do yahoo! Fundadores cadeira na Escola de Engenharia da Universidade de Stanford.

Stanford também opera um programa chamado Mídia X através do qual divulga nova pesquisa e tecnologia em torno de interação homem-computador a uma ampla rede de membros da indústria no setor de mídia e entretenimento. Estes membros da indústria pagar uma taxa para o acesso a esse conhecimento e para a capacidade de moldar agenda de pesquisa de Stanford, participando na concepção dos temas de pesquisa para equipes interdisciplinares em todo corpo docente de Stanford. Mais uma vez, a aplicação da política IP pela Media X é flexível. Nas palavras de um pesquisador sênior, eles *“Confiar em que o valor irá retornar a eles em outras maneiras”*.

fontes:

Saxenian, A. (1994) "Vantagem Regional. Boston, MA: MIT Press; Braunerhjelm, P. e Feldman, M. (Eds.) (2007) 'Cluster Genesis'. Oxford: Oxford University Press.

Lenoir, T. (2004) 'Mitos sobre interações de Stanford com a indústria.' Veja: http://iis-db.stanford.edu/evnts/4097/TLenoir_Myths_about_Stanford.pdf
Ku K. (2002) 'licenciamento de software no ambiente universitário'; Entrevista conduzida como parte de uma avaliação do link do programa Edimburgo-Stanford para Scottish Enterprise (EKOS, 2004).

6. clusters criativos

É bem sabido que a inovação tem uma dimensão geográfica importante; que idéias movem mais rapidamente e facilmente entre as empresas que estão localizados próximos um do outro. Isso é porque ele é mais fácil de ver (e imitar) o que acontece 'à sua porta' do que do outro lado do mundo. Conhecimento é muitas vezes circulou através de redes pessoais, ou quando os indivíduos se movem entre as empresas, ou iniciar novos - eles tendem, por várias razões para fazer isso no mesmo local, **desde que existem as oportunidades para eles a fazê-lo.**³⁰² **Juntamente com o fato de que uma massa crítica de empresas** dentro de uma indústria tende a atrair mão de obra qualificada, bem como fornecedores e investidores especializados (o que os economistas chamam de 'economias de aglomeração') estes transbordamentos de inovação gerar 'clusters'

- **altamente produtiva, inovadora, de crescimento rápido e concentrações potencialmente resilientes de empresas.**³⁰³

Ecoando a importância da inovação na economia criativa, descobrimos que empresas criativas têm uma propensão notável para formar esses clusters. Na verdade, alguns dos grupos mais famosos do mundo - IT, software e Internet empresas no Vale do Silício e do cinema em Hollywood - são esmagadoramente 'criativo' como nós a definimos no Capítulo Três (Ver Caixa 6.1 **para uma conta do Vale do Silício eo papel da Universidade de Stanford em seu crescimento**).³⁰⁴ **mapeamento da geografia da** criatividade na Grã-Bretanha de Nesta mostra que, enquanto Londres domina a paisagem, há outros 'hotspots criativas' importantes além da capital - em cidades como Manchester, Brighton, Cambridge, Edimburgo e Cardiff, para citar apenas alguns.³⁰⁵

Há também parecem ser as complementaridades importantes entre as artes (não fins lucrativos) e infra-estrutura cultural e economia criativa comercial. Essas complementaridades estão no cerne da idéia influente 'Cidades Criativas' apresentada pelo economista norte-americano Richard Florida. De acordo com a Flórida, artes de uma cidade e cena cultural torna mais **competitivo e rico, fornecendo serviços e experiências que atraem profissionais criativos e empresariais.**^{306, 307} **Currid (2007) atribui** muito do sucesso extraordinário de Nova York como um centro criativo para a web de redes sociais informais que cercam sua vida noturna vibrante.³⁰⁸

Pratt (2009) documenta uma história semelhante em Hoxton, Londres na década de 1990,³⁰⁹ e evidência emergente do projeto AHRC Brighton Fuse (que olha para empresas de mídia digital em Brighton) aponta na mesma direção.³¹⁰ **Glasgow é mais um exemplo em que a cultura tem desempenhado um papel fundamental tanto na regeneração da cidade e contribuindo para o seu renascimento criativo.**³¹¹ **Um estudo recente Nesta olhando para a conexão entre artes e agrupamento cultural e os salários** dos profissionais da economia criativa 'comercial' em cidades inglesas apoia a ideia de que as artes urbanas e infra-estrutura cultural faz uma contribuição significativa para a sua produtividade.³¹²

Ambos os clusters e criativas cidades quadros têm no entanto sido fortemente criticado por pesquisadores que questionaram a forma como eles são definidos, as premissas que os sustentam, como viável é construir-los, e os benefícios que eles realmente podem gerar.³¹³

Isso não impediu os formuladores de políticas (no Reino Unido e em outros lugares) de tentar 'catalisar'-los onde eles não existiam anteriormente, ou para escalá-los até onde eles fizeram.

Então, temos visto estratégias destinadas a atrair investimento estrangeiro por 'empresa âncora' (atualmente no caso de **Tech City do leste de Londres**);³¹⁴ e por **incentivar empresas criativas de integrar em cadeias de fornecimento locais (Manchester)**.³¹⁵ Outras cidades têm apostar em seus setores culturais (Glasgow, Liverpool), na esperança de construir uma 'marca criativa' que é atraente para os profissionais altamente qualificados que a Flórida inclui em sua 'classe criativa'.³¹⁶

Houve muitas intervenções baseadas em lugar visando a criação de redes empresariais onde a aprendizagem informal mais amplo pode ter lugar.³¹⁷ **As universidades também têm tentado cultivar alguns desses clusters criativos, não menos importante, fornecendo incubadoras e facilidades para start-ups criativas e spin-outs.**³¹⁸

O histórico dessas iniciativas é irregular para dizer o mínimo. Isto é em parte uma consequência de expectativas irreais entre os formuladores de políticas - a experiência sugere que os clusters bem sucedidos desenvolvem organicamente e por longos períodos de tempo. **Eles são muito difíceis de 'construir a partir do zero', que é o que alguns políticos têm tentado fazer.**^{319, 320} Em alguns casos, eles têm errado por tentar importar lições e modelos de outros lugares 'atacado', sem prestar atenção suficiente às circunstâncias e condições locais. Silicon Valley e Bilbao foram utilizados como modelos para clusters e cidades em algumas partes do Reino Unido criativas 'cortador de biscoito', com retornos que são, por enquanto, longe de ser claro.

7. Uma agenda para apoiar r & d na economia criativa

Muitas das características que definem a economia criativa e seus processos de P & D que discutimos torná-lo um alvo difícil para a política de inovação - do jeito que integra diversas bases de conhecimento, incluindo não-STEM, bem como disciplinas STEM, a importância de 'não formas tecnológicas' de inovação, as rápidas taxas de mudanças nas tecnologias que utilizam e os mercados em que atuam, e por último mas não menos importante, o tamanho micro da grande maioria das empresas criativas. Mas, como uma parte significativa e crescente da economia do Reino Unido, suas contribuições para a I & D e inovação não pode mais ser ignorado.

Tudo isso sugere que os legisladores responsáveis pela elaboração e financiamento de abordagens existentes para R & D precisa de tomar um duro olhar para o quadro e políticas actualmente em vigor. O objetivo deve ser o de remover os preconceitos embutidos que criam obstáculos indevidos para empresas criativas que procuram beneficiar de estruturas existentes, enquanto iniciativas re-design com base na evidência do crescente número de experimentos economia criativa.

No caso do crédito fiscal à I & D, é hora de levar a sério as novas classes de gastos em P & D em áreas como testes de **usabilidade on-line e análises que empresas do Reino Unido terão que realizar a prosperar em mercados on-line.**³²¹ Os formuladores de políticas devem também examinar as lições emergentes das experiências no exterior, como o de Cingapura Produtividade e Inovação Tax Credit, com a sua mais ampla classe de elegíveis gastos em P & D, e sua **aplicabilidade no Reino Unido.**³²²

O compromisso da AHRC a fortes, novos canais para a troca de conhecimento é claramente estabelecido no seu mais recente **documento de estratégia.**³²³ **Um investimento de £ 16 milhões em quatro centros de intercâmbio de conhecimentos para a economia criativa (2012-2016)** promove a experimentação de várias direções: reagir, o centro com sede em Bristol, na qual um dos autores deste manifesto é um participante, é focado em cima intermediação ligações comercialmente valiosas entre artes e humanidades acadêmicos e empresas de tecnologia de pequeno porte.³²⁴ **Da mesma forma, o projeto em hub em Acção**

Dundee é pesquisar, desenvolver e avaliar novos produtos e processos através da aplicação de princípios de design em toda uma gama de setores da saúde à energia. Estas experiências merecem e exigem, monitoramento rigoroso e de mineração para lições de sucesso e fracasso. Eles e outros programas Research Council, também deve dar mais importância ao desenvolvimento de estratégias de investigação em colaboração com universidades de outros países (como os EUA ea China), onde o Reino Unido tem muito a aprender. Isso pode exigir a olhar para os termos e condições que ditam onde o dinheiro é gasto de pesquisa.

esforços recentes do TSB para se envolver com empresas criativas é muito bem-vindos, mas a um nível estratégico que tem sido dificultada por um foco muito estreito em inovação tecnológica. Com o CDEC, ele tem a oportunidade de reunir seus diversos fluxos de trabalho com as empresas criativas e digitais em um verdadeiro Programa de Economia Criativa, abrangendo áreas tão grande como saúde e educação, onde o uso criativo das tecnologias digitais tem um grande potencial. Em sua fase de pré-lançamento, a equipe Catapult tem trabalhado duro para romper a linha cultural que separa as pequenas empresas criativas e tecnológicas dos grandes players industriais que desempenham papéis principais em outras catapultas.³²⁵ O CDEC deve ser visto como uma outra, experiência importante, com implicações potencialmente significativas para a agenda de inovação da TSB na economia criativa. Mas isso também significa que ele precisa ser avaliada com rigor, a fim de avaliar o seu impacto, e aprender com ele.

Em outras partes do Reino Unido, os desafios da shoehorning empresas criativas em mecanismos de apoio à inovação do grosso da população tem levado ao desenvolvimento de pequena escala, mas mais direcionado iniciativas destinadas a incentivar a inovação criativa. Fundo de Inovação Indústrias Criativas do The Northern Ireland Executive é um exemplo, em que as empresas criativas podem solicitar apoio financeiro para empreender projetos de colaboração de P & D que atravessam as fronteiras sub-setor. Em sua primeira rodada, o Fundo distribuídos £ 4 milhões para empresas criativas, e dados preliminares de sua avaliação, sugerem que ele tem sido bem sucedida na promoção de actividades de inovação, com quase três quartos dos destinatários que afirmam ter desenvolvido novos produtos e serviços.³²⁶ O Fundo tem re-lançado com um adicional de £ 4 milhões de financiamento ao longo dos próximos três anos. Bem-vindo embora estas iniciativas são, eles são fragmentados e não resolver a incompatibilidade fundamental entre as necessidades da economia criativa e a abordagem de apoio à inovação mainstream.

Na área de clusters, no Box 6.2 nos propusemos algumas lições de experiências passadas em desenvolvimento de clusters que serão relevantes para os órgãos regionais e locais que tentam estimular a inovação e crescimento em suas economias criativas. Em particular, os legisladores devem resistir à tentação de construir clusters criativos greenfield, e em vez disso tomar um disco - e realista - olhar para os pontos fortes industriais existentes. Os procedimentos devem seguir uma 'abordagem data-driven' mais, mineração de dados para estabelecer onde há aglomerações 'latente' em suas regiões que, com o apoio certo, pode desenvolver a densa rede de redes que são favoráveis aos clusters, inovação e crescimento.³²⁷

A este respeito, iniciativas como o Mapa Tech City,³²⁸ Mapa Cluster Cambridge³²⁹ e Brighton fusível do AHRC³³⁰ são tentativas de adotar uma abordagem mais pragmática, consultivo e baseada em evidências para pólo de desenvolvimento que devem ser encorajadas e laminação mais amplamente³³¹ (e, no caso do Brighton Fuse, pelo menos, um que também reconhece as conexões complexas entre as artes sem fins lucrativos e infra-estrutura cultural e as indústrias criativas e digitais comerciais). iniciativas relacionadas na Escócia (como criativa Clyde),³³² Wales (a proposta de Cardiff Bay Indústrias Criativas Hub) e Irlanda do Norte (Fundo de Inovação de Indústrias Criativas, veja acima) refletem a crescente importância das estruturas políticas descentralizadas na concepção da política industrial e, em princípio, incluir a diversidade de D de base da economia criativa UK R & . Sem a capacidade de avaliar com rigor evidências e absorver lições, no entanto, grande parte da energia envolvida nesses numerosas iniciativas é susceptível de ser desperdiçado.

Caixa 6.2: sete regras para clusters criativos

- 1. Ser pragmático: Os formuladores de políticas seriam bem aconselhados a evitar tentativas de desejo para**
construir os clusters a partir do zero - exemplos de sucesso são poucos e distantes entre si, não menos importante porque novos clusters em uma indústria precisa para superar a massa crítica e vantagens de reputação apreciado por aqueles estabelecidos. Uma abordagem mais produtiva é construir em áreas ou nichos de força existente. Buscando dar um brotamento ou 'latente' aglomerado criativa para seu próximo nível é uma idéia melhor do que tentar gerar um do zero.
- 2. Seja data-driven: Os formuladores de políticas devem usar dados para identificar onde estão os**
áreas de força local existente. Isso inclui a medição do número, tamanho e trajetória das empresas locais em diferentes setores criativos, e os tipos de graduados e pesquisa que está sendo produzido por universidades locais. É simples de referência contra outros lugares usando dados do mercado de trabalho a partir de sites como Nomis das ONS (<http://www.nomisweb.co.uk/>). Os formuladores de políticas devem, contudo, ter em mente as limitações de fontes de dados oficiais, onde micro-empresas e freelancers muitas vezes sem representação, ou que possa deixar de capturar as actividades dos sectores emergentes, e explorar outras fontes potenciais de dados, como sites de redes sociais ou sites de empresas. Um exemplo é o uso de dados de registo Spotify no Relatório de Música Digital do BPI 2013 (https://www.bpi.co.uk/ativos/files/BPI_Digital_Music_Nation_2013.PDF)
- 3. pensar sistemicamente ...: clusters criativos estão em versões várias maneiras 'miniatura' de**
o sistema de inovação criativa retratada no Capítulo Cinco - incorporando um mercado de trabalho local (habilidades) e base de pesquisa, finanças, competição, colaboração e infraestrutura (física, digital e cultural) (embora os regimes de PI e de concorrência são concebidos e implementados a nível nacional). Isto significa que as intervenções discretas raramente será suficiente para apoiar o crescimento sustentável em um cluster - é importante prestar atenção a todo o sistema.
- 4. ...E ouça: Os formuladores de políticas devem adotar uma abordagem semelhante baseada em dados de**
identificar barreiras ao Pólo de Desenvolvimento e as possíveis soluções. Aprendendo com as experiências fora é importante, mas isso requer avaliações rigorosas de política de cluster e consulta detalhada com as empresas locais (http://www.nesta.org.uk/publications/working_papers/assets/features/the_effects_of_cluster_policy_on_innovation). Ao fazer isso, é importante para minimizar o risco de captura por interesses escusos locais por ouvir todas as vozes no cluster. Os formuladores de políticas devem reconhecer que as empresas criativas inovadoras com o maior potencial de crescimento, muitas vezes, ser aqueles com menos tempo para encontrá-los.
- 5. aumentar a visibilidade e fortalecer as redes: Um alheio, 'un-auto-consciente' massa**
de empresas criativas não vai beneficiar de transbordamentos de conhecimento ou de menores custos de transação. Os formuladores de políticas podem ajudar a remediar esta situação, apoio a redes empresariais locais e fazendo a ponte entre comunidades e grupos com recursos complementares e capacidades (por exemplo, conteúdo e empresas de mídia digital, ou artistas e tecnólogos). Este 'perfil-raising' também pode ajudar a destacar as oportunidades de trabalho locais para graduados criativas.
- 6. Investir nas pessoas, bem como edifícios: Os formuladores de políticas muitas vezes concebido**
intervenções para apoiar grupos em termos de novos edifícios - como incubadoras, bairros culturais e centros de artes icônicas - em vez de investimentos em habilidades criativas e empreendedoras. no entanto, é talento criativo que, em última análise, impulsiona a inovação e crescimento na economia criativa. Os formuladores de políticas devem sempre

pesar os custos de oportunidade de investimentos em 'tijolos e argamassa' contra os benefícios de outras intervenções (por exemplo, sessões de formação ou estágios profissionais e estágios para licenciados criativas) que podem ter saídas menos visíveis, mas ser mais benéfico a longo prazo.

- 7. instituições alavancagem âncora: As universidades têm um papel central a desempenhar na criativo** estratégia de desenvolvimento do cluster. Ao fazer isso, eles precisam pensar de forma holística sobre como suas funções diferentes (fornecedores de talento, pesquisa, redes, serviços de apoio, empreendedorismo e instalações) pode suportar clusters criativos locais. Isso pode obrigá-los a ponte silos disciplinares e departamentais (<http://www.brightonfuse.com/wp-content/uploads/2012/02/Brighton-fuse-universidades-e-CDIT-clusters.pdf>). Um exemplo vivo de onde isso está sendo feito é o VFX Hub Internacional no Centro Nacional de Computação Animação na Universidade de Bournemouth, que combina trabalho com as escolas locais, transferência de conhecimento através de doutorados na indústria, apoio ao empreendedorismo pós-graduação e acesso a instalações em um esforço para impulsionar pós-produção, animação e CGI em Bournemouth.

proposta três

o Governo deve fazer r & imposto d alívio mais acessível para empresas criativas. programas de estratégia de tecnologia deve ser ainda mais ampliado para atender as necessidades da economia criativa. regras dos contratos públicos deve ser alterado para abrir oportunidades para as empresas digitais menores. pesquisa de conhecimento conselho iniciativas de intercâmbio inter-disciplinares devem ser rigorosamente avaliados e as lições aplicado em um novo ciclo de investimento. Mais colaborações internacionais com centros de pesquisa principais devem ser encorajados.

proposta de quatro

formuladores de políticas locais devem observar o nosso guia de sete pontos para o desenvolvimento de clusters criativos.

7 acesso ao financiamento

1. Barreiras para financiar na economia criativa

A característica definidora do trabalho criativo - seu foco na geração de diferenças cuja forma final não pode ser totalmente especificado com antecedência - ecoa uma característica marcante da maioria dos mercados de produtos criativos, ou seja, que é extremamente difícil prever a demanda por um produto antes de ser lançado no mercado.

Há, é claro, diferenças entre os setores de serviços e de conteúdos criativos - a 'forma' de uma campanha publicitária encomendado por um cliente, por exemplo, tendem a ser mais bem especificado que a de um novo filme ou um consumidor **novo vídeo game alvo mercados**.³³³ **Mas mesmo lá, os requisitos de anunciantes podem mudar rapidamente (não menos importante por causa de interrupções de tecnologia, como aqueles que descrito no Capítulo Quatro).** Em outras palavras, há uma grande dose de incerteza nestes mercados criativos também. empresas criativas lidar em parte com esta situação através da organização de produção em torno de projetos que reúnem equipes sob medida de profissionais criativos por períodos limitados de tempo.

Embora esta 'especialização flexível' faz negócios criativos mais ágil e mais sensível às mudanças no mercado,³³⁴ **também** resulta na fragmentação industrial que descrevemos no Capítulo Cinco.

Juntamente com a incerteza que caracteriza os mercados criativas, isso exclui a maioria das empresas criativas de financiamento de empréstimos: não só é historial passado um guia menos confiável para o sucesso futuro, mas as empresas **criativas são menos propensos a ter ativos fixos que podem usar como garantia**.³³⁵ **Quais ativos eles têm - copyright no caso de** empresas de conteúdo - são intangíveis e muito mais difícil de valor e vender no caso de inadimplência. As mesmas incertezas significam que as empresas criativas enfrentam maiores barreiras ao acesso a financiamento de capital próprio também, porque os investidores exigem (proibitivamente) altas taxas de retorno para compensá-los para os riscos que correm.^{336, 337}

Mas sem acesso ao financiamento de empréstimo, muitas empresas criativas lutam para gerenciar seu fluxo de caixa. E sem financiamento de risco, há pouco espaço para o empreendedorismo ea assunção de riscos que eles precisam inovar e, portanto, crescer. Há uma preocupação perene que essas barreiras para financiar tornam difícil para o Reino Unido empresas criativas para **chegar a uma escala global (que por sua vez pode permitir-lhes diversificar os riscos do projeto)**,³³⁸ **ou para segurar sua propriedade intelectual (que eles podem precisar de vender para financiar seu próximo projeto)**.³³⁹ **A prova prima facie da existência** de tal acesso ao financiamento problemas é que muitos investidores parecem dispostos até mesmo a considerar as indústrias criativas como uma classe de ativos de investimento.³⁴⁰

O tamanho micro da grande maioria das empresas criativas do Reino Unido de fato sustenta muitos dos outros desafios discutidos neste manifesto: empresas menores normalmente não têm a capacidade de se envolver em R & D ou os incentivos para investir no capital humano de seus empregados. Eles não têm o poder de fogo para contestar titulares nos mercados criativos. A literatura aglomerados sugere que as grandes empresas em contraste pode agir como apoio cadeias de valor **completa dos inquilinos âncora "na economia local,**³⁴¹ **e também gerar spin inovador**

offs que mantêm grupos entrepreneurialmente renovados.³⁴² A enorme extensão dos desafios faz começar e crescer um assustador negócios criativos, mesmo para o mais experiente dos empresários.

E, no entanto, apesar da natureza endêmica desses problemas, indústrias criativas do Reino Unido não têm tradicionalmente feito um bom trabalho na articulação-los. Há uma desconexão marcante entre o volume de reclamações por líderes empresariais **criativas sobre os problemas de acesso ao financiamento**³⁴³ **eo volume de provas concretas disponíveis para apoiar as suas reivindicações.** Sem dúvida este é em boa parte reflete o fato de que muitas indústrias criativas não têm uma cultura de coletar e produzir os dados que os investidores precisam avaliar os riscos e tomar decisões de investimento informadas, e que as autoridades precisam criar intervenções. E onde há dados que ele tende a não estar disponível publicamente.³⁴⁴

Mas também é um reflexo do problema mais amplo que muitas empresas criativas falta o nous comercial para crescer seu negócio. A grande maioria das empresas criativas frequentemente não conseguem produzir planos de negócios formais (ou mesmo **informais**),³⁴⁵ **alimentando a percepção de que eles não são "investimento-pronto.**³⁴⁶ **Isto é especialmente problemático quando se considera que os investidores em geral tendem a ser muito menos familiarizados com os modelos de negócio que caracterizam as indústrias criativas.**³⁴⁷

O que pouca evidência quantitativa existe tem, no entanto apoiar a visão de que no Reino Unido empresas criativas enfrentam barreiras para financiar que os impedem de escala.

Um estudo econométrico encomendado pelo DCMS e BIS de pesquisadores da Warwick Business School em 2011 revelou que em estágio inicial pequenas e médias e empresas nas indústrias de software e de conteúdo, como rádio e TV, Publishing and Film, enfrentaram maiores dificuldades em adquirir financiamento de empresas com perfis de risco semelhantes em outros **setores, e que isso teve um impacto material sobre sua capacidade de crescer.**³⁴⁸ **empresas de conteúdo, o estudo concluiu,** foram desencorajados até mesmo de buscar financiamento externo em primeiro lugar.

Curiosamente, parece que no Reino Unido as empresas criativas com o potencial de crescimento mais promissor são adquiridos por (muitas vezes EUA) multinacionais globais. Um exemplo de um fenômeno mais amplo provável - e parte de um debate geral sobre **as atitudes dos líderes empresariais britânicos para sair**³⁴⁹ - **isso é algo que também tem sido associada a problemas técnicos com o funcionamento dos mercados de capitais do Reino Unido, que fazem 'vender' para concorrentes do exterior mais atraentes do que uma lista bolsa.**³⁵⁰ **Embora, é claro aquisições no exterior precisa haver nenhuma coisa ruim para o Reino Unido - que depende do preço pelo qual as empresas são adquiridas - há casos de alto perfil, onde empresas britânicas parecem ter sido 'esvaziadas' após a tomada, o que significa que o Reino Unido perdeu para fora nos benefícios auxiliares de ter empresas criativas do Reino Unido de propriedade.**³⁵¹ **Assim, por exemplo, os desenvolvedores de jogos Bizarre Creations (assumidas por jogos americanos gigante Electronic Arts) e preto Software Rock (adquirida pela Disney) foram encerrar quase cinco anos depois de ser retomado. Web 2.0 querida Dopplr todos, mas desapareceu do mapa depois de ser comprada pela Nokia.**³⁵² **Há também uma percepção relacionada que as receitas ganhos de capital impostos que são gerados para o Ministério das Finanças britânico de one-off de vendas do Reino Unido empresas criativas para compradores estrangeiros são muito menores do que as receitas fiscais que teria acumulados de lucros corporativos se as empresas tinham vez foi retido no Reino Unido.**³⁵³

Outra variação sobre o tema que a do Reino Unido empresas criativas 'vender precoce' e não conseguem captar plenamente o valor comercial de sua engenhosidade e inovação, está na chamada 'propriedade intelectual pobreza armadilha', onde a sugestão é que as empresas de conteúdo do Reino Unido em setores como o filme, publicação e jogos de vídeo não tem outra opção a não ser **vender seu IP para poderosos (no exterior) gatekeepers a fim de completar seus projetos e trazer seu conteúdo para o mercado.**³⁵⁴ **Ao fazê-lo, argumenta-se, eles abandonar os futuros royalties que eles poderiam ter de outra forma reinvestidos no crescimento de seus negócios.**

Esta característica estrutural da criativas mercados de conteúdos criativos do Reino Unido ajuda a explicar por que, por exemplo, mesmo que um terço dos 200 filmes de maior bilheteria na sede mundial caixa feita entre 2001 e 2012 foram produzidos ou originados **no Reino Unido**,³⁶⁵ a indústria cinematográfica do Reino Unido ainda tem produção e distribuição muito poucas empresas de escala global. A empresa britânica de produção de filmes mais conhecidos, Working Title, é de propriedade da NBCUniversal. eOne, o distribuidor de cinema independente baseada no Reino Unido de maior sucesso, é de propriedade canadense.

Muitas vozes em economia criativa do Reino Unido estão preocupados que esta armadilha da pobreza IP pode, se não forem tomadas, transformar o Reino Unido em uma nação de 'trabalho-para-contratar' empreiteiros criativas, competindo com os seus homólogos estrangeiros sobre o custo, em vez de fundamentos de qualidade, e não apreciando a cabeça quando seus projetos criativos são um sucesso.³⁶⁶ **Evidência do projeto de pesquisa AHRC Brighton Fuse suporta a ideia de que empresas do Reino Unido não conseguem segurar o IP que geram: apenas 15 por cento das empresas criativas e digitais produtoras de direitos autorais que foram pesquisados royalties identificados como uma importante fonte de receitas (em contraste, 71 por cento disseram que os serviços business-to-business foram significativas).**³⁶⁷ **empresas de conteúdo também foram duas vezes mais provável que os outros para relatar o acesso ao financiamento questões como uma barreira significativa para o crescimento do negócio.**³⁶⁸ **Uma amostra de 30 empresas líderes jogos de vídeo consultados pela Games Investor Consulting para Nesta, em 2009, afirmou que o desenvolvimento IP original no Reino Unido estava em declínio, ou tinha parado completamente.**³⁶⁹

Mas talvez o mais gritante indicação de acesso ao financiamento problemas na economia criativa do Reino Unido em 2013 está na falta de jovens, empresas nativas digitais com uma escala verdadeiramente global. Sem exceção, os grandes do Reino Unido empresas criativas mencionados no Capítulo Cinco são todas as décadas: Pearson foi criada em 1841, e Burberry em 1856. WPP foi fundada em 1971 e EMI (agora, claro, de propriedade da Universal Music Group) em 1931. A situação em que os EUA não poderiam ser mais diferentes, com Amazon tendo sido fundada em 1996, o Google em 1998, o Facebook em 2004 e Zynga, em 2007. Poderíamos também olhar para Israel, que alcançou a maior concentração de empresas start-up de alta tecnologia em qualquer lugar fora do Vale do Silício, em menos de duas décadas.³⁶⁰ **indústria de alta tecnologia agora responde por mais de 54 por cento das exportações industriais de Israel e mais de 26 por cento das exportações do país.**³⁶¹

O reconhecimento de que economia criativa do Reino Unido enfrenta o acesso ao financiamento problemas, e a crença de que a política pode fazer algo para ajudar, explica por que os líderes indústrias criativas do Reino Unido criaram um grupo de trabalho específico sob o Conselho de Indústrias Criativas de olhar para estas questões (em qual de autor deste manifesto se senta.)³⁶²

2. o papel da política

Claro, as preocupações que as empresas inovadoras nas enfrentam barreiras do Reino Unido para obter financiamento, vão muito além da economia criativa. Há queixas de longa data, por exemplo, que os bancos britânicos não são sensíveis às **necessidades das PME.**³⁶³ **E durante anos houve uma conversa de um 'equity gap' impedindo empresas do Reino Unido em sectores inovadores e de alta tecnologia de realizar seu potencial de crescimento**³⁶⁴ - uma situação que tem sido feito ainda pior pela crise de crédito atual. O Governo tem tentado resolver esses problemas através de uma série de intervenções políticas.

Algumas delas são destinadas a melhorar o acesso ao financiamento bancário. Isso inclui financiamento para empréstimos,³⁶⁵ de Finanças de Garantia Empresa,³⁶⁶ garantia de empréstimos Nacional ea Parceria Finanças Negócios (que visa aumentar a diversidade de fontes de financiamento para empresas do Reino Unido).³⁶⁷ Estes programas variadamente utilizar fundos públicos para reduzir os custos dos empréstimos para as PME, quer através do financiamento de empréstimos para os próprios bancos a taxas de juros abaixo do mercado ou utilização de fundos públicos como garantia para empréstimos bancários sem garantia, com a intenção de aumentar os empréstimos bancários a empresas que não têm os recursos que poderiam ser usados como garantia. O Banco de Negócios, que começará a funcionar em 2014 também procura melhorar o acesso ao crédito para as PME.³⁶⁸

O governo também tem incentivado o investimento de capital privado em empresas do Reino Unido, de duas maneiras principais.

Em primeiro lugar, através de regimes fiscais eficiente permitindo aos investidores para reivindicar renda e benefícios fiscais de capital em seus investimentos de capital em empresas de qualificação. Estes esquemas incluem o regime de investimento da empresa Sementes (SEIS) voltado para empresas menores, empreendedoras (as empresas podem usá-lo para levantar até £ 150.000 por ano),³⁶⁹ **Esquema Empresa de Investimento (EIS, com um limite de até £ 5 milhões por ano),**³⁷⁰ e **Venture Capital Trusts (VCT, onde os investidores comprar ações de um fundo de capital de risco qualificado que, posteriormente, investe-lo, com um investimento máximo de £ 5 milhões por empresa por ano).**³⁷¹

Em segundo lugar, através de fundos de capital de risco publicamente apoiados operam sob o guarda-chuva de Capital **para Empresas (CfEL), uma sociedade gestora de fundos de propriedade da BIS.**³⁷² **portfólio CfEL inclui 12 Enterprise Capital Funds, o Fundo de Investimento Inovação do Reino Unido, e o-Investment Co Fundo Negócios Angel (que co-investe com sindicatos de 'business angels').**

Além dessas intervenções fiscais específicas, o governo e o Banco da Inglaterra estão prestando cada vez mais atenção ao funcionamento do mercado de capitais do Reino Unido, e como eles podem ser regulados de forma a incentivar mais 'paciente' e 'orientada a longo prazo' empréstimos e investimento a apoiar sectores inovadores com elevado potencial de crescimento. A Kay Revisão da UK Equity Markets publicados em 2012 concluiu que *"Visão de curto prazo é um problema nos mercados de ações do Reino Unido."*³⁷³ Em 2012, o Governo também anunciou que estava trabalhando com a London Stock Exchange de reduzir a regulamentação (como regras sobre 'free float', critérios de elegibilidade e requisitos de notificação), de modo a tornar mais fácil **para as empresas de crescimento médias para listar sua ações em Londres em vez de busca de capital nos EUA.**³⁷⁴ No início de 2013, a London Stock Exchange anunciou que estaria criando um 'Segmento de Alto Crescimento' para pequenas e médias empresas que procuram capitais no caminho para a listagem no mercado principal.³⁷⁵

Indo além destes esquemas 'setor agnóstico' e mudanças na regulação, bombeia o governo do Reino Unido quantidades **significativas de financiamento para a economia criativa através da radiodifusão pública,**³⁷⁶ **fundos de loteria**³⁷⁷ e **créditos fiscais de produção**³⁷⁸ **para filmes culturalmente britânicos.**³⁷⁸ **Embora este alívio fiscal é formalmente justificada como uma intervenção cultural -** financia a produção de filmes 'culturalmente britânicos' em conformidade com as regras relativas aos auxílios estatais da UE - na prática, faz com que o Reino Unido um local mais atraente para a produção de filmes comerciais. Ele ajuda a explicar por que em 2010 o Film comissário britânico poderia alegar que era 40 por cento mais barato para fazer um filme no Reino Unido do que nos **EUA e 7 por cento mais barato do que mesmo na Tchecoslováquia, apesar de custos trabalhistas mais baixos lá.**³⁸⁰ **O atual governo também aprovou créditos fiscais de produção de animação, drama 'high end', e jogos de vídeo amplamente ao longo das linhas do alívio fiscal filme, embora com modificações que reconhecem as especificidades tecnológicas e de negócios dessas outras indústrias. Estas medidas foram introduzidas no orçamento da Primavera de 2013.**

Os valores envolvidos em toda essa atividade pública são muito importantes: em 2012, Nesta estima que o financiamento público apoiado para as empresas em estágio inicial (incluindo Enterprise Capital Funds, regime de investimento empresa de sementes, o regime de investimento da empresa, Venture Capital Trusts, o negócio -Co Investment Fund anjo e do Fundo de Crescimento precoce) **durante sua atual rodada de financiamento foi no valor de £ 773 milhões no total.**³⁸¹ **A Garantia Finanças Empresa representa um compromisso de £ 379 milhões.**

Em 2011, o British Film Institute gastou £ 104 milhões (o que inclui quase £ 35 milhões de fundos de loteria gastos na **produção e distribuição de filmes),**³⁸² e Arts Council England £ 604 milhões (incluindo £ 450 milhões em subvenção-in ajuda do Governo, e £ 151 milhões da Loteria Nacional).³⁸³ Desde 2007, HMRC pagou £ 789 milhões por conta de benefícios fiscais à **produção cinematográfica.**³⁸⁴ **A BBC sozinho gastou £ 1 bilhão no conteúdo UK-produzido em 2010-**

O que tem todas essas intervenções significou para o acesso ao financiamento em economia criativa do Reino Unido?

Uma das maiores dificuldades em responder a esta pergunta é que poucos dados estão disponíveis ao público sobre finanças quantas empresas criativo ter acessado através dos vários esquemas, e onde eles têm, o que tem sido o impacto? Indo além das preocupações mais amplas sobre a eficácia das medidas, como capital de risco apoiado publicamente,³⁸⁶ tem havido queixas sobre a forma como alguns desses esquemas *de fato* excluir empresas criativas (ecoando as preocupações sobre o alívio fiscal à I & D que discutimos no Capítulo Seis). Assim, por exemplo, a percepção geral que as empresas criativas em setores como a música estava sendo negado o acesso ao Garantia de Finanças da empresa pelos bancos porque 'a música é muito arriscado um setor' levou Select Committee do BIS para reivindicar em 2010 que era *'Inaceitável que o sector das indústrias criativas - que gera cerca de £ 4 bilhões por ano no Reino Unido e é um dos seis setores designados pelo Governo como sectores de crescimento - [foi] efetivamente sendo excluídos desta avenida de financiamento.'*³⁸⁷

Um relatório Demos 2011 argumentou que o tratamento de pagamentos de royalties no EIS reduziu sua utilidade para as empresas de direitos autorais.³⁸⁸ Em um estudo de project finance 2010, Nesta identificadas características do EIS e VCTs que criaram barreiras à sua utilização no sector dos jogos de vídeo.³⁸⁹

E em sua apresentação à Cultura e 'Apoio à Economia Criativa' da Media Select Comissão de Inquérito, casa de investimento Ingenious mídia afirmou que a confusão e lentidão na gestão da DIA a HMRC foi ter efeitos adversos sobre o investimento em empresas criativas.³⁹⁰

O relatório de dezembro de 2012 para o Conselho Indústrias Criativas de seu acesso ao Grupo de Trabalho Finanças ecoou estas questões na sua chamada para o Governo a empreender uma revisão sistemática das intervenções existentes para garantir que eles não discriminem empresas criativas. Ele também recomendou a criação de novos sistemas, tais como garantia de financiamento dedicado a melhorar o acesso ao crédito bancário para as indústrias criativas, e uma oferta setor para a Parceria Finanças Negócios que é a criação de fundos para agir como novas fontes de empréstimos para empresas do Reino Unido, indo além de bancos.³⁹¹ Ele também propôs uma série mais ampla de medidas para melhorar a sensibilização e de aceitação das iniciativas existentes e as intervenções de política industrial para aumentar o investimento em prontidão das empresas criativas, incluindo iniciativas públicas para melhorar a ligação em rede entre as comunidades criativas e de investimento.³⁹²

Julgando o impacto dos vários subsídios e benefícios fiscais é realmente mais difícil do que poderia parecer, dada a disponibilidade de estudos de impacto económico publicado por instituições culturais subsidiados³⁹³ eo agora extinto UK Film Council.³⁹⁴ Isso ocorre porque as organizações de comissionamento tiveram fortes interesses na apresentação de medidas de apoio em uma luz positiva, ea independência dos resultados têm, portanto, sido questionada. As intervenções nunca foram projetados, e os dados coletados pelos formuladores de políticas, para permitir a sua avaliação rigorosa.

Dito isto, é difícil questionar que medidas como a redução de impostos filme ter tido muito fortes impactos positivos, atraindo o investimento estrangeiro direto na capacidade de produção de filmes do Reino Unido,³⁹⁵ e os efeitos colaterais benéficos como apoiar o crescimento do conjunto de efeitos visuais no Soho de Londres (mesmo que seja difícil estimar o crescimento dos sectores teria sido na ausência de investimento público).³⁹⁶ Da mesma forma, é evidente que o investimento pelas emissoras de serviço público do Reino Unido, apoiado por medidas como os termos de troca para os produtores independentes de televisão,³⁹⁷ e passar pelo setor público mais amplo sobre mídia digital,³⁹⁸ tem sido um importante impulsionador do crescimento em setores da mídia do Reino Unido.

3. nossas recomendações

Uma série de princípios claros emergir da nossa análise que ecoam as prioridades de acesso das Indústrias do Conselho criativa para o Grupo de Trabalho Finanças. Para a política, acima de tudo é que o Governo deve prestar atenção explícita às necessidades das empresas criativas durante a concepção e gestão de programas gerais de apoio ao financiamento ea assunção de riscos na economia do Reino Unido.

Mas para permitir isso, e por sua vez, empresas criativas precisa de uma mudança radical em suas atitudes a dados financeiros e económicos. Não só a produção e partilha de dados mais rigorosa e atempada iria informar o desenho de intervenções políticas, seria também, fundamentalmente, abrir as portas para novas fontes de financiamento privado. Da mesma forma que levou os decisores políticos mainstream para questionar a susceptibilidade das indústrias criativas para intervenções estratégicas, uma atitude ambivalente com dados tem contribuído para a percepção de que empresas criativas não são uma proposta séria para os investidores. provas de avaliação duro ausente, gostaríamos de advertir contra a introdução de acesso específico do setor novo para programas de financiamento, ³⁹⁹

Nós não temos nenhuma dúvida de que os novos créditos fiscais de produção para empresas do Reino Unido fazer animações, teatro high-end e jogos de vídeo vai ajudar a nivelar o campo de jogo em relação aos concorrentes subsidiados em países como Canadá, França, Singapura, Austrália e Irlanda e atrair para dentro investimento, da mesma forma que fez com a indústria cinematográfica. Eles **também podem ajudar a conter a fuga de cérebros de talento fora do Reino Unido nestas indústrias.** ⁴⁰⁰ Mas, por conta própria, nós não acreditamos que eles vão ajudar o Reino Unido a crescer empresas criativas da escala necessária para colher as maiores **recompensas na economia criativa (a experiência da indústria cinematográfica britânica é instrutiva a este respeito).** ⁴⁰¹ Evidência do Canadá sugere que generosos subsídios para o desenvolvimento de jogos têm até agora não conseguiu catalisar um setor jogos indígenas forte - um relatório de 2010 estima-se que 90 por cento da força de trabalho de desenvolvimento em Montreal trabalhou para estúdios de propriedade estrangeira, e questionou se os regimes existentes eram adequados para os desenvolvedores menores (ver Caixa 7.1 abaixo). ⁴⁰²

Também será importante monitorar o novo benefício fiscal proposto para assegurar que prevê incentivos para as empresas mais inovadoras, sejam eles novos empreendimentos ou jogadores estabelecidos que estão empurrando o envelope da prática da indústria, como é para essas empresas nossa análise sugere que as falhas de mercado são maiores. A atenção que HMRC pagou a pontos técnicos realizados pela indústria de jogos de vídeo no Reino Unido durante a consulta sobre o crédito de imposto de produção de jogos (a fim de evitar favorecer indevidamente os desenvolvedores de jogos embalados contra os móveis online e) está incentivando a este respeito. ⁴⁰³

Caixa 7.1: r & fiscais d créditos e as indústrias criativas no Canadá

Canadá é talvez o exemplo mais claro recente de como as medidas fiscais podem ser usados para 'prime bomba' economia criativa. Três províncias em particular - British Columbia (Vancouver), Ontário (Toronto) e Quebec (Montreal) - têm atraído a atenção internacional para os seus créditos fiscais. A indústria de jogos de vídeo canadense tem experimentado rápidas taxas de crescimento (c. 11 por cento ao ano), e agora emprega quase 16.000 pessoas e gera US \$ 1,7 bilhões de valor acrescentado bruto, tornando-se o terceiro maior território desenvolvimento de jogos do mundo, atrás os EUA ea Japão.

história de crescimento do Canadá não é apenas sobre créditos tributários-agarrando manchete, no entanto. incentivos fiscais de produção são uma parte de um ecossistema maior apoio ao setor de jogos de vídeo, incluindo os créditos fiscais à I & D, um sistema educacional forte e acesso à universidade

pesquisa. Telefilm, a agência audiovisual nacional também administra o Fundo de mídia Canadá, que fornece financiamento para a produção de conteúdo interativo mídia digital.

incentivos fiscais do Canadá vão muito além do desenvolvimento de jogos de vídeo em outras áreas das indústrias criativas, incluindo música e gravação de som, edição de livros e produção de filmes e TV, todas as áreas em que o país tem alcançado um sucesso considerável nos mercados internacionais. No entanto, é os créditos fiscais muito agressivos para a produção de jogos de vídeo (tão alto quanto 40 por cento dos custos do trabalho para as atividades de produção de conteúdo em caso de Quebec) que receberam maior atenção internacional. Eles são amplamente creditado por ter atraído para o Canadá alguns dos maiores nomes da indústria de jogos de vídeo, incluindo Electronic Arts, Ubisoft, THQ e Warner Bros. Estas empresas 'âncora' trouxeram com eles de alto perfil e elogios (que atrai high-end talento e mais investimento),

Alguns desenvolvedores têm reclamado que os incentivos fiscais existentes nem sempre são adequados para pequenos estúdios que trabalham em segmentos de jogos mais recentes, como social e móvel. Uma pesquisa recente da indústria, por exemplo, descobriu que uma grande proporção de inquiridos considerou que os regimes de incentivo do governo foram projetados principalmente para beneficiar grandes desenvolvedores e editores. A abordagem típica é para os créditos tributários a acumular retrospectivamente - em outras palavras, as empresas devem primeiro passar o dinheiro e então reivindicar o desconto. Embora seja possível estruturar contas de uma forma tal que o crédito fiscal é recebido com antecedência, o que normalmente exige habilidades de contabilidade que estão fora do alcance de muitos pequenos desenvolvedores. Como Jens Uwe Intat, Vice-presidente Sênior Europeia da Electronic Arts colocou: *“Os créditos tributários são bons para as pessoas que são bons em fazer dinheiro.”*

Outra característica dos créditos tributários do Canadá é que eles só estão disponíveis para o desenvolvimento de conteúdo criativo, que exclui o desenvolvimento de plataformas de Internet. O desenvolvimento de um Facebook canadense ou Google, por exemplo, não teria sido apoiada pelos créditos fiscais.

Claro, os créditos tributários têm custos para o erário público também. Há indicações no Canadá que o Governo está cada vez mais preocupado com a escalada da lei alívio fiscal do país. Desde o primeiro-ministro Stephen Harper tomou o poder em 2006, o custo de diversas medidas de alívio fiscal cresceu canadense \$ 20 bilhões (Goar, 2012). Tudo isso enquanto Ontário supostamente concedido Ubisoft um canadense \$ 263 milhões em créditos fiscais e subsídios em 2009. Uma pesquisa recente da indústria confirma que o futuro aperto de apoio do governo é percebido como a terceira maior risco para o setor, refletindo a crescente inquietação sobre a dependência da indústria em subsídios, e levantando questões sobre a sustentabilidade a longo prazo das abordagens fiscais agressivos para a edificação da economia criativa.

fontes:

CBC News (2010) 'Uma oportunidade perdida: A evolução dos jogos de vídeo no Canadá' [Online] Disponível em: <http://www.cbc.ca/news/technology/story/2010/09/09/f-videogames-history-part-two.html> [Acessado em 25 January de 2013]

Gamasutra (2010) Entrevista: Jason Della Rocca em quebrar hold benefícios fiscais. [Online] Disponível em: http://www.gamasutra.com/view/news/29311/Interview_Della_Rocca_On_Breaking_Tax_Breaks_Hold.php [Acessado em janeiro 2013].

Goar, C. (2012), 'Benefícios fiscais deixar buraco no orçamento federal'. Disponível em: http://www.thestar.com/opinião/editorialopinion/2012/01/13/tax_breaks_leave_gaping_hole_in_federal_budget.html (última acessado em 11 de abril de 2013).

Os formuladores de políticas devem também manter um olhar atento sobre as recentes inovações no mercado de capitais, onde as tecnologias digitais estão em algumas áreas começam a colmatar as lacunas de longa data entre a oferta ea procura de financiamento de risco. Eles devem assegurar que os regulamentos não inadvertidamente ficar no caminho de tais soluções orientadas para o mercado **de barreiras ao financiamento, nomeadamente crowdfunding, ⁴⁰⁴ peer-to-peer de empréstimo ⁴⁰⁵ e finanças factura. ⁴⁰⁶ Há numerosos** exemplos de isso acontecer: as políticas do Governo para incentivar o investimento de capital de risco em inovação, como EIS eo esquema Empresa incentivos à gestão normalmente não se aplicam a empresas de serviços financeiros, nem ECF pode investir nelas. reguladores financeiros são muitas vezes suspeitas de novos operadores, criando uma incerteza considerável para financiar start-ups. Por causa das barreiras para financiar eles enfrentam, as empresas criativas são especialmente atingida por esse preconceito **regulamentar contra novos modelos de financiamento. ⁴⁰⁷**

Indo além disso, organismos como a London School of Economics Comissão Crescimento uniram Nesta em chamar para quaisquer bancos apoiadas pelo Estado que são configuradas para canalizar capital para financiar a inovação por parte das empresas de alto **crescimento. ⁴⁰⁸ Instamos os responsáveis políticos para incluir empresas criativas inovadoras na sua competência. ⁴⁰⁹**

proposta dos cinco

Governo deve garantir que seus esquemas de financiamento de negócios genérico não discriminem empresas criativas, e que os regulamentos ajudar o desenvolvimento de plataformas de Internet financeiras (tais como sites de crowdfunding). provas concretas ausente sobre sua eficácia, o governo deve resistir a introdução de novos programas de financiamento específicos do sector. A maior prioridade é coordenar a recolha e publicação de dados amigável aos investidores através do Conselho indústrias criativas, apoiando assim o desenvolvimento de um mercado mais espessa para financiamento de risco.

8 Artes e Cultura

1. A economia mista

O economista John Maynard Keynes, que, pela primeira vez colocado o financiamento público para as artes em uma base firme através da fundação do Conselho de Artes em 1946, não foi assim por diante econômico, mas razões culturais:⁴¹⁰

"Nós somos capazes de desligar o sol e as estrelas, porque eles não pagar um dividendo. Londres é uma das cidades mais ricas da história da civilização, mas não pode 'pagar' os mais altos padrões de realização dos quais seus próprios cidadãos vivos são capazes, porque não fazer 'remuneração'. Se eu tivesse o poder hoje, eu certamente deve expor para dotar nossas cidades de capital com todos os pertences das artes e da civilização sobre os mais elevados padrões de que os cidadãos de cada eram, individualmente, capaz, convencidos de que o que eu poderia criar, eu poderia pagar ... "

Hoje, o financiamento público é a pedra angular da economia artes Reino Unido, supostamente fornecendo mais de metade da renda das artes e sector cultural, contra a de um terço retirados de bilheteria e outras receitas comerciais eo restante de patrocínios e doações.⁴¹¹ Há um debate constante sobre este equilíbrio, o que é mais inclinado para o erário público do que nos Estados Unidos e menos do que na Alemanha.⁴¹² O atual Governo do Reino Unido salienta a importância de contribuições filantrópicas,⁴¹³ mas não há nenhum sério desafio para o impulso do argumento de Keynes: o financiamento público das artes é justificado porque ele oferece uma série de benefícios públicos.

A ausência de desafio para essa ortodoxia parece refletir a opinião pública. Ipsos-MORI relata que 24 por cento do povo britânico está mais orgulhoso da 'nossa cultura e das artes', à frente de equipes de esportes britânicos '(10 por cento) e 'negócios britânicos'(4 por cento), embora um pouco atrás 'A família real' (36 por cento) e 'O NHS' (37 por cento),⁴¹⁴ e as pesquisas mostram um crescente nível de participação em artes e actividades de património.⁴¹⁵ A BBC, uma organização cultural carro-chefe, tem mantido um alto nível de confiança do público ao longo de muitos anos, apesar de numerosas controvérsias.⁴¹⁶

Também é verdade, porém, que nos últimos anos argumentos econômicos tornaram-se muito mais proeminente entre Reino Unido financiadores de artes. Decorre da necessidade crescente para justificar despesas artes contra prioridades concorrentes na despesa pública (em um momento de restrições ferozes).⁴¹⁷ Ele também reconhece a emergência de um sector artes comerciais substanciais, com o rápido crescimento do cinema, televisão, rádio e indústrias de música gravada e o posicionamento deles no centro da política de indústrias criativas no final de 1990.

2. valor econômico e valor cultural

argumentos econômicos para o financiamento público das artes e da cultura tiveram pouca tração com líderes culturais do Reino Unido.⁴¹⁸ Este é, sem dúvida, em parte explicada pela sua aversão à linguagem da economia ('produtos' e 'serviços') quando as decisões da maioria dos artistas e os públicos que se envolver com, são feitas em estética, emocional, espiritual ou intelectual ('intrínseco'), não utilitária, motivos.

Houve uma falta de vontade correspondente de economistas de se envolver com as artes e a cultura. 'Economia Cultural' como uma disciplina define-se na categoria temido Z 'Outros Tópicos Especiais', no Jornal de classificação oficial do Economic Literature de pesquisa econômica. Onde houve o trabalho - principalmente por consultorias econômicas que foram especialmente encomendados para fazê-lo, não por acadêmicos independentes - tem sido na área de 'impacto econômico': a estimativa das conseqüências de emprego e de produção das actividades culturais específicos. Enquanto uma parte necessária do kit de ferramentas para os decisores políticos para quem a cultura é um locus para o desenvolvimento econômico, estudos de impacto econômico não medem o valor da cultura, nem necessariamente fornecer justificativas para porque o financiamento público é necessária para apoiá-lo.

Um dos poucos exemplos publicados de avaliação econômica - uma avaliação contingente (disposição a pagar) estudo da **Biblioteca Britânica, em 2003 - concluiu que os valores 'não-uso' representaram a maioria de valor global da British Library.** ^{419, 420} Outros estudos não abordaram questões de valorização utilizando as ferramentas empíricas endossados, por exemplo, o Livro Verde do Tesouro ⁴²¹ - Guia do governo de análise custo-benefício. Isto contrasta com outras esferas complexas, tais como meio ambiente e saúde, onde os economistas públicas têm anexado com sucesso números para o valor dos bens e serviços que não são mediados principalmente através de mercados.

Em vez disso, os financiadores no sector das artes do Reino Unido foram deslumbrado com a nevasca de estudos de impacto económico, que usam nenhuma metodologia consistente e são de qualidade variável da execução. Os exemplos mais pobres qualidade têm arrastado para baixo como os mais bem executados são percebidos e, numa variante do dilema dos prisioneiros, as organizações se sentiram obrigadas a encomendar estudos de impacto económico, porque os outros fizeram. Ninguém queria sofrer a desvantagem de falta de estimativas de impacto. Mas, quando os números não têm empilhados em conjunto, ⁴²² o resultado foi que os públicos-alvo

- **mais obviamente os encarregados de financiamento - não creram os resultados.** ⁴²³ Dilemas dos prisioneiros só pode ser resolvido por uma liderança decisiva, que tem a data faltado. A escassez de estudos de avaliação económica rigorosa na área cultural deixou as artes aberto a julgamentos expressos em termos instrumentais bruto, de um tipo que Keynes teria abominado. ⁴²⁴

Por que as coisas são diferentes no ambiente e na saúde? Sugerimos, porque tem havido mais determinado e liderança **imaginativa. A publicação em 2011 de Avaliação de Ecossistemas nacional do Reino Unido** ⁴²⁵ foi uma análise quantitativa independente e peer revisado inovador do valor do ambiente natural do Reino Unido e os serviços que presta. Este ofereceu uma base de evidências usando toda a panóplia de técnicas que os economistas usam para valorizar os bens públicos, incluindo avaliação contingente e bem-estar subjetivo. A avaliação foi o resultado de uma ampla parceria de departamentos e agências governamentais, governos locais, ONGs e conselhos de investigação. Crédito também vai para o Comitê de Auditoria da Câmara dos Comuns Ambiental que, em 2007, chamado para esta avaliação radical.

Aqui está uma abertura para novo projeto da AHRC sobre o valor cultural. Sob a liderança do Professor Crossick, ele estabeleceu *"Para esclarecer o entendimento de uma área muitas vezes dominado pela afirmação orientada para a investigação"* e entender *"Um problema complexo muitas vezes simplista."*

A AHRC, anunciando o projeto, acrescentou: *"É amplamente entendido que a cultura traz benefício económico considerável para o Reino Unido, incluindo as artes e indústrias criativas. Mas há também um consenso generalizado de que para entender esses benefícios em termos económicos é o único a perder algumas das contribuições mais importantes que as artes e a cultura trazem para os indivíduos e a sociedade. O desafio é desenvolver perspectivas adicionais que são persuasivas no método e oferecem detalhes convincente e substância."* ⁴²⁶ Esta é uma iniciativa muito bem-vindos e que exigirá pensamento interdisciplinar em uma escala considerável. ⁴²⁷

Há necessidade de rigorosa pesquisa também na área de benefícios colaterais de artes públicas e gastos cultura para as indústrias criativas comerciais e vice-versa. Ed Vaizey MP, que

tem sido o ministro encarregado das artes e indústrias criativas em toda a vida do atual governo de coalizão do Reino Unido é um que freqüentemente chama a atenção para essa simbiose:

“Acredito firmemente que as linhas continuarão a se confundir entre o que consideramos a ecologia arte e da economia criativa”,⁴²⁸ ele escreveu em um prefácio a um relatório do Conselho de Artes da Inglaterra, que se propôs a definir “Uma abordagem que investe na interface entre a ecologia artes e da economia criativa.” Este relatório continua a reconhecer que “Há agora um crescente reconhecimento de que os fluxos ou cadeias de valor que ligam os vários elementos dentro do setor de artes são mais sutil e complicado” que às vezes retratado.⁴²⁹

O propósito deste capítulo não é analisar essas ligações por si só⁴³⁰ ou para debater a nível global de financiamento. Como observado anteriormente, este último é ditada tanto por julgamentos sobre o valor cultural (que não tem uma unidade de medida comum) como econômico. Nossas próprias simpatias fortemente com a visão de Keynes de que os benefícios sociais não-monetisables justificar níveis saudáveis de financiamento público para as artes. Mas também acreditamos que onde justificativas econômicas são dadas para o financiamento público devem ser feitas com base em avaliação econômico, não apenas a avaliações de impacto econômico, e que os esforços muito maiores precisam ser feitas para entender a relação entre os valores económicos e culturais.

Em vez disso, e de acordo com a tese mais ampla deste manifesto, vamos explorar a resposta de artes e organizações culturais para o surgimento de tecnologias digitais para que possamos entender se uma melhor resposta dirigida e gerida pode agregar valor não só para a contribuição feita pela artes em si, mas em toda a economia criativa Reino Unido em geral. Com base em estudos Nesta anteriores, que argumentam que o sector cultural tem um 'problema inovação' em relação ao digital, mas que existem bons exemplos de aprendizagem peer-to-peer e uma série de iniciativas úteis a partir do qual mais inovação pode desenvolver.

3. Inovação: um problema e uma oportunidade

Não há dúvida de que o surgimento da Internet e das tecnologias digitais associados incidem sobre o mundo do museu, a biblioteca, o teatro, a ópera ea galeria de arte em uma variedade tão ampla de maneiras como eles fazem sobre empresas criativas comerciais, com a importante diferença de que um modelo de negócio com financiamento público, como o da Royal Opera House ou a BBC, é menos vulnerável às circunvoluções de publicidade online que até interromperam modelos de negócios da mídia comercial.

Em outros aspectos, as ameaças e as oportunidades estão conectados, embora não idênticas. As tecnologias digitais potencialmente transformar o acesso às artes como eles fazem para obras publicadas e registradas comerciais, mas as formas de arte, onde o produto principal é aparecem performance ao vivo a ser menos em risco de canibalização de audiências do que **as gravadoras e editoras de livros.**⁴³¹ **instituições culturais, tais como galerias de arte e museus que têm exposições online é provável encontrar estes recruta, não canibalizar, atendimentos em exposições físicas.**⁴³² **Muitas artes e organizações culturais** irão compartilhar as preocupações das empresas comerciais sobre violação de direitos autorais online, mas nem todos são fortemente centrada na proteção da propriedade intelectual. Bibliotecas e outras instituições de memória campanha para facilitar o acesso 'obras órfãs' e outros 'direitos-bound' achados em seu cuidado porque o acesso digital de fácil apoia a sua missão de difundir conhecimento. É por isso que as bibliotecas encontraram-se em desacordo com operadores comerciais, como na disputa entre a British Library e News Corporation sobre o acesso a arquivos de notícias ou entre bibliotecas e editoras de livros sobre os termos de empréstimo para e-books.

A BBC goza de uma posição única nesses assuntos. Ele tem um grande interesse em proteger os seus direitos e em fazer retornos comerciais de seus direitos nos mercados internacionais e através de programas de re-embalados (por exemplo em formato DVD) no Reino Unido. Ele também suporta em muito

formas substanciais indústria da música, especialmente no que diz respeito à música clássica.⁴³³ Ao mesmo tempo, a BBC sente a responsabilidade de tirar proveito das tecnologias digitais para disponibilizar para licenciados taxa, e até certo ponto a uma audiência internacional mais ampla, seus arquivos abundantes. Em que estabelece os termos para uma nova dez anos Carta Régia e Acordo para a BBC em 2006, o Governo introduziu um romance, sexto 'propósito' para a Corporação, que afirma que a BBC deve também *“Na promoção dos seus outros objetivos, ajudar a proporcionar ao público o benefício de tecnologias e serviços de comunicações emergentes e, além disso, ter um papel de liderança na transição para a televisão digital.”*⁴³⁴

Visto de uma perspectiva estreita, isso pode ser visto como um de uma sucessão de movimentos para 'fatia de salame' rendimento taxa de licença da BBC para financiar outros projetos de mídia na agenda política; mas, potencialmente abre uma ampla vista da possibilidade em que a BBC poderia desempenhar um papel fundamental na garantia de que o conteúdo forças criação e publicação do Reino Unido são exploradas a sua vantagem máxima valor público em um mundo digital de outra forma dominado por plataformas comerciais. Este conceito, por vezes referido como o 'Espaço Público Digital' (ver Box 8.1 abaixo), exigirá liderança clara do BBC Trust, o novo diretor-geral da BBC, Lord (Tony) Hall e seu Diretor de Estratégia e Digital, James Purnell, se é para ter sucesso.

Caixa 8.1: o espaço público digitais

Desde sua fundação em 1922, a BBC tem acumulado mais de 1 milhão de horas de programação com documentação, 6 milhões de stills e maior coleção do mundo de partituras de apoio.⁴³⁵ A BBC há muito reconheceu o enorme potencial das tecnologias digitais para desbloquear o valor deste conteúdo arquivado e torná-lo disponível para o benefício daqueles que pagou por ele através da taxa de licença. Em 2004, a BBC olhou a um *“Futuro onde o público tem acesso a um tesouro de conteúdo, uma reserva de valor que se estende por mídias e plataformas, desenvolve e cresce ao longo do tempo, que o público próprio e pode usar livremente para sempre.”*⁴³⁶ Naquela época, a BBC viu-se como mover-se em uma 'segunda fase da revolução digital' (sendo a primeira sobre a distribuição, mobilidade e aumento da escolha do consumidor), onde o rápido crescimento da banda larga e vídeo sob demanda garantiria o público tinha *“Acesso a arquivos anteriormente fechadas em zero ou baixo custo”*.

Dez anos depois, a visão evoluiu para o modelo do 'Espaço Público Digital', que prevê um não-comercial, plataforma aberta, hospedado na Internet, apoiado pela BBC e uma coalizão de outros proprietários de arquivo com financiamento público de todo o Reino Unido, como o BFI e da Biblioteca Britânica, e projetado para fazer vastos arquivos digitais do Reino Unido disponível para todos em um ambiente de qualidade garantida. Existe também um potencial para cooperar com a Europeia,⁴³⁷ uma escala europeia projeto arquivos digitais e outras iniciativas internacionais, como a Biblioteca Pública Digital da América.

A ambição por trás deste projeto fala de um espaço Internet curadoria que evita aquisição agressivo e manipulação de dados pessoais e exclui publicidade. Para os participantes comerciais, o Espaço Público Digital iria oferecer um ambiente no qual o material protegido por direitos seriam salvaguardados pela provisão de termos claros de comércio e que, espera-se, oferecer um ambiente favorável à experimentação e inovação. Seguindo o modelo da BBC World Service, o Espaço Público Digital também teria o objetivo de tornar os serviços disponíveis internacionalmente, fornecendo um modelo de plataforma global não-comercial para o acesso aos conteúdos digitais de alta qualidade.

O Espaço Público Digital pretende estabelecer a interoperabilidade das normas e outras relações de trabalho com os direitos reservados Troca Digital / Direitos de autor Hub proposto no

Hargreaves revisão da Propriedade Intelectual. Procedimentos para arbitrar diferenças sobre questões de propriedade direitos, por exemplo, poderia ser compartilhado entre o Espaço Público Digital e Direitos Autorais Hub.

Um piloto muito pequena escala para o Espaço Público Digital já existe na forma de The Space (thespace.org), uma colaboração BBC com Arts Council England para desenvolver uma plataforma de Internet baseado em nuvem que proporciona ao público acesso a programação de artes digitais e relacionados conteúdo. *“A experiência de seis meses em entregar a arte digital para o público”*,⁴³⁸ a partilha de tecnologia e desenvolvimento de habilidades de produção digital por meio do projeto ter sido tão importante para o projeto como o impacto sobre o público (a partir de janeiro The Space tinha atraído mais de 1 milhão de visitas de 630.000 visitantes únicos).⁴³⁹ A fase piloto terminou no dia 31 de março, e está agora a ser avaliadas com vista ao estabelecimento de um serviço contínuo.

Neste manifesto, que argumentam que a initiative Espaço Público Digital deve estar no centro de um compromisso BBC renovada para a tecnologia digital, de acordo com suas obrigações sob sua sexta finalidade pública digital.

fontes:

<http://www.guardian.co.uk/media/2009/apr/20/bbc-archives>

<http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/policies/pdf/bpv.pdf> <http://www.europeana.eu>

<http://www.bbc.co.uk/blogs/aboutthebbc/posts/one-square-at-a-time>

<http://www.guardian.co.uk/media/2013/jan/06/bbc-digital-public-espaço-arquivo>. (Todas as fontes última

acessado em 11 de abril de 2013).

Três anos atrás, Nesta publicou um estudo sobre inovação no sector cultural com base em uma investigação detalhada envolvendo duas das organizações culturais líderes do Reino Unido: o Teatro Nacional e a Galeria Tate.⁴⁴⁰ Ele procurou esclarecer o que se entende por inovação em artes e contexto cultural e identificou a resposta a tecnologias digitais como um tema central, transversal. O estudo resultando focado em quatro áreas de potencial de inovação: Reach público, desenvolvimento forma de arte, de criação de valor e inovação do modelo de negócio.

Constatou-se, no caso do Teatro Nacional, que as transmissões ao vivo de jogos para cinemas alcançou uma extensão impressionante de audiência. Este público maior incluiu uma minoria significativa de pessoas que não eram regulares nacionais frequentadores de teatro e cujos rendimentos foram menores do que aqueles que frequentam apresentações ao vivo em Londres, sugerindo uma rota digitais atraente para servir um público mais diversificado. Não havia nenhuma evidência de que os shows, cinema canibalizados o público teatro ao vivo: pelo contrário, as transmissões ao vivo apareceu positivamente para recrutar o público ao teatro tocando nas redes audiência local de cinemas digitais. A Tate, considerado como um líder no uso das tecnologias digitais no mundo da arte, foi apresentado com a evidência que lhe permitiu quantificar os benefícios do acesso on-line para exposições, mostrando que, como com o NT,

Sobre o tema da artforms avançando, o estudo forneceu dados indicativos sobre os níveis relativos de envolvimento emocional de cinema e teatro frequentadores do experimento, pressupostos tão desafiadoras que na carne 'ao vivo' é necessariamente sempre mais envolvente. No que diz respeito à inovação na criação de valor, a pesquisa explorou 'vontade de pagar' e 'vontade de doar' para a experiência virtual de uma galeria de exposições, acrescentando insight para métodos voluntários e crowdfunding.

O estudo concluiu que as tecnologias digitais *“Estão trazendo novos públicos para as artes e organizações culturais ... criando novas fontes de valor cultural e econômico e em alguns casos levando a própria forma de arte em novas direções.”*

A dinâmica criada por este e outros estudos experimentais levaram à decisão do Conselho de Artes da Inglaterra, o AHRC e Nesta para financiar uma £ 0,5 milhão piloto digitais Fundo de P & D para as Artes e Cultura na Inglaterra, posteriormente seguido por um esquema de três anos (2012-2015) com mais de £ 7 milhões para distribuir. O piloto Inglaterra atraiu 495 propostas. ⁴⁴¹ Criativa Escócia, o AHRC e Nesta seguiu-se com um fundo de piloto para artes escocesas e organizações culturais. ⁴⁴² Um fundo no País de Gales é planejado. O Fundo de Inovação Indústrias Criativas na Irlanda do Norte está explorando território relacionado, embora esta iniciativa não está focada exclusivamente em artes e cultura e não está orientada para a investigação. ⁴⁴³ Seis temas foram selecionados como prioridades para o R & digital fundos D: conteúdo gerado pelo usuário e meios de comunicação social; distribuição; problemas / localização móvel; dados e arquivamento; modelos de negócios e recursos; e educação.

Teatro Nacional ao vivo, entretanto, continuou a crescer, com sete projetos de cinema de transmissão no exercício de 2011/12, contribuindo um público de mais de 800.000, contra um público pagante mundial de 2,3 milhões. Em termos comerciais, esta continua a ser pequeno quando comparado com o impacto de, por exemplo, o sucesso comercial global da produção de Cavalo de Guerra do NT, que contribuíram com mais de um quinto da receita da empresa - em si uma poderosa confirmação da fronteira porosa entre as artes e o comercial economia criativa. ⁴⁴⁴

Há muitos outros exemplos úteis e inspiradoras de grandes projetos digitais. cobertura da BBC dos Jogos Olímpicos de 2012, ricamente explorando transmissão e plataformas baseadas na web para oferecer uma diversidade e profundidade de conteúdo, foi um exemplo notável.

Muitas organizações de artes menores também estão pressionando vigorosamente os limites do digital. National Theatre Wales (NTW), uma empresa sem base física fixo e apenas em formado 2010, colocou no cerne de seu engajamento missão com o público através de uma combinação de mídias sociais on-line e com a colaboração do solo com as comunidades para estabelecer as audiências físicas em sites de desempenho dispersos. performance de rua da NTW da Paixão em Port Talbot, estrelado por Michael Sheen e webcast ao vivo, foi amplamente saudado como um triunfo artístico e social, que também produziu inúmeros benefícios, incluindo um impulso para o serviço de notícias 'hiperlocal' Port Talbot Magnet criado por jornalistas seguinte o fechamento do jornal local. País de Gales, no entanto, também fornece ilustrações das dificuldades artes organizações enfrentam em lidar com digital. O público no Teatro da tocha em Milford Haven, um dos maiores centros culturais remotas no Reino Unido, pode hoje desfrutar de apresentações digitais ao vivo do The New York Metropolitan Opera,

A indicação mais alargada das limitações da resposta dos arts a oportunidade digital é colocado para fora em um perfil online do que foram, então, 869 organizações financiadas regularmente do Arts Council England (2009). Este descobriu que 94 por cento destas organizações estavam usando recursos on-line apenas como uma ferramenta de marketing; uma escassa 4 por cento foram julgados estar oferecendo algum tipo de experiência on-line de auto-pé. ⁴⁴⁵ *“Para a maioria das organizações de artes (e certamente a maioria daqueles que estão prestes a se tornar organizações nacionais carteira Arts Council) digital tem ainda não alterou fundamentalmente a sua prática núcleo ou modelo de negócio,”* concluiu o relatório. ⁴⁴⁶

Como podem as organizações de artes ficar melhor em inovação digital? A rota mais provável é de uma mistura judiciosa de orientação e incentivos de financiadores, juntamente com redes melhoradas para apoiar a aprendizagem peer-to-peer. A forte cultura de pesquisa e experimentação, em modelos de negócios, bem como abordagens para a produção e criatividade, será necessário para nutrir estruturas e redes melhoradas.

Não Rocket Science (2009) propôs um fundo de significativa fornecidos publicamente para artes R & D, à disposição das organizações com a capacidade de entregá-lo e condicionada à difusão aberta, análoga nas mentes dos autores para a distribuição de programas de rádio e televisão com financiamento público pelas emissoras de serviço público. ⁴⁴⁷

Esta relacionada com uma provocação antes de John Knell, um consultor de artes experiente, que exortou as fundações muitos, fundos fiduciários e filantropos dando dinheiro para as artes se unir em torno de um compacto projetado para alcançar padrões mais elevados e de aprendizagem mútua para apoio *“Uma visão de longo prazo do tipo de artes e ecologia cultural que eles estão tentando criar e como eles podem fazer isso melhor em conjunto.”* ⁴⁴⁸

gestão realizada de 'dados cultural' digital também oferece potencialmente elevados retornos para organizações artísticas. ⁴⁴⁹ Bem minadas dados de redes sociais, por exemplo, pode contribuir significativamente para a compreensão do público, para a construção da comunidade, novos modelos de negócios e mensuração de ativos intangíveis como reputação, através de ferramentas analíticas sociais como Klout e Kred. ⁴⁵⁰ Financiadores pode usar essa abordagem 'de dados 3.0' ou 'a tomada de decisões baseada em dados' para melhorar a base de informação para decisões de investimento. *“A abordagem política atual para o uso de dados na esfera cultural é out-moded e inadequada. Consideráveis benefícios financeiros e outros já não estão a acumular como resultado”.* ⁴⁵¹

Uma pesquisa recente por Nesta, olhando para análise de dados em empresas do Reino Unido de forma mais geral, encontra

“Um dividendo de dados visível” para a minoria de empresas que fazem um investimento pesado em dados online. Quase um terço das empresas no sector da informação e das comunicações são identificados como adotantes pesados (contra menos de um quinto em toda a amostra) e que utilizam dados digitais para texto e data mining, previsão, painéis digitais, segmentação de mercado, testes de mercado e preço -configuração. ⁴⁵²

4. Conclusão

Depois de anos de debates improdutivos onde os valores culturais e econômicos foram arremessadas contra os outros, é hora de aceitar que as artes não produzir valor que pode ser significativamente avaliado e medido, por economistas, mas **que, naturalmente, produzir valor cultural que não pode ser expressa em unidades monetárias.** ⁴⁵³ Os financiadores precisam de uma melhor compreensão da relação entre estes valores econômicos e culturais, até porque em alguns casos o ex - que pode ser medido - pode fazer um trabalho muito pobre na sinalização do último.

O setor de artes e cultural é uma parte essencial da economia criativa do Reino Unido. Mas quando entramos na terceira década da revolução digital, a maioria das artes financiadores do Reino Unido e organizações artísticas estão bem atrás da curva de tecnologia. Para recuperar o atraso, que necessitam para experimentar mais e garantir que, tanto quanto possível, os resultados de que a experimentação são registados e partilhada com precisão. Como parte deste, como outras empresas, organizações artísticas precisam entender seus recursos de dados e desenvolver as habilidades necessárias para explorá-los. Este trabalho deve ser uma prioridade para os Conselhos das Artes, os Conselhos de Investigação e organizações artísticas nos próximos anos.

Liderança, naturalmente, vêm de muitas partes diferentes do sector cultural. Mas a BBC está excepcionalmente bem posicionada e recursos, para ajudar a construir esta cultura de experimentação compartilhada.

proposta seis

a tesouraria e os DCMS deve realizar uma avaliação de base ampla do valor das artes e despesa pública cultural no Reino Unido, baseando-se em um trabalho semelhante sobre o ambiente natural eo projecto valor cultural da Artes e Humanidades Research Council. decisões de financiamento deve ser justificada à luz de critérios que emergem deste trabalho.

proposta de sete

financiadoras devem incentivar a experimentação de tecnologias digitais de artes e organizações culturais e atribuir uma percentagem sustentado de seus recursos para r digitais & d, garantindo que a evidência decorrente deste trabalho é abertamente compartilhado. sob sua nova liderança, a BBC deve publicar em 2013 uma estratégia para refletir sua finalidade pública digital no período até 2018, não menos importante, através do veículo ambicioso de sua iniciativa espaço público digital.

9 competição

A história da economia criativa está repleta de acusações de comportamento anti-competitivo: a partir de 1938 Paramount decreto que verticalmente desintegrado do sistema de estúdio de Hollywood para o mal-estar entre os desenvolvedores de jogos e Nintendo na década de 1980 e 1990.⁴⁵⁴ Na segunda década digital Microsoft tornou-se um alvo de alto perfil das autoridades anti-trust em ambos os lados do Atlântico, seguindo seus 'guerra dos navegadores' com Netscape.⁴⁵⁵ Mais recentemente, o Google encontrou-se o alvo de escrutínio autoridade da concorrência europeu e americano. Entretanto, e mais diretamente relevante para o presente manifesto, perturbação generalizada modelos de negócios criativos levantou novos desafios para os responsáveis pela garantia de fair play nos mercados criativos.

Embora seja difícil exagerar a importância destas questões para a capacidade da economia criativa do Reino Unido para inovar e crescer, a sua complexidade e alcance significa que eles são muitas vezes recebem menos atenção do que merecem. Neste capítulo, nós enfrentá-los de frente, sem esquecer suas conexões com outras áreas importantes da política como propriedade intelectual, privacidade, proteção de dados e pluralidade. Nós primeiro considerar como poder de mercado pode surgir no lado da produção da economia criativa, antes de virar a questões de distribuição, incluindo o papel das plataformas Internet.⁴⁵⁶ tais como Google, Amazon, Apple e Facebook nos mercados criativos.

Nossa suposição todo é que se abrem, mercados contestáveis, sujeitos a limpar e bem informado supervisão por razões de concorrência, são essenciais para uma economia criativa UK sucesso. Embora reconheçamos que a Internet é um grande gerador de inovação e competição - e afirmam que, até hoje, os seus mercados permanecem globalmente contestável - não estamos de acordo com aqueles que parecem assumir que este será sempre ser necessariamente o caso, como consequência da arquitetura da Internet. Isso levanta a questão de saber se máquinas concorrência do Reino Unido é suficientemente bem ajustado para identificar e endereço de abusos de posição dominante da qual possam surgir em mercados digitais. Nossa resposta é que é necessário um maior ajustamento.

Ao considerar novas ideias, é preciso ter em mente o contexto do direito europeu, dentro do qual as regras de concorrência do Reino Unido sentar. Devemos também ter em mente que um grande conjunto de mudanças institucionais já está em curso no Reino Unido, com a criação (a partir de 2014) de uma competição unificada e Markets Authority (CMA), subsumir os principais papéis da concorrência nível do Office of Fair negociação e a Comissão da Concorrência. O CMA indicou que vai procurar relações mais fortes com os reguladores especialistas econômicos como Ofcom, que tem autoridade de concorrência nos mercados das comunicações do Reino Unido, bem como outros poderes regulamentares relevantes para a economia criativa.⁴⁵⁷

1. produção

Os formuladores de políticas estabelecendo as regras para as autoridades da concorrência buscar o equilíbrio certo entre eficiência estática (as condições de 'concorrência perfeita', onde os mercados entregar resultados eficientes) e eficiência dinâmica (porque a promessa de lucros decorrentes de poder de mercado é o que estimula a empresa a inovar). O poder de mercado pode, contudo, tornar-se entrincheirado, quando titulares restringir ou cooptar os participantes empresariais; ou até mesmo contagiosa que se espalha em todos os mercados interconectados - uma preocupação real em um digitalmente convergiram criativo

economia. Em alguns mercados criativos existe um problema adicional: sociedades democráticas exigem que mídia não são dominados por um conjunto muito estreito de perspectivas e interesses. Esta questão 'pluralidade' tem sido a fonte de muito debate no Reino Unido nos últimos anos, principalmente em torno grandes explorações da News Corporation em jornais nacionais e televisão paga - um debate intensificou-se com as revelações do ano passado para o Inquérito Leveson em ética da imprensa sobre a escala e persistência da influência do grupo Murdoch na Ministros.

Duas características essenciais dos mercados criativos que já foram discutidas explicar a recorrência histórica de preocupações sobre poder de mercado excessivo na economia criativa; em primeiro lugar, a natureza intangível, informativa de produtos criativos e, segundo, imprevisibilidade sobre a demanda por eles.

Os aspectos 'informativos' de produtos criativos significa que uma vez que a primeira cópia, caro foi produzido, o custo marginal de fazer cópias adicionais é baixo e, argumentam alguns, quase zero. Isto significa que, em princípio, que há poucos **limites tecnológicos para o fornecimento de bens criativos, ou a escala das empresas que os produzem.**⁴⁵⁸ O baixo custo de reproduzir produtos criativos também sustenta os argumentos para os Direitos de Propriedade Intelectual (DPI) - direitos de autor, patentes e direitos de design - que oferecem monopólios temporários para permitir a exploração comercial em mercados criativos e assim incentivar ainda mais criatividade.

Do lado da procura, como já discutido no Capítulo Sete, ao consumidor (e negócios) interesse em produtos criativos é muitas vezes impulsionado por, gostos e modas em rápida mudança imprevisíveis, dando uma vantagem para aqueles jogadores na cadeia de valor - tradicionalmente, grandes editoras e estúdios - que são capazes de espalhar o risco através de uma carteira de projetos.⁴⁵⁹

Essas empresas também gerenciar a demanda por seus produtos criativos, investindo pesadamente em marketing e, em alguns casos, **exercendo controle sobre a distribuição.**⁴⁶⁰ Em casos extremos, o domínio do mercado pode dar origem a práticas duvidosas, tais como acordos de exclusividade para restringir a concorrência e jabá no rádio.⁴⁶¹

As consequências destas características microeconômicas de indústrias criativas são bem conhecidos: eles dão origem a um número relativamente pequeno de 'guardiões' que selecionam e financiam bens criativos fornecidos por empresas independentes e talento. **quota de mercado os estúdios de Hollywood das bilheterias de cinema do Reino Unido foi de 60 por cento em 2011.**⁴⁶² Os quatro grandes gravadoras entre elas controlada em 75 por cento do mercado global de música em 2012.⁴⁶³ - a mesma quota de mercado como o de grandes editoras no mercado de livros de consumo Reino Unido em 2011.⁴⁶⁴ Três empresas - Sony, Microsoft e Nintendo - entre eles controlam o mercado mundial consola de jogos de vídeo e publicação de jogos também é altamente concentrado. Mesmo em mercados criativo de serviços do Reino Unido como a publicidade, um número relativamente pequeno de grandes grupos como a WPP e conta M & C Saatchi por uma grande parte dos mercados.⁴⁶⁵

Concentração de poder em um lado da mesa de negociação geralmente significa fraqueza do outro: considerar o up-and-coming **banda entre milhares de outros em relação a uma grande gravadora ou um serviço de streaming de música criada.**⁴⁶⁶ Ou o romancista brotamento entregar um primeiro manuscrito para uma editora. Esta desigualdade no poder de barganha explica por criadores individuais muitas vezes lutam para capturar o valor gerado a partir de seu trabalho criativo. Royalties pode ser baixa e opaquely distribuídos por sociedades de gestão colectiva sobre a qual os seus membros têm muito pouca informação precisa e muitos criadores renunciar a sua propriedade intelectual em condições desvantajosas, resultando em 'armadilhas de pobreza IP'.⁴⁶⁷ Estudos mostram que alguns autores auferirem rendimentos significativos de direitos de autor.⁴⁶⁸ Onde eles podem, os artistas mais bem sucedidos podem tomar matérias editoriais em suas próprias mãos, como os Beatles fizeram na criação da Apple Records.

2. Distribuição: redes e 'mercados de viragem'

Digitalização fez a distribuição de conteúdos e serviços criativos mais dependente de uma infra-estrutura de telecomunicações que se tem nas últimas três décadas deixou de ser dominada por utilitários do setor público para ser um pouco menos dominada por uma versão privatizada de tais utilitários (BT no Reino Unido), juntamente com os jogadores mais recentes na provisão fixa e móvel. Essas políticas que influenciam a estrutura do mercado, o investimento e os preços nos mercados das telecomunicações também afetam muitos aspectos da economia criativa, não menos importante, moldando a capacidade das empresas de telecomunicações para atuar como porteiros nos mercados criativos.

No Reino Unido, as empresas de conteúdo não tem que pagar estas empresas (Internet Service Providers ou ISPs) uma taxa para os consumidores de acesso - um aspecto de 'neutralidade da rede', discutido mais adiante. ISPs são, no entanto, capaz de gerenciar o tráfego para permitir a qualidade diferenciada de serviços para diferentes tipos de tráfego de Internet, por exemplo, para priorizar a entrega de um serviço de vídeo-on-demand conseguiu o que exige uma qualidade de imagem garantida. Enquanto tal gestão do tráfego pode suportar novos serviços aos consumidores e também proteger uma experiência específica do consumidor, há preocupações de que ele também pode dar ISPs poder de intervir em práticas anti-concorrenciais, por exemplo bloqueando o conteúdo dos seus rivais, como vídeo baseado na Internet - Conferência ou serviços 'Telephone' como o Skype.

Depois, há plataformas de Internet. Como explicado no Capítulo Quatro, as tecnologias digitais reduziram os custos fixos de produção criativa, armazenamento, reprodução e distribuição, permitindo o surgimento de plataformas de Internet fortes com alcance sem precedentes, como o iTunes, a App Store, Facebook, Amazon ou vapor. Preocupações são frequentemente expressa que estas plataformas podem apresentar-se um problema de domínio de mercado: **quota de mercado global da Amazon do mercado de e-book é mais de 60 por cento;**⁴⁶⁸ **em 2009, a Amazon controlado 18,2 por cento de todo o mercado de e-commerce dos EUA.**⁴⁷⁰ **iTunes controla 70 por cento das vendas de música digital nos EUA (e pouco menos de um terço de todas as vendas de música);**⁴⁷¹ **em 2011, Vapor gostava mais de 50 por cento do mercado de download de PC, enquanto o Google ganha 48,5 por cento das receitas de publicidade online do mundo e é responsável por mais de 90 por cento das pesquisas na Internet nos países da União Europeia.**⁴⁷² **mercados de notícias online também apresentam níveis elevados de concentração (bem como uma relação estreita com os seus homólogos off-line).**⁴⁷⁷

Uma das razões para esta posição dominante no mercado é os efeitos de rede em mercados plataforma Internet que descrevemos no Capítulo Quatro, que pode criar 'o vencedor leva tudo' situações (também chamados de 'mercados de viragem'). Na ausência de diversidade na demanda por plataformas diferentes, ou de fácil interoperabilidade entre eles, os consumidores e as empresas concorrentes podem encontrar-se, pelo menos no curto prazo, de frente para níveis inaceitáveis de poder de mercado.⁴⁷⁴

Outra razão é a existência de custos de mudança do consumidor e lock-in, onde os usuários fazem investimentos que são exclusivos para a plataforma e não podem ser 'exportados' para os concorrentes - como suas ligações com amigos em uma rede social, ou um catálogo de jogos de vídeo conteúdo para um console. A evidência sugere consumidores principalmente não exercer a **opção de mudar mesmo em mercados onde eles são facilmente capazes de fazê-lo, como é com fornecedores de banda larga,**⁴⁷⁵ onde um regulador como Ofcom procura assegurar que os termos e as opções de comutação são simples e claramente visíveis.

Apesar de todas estas fontes potenciais de poder de mercado, comunicações especializadas regulador sectorial do Reino Unido Ofcom opera no princípio da **"Um viés contra a intervenção"**⁴⁷⁶ **nos mercados, na crença de que ocorrem naturalmente forças competitivas normalmente irá salvaguardar os interesses dos consumidores.** Há boas razões para pensar que a concorrência, de fato, afirmar-se nos mercados de plataforma Internet, apesar das características microeconômicas discutidos acima.

O primeiro deles é que os fornecedores em um mercado de plataforma pode entrar em outro e aproveitar os mesmos efeitos de rede que anteriormente tinha protegido o incumbente, reduzindo o poder de mercado do último. plataformas de internet **frequentemente usam tais táticas 'envelopment' uns contra os outros.**⁴⁷⁷ Assim, o Facebook (com Graph Search) e Apple (com Siri) estão desenvolvendo novas formas de pesquisa, enquanto o Android do Google compete no negócio de telefonia móvel e fixa conteúdo de entretenimento premium para fortalecer a posição de mercado da YouTube no que diz respeito a serviços de vídeo que têm raízes mais fortes na televisão e cinema. Uma estratégia envelopment também foi famosamente utilizada pela Apple quando se mudou de dispositivos em distribuição de conteúdo e pela Amazon na direção oposta, com seu leitor Kindle.⁴⁷⁸

Provedores também pode usar fusões e aquisições para ganhar uma posição em novos mercados plataforma Internet, especialmente quando eles têm os estoques de dinheiro muitos fazem. Google comprou mais de 100 PME desde 2001, incluindo 26 só em 2011.^{479, 480}

Nos últimos três anos, o foco das autoridades de política de concorrência em ambos os lados do Atlântico tem brilhado nas atividades dessas plataformas de Internet poderosos. No mercado de e-books, a Apple tem sido acusado de conspirar com editoras para fixar o preço dos e-books, mas depois chegou a um acordo com as autoridades da concorrência de remédios que **parou de multas.**⁴⁸¹ **Escritores e editores têm levantado preocupações sobre os planos da Amazon para comprar o direito de usar .book como um nome de domínio web.**⁴⁸² **Google tem sido objecto de uma análise dos principais pelas autoridades da concorrência nos Estados Unidos e na Europa.** os críticos do Google dizem que abusou seu poder de mercado em busca, por exemplo, desviando o tráfego de formas concebidas de forma injusta para beneficiar-se.

Tanto as autoridades americanas e europeias da concorrência devem formar juízos sobre a medida em que os interesses dos consumidores sejam prejudicados ou melhorados pelo poder de mercado do Google e em janeiro de 2013, a Comissão Federal de **Comércio dos EUA deram busca Google um projeto de lei mais ou menos limpa da saúde neste carga específica**,⁴⁸³ levando Joaquin Almunia, o comissário de Competição da UE, que liderou a investigação Europeia, contra-afirmar que na Europa Google está realmente levando vantagem injusta de sua posição dominante no mercado de buscas Europeia (em mais de 90 por cento, isso se compara com cerca de 65 por cento nos Estados Unidos).⁴⁸⁴

Em teoria, a Comissão Europeia tem o poder de multar Google até 10 por cento das suas receitas se confirma abuso de poder de mercado, mas os sinais recentemente têm apontado para um assentamento informal. próprio Sr. Almunia deu a entender que este é susceptível de envolver o ajuste voluntária de práticas de negócios do Google, em vez da opção mais radical de **buscar alterações ao funcionamento do algoritmo de busca da empresa norte-americana.**⁴⁸⁵

Sem se deixar abater por estes desenvolvimentos, outros governos europeus tomaram mais assuntos específicos em suas próprias mãos. Na Alemanha, a chanceler Merkel proposta, mas depois pareceu recuar da legislação que exigiria Google para solicitar a permissão das organizações de notícias para conectar-se a seus trechos de notícias: uma tentativa de estender direitos de autor, a fim de corrigir a perda de receitas sofridas por empresas jornalísticas como um resultado de serviços de agregação de notícias on-line gratuitos do Google. Enquanto isso corre o risco da carga de impor direitos de autor à custa da liberdade diminuída de expressão, para não falar em detrimento da inovação, o movimento atingiu um acorde em outras capitais. Em meio a sinais de que o Governo francês estava considerando a sua própria versão deste movimento, o Google concordou recentemente em pagar

€ 60 milhões em um fundo destinado a ajudar os editores franceses desenvolver seus próprios modelos de negócios na Internet.^{486, 487} **Nenhuma** ação equivalente foi ainda debatido no Reino Unido, embora o Google tem sido um investidor energético em esquemas de crescimento do governo favorecidas, como a Tech City em Londres, o que sem dúvida considera parte de sua negociação em curso de uma 'licença para operar' na Reino Unido, onde um número de grandes empresas americanas têm estado sob pressão nas questões gerais, tais como a sua responsabilidade para tributação no Reino Unido.

Tudo isto acrescenta outra camada de complexidade para o debate europeu sobre o futuro do direito de autor, que discutiremos no Capítulo Ten. Google é frequentemente acusado pelos detentores de direitos de não reconhecer seu poder de mercado para **ajudar a bloquear as atividades de fornecedores 'pirata' de música e outros conteúdos protegidos por direitos.**⁴⁸⁸ **No Reino Unido, o 2010 Digital**

Lei de Economia colocar pressão sobre ISPs para jogar uma parte maior em lidar com estes quebra de questões de direitos autorais, enquanto também dando Ofcom novos poderes para impor um código de conduta sobre essas questões, juntamente com os requisitos para avaliar padrões de gestão do tráfego Internet e a informar regularmente sobre o estado da infra-estrutura de comunicações do Reino Unido. Este é um bom exemplo das maneiras em que o papel da competência de um órgão regulador da concorrência foi esticada em resposta à evolução dos mercados digitais. Google, por sua vez, tentou levar algum calor fora da situação, acelerando o volume das suas 'tomar-downs' no YouTube e ajustar seus algoritmos de busca, embora não na medida suficiente para aplacar seus críticos.⁴⁸⁹

É evidente a partir desses exemplos em e-books e procurar que os mercados plataforma Internet pode ser um desafio para avaliar do ponto de vista da concorrência. características de rotina, como altos custos de comutação e práticas de mercado, como a discriminação de preços pode de fato ser consistente com bom funcionamento dos mercados se, por exemplo, os consumidores obter antecipadamente um explicada claramente desconto para aceder a uma plataforma que os provedores mais tarde recuperar através de preços mais elevados.⁴⁹⁰ **Ao mesmo tempo, os abusos de posição dominante pode ocorrer mesmo em situações onde ostensivamente os clientes** preços são cobrados por conteúdos ou serviços digitais é zero ea concorrência é apenas 'um clique de distância.' Facebook, por exemplo, é capaz de colher os seus dados de clientes para fins comerciais sem cobrar seus usuários. No Reino Unido, a regulação de questões em torno de privacidade de dados é principalmente a preocupação do Gabinete do Comissário da Informação, com poderes limitados 'concorrentes' detidas pelo Ofcom em relação às questões de protecção de dados em algumas áreas, mas excluindo as atividades de websites. Isso abre uma área de risco: que o sistema regulatório podem ser insuficientemente informado e alerta para questões de poder **de mercado decorrentes ao redor do controle de 'Big Data', que tem sido chamado de 'o petróleo bruto' da economia digital,**⁴⁹¹ **mas que também levanta questões de privacidade altamente sensíveis.**⁴⁹²

3. A política de concorrência nos mercados de plataforma Internet hoje

Analisando questões de poder de mercado na economia criativa compara tanto em complexidade e importância com as fast-evolução dos mercados globais em serviços financeiros, onde o Reino Unido também tem um interesse incomum proeminente em jogo e por isso desempenha um papel altamente energético na tentativa de assegurar que a interesses europeus e globais de negócios nível do Reino Unido são tidos em conta nas decisões sobre o projeto de regulamentação. Dada a importância da economia criativa do Reino Unido, sugerimos que uma abordagem igualmente comprometidos está em ordem.

Um sistema eficaz requer uma autoridade top tier bem estruturada e bem gerida, o papel especificado para o novo Concorrência e Mercados, junto com um nível de regulação econômica mais especializado, fornecido no caso de mercados de comunicações via os poderes concorrência simultâneas realizadas pela Ofcom. Dado os efeitos dramáticos das tecnologias digitais sobre os mercados na economia criativa, é oportuno perguntar, no entanto, se Ofcom tem a autoridade ea experiência para atender às necessidades da economia criativa na íntegra.

poderes específicos do sector da Ofcom, como outros reguladores econômicos especializados em áreas como energia e água, são designados 'ex ante' e destinada a promover resultados competitivos em mercados das telecomunicações e de radiodifusão, onde há uma tendência para a concentração excessiva, com o risco reconhecido de preço de monopólio eo acesso do público restrito a serviços vitais. Ofcom também reforça as regras que regem comutação consumidor entre fornecedores de banda larga, com vista a reduzir os custos de mudança e promover a concorrência no mercado de banda larga de varejo. deveres gerais da Ofcom, por sua vez, obriga a prestar atenção aos interesses dos cidadãos, bem como os dos consumidores, refletindo as questões cívicas e sociais em jogo em serviços vitais como radiodifusão e telecomunicações.

poderes do setor de radiodifusão da Ofcom descansar após a sua atribuição e supervisão de licenças (por exemplo, para ITV e outras emissoras), permitindo, por exemplo, para fazer cumprir as regras que determinam a importância relativa no guia de TV programação electrónica (o 'trocador canal') e para decidir sobre queixas sobre o conteúdo do programa, geralmente com relação a 'bom gosto e decência.' Um complemento importante para o regime de transmissão torna o BBC Trust responsável pela aprovação de pedidos de novos serviços da BBC, que podem incluir ofertas online. Como parte deste processo, Ofcom é responsável por avaliar o potencial impacto dos novos serviços da BBC mercado.

Em contraste, o regime de concorrência dos genéricos do Reino Unido é 'ex post', o que significa que é reativo, procurando abordar e resolver os problemas nos mercados depois que eles foram encontrados para ocorrer, com a carga que incide sobre as autoridades de concorrência para mostrar que o direito da concorrência tem sido quebrado. Preocupações sobre a fixação de preços **no mercado de e-books, por exemplo, foram inicialmente criado no Reino Unido pelo Office of Fair Trading,**⁴⁸³ **antes de ser incluídos** no âmbito do inquérito da Comissão Europeia acima referido.

Como observado no Capítulo Dois, quando os poderes da Ofcom foram definidos na Lei 2003 Communications, alguns argumentaram que o novo, regulador convergente deve ser dada uma ampla gama de responsabilidades e competências no que respeita à Internet, tanto em termos do funcionamento da linha mercados digitais e para tratar uma série de preocupações sociais, como a protecção dos menores e os direitos à privacidade. O Governo Blair decidiu, no entanto, que os riscos de excesso de regulamentação da internet superavam os benefícios potenciais de uma abordagem mais abrangente. Dez anos mais tarde, acreditamos que é hora de visitar este tópico sensível, no contexto do Projeto de Lei de Comunicação prevista para 2013/2014.

Qualquer mudança na lei do Reino Unido, no entanto, exige coerência com o direito europeu, que atualmente reside **principalmente**⁴⁸⁴ **em três pilares principais: a Convenção Europeia dos Direitos Humanos;**⁴⁸⁵ **Directiva E-commerce da UE criada em 2000;**⁴⁸⁶ **e o enquadramento para a regulamentação das telecomunicações, que foi atualizado mais recentemente em 2009.**⁴⁸⁷ **No seu dia a dia de trabalho, Ofcom funciona dentro de um colégio de reguladores europeus das comunicações** (O Organismo de Reguladores Europeus das Comunicações Electrónicas ou BEREC) que visa assegurar que os reguladores europeus agir de forma coerente dentro do quadro legal acordado.

Os objectivos centrais representadas por estes três pilares são os seguintes:

- A Convenção dos Direitos Humanos protege a liberdade de expressão e privacidade (-se muitas vezes em tensão uns com os outros).
- A directiva E-commerce diz que as operadoras de telecomunicações têm apenas responsabilidade muito limitada pelo conteúdo de suas redes realizar (o 'simples transporte' princípio).
- Os recursos Framework de Telecomunicações do princípio da 'oferta de rede aberta', exigindo fornecedores para oferecer níveis aceitáveis de serviço para todos, mas sem desencorajar as empresas de telecomunicações de perseguir acordos comerciais que suportam mais investimentos em infra-estrutura própria e assim resultam em benefícios mais amplos. Um objetivo central do quadro é promover a inovação.

Do Reino Unido Act 2003 Communications refletida, como era obrigado a, o pensamento da directiva commerce E- que as empresas de telecomunicações devem gozar de responsabilidade limitada no que diz respeito ao conteúdo, de forma eficaz, em troca de investimento em redes.

Tradução do Ofcom do mais recente Quadro de Telecomunicações da UE consta do seu próprio 'Abordagem a neutralidade da rede', **publicado em Novembro de 2011.**⁴⁸⁸ **Aqui, Ofcom destaca sua visão da Internet como uma plataforma para inovação e** outras melhorias significativas para o bem-estar dos consumidores e dos cidadãos, e propõe uma abordagem que procura ter permissão de equilíbrio para os proprietários de infra-estrutura para fornecer 'serviços gerenciados' (por exemplo,

na TV Internet) e um compromisso de 'melhores esforços' para assegurar uma rede aberta geral, livre de congestionamento. Através desta abordagem, Ofcom procura *“Um círculo virtuoso ... associada a um período de intensa inovação e altamente produtivo.”*

No caso em que a proliferação de serviços gerenciados foram danificar a qualidade da experiência on-line de forma mais geral, Ofcom diz que *“Seria necessário considerar intervir a fim de garantir que os consumidores e os cidadãos continuam a beneficiar da inovação generalizada de que entregou tais benefícios significativos desde a criação da Internet. Podemos fazer isso usando os poderes que nos permitem proteger o acesso 'melhores esforços' para a Internet aberta, em particular através da imposição de um mínimo de qualidade de serviço em todos os provedores de comunicações.”*

Consciente de seu 'viés contra a intervenção', no entanto, acrescenta que Ofcom *“Devemos ser capazes de confiar no funcionamento das forças de mercado para resolver os problemas de bloqueio e discriminação”.*

Ofcom promete manter estas questões em análise, citando novos requisitos legais (no Digital Economy Act 2010) para que possa monitorar o efeito da gestão do tráfego na Internet “melhores esforços aberta” e para apoiar um novo compromisso relatado de três anos na estado de infra-estrutura de comunicações electrónicas do Reino Unido.⁴⁹⁹

4. política de concorrência nos mercados plataforma de Internet amanhã

Então, onde, se houver, são as lacunas ou falhas potenciais neste arsenal complexo de autoridades de concorrência do Reino Unido no que diz respeito às atividades de plataformas de Internet na economia criativa? Fora de busca Google, que a Comissão Europeia está a investigar, existem práticas de mercado em mercados de plataforma Internet que fazem de fato discriminar empresas criativas do Reino Unido?

Não é difícil ver continuaram fontes potenciais de atrito: o poder de mercado da Apple na distribuição de música e aplicativos; poder da Amazon na distribuição a retalho de livros e e-books e preocupação que o uso comercial do Facebook de dados pessoais pode levantar questões de privacidade pessoal económica, bem como. Em um mundo digital, nenhum destes é uma questão puramente UK e nenhum está sujeita a única jurisdição do nível do Reino Unido, mas o impacto potencial sobre Reino Unido empresas criativas é claramente substancial.⁵⁰⁰

Como já mencionado, a queixa esmagadoramente mais alto de empresas criativas sobre o Google é a sua alegada cumplicidade na violação online de direitos autorais. A preocupação é que o Google, especialmente, mas também da Apple, não tem razão de negócios para se preocupar com entusiasmo sobre a propagação da pirataria de direitos autorais. negócios da Apple depende principalmente as vendas de dispositivos, não de conteúdo; negócios do Google depende de sua posição dominante na pesquisa. As guerras de direitos autorais resultantes, entre titulares de direitos de um lado e ISPs e plataformas de Internet, por outro, são discutidos em detalhe no Capítulo Ten.

Estas foram as forças que, no Reino Unido, levaram à 2010 Digital Economy Act (DEA), que se destinava a equilibrar os interesses dos detentores de direitos e ISPs, mas que foi severamente alterada durante uma passagem Parlamentar apressado. Como resultado, o patchwork que é a política de concorrência do Reino Unido para a economia criativa adquiriu mais patches, incluindo alguns não bem concebido para o trabalho em termos de website bloqueio. Ofcom foi entregue um papel importante na elaboração e aplicação de um código de conduta, destinado a tornar mais fácil para os detentores de direitos fazer valer os seus direitos. Ofcom também tem novas responsabilidades para monitorar gestão do tráfego ISP eo estado da rede de comunicações do país.

Posteriormente à DEA, o Hargreaves comentário de IP fez mais três propostas que impingidos sobre a supervisão dos mercados criativos competitivos:

- que, apesar do atraso em trazer o DEA em vigor (devido a desafiar nos tribunais), Ofcom deve começar imediatamente para reunir informações confiáveis sobre violação de direitos on-line, a fim de fornecer uma base firme evidência para a **concepção de mecanismos de aplicação eficazes** ;⁵⁰¹
- que o Governo deve facilitar, mas não direto, uma nova Direitos Autorais Digitais Exchange (posteriormente transportado como o projeto de Copyright Hub por Richard Hooper) para tornar o acesso pago para o material licenciado muito mais fácil e de modo a tornar violação de direitos de menos atraente para consumidores e pequenas empresas ;⁵⁰²
- e que o Governo deve estabelecer um mandato claro na lei para o Escritório de Propriedade Intelectual (IPO) no que diz respeito à concorrência e questões de mercado (posteriormente reflete um memorando de entendimento entre o IPO e o OFT),⁵⁰³ **de modo que questões como as deficiências de sociedades de gestão colectiva e as necessidades específicas das** pequenas empresas em mercados criativas pode receber a atenção oportuna que merecem.

Que está de volta a partir desta conta de questões políticas reguladoras e de concorrência, dois pontos emergir. Primeiro, é difícil argumentar a partir das evidências, incluindo as principais investigações Autoridade da Concorrência na Europa e os EUA, que ainda há provas concretas de prejuízos para os consumidores em mercados onde as plataformas de Internet desempenham um papel importante. Nestas circunstâncias, acreditamos, qualquer proposta para projetar poderes ex ante para um regulador de especialista para lidar com plataformas de Internet seria equivalente a um excesso de regulamentação, com potencialmente elevados riscos para os tipos de inovações digitais (e, portanto, benefícios para o consumidor) discutimos em Capítulo quatro.

É importante, no entanto, de reiterar que chegar a essa conclusão em uma leitura pragmática da evidência empírica que está **disponível ao público, em vez de argumentos teóricos como os deduzido da natureza benigna ou generativa da Internet.**⁵⁰⁴ no entanto, é difícil evitar a conclusão de que existe um fosso crescente na capacidade políticos do Reino Unido para manter a par do complexo gama de questões em jogo. Em outras palavras, embora pareça que, a partir do momento da escrita, mercados de Internet permanecem globalmente contestáveis e inovador (até porque a dinâmica do 'envelopamento' entre plataformas nós destacados acima), os formuladores de políticas não deve supor que este será sempre o caso; eles precisam manter um dedo no pulso da concorrência nestes mercados de Internet, o que exige uma estrutura institucional capaz de gerar evidências oportuna para informar ação. Quaisquer 'vácuos evidência' que existem será inevitavelmente preenchido com críticas ad hoc e iniciativas. Nos seis anos a 2011 houve quatro tais envolvendo questões de propriedade intelectual sozinho.

Então, o que deve ser feito? Acreditamos que o Reino Unido precisa de um ponto coerente de conhecimentos autoridade da concorrência e questões de mercado relacionados decorrentes da Internet, e seu impacto sobre a economia criativa. A organização líder óbvia aqui é Ofcom, que já desenvolveu muita perícia relevante, mas que carece de autoridade para reunir informações em alguns mercados da Internet e que devem ser encorajados a alertar publicamente a deficiências na forma como esses mercados estão a trabalhar, a partir da perspectiva de os consumidores e os cidadãos e para acompanhar os novos **desenvolvimentos.**⁵⁰⁵ Vale a pena acrescentar que uma proposta não-comercial ambicioso, como Espaço Público Digital da BBC, uma plataforma de Internet de financiamento público que discutimos no Capítulo Oito, também exigiria avaliação de mercado pela Ofcom.

Com estes pontos em mente, o Governo deve colocar no coração do Bill Communications previsto para 2013/2014, uma seção que consolida dentro Ofcom

responsabilidade principal para a compreensão de questões de concorrência decorrentes do efeito da Internet sobre os consumidores e os cidadãos e que no Reino Unido dá Ofcom a autoridade para realizar a pesquisa e recolha dos dados necessários a partir de plataformas de Internet e outras empresas criativas, tomando como base a sua actual programa de **trabalho em apoio aplicação de direitos de autor online**.⁵⁰⁶ Não é útil sinergia potencial aqui no design da proposta de Copyright Hub e sua mecânica de apoio, por exemplo, sobre arbitragem de disputas. deveres gerais do Ofcom deve ser ampliado para incluir a responsabilidade de assessorar o governo das ações necessárias para garantir uma Internet próspera, aberta, equilibrando os interesses dos consumidores e dos cidadãos e empenhada em apoiar a inovação eo crescimento económico.

Para abordar essas responsabilidades expandidas, Ofcom vai precisar de trabalhar em estreita colaboração com uma série de outras agências. Será, como uma questão de curso, têm de cooperar em muitas frentes com a CMA, cujo próprio trabalho irá beneficiar grandemente a partir do nível avançado do Ofcom de conhecimentos sobre a Internet. Mas Ofcom também precisará coordenar com agências como o Gabinete do Comissário de Informação sobre questões de protecção de dados; com o IPO em direitos autorais e outras questões de PI; e com as autoridades responsáveis pela aplicação da lei sobre assuntos relativos cyber-crime.

Como um primeiro passo para estabelecer o escopo detalhada desta nova abordagem, Ofcom deve ser convidado a realizar uma análise estratégica do Reino Unido experiência e expectativas da Internet dos cidadãos e dos consumidores, com vista a informar os seus conselhos ao governo. Esta avaliação, como todo o trabalho de Ofcom, deve prestar muita atenção para as diferenças nacionais, regionais e locais no Reino Unido.

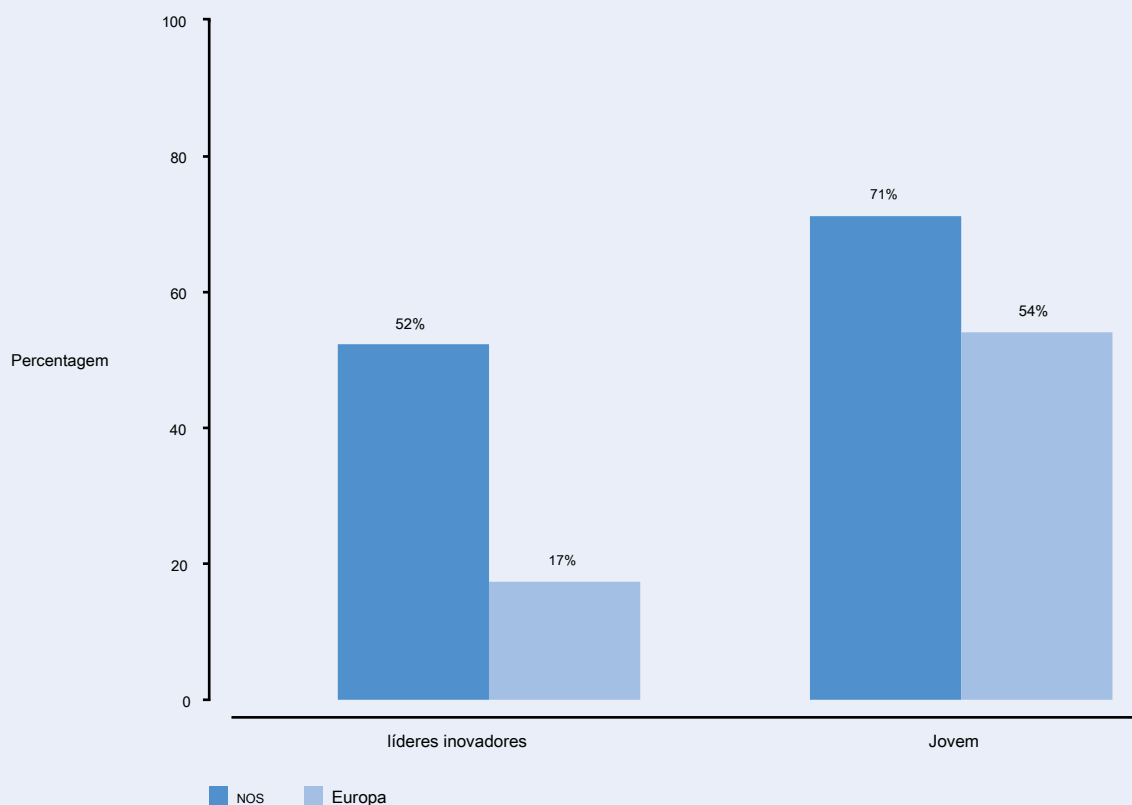
Parece haver algum reconhecimento dos pontos que têm levantado no plano anual da Ofcom para 2013/14, onde diz: *“Em questões de políticas públicas, prevemos que a relação de trabalho da Ofcom com o Governo continuará a ser fluido, que vão desde o apoio à implementação de políticas específicas, como definido pelo Parlamento. Cabe ao Governo decidir o quão longe política regulatória deveria e poderia ser usado em apoio às metas de crescimento do governo e de inovação mais amplos. Isso pode afetar políticas específicas em várias áreas, incluindo a concorrência e espectro, bem como questões específicas, como a neutralidade da rede e da economia criativa”*.⁵⁰⁷

É, de fato, para o Governo decidir. Instamos os Ministros a reconhecer que a abordagem fragmentada atual no Reino Unido para questões de concorrência decorrentes da Internet não é bom o suficiente e que é hora de dar o próximo passo. Não é uma esperança razoável de que um debate mais bem informado será um mais calmo, onde engajamento construtivo entre os interesses de conteúdo e empresas de tecnologia irá gradualmente deslocar a guerra de trincheiras dos últimos anos.

Caixa 9.1: os EUA / Europa quebra-cabeça plataforma de Internet

A falta de plataformas de Internet líder britânicos paralelos um fenômeno europeu mais vasto. Um estudo comparativo das tecnologias de informação e comunicação dos EUA e da Europa (TIC) setores, liderados pelo think tank com sede em Bruxelas Bruegel, usa dados de 2008 do Instituto da Comissão Europeia para Estudos Tecnológicos Prospectivos (IPTTS) para mostrar que os EUA respondem por um distante maior proporção de empresas de TIC inovadoras líderes no mundo do que a UE (52 por cento em comparação com 17 por cento, a Figura 1). Além disso, as empresas de TIC inovadora dos EUA são muito mais propensas a ser mais jovens do que os seus homólogos da UE, com 71 por cento de inovadores US TIC e 54 por cento dos inovadores europeus TIC ser jovem.

Figura 1: As empresas inovadoras nos EUA e TIC Europeia indústrias



fonte: Bruegel (2008) com base no placar IPTTS. TIC principais inovadores em uma região são todas as empresas de TIC que estão no topo 1000 R & D gastadores de acordo com o IPTTS o placar. Principais inovadores em uma região medidas a proporção de líderes inovadores TIC total o jogo de topo 1000 R & D IPT R & D gastadores que emanam dessa região. jovens empresas são aquelas que foram estabelecidos após 1975. jovens mede a proporção de TIC em geral principais inovadores em uma região que é jovem.

Além disso, parece que os pontos fortes da Europa estão em áreas de TIC com menor potencial de crescimento futuro - hardware e telecomunicações. Por outro lado, os EUA têm muito mais de liderança, os inovadores mais jovens em segmentos plataforma na Internet, onde uma tão grande quantidade de valor é capturado (Tabela 1).

Tabela 1 Distribuição de empresas de TIC por camada e região

		nos		Europa	
		firmas%	lct% jovens	firmas%	lct% jovens
camada I	telecom	13	74	12	28
	semicondutores	33	73	14	75
	computadores	15	60	12	57
	eletrônicos	10	29	19	45
camada II	operadoras de telecomunicações	1	0	18	20
camada III	Internet	4	100	0	0
	Programas	24	86	24	86

fonte: Bruegel (2008) com base no placar IPTS. empresas jovens foram estabelecidos após 1975. medidas principais inovadores por cento das empresas de TIC incluída no placar IPTS R & D em cada uma das regiões.

As razões para isso 'puzzle plataforma' são complexos - o relatório Bruegel atribui-los a uma falta de um mercado único digital integrado na UE, a política fragmentada IP, acesso a problemas de finanças e habilidades, a falta de uma cultura empresarial, alguns conjuntos de TIC fortes e ação do governo limitado para construir a demanda cedo para novas tecnologias: muitas das questões que o nosso manifesto foca.

Fonte: Veugelers, R. (2012) 'Novos sectores das TIC: Plataformas para o crescimento europeu'

proposta oito

Ofcom deveriam dispor de poderes para reunir informações em todos os mercados da Internet, a fim de maximizar as chances de julgamentos oportunos sobre o surgimento do poder de mercado potencialmente abusivo e outras preocupações do mercado (um 'sistema de alerta precoce') de som e. Ofcom deve contribuir com uma visão estratégica atualizado regularmente destas questões, trabalhando em estreita colaboração com o escritório do comissário da Informação, o Escritório de Propriedade Intelectual, da concorrência e dos Mercados e outras agências relevantes. competência da Ofcom deve ser alargado para aconselhar o Governo sobre as ações necessárias para garantir o Reino Unido beneficia de uma Internet próspera, aberta, equilibrando os interesses dos consumidores e dos cidadãos e empenhada em apoiar a inovação eo crescimento. essas mudanças devem ser uma característica central em qualquer Bill comunicações previsto para 2013/14.

10 guerras Copyright

Copyright tem estado no centro do campo de batalha política de economia criativa do Reino Unido por mais de duas décadas, como detentores de direitos têm procurado com sucesso mais forte aplicação de leis que oferecem proteção de direitos autorais para maiores comprimentos de tempo em um período em que as tecnologias digitais tornaram os aspectos práticos da execução de quaisquer direitos muito mais difícil. Um caso de compensação para a lei menos onerosos ou mais flexível copyright foi feita por defensores de uma 'Internet aberta', que argumentam que o excesso de zelo copyright protecção ameaça a liberdade de expressão e mina a novas formas de criatividade colaborativa possibilitada pelas tecnologias digitais de comunicação, com os **efeitos negativos para a inovação, o crescimento económico eo potencial cultural**.⁵⁰⁸ **Os consumidores, apanhados no meio, estão** confusos: a evidência sugere que a maioria das pessoas quebrar alguns aspectos da lei de direitos autorais rotineiramente, que os consumidores freqüentemente acham difícil distinguir entre o material legal e ilegal e que pragmática em vez de considerações morais governar muitas decisões de download. Há, no entanto, nenhuma evidência clara de crescente desrespeito, generalizada, em princípio, para os direitos dos criadores e proprietários de trabalhos criativos a serem pagos pelo seu trabalho.⁵⁰⁹

A finalidade econômica da propriedade intelectual leis (IP) é proteger os direitos de invenção (patente), a expressão criativa (copyright) e autenticidade (marca registrada), a fim de fornecer incentivos para mais invenção, criatividade e comércio. direitos de design, um conjunto irregular de provisões por comparação, estender uma versão desta abordagem para atividades de projeto economicamente importantes. Em todas as áreas de IP há controvérsia - em patentes, prêmios que proliferam são ditas para provocar 'moitas' que impedem, em vez de apoiar a inovação - mas nas indústrias criativas, a ameaça aos direitos de autor tem dominado a agenda política, embora muitas empresas criativas têm com sucesso adaptaram seus modelos de negócios para lidar com a facilidade de cópia em um mundo digital.

Este capítulo propõe um acordo de paz nas guerras de direitos autorais que restabelece direitos de autor de uma forma compreensível para os consumidores era digital e executável pelos detentores de direitos, mas que evita rastejamento da missão em outros crescentes, áreas 'não-expressivo' da economia.

1. a partir de Berna para piratear Bay

Foi em 1886, no auge do poder global política e econômica britânica, que a Convenção de Berna desde que o primeiro **acordo verdadeiramente multilateral sobre direitos de autor automática**⁵¹⁰

(Proteção dos direitos oferecendo aos criadores para a vida do autor mais 50 anos). Embora a Grã-Bretanha tinha sido um pioneiro na definição dos direitos dos autores do Estatuto de Anne em 1707, demorou um século para o Reino Unido e os EUA totalmente para incorporar Berne no estatuto nacional. Por longos períodos, alguns países, incluindo os Estados Unidos, se recusou a reconhecer os direitos dos criadores estrangeiros.

A partir dos anos 1960, no entanto, os detentores de direitos foram capazes de sentir com alguma confiança que as coisas tinham mudado; eles poderiam olhar para a frente com reforçada confiança para extracção de renda dos mercados internacionais, mas eles também estavam cientes das ameaças de novas tecnologias de cópia: começando com a cassete áudio na década de 1960 e o gravador de vídeo na década de 1970. Em 1982, Jack Valenti, o mais notável dos muitos lobistas políticos de Hollywood, disse ao Congresso que

“O VCR é a produtores de filmes americanos e público americano como o Estrangulador de Boston é o lar mulher sozinha.”⁵¹¹ Note-se a escala de reivindicação de um interesse público geral, bem como uma corporativa. Não demorou muito, no entanto, para empresas empreendedoras para trabalhar para fora como fazer dinheiro em primeiro lugar de videocassetes e, em seguida, a partir de DVDs.⁵¹²

Na segunda metade da década de 1990, ficou claro que a ameaça do VCR para os detentores de direitos foi um conto de fadas da Disney em comparação com a história de horror emergindo da world wide web. À medida que a web deu progressivamente os consumidores a capacidade de copiar e transferir através dos arquivos globo contendo primeira música, em seguida, livros e jornais, seguidos de programas de televisão e filmes, estas indústrias de conteúdos encontraram-se sujeitos a uma interrupção verdadeiramente violenta de modelos de negócios. Com o VCR, Jack Valenti poderia pelo menos apelar para o patriotismo americano contra uma ameaça a tecnologia do Japão. A Internet definir um cluster de negócios na costa da Califórnia contra a outra.

Para uma geração de intelectuais americanos liberais,⁵¹³ esta batalha tocou os princípios fundadores da República, com a Internet prometendo princípios Incorporar da liberdade de expressão para o 21st século e direitos de autor, na sua ambição de expansão, aparentemente ameaçando isso. Os defensores da Internet aberta, de software de fonte aberta e o Creative Commons no mercado editorial!⁵¹⁴ conectada com uma ambiguidade no pensamento americano sobre a proteção à propriedade intelectual e inovação que remonta ao otimismo de Thomas Jefferson sobre a natureza livre de custo da transferência de boas ideias entre os seres humanos.⁵¹⁵ Fora desta emergiu o princípio 'fair use', que informa lei IP EUA e permite que indivíduos e empresas para fazer uso de material protegido por direitos, sujeito ao risco de desafio através dos tribunais.

Em tudo isso, o Reino Unido foi em grande parte no modo reativo. Embora um cientista Reino Unido, Sir Tim Berners-Lee, inventou a World Wide Web, os arquitetos da Creative Grã-Bretanha na década de 1990 argumentou que como a casa de maior concentração de indústrias criativas, e, especificamente, de criadores de conteúdos na Europa da Europa, o Reino Unido nacional interesse estava em defender e estender direitos de autor.

É a contenção desse manifesto que esse foco estreito, embora bem-intencionado e com base em uma definição plausível de UK económico auto-interesse, contribuiu para uma atitude defensiva mais ampla no que diz respeito ao potencial das tecnologias digitais, que é uma das causas da problema inovação que identificamos em algumas partes da economia criativa do Reino Unido. Se os responsáveis políticos do Reino Unido tinha sido menos inclinados a confiar tão pesadamente sobre os benefícios percebidos de promoção dos direitos IP cada vez mais fortes, talvez eles teriam focada de forma mais eficaz sobre outros aspectos do 'sistema' inovação vital para uma forte economia criativa - como a investigação e desenvolvimento suporte (Capítulo Seis), o acesso ao financiamento (Capítulo Sete), a política de concorrência (Capítulo Nove) e educação e habilidades (Capítulo Onze).

2. Ip, inovação e crescimento

O caso detalhado de reforma IP com base na inovação e desempenho económico do Reino Unido está estabelecido no comentário **Hargreaves sobre Propriedade Intelectual e Crescimento,⁵¹⁶ que foi encomendado pelo primeiro-ministro Cameron em Outubro de 2010 e publicado as suas conclusões em Maio de 2011. O seu prefácio resume o argumento e suas implicações para as indústrias criativas do Reino Unido como se segue:**

“Direitos de autor, uma vez que a preocupação exclusiva dos autores e seus editores, é hoje impedindo médicos pesquisadores que estudam os dados e texto em busca de novos tratamentos. Cópia tornou-se fundamental para numerosos processos industriais, bem como para uma economia de serviços em expansão com base na Internet. O Reino Unido não pode dar ao luxo de deixar um quadro jurídico concebido em torno de artistas impedir a participação vigorosa nestes negócios emergentes

*setores. Isso não significa, porém, que devemos colocar nossas indústrias criativas extremamente importantes em risco. Na verdade, essas empresas também precisam de mudança, na forma ou mais abertas, contestáveis e eficazes mercados globais em conteúdo digital e um cenário em que a execução do direito de autor se torna eficaz, mais uma vez”.*⁵¹⁷

O governo revisão convidados a garantir o seguinte:

- que as decisões sobre direitos de propriedade intelectual são tomadas à luz da melhor evidência econômica disponível;
- que as instituições envolvidas na administração e supervisão do regime IP segurar mandatos adequados, inclusive no que diz respeito à concorrência, portanto, implicando poderes modificados para o IPO e Ofcom, e normas claras para o funcionamento das sociedades de gestão colectiva;
- que as empresas criativas ser incentivados a desenvolver plataformas digitais mais eficazes para licenciamento de conteúdo (através de um 'Troca de Copyright Digital');
- que o Reino Unido se aproveita das flexibilidades no âmbito IP Europeia, por exemplo, para legalizar a transferência de arquivos protegidos por direitos de um dispositivo pessoal para outro, a fim de trazer de direitos de autor em linha com o comportamento razoável e rotina do consumidor era digital;
- que sejam tomadas medidas no Reino Unido e em nível europeu para garantir direitos de autor não interfere com o crescimento de cópia para fins de 'não-expressivos', incluindo o uso de texto e mineração de dados;
- que o Reino Unido desempenhar o seu papel no sentido de incentivar o desenvolvimento de um 'mercado único digital' na Europa, a fim de facilitar o comércio de bens e serviços digitais, juntamente com a conclusão de um processo de 50 anos para estabelecer um órgão jurisdicional da patente unitária europeia;
- que melhor se tenha em consideração as necessidades das PME em todas as áreas do direito IP, nomeadamente em matéria de resolução de disputas de baixo custo e acesso a serviços de informação IP;
- problemas que enfrentam graves arquivos e museus em relação à sua gestão de arquivos digitais e 'obras órfãs' (onde o detentor dos direitos não foi identificado) ser resolvido;
- que sejam tomadas medidas para garantir que o crescimento da emissão de patentes não está associado a um crescimento em técnicas empresariais para bloquear a inovação.

Em agosto de 2011, o Governo de Coligação declarou chamada do comentário para um quadro IP mais adaptável para ser *“Fundamentalmente a visão correta”*, com um ganho potencial de produção econômica do Reino Unido de entre 0,3 e 0,6 por cento do PIB em 2020, juntamente com uma redução de custos de peso morto na economia de mais de £ 750 milhões.⁵¹⁸

avaliações das partes interessadas da Hargreaves revisão dividida em linhas familiares: o ceticismo sobre a reforma de muitos detentores de direitos e entusiasmo de algumas empresas de tecnologia e instituições de ensino e pesquisa. Alguns detentores de direitos principais, no entanto, aceitou o caso dos processos de licenciamento melhoradas, e colaborou com o estudo de viabilidade de Direitos Autorais Intercâmbio Digital realizado por Richard Hooper ao longo das linhas sugeridas na revisão.⁵¹⁹ A primeira fase deste trabalho confirmaram a existência de *“problemas significativos em uma variedade de segmentos de mercado e setores da indústria”* eo relatório final estabelecer as medidas práticas necessárias para criar um *“Sem fins lucrativos, liderada pela indústria, Direitos Autorais Hub”* capaz de estimular mercados competitivos em *“O alto volume de transações custo monetário automatable, baixas vindo principalmente a partir da cauda longa de usuários menores.”*⁵²⁰

No final de 2012, o Governo introduziu a Empresa e Regulatory Reform (ERR) Bill,⁵²¹ um veículo legislativo diversificada que incluía medidas para abrir o acesso a obras órfãs e para melhorar os padrões entre sociedades de gestão colectiva. Posteriormente, o Governo publicou uma lista detalhada de novas excepções aos direitos de autor, em linha com a flexibilidade oferecida no âmbito do quadro jurídico da UE, com o objetivo *“Para tornar o Reino Unido um lugar melhor para os consumidores e para as empresas a inovar, em mercados que são vitais para o crescimento futuro.”*⁵²²

3. Rumo a um novo pacto

Onde tudo isso está levando?

No momento da escrita, UK consideração Parlamentar de reformas do Governo está bem avançado, mas ainda incompleta, e continua a haver uma ameaça de desafio legal para a mecânica de mudança propostas no ERR Bill. Dada a história de resistência parlamentar para a reforma, seria temerário concluir que as reformas do Governo será aceito em sua totalidade. Também é justo dizer, no entanto, que a dupla abordagem aos direitos de autor defendida no Hargreaves Review - muito maior acesso a licenças digitais pela 'cauda longa' dos usuários menores, juntamente com reformas destinadas a ter a lei de copyright faz sentido para pessoas - parece ter atingido um acorde, não só no Reino Unido, mas também na Europa, e lugares tão diversos como Canadá, Brasil, Rússia e Singapura. Esta mudança no debate provavelmente reflete três coisas: um reconhecimento entre empresas criativas e outras que os efeitos da Internet, por mais doloroso, exigem a adaptação radical ao invés de negação; o surgimento de uma geração 'nascido digital' dos eleitores (e atrás deles, seus pais mais ansiosos) preparados para apoiar a mudança; e o impacto de um longo período de estagnação econômica desde 2008, que sublinhou a necessidade de gerar empregos e prosperidade em sectores como as indústrias criativas, onde o Reino Unido tem uma vantagem comparativa de longa data.

Indicadores dessa mudança são visíveis em todo o mundo. Nos EUA, a Wikipedia et al. desligamento Internet em janeiro de 2012 levou o presidente Obama a retirar suporte para duas peças de legislação (SOPA e PIPA)⁵²³ o que teria aumentado poderes de aplicação de direitos de autor on-line. Em julho de 2012, o Parlamento Europeu votou esmagadoramente para bloquear o ACTA⁵²⁴

tratado, que teria consolidou uma gama de ferramentas de aplicação da IP, mas que foi alvo de grupos de campanha resistindo restrições sobre o funcionamento da Internet. No mês seguinte, Aurelie Filippetti, o novo ministro socialista da Cultura na França comprometeu-se a reduzir as atividades da operação de aplicação da lei Hadopi, uma versão aparentemente forte de *“Três strikes e você está fora”* busca de infratores de direitos autorais introduzidos em 2009 pelo Presidente Sarkozy.⁵²⁵ O ministro criticou o alto custo da Hadopi e disse que tinha

*“Não cumpriu sua missão.”*⁵²⁶

A Comissão Europeia, por sua vez, um acérrimo defensor de um regime de direitos de autor cada vez mais oneroso para as duas últimas décadas, começou a mudar a sua própria posição, promover uma liberalização cauteloso de acesso a obras órfãs, juntamente com regras que exigem a operação mais transparente de cobrança de direitos de autor sociedades.⁵²⁷ Todos esses movimentos europeus refletem uma consciência crescente de que sem a Europa um 'mercado único digital'⁵²⁸ vai escurecer ainda mais a sua perspectiva econômica já sombrio. Este foco sobre o potencial econômico da tecnologia digital também explica a firmeza com que as autoridades europeias têm sustentado seu compromisso com os princípios da neutralidade da rede na mais recente revisão do Quadro Europeu de Telecomunicações.⁵²⁹

Em dezembro de 2012, o próprio Presidente Barroso lançou uma iniciativa sobre a reforma de direitos de autor com base na expectativa de que a economia digital da Europa *“Deverá crescer sete vezes mais rápido do que o PIB global da UE nos próximos anos.”*⁵³⁰ Presidente Barroso pediu uma grande rodada de diálogo das partes interessadas em 2013, a ser seguido por alterações legislativas baseadas em evidências em 2014. Na mesma semana, Michel Barnier, Comissário para o interno europeu

Mercado, fez um discurso lançando 'Licenciamento Europa', uma iniciativa que ecoa em alguns aspectos, o conceito Direitos Autorais Digitais Troca estabelecidos no Hargreaves Comente e que visa aliviar as dificuldades de licenciamento direitos através das fronteiras dos Estados-Membros,⁵³¹

embora alguns críticos dizem que esta iniciativa está sendo usado como um dispositivo para evitar ajustes de direitos autorais, por exemplo, aqueles necessários para impulsionar o texto e data mining.⁵³²

Irlanda, detentor da Presidência da União Europeia no primeiro semestre de 2013, favorece a reforma de direitos de autor. Richard Bruton, Ministro da Jobs, Empresa e Inovação, disse: *“Um objetivo mais e muito importante IP durante a nossa Presidência é o de avançar o debate no campo dos direitos autorais para garantir que este é apto para o efeito para atender às necessidades da era digital para empresas e consumidores. É claro que a revolução digital está mudando fundamentalmente a maneira pela qual os negócios são conduzidos e que a legislação europeia de direitos autorais deve evoluir em resposta a essa mudança.”*^{533, 534} Parece também provável que a Irlanda vai presidir acordo para um Tribunal Europeu de Patentes unificado, uma iniciativa que não menos tomou de 50 anos para levar a bom termo.⁵³⁵

A causa da reforma ousada na Europa também é certamente reforçada pela recente chamada Maria Pallante, o Registro de Direitos Autorais dos EUA, para uma ampla modernização da lei de direitos autorais dos EUA em 'o próximo ato grande copyright. Ela disse ao Comitê Judiciário da Câmara dos Representantes que, sob regime actual: *“Os autores não têm proteções eficazes, bons negócios fé não tem roteiros claras, os tribunais não têm sentido suficiente, e do consumidor e outros cidadãos estão cada vez mais frustrado.”*

As questões são numerosas, complexas e inter-relacionadas.⁵³⁶

Enquanto isso, também tem havido algum movimento do outro lado do argumento das empresas em matéria de aplicação de direitos de autor. Em agosto de 2012, o Google concordou em cooperar com as demandas de longa duração detentores de direitos downgrade em seus rankings de busca nos sites de, infratores de direitos autorais persistentes em escala comercial,⁵³⁷ apesar de alguns detentores de direitos têm continuado a queixar-se da seriedade com que o Google está a tomar medidas.⁵³⁸ Em fevereiro de 2013, conforme mencionado no Capítulo Nove, o Google concordou em pagar € 60 milhões para um fundo francês de mídia projetado para ajudar notícias francesa editores se adaptar à Internet,⁵³⁹

seguindo um movimento na Alemanha (posteriormente suavizado) para exigir Google para remunerar os prestadores de notícias aos quais a empresa de pesquisa fornece links.⁵⁴⁰

Um tipo diferente de indicação do ajuste das posições em guerras globais de direitos autorais pode ser visto nos últimos livros das trincheiras opostas. Aqui estão as palavras de encerramento de William Patry, Senior Counsel direitos autorais do Google, em *Como corrigir Direitos de autor:*

*“Indo após o número muito pequeno de pessoas que estão fazendo a maior parte do dano [em termos de violação de direitos autorais] é inteiramente justificada. O que é injustificada são técnicas de mão pesada contra a massa da população, seja por meio de três greves-e você está fora abordagens, ou ameaças de ações judiciais com penalidades incapacitantes. proprietários dos direitos autorais tem todas as ferramentas que eles precisam para ir atrás dos bandidos e devemos apoiá-los nesses esforços. No entanto, proprietários de direitos autorais também deve apoiar os mocinhos, fornecendo bens autorizados convenientes a preços razoáveis. Se não o fizerem, nenhuma lei de direitos de autor pode ajudá-los.”*⁵⁴¹

E aqui é Robert Levine, em *Free Ride: como a Internet está destruindo o negócio de cultura e como o negócio de cultura pode lutar para trás*, um livro que argumenta que a Internet está em perigo de destruir as indústrias criativas com sua ruptura de modelos de negócios:

*“As leis de copyright precisa ser revista para trazer alguma ordem à Internet; precisamos de prazos mais curtos de proteção, uma maneira de agir mais rapidamente contra os piratas em escala comercial, e danifica menos draconianas para infratores individuais.”*⁵⁴²

4. o dividendo da paz

Então talvez seja hora de imaginar o que poderia um regime digitais-friendly Reino Unido e europeu copyright parece? Poderia:

- oferecer incentivos justos aos criadores, pequena, bem como grande, sem custos de transação pesados para que eles possam usar os retornos obtidos em seu IP para investir de volta para o seu trabalho criativo;
- libertar arquivamento digital e proporcionar o acesso a obras órfãs, extremamente enriquecedoras recursos culturais disponíveis na Europa e gerar muitas novas oportunidades de negócios;
- incentivar novas técnicas analíticas baseadas em texto e mineração de dados e assim fortalecer a nossa ciência e base criativa;
- facilitar o surgimento de novas empresas de conteúdo, incluindo aquelas baseadas em e colaboração 'pelo usuário conteúdo gerado';
- permitir à Europa para se adaptar às tecnologias digitais ainda desconhecidos, sem entrar em um espasmo política em cada ocasião;
- permitir que as crianças crescem nas escolas digitais, onde eles podem ser bem-educado no funcionamento de um sistema claro e racional copyright (bem como em indivíduos criativos e ciência da computação - ver Capítulo Onze);
- tornar legítimo e eficaz a punição de piratas comercialmente motivados;
- nutrir um mercado único digital europeu, trazendo benefícios graves para os produtores de conteúdo de todos os tipos e, talvez, finalmente, estimular o surgimento de uma nova geração de empresas de tecnologia europeias.

Nestas circunstâncias, não há nenhuma razão para que um regime de aplicação de direitos de autor imparcial não pode ser feito para trabalhar. A chave para obter o certo é reunir as informações necessárias para entender consumidor e comportamento empresarial e para garantir que os injustos significativos são o principal alvo. Dadas as poderes reforçados para reunir informações concedida a Ofcom sob a Lei de Economia Digital de 2010, juntamente com a investigação realizada na violação on-line como resultado da Hargreaves Review, o Reino Unido está agora em uma posição para entrar nesta época de aplicação inteligente.

Enquanto isso, uma abordagem sustentável para licenças digitais, juntamente com um regime de direitos de autor reformado que faça sentido para os cidadãos era digital, mantém a perspectiva genuína de um fim às guerras de direitos autorais, colocando o Reino Unido e economias criativas europeias no caminho para a maior prosperidade.

proposta nove

regras e exceções aos direitos autorais do Reino Unido deve ser re-equilibrada, ao longo das linhas propostas pelo governo do Reino Unido, e também a nível europeu como parte da unidade para um mercado único digital europeu. Um novo mecanismo para permitir muito maior e as transações de licenciamento de direitos mais eficientes (através do Hub copyright proposta) deve ser desenvolvido durante 2013, novamente com potencial de replicação europeu.

11 habilidades e educação

Nossa definição da economia criativa enfatiza sua dependência do talento criativo como a principal fonte de valor. Segue-se que uma economia criativa em crescimento necessita de uma força de trabalho criativo em expansão. Na verdade, sabemos que o crescimento na demanda por trabalhadores criativos qualificados na economia em geral do Reino Unido superou que, mesmo nas indústrias criativas nos últimos anos.⁵⁴³ **Sabemos, também, de uma longa corpo de pesquisa sobre a adoção e as habilidades de tecnologia que as tecnologias de informação e comunicação (TIC) complementam as tarefas não-rotineiras de resolução de problemas complexos e de comunicação que estão associados com a criatividade.**⁵⁴⁴

Separadamente, há evidências de que as empresas também colher maiores benefícios dos investimentos nas TIC, quando eles têm práticas de gestão mais fortes.⁵⁴⁵

Isto sugere que as habilidades criativas, de TIC e de gestão são três ingredientes fundamentais de uma economia criativa próspera.

Historicamente, o Reino Unido tem beneficiado de um sistema educacional que tem sido razoavelmente bem disposto para produzir talentos com este mix de competências, pelo menos nas duas primeiras áreas; que tem tido escolas de arte e design, que colocam a ênfase no permitindo que os indivíduos para perseguir suas próprias idéias paralelamente ao desenvolvimento de suas habilidades técnicas, os departamentos de computação da universidade fortes, e uma longa tradição de formação profissional em áreas-chave de artesanato.⁵⁴⁶ **Onde a demanda superou a oferta, o Reino Unido tem sido capaz de confiar - pelo menos até recentemente - em atrair talentos qualificados do exterior, ativado por uma política de imigração relativamente permissivo.**⁵⁴⁷

Mas hoje, no Reino Unido existe um desfasamento de alarmante entre a oferta ea procura de competências criativas, com a escassez de competências graves precisamente nas áreas relacionadas com a Internet, onde empresas britânicas precisam para competir. Isso inclui as habilidades técnicas necessárias para utilizar ferramentas de criação de conteúdo digital e para projetar plataformas digitais, as competências de gestão para implementar novos processos de produção baseado na aprendizagem e os dados iterativo, e as habilidades de empreendedorismo para dar à luz a próxima geração de start-ups que irá sacudir os mercados de Internet.⁵⁴⁸

Nesta reuniram evidência muito clara deste problema em sua *Próxima geração* habilidades revisão liderada por Ian Livingstone e Alex Hope, em 2010, quando mais de metade dos jogos de vídeo e empresas de efeitos visuais pesquisadas relataram dificuldades no preenchimento de cargos de nível de entrada: os empregadores vagas identificadas para as pessoas com habilidades técnicas, experiência em plataformas digitais e gestão e habilidades de produção como particularmente difícil de preencher.⁵⁴⁹ **O forte apoio para as recomendações da revisão dos gostos de Google, BT, Facebook, The Guardian e Talk Talk confirmou que estas preocupações foram muito além dos jogos de vídeo e indústrias de efeitos visuais.**

Coerente com isso, uma pesquisa de 2010 pela Creative Skillset, o Conselho Sector Skills para as indústrias de mídia criativas, mostrou que 56 por cento das empresas de mídia interativa - incluindo aqueles em conteúdo móvel, TV protocolo de Internet e mídia social - lutou para encontrar candidatos com o certas criativas de equipe de trabalho, de software e de gestão.⁵⁵⁰

Para agravar estes problemas no recrutamento de novos talentos, os empregadores criativas também enfrentam lacunas nas habilidades daqueles que eles empregam actualmente. Por exemplo, um terço das empresas de jogos de vídeo pesquisados para *Próxima geração* informou que sua força de trabalho necessário um upgrade em suas habilidades. Mais de um quarto das empresas de mídia interativa pesquisados pela Creative Skillset revelou habilidades

lacunas na sua força de trabalho. E um terço das empresas de entretenimento digital em conjunto digital da Brighton dizer que a falta de competências de gestão em sua força de trabalho cria barreiras significativas para o crescimento. ⁵⁵¹

Este quadro de carências e lacunas de competências graves também é ecoado nas indústrias criativas que não são 'nascidos digital', como o filme, publicação e publicidade. Lá, tecnologias disruptivas, também deram origem a novas necessidades de competências. **Como o relatório da Creative Skillset, *Inteligência de Mercado do Trabalho para a Indústria Cinematográfica* aponta, "A lacuna de competências-chave para o futuro, comum para a indústria cinematográfica, é novo e tecnologia digital e particularmente a gestão da mudança do tradicional para mídia digital."** ⁵⁵² Em 2009, 46 por cento das empresas de publicidade consultados pela criativas e culturais Skills relatou as lacunas de competências na sua força de trabalho. Mais recentemente, os empregadores anunciam também **reclamaram da escassez de habilidades multi-plataforma.** ⁵⁵³ Uma preocupante dois terços de editoras pesquisadas pela Creative Skillset em 2011 relatou lacunas nas vendas e habilidades de marketing de sua força de trabalho, e metade mencionado deficiências em habilidades técnicas de seus funcionários em áreas como programação de computadores e web design. Mais de um terço reclamou sobre a falta de habilidades de negócios e liderança. ⁵⁵⁴

A evidência é incontestável: a digitalização expôs deficiências habilidades criativas, técnicas e relacionadas a gerenciamento de força de trabalho criativo do Reino Unido que exigem atenção urgente se suas empresas criativas estão no futuro para ter sucesso em mercados de Internet.

Neste capítulo, consideramos mais detalhadamente as necessidades de hoje e de força de trabalho criativo de amanhã e propor soluções para lidar com bloqueios.

1. o direito material: atitudes, habilidades e requisitos de conhecimento de uma força de trabalho criativo de alta qualidade

Criatividade é por vezes descrita menos como uma habilidade e mais como uma atitude ou maneira de pensar. Isto reflecte a capacidade de inovação 'interpretativa' delineada por Richard Lester e Michael Piore no Instituto de Tecnologia de Massachusetts. ⁵⁵⁵ **Eles descrevem isto como uma vontade de experimentar coisas novas e abraçar ambigüidade, que se relaciona com a nossa discussão no Capítulo Três sobre a importância de atender às necessidades diferenciadas dos clientes de uma forma que não pode ser expresso de forma precisa.**

Mas eles também enfatizam a importância de intermediação idéias através das fronteiras disciplinares: inovação interpretativa envolve exploração com uma grande variedade de colaboradores que é

"Mais apropriado quando os resultados possíveis são desconhecidos - quando a tarefa é criar esses resultados." ⁵⁵⁶ Assim, podemos ver o processo criativo como multi-disciplinar e um com o empreendedorismo em seu coração. ⁵⁵⁷ Estudo após estudo mostra que mesmo as saídas criativas mais originais, surpreendentes e radicais envolvem a síntese das idéias de domínios, campos criativos ou disciplinas mais longe. ⁵⁵⁸

Posando perguntas inesperadas e esboçar possíveis respostas, no entanto, são por si só não é suficiente: é necessário artesanato e habilidades técnicas para realizar as idéias mais criativas. Isso pode ser projetar e implementar as características para um jogo de serviço web ou vídeo, ou escrever o breve para um anúncio, a gravação de um filme ou produção de um álbum. Embora muitas dessas habilidades construir sobre os conhecimentos teóricos (por exemplo, matemática, no caso de programação de computadores ou a ergonomia no caso de design), eles também envolvem um elemento tácito importante que não pode ser ensinado em abstrato, exigindo que 'aprender fazendo' em tempo real - situações do mundo. ⁵⁵⁹ **Ao aplicar as suas habilidades artesanais Desta forma,** profissionais criativos construir sobre o conhecimento existente, aprender rapidamente e acho que originalmente para tratar de novos problemas e explorar caminhos criativos inesperados. ⁵⁶⁰

Multidões de habilidades diferentes ofícios e disciplinas se reúnem para gerar produtos criativos.⁵⁶¹ Mesmo fazendo um curta-metragem geralmente envolve dezenas de ofícios especializados, de roteiro e fotografia para agir e efeitos visuais de produção. jogos de vídeo estúdios reunir programadores, artistas digitais e designers. Isso significa que profissionais criativos precisam forte 'soft skills', incluindo trabalho em equipe e comunicação, para colaborar com colegas de outras disciplinas, e para realizar efetivamente como parte de equipes de projeto que se reúnem por um período limitado de tempo para entregar um filme, um álbum ou uma campanha publicitária.

Neste ambiente intensamente multidisciplinar, profissionais com a fusão certa de conhecimentos e habilidades criativas e técnicas estão em um prêmio alto. Alex Hope, Managing Director de Efeitos Visuais estúdio Double Negative, descreve o seu **aluguer de sonho como alguém com 'Double Matemática, Física e Arte' A-levels.**⁵⁶² Na mesma linha, jogos de vídeo estúdio Válvula exclama em seu Manual para os novos empregados que *"Engenheiros: a codificação é apenas o começo; Não engenheiros: programa ou ser programado"*.⁵⁶³ O crescimento contínuo de trabalhos criativos incorporados fora das indústrias criativas acrescenta outra dimensão a esta necessário disciplinaridade multi-.

Gestores de empresas criativas estes dias são obrigados a ter particularmente fortes habilidades de gerenciamento de projetos, dada a dimensão e complexidade de muitos projetos criativos. A produção do blockbuster de vídeo game Assassins Creed III, **por exemplo, envolveu mais de 600 desenvolvedores trabalhando em sete estúdios na América, Europa e Ásia.**⁵⁶⁴ E empresas de efeitos visuais agora têm dutos de ativos em todo o globo - quando o trabalho termina em uma parte do mundo, ele começa imediatamente em outro. shows ao vivo implantando efeitos visuais avançados estão no coração do muito grande e crescente mercado chinês para festivais públicos e globalmente para eventos corporativos; empresas que servem esses mercados têm **aprendido seu comércio nos negócios de música e performance teatral.**⁵⁶⁵

Tal como acontece com todas as empresas, habilidades gerais de negócios - contabilidade, finanças, planejamento e marketing - também são uma parte essencial do mix. Historicamente, tem havido algumas preocupações sobre a qualidade dessas habilidades de negócios nas indústrias criativas do Reino Unido. Pesquisas têm sugerido que preocupantemente grande número de britânicos empresas criativas não **possuem as habilidades mais básicas de planejamento de negócios.**⁵⁶⁶

Por último, mas não menos importante, carreiras criativas de sucesso são construídos sobre adaptabilidade - uma qualidade fundamental para a aprendizagem. Como o designer americano Charles Eames colocá-lo, muito antes da turbulência da era digital: *"Se nada mais, o estudante deve começar a partir de sua formação de um sentimento de segurança na mudança."*⁵⁶⁷

Por que essa adaptação é essencial agora deve ser clara do impacto que as tecnologias digitais têm tido sobre o que é exigido de trabalhadores criativos, que em alguns casos tem causado totalmente novas ocupações a surgir, e tornado outros obsoletos. Animação, filme, produção de televisão têm tudo, por exemplo, foi transformado por Imagery Computer-Generated (CGI). Mudanças nos modelos de negócios e a reconfiguração das cadeias de valor criativas têm forçado as empresas criativas para adquirir novas capacidades e competências em áreas como wide variando de desenvolvimento de software, o apoio da comunidade, 'Big Data' e da gestão das economias virtuais. Na era analógica, a maioria das empresas de conteúdo só tinha que se preocupar com a produção de grande conteúdo criativo, e deixou a comercialização de seus editores. Mas com as tecnologias digitais, muitos estão agora a aprender a comercializar,

A Internet e as tecnologias digitais também oferecem novas oportunidades, locais e modos de aprendizagem para profissionais criativos. **Hiper Island, criado na Suécia em 1994, mas com uma presença global hoje, oferece aprendizagem experiencial.**⁵⁶⁸ Mais recentemente, tem havido uma onda de 'Cursos maciços abertos online' (MOOC), tais como os fornecidos pela Coursera, EDX e Udacity. **Embora MOOCs têm seus críticos,**⁵⁶⁹ eles abrem palestras de prestígio

universidades para audiências globais, oferecendo instalações de testes interativos e fóruns de discussão em grupo. Em janeiro de 2013, Coursera já ostentava 2,4 milhões de usuários e 214 cursos (incluindo em temas como 'Programação Criativa para Mídias Digitais', 'Gamification' e 'Digital Sound Design') a partir de universidades como Georgia Tech, Duke e Princeton.⁵⁷⁰ Em dezembro de 2012, Open University do Reino Unido anunciou FutureLearn, um fornecedor MOOC em parceria com 12 universidades do Reino Unido.⁵⁷¹

Stack Overflow, um site 'perguntas e respostas' principalmente focado em programação de computadores, é outro exemplo proeminente de uma inovação em linha com o potencial para revisar como os profissionais criativos adquirir e actualizar as suas competências.⁵⁷² E depois há a pletera de ferramentas de produção acessíveis, em alguns casos, de código aberto, e em outros comercialmente desenvolvidos, mas livremente disponíveis para actividades não comerciais (como o motor de jogo Unity 3D), que brotação e profissionais criativos veterano pode usar para aprender novas habilidades e melhorar os já existentes.

2. Por que as necessidades de competências das indústrias criativas não estão sendo atendidas?

Onde estão os pontos fracos em provedores de educação e formação do Reino Unido para explicar o quadro alarmante que abriu este capítulo?

escolas

As escolas ensinam 'core' conhecimentos e habilidades jovens que atuar como um gateway, fundação e estimular a continuação da aprendizagem. Eles também fornecem informações e inspiração sobre possíveis carreiras, ajudando os alunos a escolher os temas direito de apresentar queixa na escola secundária e através da educação mais e mais alto. eles estão atualmente fazendo isso de uma forma que reflete as necessidades da economia criativa? Nós não acreditamos que eles são - ou em termos do que está sendo ensinado ou como ele está sendo ensinado.

Durante a última década escolas primárias da Inglaterra foram obrigados a se concentrar em assuntos ensino do núcleo como o Inglês, ciência e matemática, alegando que, sem um desempenho satisfatório nestas áreas, os alunos estarão em desvantagem ao longo da vida, em termos de sua plataforma para a construção de outras formas de conhecimento e habilidades. Uma consequência deste enfoque, porém, é que outros assuntos também vitais para a economia criativa se tornaram apêndices opcionais para o currículo escolar. Estes temas têm incluído ciência da computação, design e tecnologia e arte.

Estamos encantados que Michael Gove tem tardiamente respondeu à próxima campanha Gen Skills, ao concordar em incluir um GCSE em ciência da computação na Baccalaureate Inglês, que desde 2010 tem sido usado para medir e indicar o **desempenho de escolas de inglês e, portanto, molda escolas incentivos para investir e priorizar os seus recursos.**⁵⁷³ Mas acreditamos que a contínua exclusão de arte e design e tecnologia é uma ameaça significativa à economia criativa do Reino Unido.

decisão do Sr. Gove em arte e design e tecnologia tem sido desafiada por três Comentários -

Next Gen, reiniciando-Bretanha (produzido pela Comissão de Design)⁵⁷⁴ eo independente

Revisão de Educação Cultural por Darren Henley.⁵⁷⁵

Próxima do Gen recomendação de que a arte ser incluídos no Baccalaureate Inglês foi desenvolvido no Henley revisão como parte de um amplo programa de mudança no fornecimento de educação artística e cultural nas escolas.⁵⁷⁶ Apesar de Ministros respondeu calorosamente a pontos menos importantes da revisão, eles ignoraram seu impulso central, para o desespero dos grupos em campanha para um compromisso mais forte com os indivíduos criativos no núcleo de

o sistema de ensino Inglês.⁵⁷⁷ Havia preocupações semelhantes que o Governo não estava prestando atenção aos avisos de convocação da Comissão do Projeto para o ensino de design não deve ser deixado de lado nas escolas.⁵⁷⁸

Estas críticas da política do governo são hoje compartilhada pela Indústrias Criativas Conselho Skillsset Skills Group, que reúne figuras de toda as indústrias criativas e que em janeiro de 2012 fez uma série de recomendações ao Conselho Indústrias Criativas do Governo britânico. O grupo observado que: *“Grande parte do currículo e ensino nas escolas tornou-se demasiado focado no que pode ser facilmente ensinada e examinou e não o que dá às crianças e aos jovens as habilidades profundas e conexão emocional a um assunto sobre o qual eles podem construir.”* Ele defendeu uma abordagem multi-disciplinar mais equilibrada ao currículo, um que combina o *“Interesses artísticos, inovação tecnológica e energia empreendedora que é tão característico das indústrias criativas e digitais do Reino Unido e que sustenta sua vantagem competitiva.”*⁵⁷⁹

Esta preocupação com a forma como os alunos são avaliados e a necessidade de uma mais 'fundido' artística, tecnologia e **educação empresarial nos leva a problemas com como matérias são ensinadas nas escolas.** Em seu 2011 MacTaggart Palestra no Festival de Televisão de Edimburgo International, presidente executivo do Google, Eric Schmidt criticou o sistema educacional do Reino Unido para forçar os jovens a se especializar muito cedo em qualquer STEM ou artes e humanidades assuntos, reforçando assim a lacuna entre as 'duas culturas' identificado por CP Snow mais de 50 anos antes. Esta especialização prematura, argumentou ele, diminuiu a capacidade do Reino Unido de educar dos polímatas 'que têm um pé na tecnologia digital e outra em design e as artes que a economia criativa precisa. *Próxima geração tinha, por exemplo, reuniu dados de pesquisas que os jovens, apresentados com esta dicotomia, estavam sendo enganado em pensar que eles não precisam adquirir qualificações de ciências duras, a fim de prosseguir uma carreira na alta tecnologia indústrias criativas.*⁵⁸⁰

As escolas também estão sendo criticados por não aproveitar o potencial pedagógico das tecnologias digitais na sala de aula (ou não fornecer evidência disto), apesar de aplicações financeiras substanciais.⁵⁸¹ O ritmo pura da mudança tecnológica criou um abismo entre aqueles que projetar e entregar o currículo e quem a recebe - a primeira geração a crescer em um mundo com acesso à Internet generalizada e, como tal, muitas vezes mais proficiente com tecnologias digitais que sua professores.⁵⁸² Isto levou a apelos para uma implantação mais imaginativa da tecnologia na sala de aula.⁵⁸³ Uma recente revisão internacional pela Nesta descoberto mais de 200 exemplos de inovação digital na educação e concluiu que, embora

“A tecnologia digital oferece um enorme potencial para transformar a aprendizagem”, houve também um grande ênfase no kit na sala de aula e muito pouca consideração dos objectivos de aprendizagem e capacidades de professores. (Caixa 11.1) A adopção de tecnologia relativamente lento em escolas do Reino Unido, este estudo argumentou, também reflete uma falta generalizada de confiança sobre o gerenciamento de riscos do 'lado escuro' envolvidos na incorporação de tecnologias digitais nas escolas.

Box 11.1: tecnologia criativa na educação

Nesta de *Aprendizagem decodificação* relatório revela muitos exemplos internacionais de uso inovador de tecnologia digital em ambientes educacionais, mas conclui que muitas vezes o interesse é impulsionada pela tecnologia, em vez de resultados de aprendizagem. O relatório apela a uma maior conexão entre pesquisadores examinar o uso da tecnologia e avaliar os resultados, as empresas que desenvolvem tecnologias e aplicações para a aprendizagem, e os próprios professores.

Embora seja difícil identificar uma única nação que foi totalmente aproveitado o potencial das tecnologias digitais em ambientes educacionais, há lições a serem aprendidas com iniciativas e programas em curso em todo o mundo.

iZone é uma comunidade de inovadores novas escolas york comprometida com a aprendizagem mais personalizado aos seus alunos. A nova tecnologia é fundamental para a abordagem, mas o ponto de partida é sempre as necessidades de aprendizagem dos alunos. escolas participantes identificar os seus principais desafios de aprendizagem, piloto e avaliar o impacto das inovações no desempenho do aluno e ativamente compartilhar suas descobertas com os professores e desenvolvedores de tecnologia educacional. Há um forte foco no online e blended (isto é, online e face-a-face) de aprendizagem, e na combinação de diferentes modos de aprendizagem na sala de aula - como a instrução conduzida pelo professor ao vivo, aprendizagem colaborativa, aprendizagem auto-dirigida (por vezes usando soluções de software sob medida) e tutores virtuais.

estudantes de matemática em a escola de um (também em Nova york) começar cada dia na frente de uma tela grande que gera uma 'lista' de atividades para esse dia. Este é um programa de aprendizagem altamente adaptados gerados por algoritmos de computador que tenham em conta tanto da fase de aprendizagem de cada aluno e seu estilo de aprendizagem preferido. Assim, por exemplo, um estudante que responde bem à aprendizagem mediada por computador pode começar com uma série de tarefas baseadas em computadores, enquanto outro pode ir para a tutoria um-para-um com um professor. O modelo reduz o tempo que os professores precisam para gastar em administração, liberando tempo para conhecer melhor os alunos. Evidências de um piloto escola de verão sugeriu que os estudantes após a Escola de Um modelo aprendeu matemática mais rápido.

Dentro Cingapura , o sistema de ensino é altamente centralizado eo uso de tecnologias educacionais é controlado pelo Governo. produtos educacionais precisam cumprir com o Ministério da Educação orientações sobre os resultados da aprendizagem, e seus desenvolvedores trabalhar muito estreitamente com os professores e escolas para produtos piloto antes de serem lançados no mercado. A percepção é de que esta estreita ligação entre desenvolvedores e professores ajuda a adaptar tecnologias para a sala de aula. As escolas também estão autorizados a proceder ao seu próprio ritmo ao aprovar estas novas tecnologias. Alguns fazem uso somente mínima de novas tecnologias, enquanto outros são muito mais envolvido.

Tendo isso em mente, uma das plataformas de ensino mais amplamente utilizados nas escolas de Cingapura é LEAD. Ele inclui tutoriais interativos, jogos, atividades de exploração e avaliação em todas as áreas, e permite aos professores para criar pacotes de aprendizagem personalizados que podem ser atribuídas a estudantes online. Os professores também podem incluir recursos como vídeos do YouTube, capacidade de bate-papo, links para sites, Google Docs e arquivos que eles criaram. Eles também podem acompanhar o progresso dos alunos online.

As novas tecnologias digitais podem capacitar os alunos a assumir maior responsabilidade pela sua própria **aprendizagem, abandonando convencional 'broadcast', modelos lineares de educação.** **o Orestad Gymnasium dentro Copenhague** utiliza uma ampla gama de tecnologias para fazer exatamente isso, dando aos estudantes um alto grau de autonomia sobre onde e quando eles trabalham, e sobre a forma como eles demonstram a sua aprendizagem. Podcasts, por exemplo, são usados para combinar texto, som e narração e ajudar os alunos menos confiantes demonstrar suas habilidades em áreas como línguas sem as pressões de um ambiente de sala de aula tradicional. telefones inteligentes são utilizados como ferramentas nas aulas e ambiente virtual de aprendizagem da escola permite aos alunos fazer upload de seu trabalho para avaliação.

Esta abordagem flexível também se reflete na concepção de instalações escolares, com grandes áreas abertas para trabalho colaborativo. Os alunos são, em grande medida responsável pela sua

própria aprendizagem e professores adotar mais de um papel de orientação. A escola tem alcançado resultados impressionantes. Apesar do fato de que quase metade dos alunos da Orestad vêm de famílias sem história de mais educação, a escola alcança resultados a par com as médias nacionais em termos de progresso à educação mais e mais alto.

Fontes: Nesta (2012) 'Decoding Aprendizagem: A prova, promessa e potencial da educação Digital' [Online] London: NESTA. Disponível em: http://www.nesta.org.uk/areas_of_work/public_services_lab/digital_educacao_ativos_recursos_decoding_learning_report. Acessado em 28 de janeiro de 2013. The Daily Riff (2012) 'E-Learning em Cingapura: onde os professores estão envolvidos no desenvolvimento de produtos.' [Online] Disponível em: <http://www.thedailyriff.com/articles/e-learning-in-singapore-where-teachers-are-envolveu-in-product-development-927.php> [Acessado em fevereiro 2013].

O resultado líquido de todas essas deficiências é que os jovens se encontram a viver em um mundo digital, enquanto recebendo a sua educação em escolas analógicas.

política de educação é, naturalmente, um descentralizadas sistemas de matéria e escolares em todo o Reino Unido diferem em aspectos importantes. Enquanto os exames continuam a ser um foco crítico e o principal veículo para a progressão dos jovens no ensino superior e no trabalho nas nações tanto quanto na Inglaterra, há sinais de desconforto com as limitações de currículos rígidas, baseadas em sujeitos. Na Escócia, o currículo por excelência⁵⁸⁴ representa uma mudança significativa na política de educação escolar, e uma tentativa de afastar-se foco passado em domínios sujeitos estreitas no sentido de uma abordagem transversal e interdisciplinar. O currículo se concentra no desenvolvimento de quatro capacidades nos alunos - alunos bem sucedidos, indivíduos confiantes, cidadãos responsáveis e colaboradores eficazes - e coloca forte ênfase em temas transversais, como as empresas e criatividade, juntamente com novas formas de avaliação contínua. É uma reformulação atacado e ousada de políticas e práticas de educação, os impactos de que não será totalmente observável para uma geração, e não é sem desafios na sua implementação.⁵⁸⁵

No País de Gales, o Baccalaureate Welsh (introduzida em 2003) é mais amplamente elaborado do que a sua proposta equivalente Inglês, mas Wales está lutando com o que parece ser uma perda estrutural de realização relativo em matemática e alfabetização, de acordo com as avaliações internacionais PISA e ações outras deficiências do sistema atual em Inglaterra.⁵⁸⁶

política de educação na Irlanda do Norte tem sido menos radical do que na Escócia e é mais próxima da Inglaterra e País de Gales. Todas as escolas da Irlanda do Norte seguem o Currículo da Irlanda do Norte, que é baseado no Currículo Nacional utilizado na Inglaterra e País de Gales. Atualmente, existem propostas para reformar o currículo para fazer sua ênfase mais habilidades-baseado em uma tentativa de reformar o sistema e resolver problemas persistentes de desigualdade. Estas reformas, no entanto, propor pouco para resolver as preocupações expressas pelo conjunto de habilidades Habilidades Grupo Indústrias Criativas Conselho.

Ensino superior

indústrias criativas do Reino Unido são relativamente grande empregador de graduados universitários - a proporção de licenciados em sua força de trabalho, sendo muito superior à média do Reino Unido. Assim, 57 por cento da força de trabalho **mídia criativa é formado, em comparação com 37 por cento da força de trabalho como um todo.**⁵⁸⁷ Este é particularmente o caso em 'high tech', setores criativos digitais - cerca de três quartos da força de trabalho em setores como jogos de vídeo, efeitos visuais e mídia interativa têm pelo menos um curso de graduação, e um número significativo também têm qualificações de pós-graduação (25 por cento em jogos, 33 por cento em efeitos visuais e 36 por cento em meios interactivos).

Universidades produzir uma enorme quantidade de graduados dos cursos que são descritos como relevantes para a economia criativa. Na sua avaliação da oferta de competências para as indústrias de mídia criativas, criativa Skillset identificou 18.250 cursos de **'relevante' em instituições de ensino superior britânico em 2008/2009.**⁵⁸⁸ *Próxima geração* argumentou que não era de fato um grande excesso de oferta de

licenciados para os jogos de vídeo e indústrias de efeitos visuais - só em 2009, por exemplo, jogos de vídeo cursos especializados no Reino Unido produziu pouco menos de 1.600 graduados, o equivalente a cerca de 15 por cento de toda a força de trabalho no momento. Também foi relatado que há um excesso de oferta de talentos à procura de emprego em setores como música e da edição.⁵⁸⁹

Isto levanta a pergunta óbvia: por que, se houver uma saudável - mesmo o excesso - oferta de licenciados de cursos que são aparentemente relevantes para as indústrias criativas, que vemos tantas empresas criativas relatando escassez de competências e dificuldades preenchimento de vagas?

Simplificando, a evidência sugere que a maioria das universidades não têm vindo a produzir o tipo de talento que o criativo indústrias demanda. Vemos isso nos pobres resultados de emprego dos graduados de graus especialista em mídia criativas evidenciados nas *Próxima geração (apenas 12 por cento dos graduados dos cursos de jogos garantiu o emprego na indústria no prazo de seis meses após a saída da universidade)* e outros estudos (por exemplo, apenas 17,5 por cento dos diplomados da Universidade da Escola de criativas e culturais Indústrias de Glamorgan ganharam emprego no sector criativo no prazo de nove meses da graduação).⁵⁹⁰

Próxima geração também mostrou que os jogos de vídeo e empresas de efeitos visuais preferiu recrutar outros do que a mídia criativa (por exemplo, de ciência da computação, matemática e cursos de física), e até mesmo do exterior cursos. As opiniões dos graduados atualmente trabalham nestas indústrias recolhidas através de *Próxima do Gen Levantamento talento não eram positivos* ou - mais de um terço dos entrevistados que trabalham no sector disse que eles agora reconhecido que seu curso não tinham habilidades relevantes para a indústria.⁵⁹¹

Alguma responsabilidade por isso deve estar com a indústria, que tem no principal falhou para especificar ou comunicar suas necessidades de recrutamento em tempo hábil; talvez em parte como consequência das culturas de negócios criativos que, como o Skillset Skills Grupo de Trabalho Criativo incisivamente observa, enfatizam *“Celebração e mostrando ao invés de sistematicamente investindo no aumento da competitividade.”*⁵⁹²

Mas as universidades do Reino Unido também devem compartilhar parte da culpa. Eles foram acusados de resposta insuficiente para as necessidades dos seus alunos ou para a indústria de, em parte porque faltaram os incentivos para fazê-lo. No passado, os futuros alunos não foram dadas informações suficientes sobre o que será ensinado em cursos de criação, sobre se o que está sendo ensinado irá ajudá-los a ganhar o emprego criativo, e sobre o eventual desempenho dos diplomados no mercado de trabalho criativo. Do ponto de vista da economia, os compradores desinformados fizeram para os vendedores oportunistas, mais visivelmente através de 'vagabundos em assentos' políticas que colocaram número de alunos acima da qualidade de suas experiências de aprendizagem (ou, eventualmente, as habilidades que eles trazem para o local de trabalho).

Esta visão é ecoada pelo conjunto de habilidades Habilidades Grupo de Trabalho Indústrias Criativas Conselho, que acredita que há muitos alunos mal informados perseguindo muitos cursos mal definidas: *“Como os custos de aumento ensino superior, é cada vez mais importante que os futuros alunos e os pais são capazes de diferenciar e fazer escolhas informadas sobre cursos e instituições.”*⁵⁹³ Em novembro de 2012, a Creative Skillset anunciou um projecto-piloto financiado pela Comissão do Reino Unido de Competências e Emprego para aumentar o número de cursos acreditados (e, portanto, aumentar os níveis de informação no mercado de educação criativa). O esquema criativo Skillset 'Tick' resultante levou à acreditação de 96 cursos em áreas como a edição, computação gráfica, publicidade, cinema, business media / empreendedorismo, e arte e design, eo esquema está agora a ser implementado.⁵⁹⁴

Mas existem outras barreiras estruturais na forma de uma melhor adequação entre o que as universidades podem oferecer e que as empresas criativas precisa. Acima de tudo, e como já vimos, a grande maioria das empresas criativas são pequenos e não têm as pessoas e tempo para ajudar as universidades currículos design que são relevantes para as suas necessidades. Em segundo lugar, o ritmo acelerado das mudanças em tecnologias e mercados criativas exige um grau de agilidade na provisão de educação que a maioria das universidades simplesmente não têm. Como consequência, não

só fazem universidades carecem de informação para atender as necessidades de empresas criativas, mas mesmo se tivessem, não está claro se eles seriam capazes de se adaptar como essas necessidades mudam (digamos, por redesenhar seus currículos ou através da aquisição - em alguns casos caros - novas tecnologias).⁵⁹⁵ Estima-se que a aprovação e acreditação de novos diplomas universitários pode levar nada até 2-3 anos: como as notas criativa de habilidades Habilidades do Grupo de Trabalho, *"Este pode ser aceitável para uma licenciatura em História, mas não para um Mestrado em Interactive Media design."*⁵⁹⁶

Há também dúvidas sobre a capacidade da maioria das universidades do Reino Unido para ensinar essas prática- habilidades relacionadas ao conhecimento do ofício, trabalho em equipe e empreendedorismo que discutimos anteriormente eram tão importantes para a economia criativa baseada. Embora existam alguns excelentes exemplos de programas de simulação 'baseadas no trabalho' no Reino Unido, como o Dare to be competição Digital organizado pela Universidade de Abertay em Dundee (onde equipes de estudantes multi-disciplinares produzir um protótipo de jogos, que é então avaliada pela indústria), a estrutura organizacional das universidades (dispostos ao longo de linhas disciplinares), e inércias institucionais (também ligado às dificuldades de equipas avaliar, em comparação com indivíduos) criar obstáculos à adoção generalizada dos modelos de aprendizagem baseada no trabalho em universidades.

As exceções aqui pode ser nas artes e nas escolas de design de todo o Reino Unido e onde os principais atributos de criatividade - independência, resolução de problemas e trabalho colaborativo - são inerentes à aprendizagem baseada em estúdio.⁵⁹⁷ Mais poderia ser aprendido com essas experiências, mas as instituições de ensino superior britânicos não parecem ser muito bons em aprender uns com os outros.

Algumas dessas frustrações formado contexto relevante para o Browne revisão of Higher Education Funding na Inglaterra⁵⁹⁸ e as medidas subsequentes anunciadas no Livro Branco Educação Superior 2011,⁵⁹⁹ que parecem proceder de exasperação em relação à criatividade na agenda da educação, priorizando explicitamente disciplinas STEM. Embora a importância da ciência, tecnologia, engenharia e matemática para a economia criativa do Reino Unido não pode ser contestado, a falsa oposição entre STEM e criatividade que isso reforça é inútil tanto para os interesses da economia criativa, e do Reino Unido em geral.

As mudanças na política de ensino superior incorporados nas reformas Browne não tem, até agora, foram espelhados em todos os lugares nas nações descentralizadas. Enquanto STEM é uma área de foco em todo o Reino Unido, Escócia manteve um forte compromisso com a educação criativa, e não tenha retirado o apoio financeiro público a partir da gama de assuntos que foram afetados na Inglaterra. O Governo escocês também deixou claro seu compromisso com a educação criativa em sua resposta ao regime de taxa de mudança na Inglaterra.⁶⁰⁰ Este nível de compromisso contínuo para educação criativa é, no entanto, menos evidente na Irlanda do Norte e País de Gales.

educação profissional e desenvolvimento profissional contínuo

Embora instituições de ensino superior, e outras formas de educação profissional, particularmente aprendizagem, poderia atuar como canais para a aquisição estruturado de habilidades práticas que as universidades não parecem tão bem preparada para fornecer, tomar-se pelas indústrias criativas, no passado, sido baixo - menos de 1 por cento das empresas de mídia criativas, por exemplo, já ofereceu um aprendizado formal.⁶⁰¹

preferência dos negócios criativos para os licenciados, mais os do ensino profissional é, em alguns casos explicados pelos altos níveis de habilidades que eles necessitam. A percepção de que as aprendizagens se concentrar em habilidades dos níveis mais baixos 'pode ter sido intensificado pela ausência, até muito recentemente, de habilidades fornecendo 'Aprendizados superior' no curso de graduação ou mestrado equivalente e com um foco criativo. características estruturais da economia criativa - incluindo a predominância de microempresas, a sua dependência

no trabalho com base no projecto, ea popularidade de (a maioria não remunerado) estágios (uma cultura que criativas e culturais Skills e New Deal of the Mind estão tentando resolver através

2.000 estágios remunerados em sua Academia de Estágio financiado pelo Conselho das Artes),⁶⁰² cria mais barreiras para o recrutamento de aprendizes.

A oferta de opções Contínuo Desenvolvimento Profissional (CPD) também é importante para manter as habilidades da força de trabalho criativo fresco em face de mudanças contínuas e rápidas nas tecnologias e mercados. No entanto, o mercado de CPD apresenta alguns problemas de coordenação e externalidades que são agravadas no caso da economia criativa e que podem dar origem a falhas de mercado - em particular, se as empresas criativas menores de investir em treinamento de seus funcionários por **causa do risco que, uma vez treinados, estes funcionários vão seguir em frente com suas habilidades recém-adquiridas.**⁶⁰³ Altos níveis de incerteza nos mercados criativas, e a dependência de freelancers em alguns setores, também reduzem os incentivos para investir pesadamente em CPD empregado.⁶⁰⁴

No seu relatório ao Conselho de Indústrias Criativas em janeiro de 2012, o Grupo de Trabalho Criativos de habilidades Habilidades apresentar um portfólio de iniciativas para aumentar a visibilidade e atratividade de aprendizagem para as PME criativas e melhorar as habilidades da força de trabalho criativo, bem como seus administradores e líderes.⁶⁰⁵

3. conclusões

economia criativa de amanhã exigirá uma fusão ainda mais rico do que hoje de conhecimentos e competências dos indivíduos que são confortáveis trabalhando através das fronteiras das disciplinas estabelecidas. Em todos os níveis do sistema de ensino, desde a concepção do currículo escolar para ligações universidade-empresa, o cordeiro de artes e humanidades deve deitar-se com os leões da tecnologia digital e informática.

Nas escolas, a principal implicação é que GCSEs rigorosos, tanto na arte e em design e tecnologia deve ser incluída no Baccalaureate Inglês.

As escolas devem também pensar muito sobre como eles podem aproveitar o potencial das tecnologias digitais em todo o currículo. Nesta de *Aprendizagem decodificação* relatório sugere que eles precisam prestar atenção mais cuidadosa às maneiras pelas quais eles implantar a tecnologia em sala de aula. Novas oportunidades nesta área abre todos os dias. O computador acessível Raspberry Pi, que vendeu um milhão de unidades desde que foi lançado em fevereiro de 2012, **permite a experimentação de baixo custo.**⁶⁰⁶ programa Makers digitais de Nesta está em campanha para, e apoiando, iniciativas que incentivem os jovens a participar de forma mais criativa com as tecnologias digitais em ambientes informais. O anúncio do Google de sua parceria de três anos com Teach Primeiro que visa melhorar a qualidade do ensino de ciências e tecnologia nas escolas em circunstâncias desafiadoras é outro desenvolvimento encorajador (embora ele está levando mais tempo do que deveria para rolar isso em todo o território do Reino Unido).⁶⁰⁷

Mais desafiador, mas não menos premente, precisamos revisitar a afirmação de Sir Ken Robinson em todos os nossos futuros **que, como actualmente previsto, a educação formal "Milita contra as forças criativas de curiosidade, imaginação e intuição."**⁶⁰⁸ Não achamos que ele está errado? Ou que nos tornamos tão desanimado que não podemos suportar a fazer a pergunta?

A situação para além escolas é sem dúvida mais encorajador. Etapas estão sendo tomadas para melhorar a situação nas universidades, bem como educação e formação profissional. Como parte das reformas do ensino superior na sequência da revisão Browne, estudantes universitários potenciais estão sendo fornecidos com um 'Key Set Information', que inclui os resultados de emprego dos graduados anteriores e indicadores de cursos de relevância para a indústria, como o kitemark 'Tick' desenvolvidos pela Creative Skillset .⁶⁰⁹

universidades e outros prestadores de ensino do Reino Unido deve continuar a ser encorajados a oferecer cursos que dotar os alunos com a arte e técnica, mas também as habilidades sociais e comerciais que a economia criativa precisa. Isso exige abordar as inércias institucionais e aversão ao risco que os impedem de seguir exemplos bem sucedidos de simulação baseada em trabalho (e geração de empreendedorismo) como Abertay de Dare to be Digital competição. Vivacidade, um **esquema inovador com base em Newport, South Wales, é um exemplo do gênero - neste caso a nível de pós-graduação.** ⁶¹⁰ Há muito a ser dito para a introdução de uma maior concorrência para as universidades nessas áreas, elevando o prestígio das Indústrias aprendizagem criativas, por exemplo (como Creative Skillsset começou a fazer), e explorar um papel potencialmente expandido para provedores privados de formação no trabalho criativo mercado.

No lado da educação e formação profissional, o governo tem realizado investimentos substanciais em iniciativas da indústria para melhorar as habilidades da força de trabalho criativo. Isto inclui £ 4,7 milhões para a plataforma on-line 'criativa Catalisador', que irá agregar a demanda por serviços de treinamento de empresas criativas e incentivá-los a compartilhar **informações e habilidades com o outro.** ⁶¹¹ Além disso, o empregador propriedade Skills Pilot (EOSP) **fundo para incentivar o setor privado a investir nas habilidades de sua força de trabalho tem financiado propostas de setores como têxteis,** ⁶¹² **radiodifusão** ⁶¹³ **e música** ⁶¹⁴ **até a quantia de £ 13 milhões, e o Tesouro anunciou que £ 6 milhões serão disponibilizados em treinamento para** jogos de vídeo, produções de TV high-end, cinema e animação para acompanhar o novo crédito fiscal de desenvolvimento, sujeitos a co-financiamento da indústria, bem como uma contribuição (anunciado no orçamento de 2013) de £ 10 milhões em financiamento jogo nos próximos dois anos para o Fundo de Investimento Skills (SIF) para apoiar o desenvolvimento de **competências nos sectores de conteúdos digitais.** ⁶¹⁵

Um dos pilotos EOSP sendo financiado é a BBC e do Channel Four 'canais abertos', que visa melhorar a produção e tecnologia habilidades - e aumentar a diversidade - em toda a cadeia de valor da radiodifusão. Como parte desta iniciativa, a **BBC vai oferecer mais de uma centena de estágios fornecendo habilidades de tecnologia avançada.** ⁶¹⁶ **Há espaço para a BBC e** outras emissoras com fortes competências digitais para ajudar a desenvolver as capacidades e habilidades de negócios criativos, como mídia digital e jogos, como um investimento a longo prazo em cadeias de valor que vai contar com cada vez mais nos próximos anos.

Mooc (MOOCs) fornecer uma outra rota para interrupção competitiva muito necessária, desde que cuidadosa atenção é dada à qualidade e compreender a experiência do estudante. economia criativa do Reino Unido tem um grande potencial para ganhar de explorar essas oportunidades, a fim de desenvolver conhecimentos e habilidades da força de trabalho relevante. Imagine, por exemplo, se os cursos online sobre técnicas digitais de ponta foram fornecidos pelas instituições mais importantes do país, ou cursos que fundidos tecnologia e disciplinas criativas em diferentes departamentos ou até mesmo universidades. Ou que os cursos de baixo custo estavam disponíveis que ofereceu inovador 'combina' de palestras online e prática digitais, fazendo uso de ferramentas de produção de conteúdo acessíveis. Pode haver espaço aqui para uma aliança entre indústrias e FutureLearn **criativas do Reino Unido,** ⁶¹⁷

proposta de dez

Governos em todo o Reino Unido deve fazer uma promessa digital de escolas, projetado para assegurar que o currículo escolar, incluindo a sua representação no Baccalaureate Inglês, reúne arte, design, tecnologia e ciência da computação e que os jovens são capazes de desfrutar de maiores oportunidades para trabalhar criativamente com as tecnologias, tanto dentro como fora da escola. também devem ser tomadas medidas para resolver a desconexão entre o que uk empresas criativas precisam de graduados e que as universidades estão ensinando. Medidas para melhorar a qualidade dos dados de emprego de pós-graduação disponibilizados aos potenciais candidatos para cursos criativos (incluindo kitemarks curso aprovado pela indústria) deve ser alargado.

Um manifesto para a economia criativa

dez recomendações

uma das propostas

o Governo deve adotar nossas novas definições propostas das indústrias criativas e economia criativa mais amplo. estes são simples, robusto e reconhecer o papel central das tecnologias digitais.

proposta dois

formuladores de políticas devem estabelecer um quadro 'sistema de inovação criativa' dentro do qual as prioridades estratégicas podem ser abordados de uma forma coerente e eficaz.

proposta três

o Governo deve fazer r & imposto d alívio mais acessível para empresas criativas. programas de estratégia de tecnologia deve ser ainda mais ampliado para atender as necessidades da economia criativa. regras dos contratos públicos deve ser alterado para abrir oportunidades para as empresas digitais menores. pesquisa de conhecimento conselho iniciativas de intercâmbio inter-disciplinares devem ser rigorosamente avaliados e as lições aplicado em um novo ciclo de investimento. Mais colaborações internacionais com centros de pesquisa principais devem ser encorajados.

proposta de quatro

formuladores de políticas locais devem observar o nosso guia de sete pontos para o desenvolvimento de clusters criativos.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

proposta dos cinco

Governo deve garantir que seus esquemas de financiamento de negócios genérico não discriminem empresas criativas, e que os regulamentos ajudar o desenvolvimento de plataformas de Internet financeiras (tais como sites de crowdfunding). provas concretas ausente sobre sua eficácia, o governo deve resistir a introdução de novos programas de financiamento específicos do sector. A maior prioridade é coordenar a recolha e publicação de dados amigável aos investidores através do Conselho indústrias criativas, apoiando assim o desenvolvimento de um mercado mais espessa para financiamento de risco.

proposta seis

a tesouraria e os DCMS deve realizar uma avaliação de base ampla do valor das artes e despesa pública cultural no Reino Unido, baseando-se em um trabalho semelhante sobre o ambiente natural eo projecto valor cultural da Artes e Humanidades Research Council. decisões de financiamento deve ser justificada à luz de critérios que emergem deste trabalho.

proposta de sete

financiadoras devem incentivar a experimentação de tecnologias digitais de artes e organizações culturais e atribuir uma percentagem sustentado de seus recursos para r digitais & d, garantindo que a evidência decorrente deste trabalho é abertamente compartilhado. sob sua nova liderança, a BBC deve publicar em 2013 uma estratégia para refletir sua finalidade pública digital no período até 2018, não menos importante, através do veículo ambicioso de sua iniciativa espaço público digital.

proposta oito

Ofcom deveriam dispor de poderes para reunir informações em todos os mercados da Internet, a fim de maximizar as chances de julgamentos oportunos sobre o surgimento do poder de mercado potencialmente abusivo e outras preocupações do mercado (um 'sistema de alerta precoce') de som e. Ofcom deve contribuir com uma visão estratégica atualizado regularmente destas questões, trabalhando em estreita colaboração com o escritório do comissário da Informação, o Escritório de Propriedade Intelectual, da concorrência e dos Mercados e outras agências relevantes. competência da Ofcom deve ser alargado para aconselhar o Governo sobre as acções necessárias para garantir o Reino Unido beneficia de uma Internet próspera, aberta, equilibrando os interesses dos consumidores e dos cidadãos e empenhada em apoiar a inovação eo crescimento. essas mudanças devem ser uma característica central em qualquer Bill comunicações previsto para 2013/14.

proposta nove

regras e exceções aos direitos autorais do Reino Unido deve ser re-equilibrada, ao longo das linhas propostas pelo governo do Reino Unido, e também a nível europeu como parte da unidade para um mercado único digital europeu. Um novo mecanismo para permitir muito maior e as transações de licenciamento de direitos mais eficientes (através do Hub copyright proposta) deve ser desenvolvido durante 2013, novamente com potencial de replicação europeu.

proposta de dez

Governos em todo o Reino Unido deve fazer uma promessa digital de escolas, projetado para assegurar que o currículo escolar, incluindo a sua representação no Baccalaureate Inglês, reúne arte, design, tecnologia e ciência da computação e que os jovens são capazes de desfrutar de maiores oportunidades para trabalhar criativamente com as tecnologias, tanto dentro como fora da escola. também devem ser tomadas medidas para resolver a desconexão entre o que uk empresas criativas precisam de graduados e que as universidades estão ensinando. Medidas para melhorar a qualidade dos dados de emprego de pós-graduação disponibilizados aos potenciais candidatos para cursos criativos (incluindo kitemarks curso aprovado pela indústria) deve ser alargado.

notas finais

1. Cooke, P. (2010) 'pelo Reino Unido Automotive Industries.: Status, Recuperação e expectativas econômicas' Um relatório para a SMMT. Veja: <http://www.smmt.co.uk/wp-content/uploads/United-Kingdom-Automotive-Industries-status-economic-recoveryand-expectations.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
2. Hendry, J. (1990) "Inovar para Falha: Política Governo e os primeiros Indústria Britânica de Computação. MIT Press: London.
3. Murmann, JP (2006) 'Conhecimento e Vantagem Competitiva.: O Coevolution de Empresas, Tecnologia e Instituições Nacionais' Cambridge: Cambridge University Press.
4. **"Inovação disruptiva é o que a Internet foi projetada para promover."** Naughton, J. (2012) 'De Gutenberg para Zuckerberg: o que você realmente precisa saber sobre a Internet.' Londres: Quercus.
5. Em 2012, as receitas globais anuais da indústria da música gravada aumentou (0,3 por cento), pela primeira vez desde 1999. Ver: http://www.ifpi.org/content/section_resources/dmr2013.html (última acessada 11 Abril de 2013).
6. Brynjolfsson, E. e McAfee, A. (2011) "Race Against the Machine. Digital Frontier Press; Arthur, WB (2011) A segunda economia. 'McKinsey Quarterly'. Veja: http://www.mckinseyquarterly.com/The_second_economy_2853. (Última acessado em 11 de abril de 2013).
7. Berners-Lee, T. (2009) Comentários em 18 Internacional World Wide Web Conference, Madrid.
8. Startup Genome / Telefonica Digital (2012) 'Relatório Ecosystema Startup 2012 Parte Um.' Veja: http://cdn2.blog.digital.telefonica.com.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2013/01/Startup-Eco_14012013.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
9. Boston Consulting Group. (2012). 'O Mundo Conectado: O Manifesto Digital: como as empresas e os países podem Vencer na Economia Digital.' Boston. BCG. https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth_innovation_connected_world_digital_manifesto/ (última acessado em 11 de abril de 2013).
10. http://www.go-on.co.uk/arquivos/The_Booz_Report_Nov2012.pdf. (Última acessado em 11 de abril de 2013). O £ 63 bilhões é calculado pela modelagem da relação entre PIB e classificação de um país no Índice de Digitalização Booz, e depois inferir quanto maior o PIB teria sido se o Reino Unido tinha sido de fato em lugar de topo.
11. McKinsey (2011) 'matéria Internet: impacto variação da Net em crescimento, o emprego e prosperidade.' McKinsey Global Institute.
12. Copenhagen Economics (2010) 'O impacto econômico de um mercado único digital europeu'. Relatório final. Copenhagen: Copenhagen Economics. Veja: http://www.epc.eu/dsm/2/Study_by_Copenhagen.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
13. Ofcom (2012) 'Communications Market Report 2010.' Londres: Ofcom. Disponível a partir de: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/marketdata-research/market-data/communications-market-reports/cmr12/uk/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
14. Cambini, C. e Jiang, y. (2009) o investimento em banda larga e regulação: uma revisão da literatura. 'Política de Telecomunicações. 33 (10), 559-574. Holt, L. e Jamison, M. (2009) Banda Larga e contribuições para o crescimento econômico: as lições da experiência dos Estados Unidos. 'Política de Telecomunicações. 33 (10), 575-581.
15. Koutroumpis, P. (2009) O impacto econômico da banda larga no crescimento: uma abordagem simultânea. 'Política de Telecomunicações. Volume 33, Issue 9, outubro de 2009, pp. 471-485.
16. Ver: http://www.cesifo.de/pls/guestci/download/CESifo%20Working%20Papers%202009/CESifo%20Working%20Papers%20dezembro%202009/cesifo1_wp2861.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
17. Bresnahan, TF e Trajtenberg, M. 'motores do crescimento' (1995) tecnologias de uso geral? 'Journal of Econometrics.' 65 (1), 83-108.
18. Zittrain (2008) descreve a Internet de "A capacidade para produzir uma mudança inesperada através de contribuições não filtradas de ampla e públicos variados" sua 'generatividade'. Zittrain, J. (2008) 'O Futuro da Internet: E como pará-lo.' Newhaven CT: Yale University Press.
19. A onipresença da Internet comercial tem levado alguns a argumentar que é uma tecnologia General Purpose em seu próprio direito. Atkinson, R., Ezell, S., Andes, S., Castro, D. e Bennett, R. (2010) 'A economia da Internet 25 anos After.com: Transformando Comércio e Vida.' Washington DC: A Tecnologia da Informação e da Fundação de Inovação.
20. e-Skills Reino Unido (2012) 'Tecnologia Insights 2012.' Londres: cibercompetências Reino Unido.
21. <http://www.guardian.co.uk/business/2012/nov/02/apple-ipad-comet-administration-japan> (última acessado em 11 de abril de 2013). ("O indústria eletrônica japonesa está em crise Panasonic, Sharp e Sony são esperados para acumular perdas de US \$ 46bn deste ano, efetivamente acabando com a pena de lucros quase duas décadas.")
22. Murmann JP (2003) 'Conhecimento e Vantagem Competitiva.: O Coevolution de Empresas, Tecnologia e Instituições Nacionais' Cambridge: Cambridge University Press. Kennedy, P. (1987) 'A Ascensão e Queda das Grandes Potências. Londres: Fontana. P.200.
- Ofcom 23. (2012) 'Relatório de Comunicação de Mercado'. Londres: Ofcom.
- Ofcom 24. (2012) 'Relatório de Comunicação de Mercado'. Londres: Ofcom.
- Ofcom 25. (2012) 'Relatório de Comunicações Internacionais de Mercado'. Londres: Ofcom.
- Ofcom 26. (2012) 'Relatório de Comunicação de Mercado'. Londres: Ofcom.
27. Ver: <http://www.bpi.co.uk/media-centre/digital-revenues-overtake-physical-in-uk-recorded-music-market.aspx> (última acessado em 11 de abril de 2013).
28. Schumpeter, J. (1942) 'Capitalismo, Socialismo e Democracia'. Nova Iorque: Harper and Brothers.
29. Rose, F. (2012) 'A Arte da Immersion.' Nova Iorque: WW Norton. Jenkins, H. (2006) 'Cultura da Convergência'. Nova Iorque: New York University Press.
- Ofcom 30. (2012) 'Relatório de Comunicação de Mercado'. Londres: Ofcom.
31. <http://www.techwatch.co.uk/2012/10/01/instagram-overtakes-twitter-on-mobile/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
32. Anderson, C. (2012) 'Makers: The New Revolução Industrial.' Nova Iorque: The Crown Publishing Group.
33. Keane, M. (2013) 'Indústrias Criativas na China.: Arte, Design e Mídia' Polity Press: Cambridge. Bakhshi, H. e Schneider, P. (2012), 'Cruzando o rio, sentindo para Pedras: Uma nova abordagem para exportar conteúdo criativo para a China' Nesta: London.
34. Higonson, C., Rivers, O. e Deboo, M. (2007) 'Business Criativo -. Crafting o Valor Narrativa' Center for Creative Negócios, http://sandbox.ntradmin.com:11438/ntradmin/de-DE/focs/5047_CraftingtheNarrative.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
35. Broadbent, B. (2012) 'Produtividade e a alocação de recursos.' Discurso proferido em Durham Business School, 12 de setembro 2012. Veja: www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/speeches/2012/speech599.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
36. HMT (2011) 'O Plano para o Crescimento'. Londres: HMT. Veja: http://cdn.hm-treasury.gov.uk/2011budget_growth.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
- definição 37. O DCMS é "Aqueles indústrias que têm sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e que têm um

- potencial de riqueza ea criação de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual".*
38. Higgs, P., Cunningham, S. e Bakhshi, H. (2008), 'Além das Indústrias Criativas: Mapeamento da Economia Criativa no Reino Unido' Londres: NESTA.
 39. Stoneman, P. (2009) 'Inovação Soft: Para uma imagem mais completa da mudança inovadora' Londres: NESTA; Lash, S. e Lury, C. (2007) 'Indústria cultura global.' Cambridge: Polity Press.
 40. Bakhshi, H., McVittie, E. e Simmie, J. (2008) "Criando Inovação: Será que as indústrias criativas apoiar a inovação na economia em geral? Londres: NESTA; Pine, BJ e Gilmore, JH (2009), 'Uso de arte para tornar autenticidade nos negócios.' Consulte também 'Beyond experiência: cultura, do consumidor e marca.' Londres: Artes e Negócios; Potts, J. e Cunningham, S. (2010) Quatro modelos das indústrias criativas. 'Politique d'Economie Revue, Dalloz.' 120 (1): 163-180.
 41. Nesta (2012) 'UK Innovation Index: Medir a contribuição da inovação para o crescimento econômico, e como isso varia entre os setores' Nesta: London. http://www.nesta.org.uk/library/documents/Innovation_Indexv2012.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
 42. Christensen, CM (1997) 'O Dilema do Inovador: Quando Novas Tecnologias causar grandes empresas para falhar' Boston MA: Harvard Business School Press.
 43. Em consonância com a tese de Christensen, as empresas estabelecidas nessas indústrias têm, no entanto, introduziu tecnologias inovadoras radicais onde estes foram utilizados para aumentar as receitas através de discriminação de preços entre o público existente, por exemplo filmes em 3D. Waterman, D. (2005) 'Estrada de Hollywood to Riches'. Cambridge MA: Harvard University Press.
 44. Smith, MD e Telang, R. (2012) 'Avaliação da literatura acadêmica sobre o impacto da Media Piracy em Sales.' Pittsburgh PA: Carnegie Mellon University. Veja: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2132153 (última acessado em 11 de abril de 2013) ; Liebowitz (2004) A simbiose Elusive: The Impact of Radio sobre a Indústria Record. 'Revisão de Pesquisa Econômica sobre Direitos de Autor. 1 (1): 93-118; Kannan, PK, o Papa, BK e Jain, S. (2009) Preços Digital Lines conteúdo do produto: Um Modelo e Aplicação para o National Academies Press. 'Marketing Science. 28 (4): 620-636.
 45. Hargreaves, I. (2011) 'Oportunidade Digital: Uma revisão de Propriedade Intelectual e Crescimento. Newport: IPO. Veja: <http://www.ipo.gov.uk/ipreview-finalreport.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
 46. DCMS / BERR / DIUS (2008) 'criativa Britain: Novos Talentos para a nova economia.' Veja: <http://web.archive.nationalarchives.gov.uk/+/> <http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
 47. HMT (2005) 'Cox Revisão de Criatividade em Negócios.' Londres: HMT. Veja: <http://web.archive.nationalarchives.gov.uk/+/> http://www.hm-treasury.gov.uk/coxreview_index.htm (última acessado em 11 de abril de 2013).
 48. BIS / DCMS (2009) 'Digital Britain: Relatório Final' Londres: BIS / DCMS. Veja: <http://web.archive.nationalarchives.gov.uk/20100511084737/> <http://www.culture.gov.uk/images/publications/digitalbritain-finalreport-jun09.pdf> (último acesso 11 de abril 2013).
 49. Bakhshi, H. e Mateos-Garcia, J. (2010) "O Jogo Inovação. Londres: NESTA. Veja: http://www.nesta.org.uk/librarydocuments/The_Innovation_Game_-_Final.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
 50. Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática (STEM) e os antigos além Artes (vapor).
 51. Embora o último é também provável um reflexo das indústrias criativas sendo uma responsabilidade DCMS e política para 'outras indústrias' sendo conduzido pelo Departamento de Negócios, Inovação e Habilidades. Indiscutivelmente, isso torna mais difícil de formular e implementar uma política de economia criativa holística.
 52. A maioria, evidentemente, em extensões frequentes da duração da proteção de direitos autorais para, amplamente, a vida mais 70 anos.
 53. Veugelers, (2012) setores Novas TIC R.: Plataformas para o crescimento europeu? 'Contribuição Política de Bruegel. Edição 2012/14, Agosto 2012. Veja: <http://www.bruegel.org/download/parent/745-new-ict-sectors-platforms-for-european-growth/file/1606-new-ictsectors-platforms-for-european-growth/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
 54. Nesta (2012) "Plano I: The Case for Growth Inovação-Led. Londres: Nesta. Veja: [PlanIwebv3.pdf](http://www.nesta.org.uk/library/documents/PlanIwebv3.pdf) <http://www.nesta.org.uk/library/documents/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
 55. Bakhshi, H. e Throsby, D. (2010) "Cultura de Inovação: Uma análise econômica da inovação nas artes e organizações culturais. Londres: NESTA.
 56. Chapain, C., Cooke, P., De Propriis, L., MacNeill, S., e Mateos-Garcia, J. (2010) "Clusters Criativos e Inovação: Colocar Criatividade no Mapa. Londres: NESTA.
 57. A palavra 'pioneiro' exige qualificação. Havia, é claro, raízes em abundância, a partir de uma ampla variedade de fontes, incluindo a Austrália, a UNESCO eo Conselho da Grande Londres, antes da sua abolição pelo primeiro-ministro Thatcher em 1986. Uma discussão mais completa da história é fornecido em Hesmondhalgh, D. e Pratt, AC (2005) As indústrias culturais e da política cultural. 'International Journal of Policy Cultural. 11 (1). pp. 1-14.
 58. Flew, T. (2011) 'As Indústrias Criativas: Cultura e Política' London: Sage Publications Ltd.
 59. Cunningham, S. e Higgs, P. (2009) 'Medindo o emprego criativo: implicações para a política de inovação. 'Inovação: Gestão, Política e Prática'. 11, (2) 190-200.
 60. Smith, C. (1998) 'criativa Grã-Bretanha.' Londres: Faber and Faber. P 1.
 61. Esta foi uma linha de pensamento com uma história intelectual já considerável. Daniel Bell 'A vinda da sociedade pós-industrial.' (Penguin) foi publicado em 1973.
 62. Smith (op cit). (1998) Apêndice: mapa resumo das indústrias criativas p 151.
 63. O Departamento de Comércio e Indústria foi substituído pelo Departamento para Negócios, Empreendimentos e Reforma Regulatória e do Departamento de Inovação, Universidades e Habilidades em 2007. Em 2009, estes foram substituídos pelo Departamento de Negócios, Inovação e Habilidades.
 64. Smith, C. (1998) 'A Creative Grã-Bretanha.' Londres: Faber and Faber.
 65. Leadbeater, C. e Oakley, K. (1999) 'Os Independentes, novos empreendedores culturais da Grã-Bretanha.' Londres: Demos é um bom exemplo desta visão e que, por um curto período, apareceu para desfrutar o patrocínio político financiáveis dos níveis mais altos do governo Blair. Os autores escreveram: "*Essas indústrias estão crescendo a quase o dobro da taxa da economia como um todo, impulsionada por forças poderosas: comunicações e de computação mais baratos e mais poderosos, a propagação da Internet e crescimento em redes digitais, que estão abrindo novos canais de distribuição para pequenas produtores para servir mercados globais.*"
 66. Garnham, N. (2005) De Cultural de Indústrias Criativas: uma análise das implicações das indústrias criativas abordagem da política artes e mídia fazendo no Reino Unido. 'International Journal of Policy Cultural,' Vol. 11, N ° 1, 2005. P 22.
 67. Garnham, N. (2005). De Cultural de Indústrias Criativas: uma análise das implicações das indústrias criativas abordagem da política artes e mídia fazendo no Reino Unido. 'International Journal of Policy Cultural. Vol. 11, No. 1, 2005. P 22. argumenta que o pacto no coração das novas indústrias criativas foi aquele em que a indústria de software em rápido crescimento oferecido níveis de crescimento além de qualquer coisa provável de ocorrer nas indústrias criativas centrais em troca de Governo suporte para problemas emergentes de seu próprio setor em todo o respeito pelos direitos de IP. De acordo com Garnham: "*Convinha esses interesses para vender a extensão do copyright como uma defesa do interesse dos 'criadores', com todo o prestígio moral associado com o 'artista criativo.*"

68. Ironicamente, ao mesmo tempo que o Reino Unido não estava conseguindo organizar resposta política da Creative Grã-Bretanha para a Internet, houve um reconhecimento crescente por parte dos decisores de questões em torno da importância dos investimentos do Reino Unido em matéria de TIC e sua contribuição para o crescimento da produtividade na 'nova economia'. Bakhshi, H. e Larsen, J. (2001) 'Progresso tecnológico específico do Investimento no Reino Unido.' Banco da Inglaterra papel 129 de trabalho; Oulton, N. (2001) 'crescimento TIC e produtividade no Reino Unido.' papel Banco da Inglaterra trabalhando 140. Veja: <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/workingpapers/wp129.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
69. Scottish Enterprise (1998) 'e criatividade Empresa.' Glasgow: Scottish Enterprise.
70. Scottish Enterprise (2000) 'Sucesso Criação: Estratégia Indústrias criativa para a Escócia.' Glasgow: Scottish Enterprise.
71. Governo escocês (2011) 'Crescimento, talento e ambição - a estratégia do governo para as Indústrias Criativas. Edimburgo: O Governo escocês. Veja: <http://www.scotland.gov.uk/Resource/Doc/346457/0115307.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
72. DCAL (2001) a 'Libertação Criatividade - Fazendo Acontecer', Belfast: DCAL; DCAL e DETI (2005) 'Criatividade Desbloqueio: A Região criativa.' Belfast: DCAL.
73. DCAL e Arts Council da Irlanda do Norte (2008) 'Plano de Ação Estratégico: Indústrias Criativas na Irlanda do Norte.' Belfast: DCAL. Veja: www.dcalni.gov.uk/strategic_action_plan_for_creative_industries.doc (última acessado em 11 de abril de 2013).
74. Ver: <http://www.niassembly.gov.uk/Documents/Reports/Culture-Arts-and-Leisure/Creative%20Industries/Creative%20industry%20vol%201.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
75. Welsh Assembly Government (2004) 'sucesso criativo: uma estratégia para as indústrias criativas no País de Gales.' Cardiff: Welsh Assembly Government.
76. Hargreaves, I. (2010) 'The Heart of Digital Wales: Uma revisão das indústrias criativas para a Welsh Assembly Government' P 12.
77. British Council (2010) 'Mapeamento das Indústrias Criativas: A Toolkit. Criativa e Cultural Série Economia / 2'. Veja: http://www.britishcouncil.org/mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
78. Identificado em Mulgan, G. (1994) 'Tecnologia de Libertação. Londres: 'Comunicando futuro da Grã-Bretanha' Demos, em seguida, do Partido Trabalhista 1995 publicação. Veja (2006) da Ofcom 'Office of Communications: Estudo de Caso sobre fusões do setor público e estruturas regulatórias. Veja: http://www.ofcom.org.uk/files/2010/07/public_sector_merger_case_study.pdf
79. Cameron, D. (2009) 'People Power - Reformar quangos.' Veja: http://www.conservatives.com/News/Speeches/2009/07/David_Cameron_People_Power_-_Reforming_Quangos.aspx (última acessado em 11 de abril de 2013).
80. Lord Putnam, Veja (2006) da Ofcom 'Office of Communications: Estudo de Caso sobre fusões do setor público e estruturas regulatórias. Veja: http://www.ofcom.org.uk/files/2010/07/public_sector_merger_case_study.pdf
81. Este extracto de Hansard Online Fórum sobre o Bill 2003 Communications transmite o sabor do debate: **"No regulamentação dos conteúdos Internet, Safo Kordestani do Jornal Publishers Association apontou para imprimir auto-regulação no âmbito da Comissão de Comissão Advertising Practice e Reclamações imprensa como um modelo útil e observou que esses dois corpos tinham feito provisão para conteúdo online. Em resposta, Richard Allan MP observou que a auto-regulação ainda deixaria grandes quantidades de conteúdo de Internet não regulamentada, e que contrastam fortemente com a regulamentação de radiodifusão como convergência desenvolvido embora David Harrington do CMA pense que este era um problema para o próximo Bill Communications em dez anos ' Tempo. No entanto, Claire Milne (um membro da Internet Watch Foundation Board) argumentou que a Internet era já um meio de massa, e era cético que a indústria iria proporcionar a auto-regulação "**
- Ofcom 82. (2012) 'Relatório de Comunicação de Mercado'. Londres: Ofcom, (2012) 'Relatório de Comunicações Internacionais de Mercado'. Londres: Ofcom.
- Ofcom 83. (2012) 'Relatório de Comunicação de Mercado'. Londres: Ofcom.
84. Comitê Nacional Consultivo para a Criativa e Cultural Education (1999) 'Todos os nossos futuros: Criatividade, cultura e educação.' Veja: <http://sirkenrobinson.com/skr/pdf/allourfutures.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
85. Ver: http://www.youtube.com/watch?v=h_2jh3MRjtI&feature=relmfu (última acessado em 11 de abril de 2013).
- Departamento de Educação 86. (2010) 'a importância do ensino: O Livro Branco Escolas' Londres: TSO.
87. Veja: http://www.ncarts.org/elements/docs/NCCreativeIndustryContribution_Overview.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
88. Ver: <http://www.bostonredevelopmentauthority.org/pdf/ResearchPublications/CreateBoston.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
89. A Carta Adelphi foi assinado por um impressionante grupo de pensadores mundiais sobre questões de PI. Foi organizada pela RSA. Veja: <http://www.thersa.org/fellowship/where-you-are/usa/highlights/adelphi-charter-on-creativity,-innovation-and-intellectual-property> (última acessado em 11 de abril de 2013).
90. Howkins, J. (2001) 'economia criativa.' London: Penguin. (P. 203.) Pinguim está a publicar uma nova edição deste ano.
91. Andari, R., Bakhshi, H, Hutton, W, O'Keefe, A. e Schneider, P. (2007) 'Ficar à frente: O desempenho econômico das indústrias criativas do Reino Unido'. Londres: The Work Foundation / NESTA. Veja: <http://www.theworkfoundation.com/Reports/176/StayingAhead-The-economic-performance-of-the-UK39s-creative-industries-overview> (última acessado em 11 de abril de 2013).
92. Gowers, A. (2006) 'Relatório Gowers sobre Propriedade Intelectual. Londres: TSO.
- Departamento de 93. para a Inovação, Universidades e Habilidades (2008) 'Innovation Nation'. Londres: TSO.
94. BIS / DCMS (2009) 'Digital Britain: Relatório Final' Londres: BIS / DCMS.
95. BIS / DCMS (2009) 'Digital Britain: Relatório Final' Chapter One, Sumário Executivo.
96. No final de 2012, foi estimado pela Ofcom que esta máquinas de supervisão on-line e repressão seria no lugar até 2014.
97. Veja: <http://www.ipo.gov.uk/c-strategy-digitalage.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
98. Dois anos depois, em junho de 2011, Lammy apoiaria um Day Motion No início da House of Commons apoiando explicitamente o programa de reforma copyright proposto no Hargreaves Review, publicado em maio de 2011, o que construída sobre as propostas originais Gowers. Veja: <http://www.parliament.uk/edm/2012-13/151> (última acessado em 11 de abril de 2013).
99. Aqui está como Wikipedia resume a história (baseada em Agosto 2012 envios para a enciclopédia on-line): **"Em agosto de 2009 Lord Mandelson foi amplamente divulgado de ter ordenado 'medidas técnicas', tais como desconexão Internet para ser incluído no projecto da Lei de Economia Digital 2010, após uma 'operação de lobby grande', embora o relatório Digital Britain havia rejeitado este tipo de punição. The Independent informou que este incluiu uma reunião com o co-fundador da DreamWorks David Geffen na casa de campo da família Rothschild na ilha grega de Corfu Em agosto de 2011 a Liberdade de Informação (FOI) pedido mostrou que Lord Mandelson decidiu aprovar a inclusão de medidas técnicas, como a desconexão de acesso à Internet, pelo menos dois meses antes da consulta pública terminou "** Veja: http://en.wikipedia.org/wiki/Peter_Mandelson (último acesso 21 de abril de 2013).
100. Além de violação de direitos autorais, a DEA também incluiu medidas para reforçar os poderes de coleta de dados do Ofcom em relação à mídia online e transações; bem como medidas que afectam a Channel 4, rádio e outras questões. Veja: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2010/24/contents> (última acessado em 11 de abril de 2013).
101. Hargreaves, I. (2011) 'Oportunidade Digital. Uma revisão de Propriedade Intelectual e Crescimento. Newport: IPO.
102. Uma declaração Agosto de 2011 pelo George Osborne, chanceler, Vince Cable, secretário de Estado para Negócios, Inovação e Habilidades e Jeremy Hunt, secretário de Estado da Cultura Mídia e Esporte expressou apoio geral à abordagem Hargreaves. Nos meses seguintes, o Governo empreendeu consulta pré-legislativa detalhada antes de se mudar para promulgação no final de 2012/2013.

103. DCMS de 16 de Maio de 2010, Carta aberta a todos aqueles que trabalham nas comunicações fixas ou móveis, televisão, rádio, publicação on-line, jogos de vídeo e outras indústrias de conteúdo digital e criativo. Veja: www.culture.gov.uk/commsreview (último acesso 11 de abril 2013).
- resposta 104. HMG para Finch comentário sobre Publishing Acadêmica:
<http://www.bis.gov.uk/assets/biscore/science/docs/112-975-lettergovernment-response-to-finch-report-research-publications.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
105. Um dos autores deste manifesto é um membro do Conselho de Indústrias Criativas.
106. Para uma visão abrangente de metodologias para medir as indústrias culturais (incluindo as indústrias criativas) ver Unesco (2012), 'Medir a contribuição econômica da Cultural Industries', Instituto de Estatísticas da Unesco: Montreal.
107. Higgs, P. e Cunningham, S. (2008) Indústrias Criativas Mapping: De onde viemos e para onde estamos indo? 'Indústrias Criativas Journal.' 1 (1).
108. Soendermann, M. (2012) 'Monitorização de Dados Chave econômicos selecionados da Cultura e Indústrias Criativas 2010.' Ministério Federal da Economia e Tecnologia (BMW).
Veja: <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Redaktion/PDF/monitoringwirtschaftliche-eckdaten-kuk-2010-eng.property=pdf.bereich=kuk.sprache=de.rwb=true.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
109. Freeman, A. (2011) 'Indústrias criativas de Londres 2011 atualização. Londres: GLA Economics. Veja: http://www.london.gov.uk/sites/default/files/cin33_0.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013). Camors, C. e Soulard, O. (2010) Les indústrias criativas en Ile-de-France: un regard nouveau sur la métropole. 'IAU IDF.' Março de 2010. Veja: <http://www.iau-idf.fr/detail/etude/les-industriescreatives-en-ile-de-france.html> (última acessado em 11 de abril de 2013). Higgs, P. (2010) 'Força de Trabalho Criativo de Auckland. Conselho da Cidade Auckland, NZ: Auckland. Veja: <http://www.aucklandcreatives.com/pdfs/AucklandsCreativeWorkforce.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
110. Experian (2007) 'Como ligada são indústrias criativas do Reino Unido para a economia em geral?: Uma análise input-output'. Londres: NESTA. Infelizmente, as tabelas de entrada-saída são organizados com base em produtos e indústrias que não correspondem exatamente com as definições DCMS.
111. Higgs, P., Cunningham, S. e Bakhshi, H. (2008) 'Além das Indústrias Criativas: Mapear a economia criativa no Reino Unido' Londres: NESTA. Veja:
<http://www.nesta.org.uk/library/documents/beyond-creative-industries-report.pdf> (última acessada 11 abr 2013). Curiosamente, Freeman (2004, 2007 e 2010) também mostraram que as indústrias criativas em Londres foram significativamente mais intensivas em seu emprego de mão de obra criativa do que outras partes da Grã-Bretanha. Veja: GLA Economics (2004) 'Sector Criativo de Londres: 2004 Update' Londres: GLA. (Veja: http://legacy.london.gov.uk/mayor/economic_unit/docs/creative_sector2004.pdf). Freeman, A. (2007), 'Sector Criativo de Londres: 2007 Update' Londres: GLA (Veja http://www.london.gov.uk/prefeito/economic_unit/docs/wp_22_creative.pdf). Freeman, A. (2010), 'Working Paper. 40: força de trabalho criativo de Londres (2010 atualização)' Londres: GLA (http://legacy.london.gov.uk/mayor/economic_unit/docs/wp40.pdf).
112. Este foi talvez o mais evidente no chamado modelo de círculos concêntricos das indústrias criativas, desenvolvido pelo economista australiano David Throsby e aplicada em, por exemplo, no contexto europeu por KEA Veja: <http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013), onde a criação artística fica no 'core' das indústrias criativas - software estava ausente da definição. Deroin See: <http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/ESSnetSummaryDEPS-2011.pdf> (acessado pela última vez 2011) discute como a UNESCO ea UNCTAD incluem software em suas definições das indústrias criativas; Eurostat, em contraste, excluiu-lo em seu foco sobre as indústrias culturais. Andari et al. (2007) 'Ficar à frente' adaptada modelo de círculos concêntricos de Throsby, argumentando - não totalmente convincente - 'criativo valor expressivo' que a programação de software, como a grande arte, pode ser visto como gerando
113. Higgs, P., Cunningham, S. e Bakhshi, H. (2008) 'Além das Indústrias Criativas: o mapeamento da economia criativa no Reino Unido. Londres: NESTA. Veja:
<http://www.nesta.org.uk/library/documents/beyond-creative-industries-report.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
114. Smith, C. (1998) 'A Creative Grã-Bretanha.' Londres: Faber and Faber.
115. Smith, C. (1998) 'A Creative Grã-Bretanha.' Londres: Faber and Faber.
116. Assim, por exemplo, falta o seu próprio código SIC, o valor de Fashion Design no Reino Unido é estimado como 0,5 por cento de 'Confecção' e 5,8 por cento de 'Atividades Especializadas De Design'. A melhoria destes pesos requer modelagem detalhada para cada sector, o que não foi realizada. Também existem preocupações de que o valor acrescentado gerado pela muito pequenas empresas criativas e profissionais em nome individual é subestimada. Por exemplo, a razão dada por DCMS para a ausência de valor adicionado de dados para Crafts é que o *"Maioria das empresas (são) muito pequenos para serem apanhados em inquéritos às empresas"*.
117. Em junho de 2012, do Governo Indústrias Criativas Conselho criou um Grupo Técnico de Trabalho sobre Indústrias Criativas Dados e Medição, co-presidido por um dos autores deste manifesto, para explorar, entre outras coisas maneiras que os dados podem ser melhor coordenada.
118. A Creative Scotland (2012) 'Contribuição Estudo Econômico: Uma Abordagem para a Avaliação Econômica das Artes e Indústrias Criativas na Escócia' Relatório Final, Junho de 2012. Veja: http://www.creativescotland.com/sites/default/files/editor/ECS_-_Final_Report_June_2012.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
119. Ele também tem indiscutivelmente alimentada recentes controvérsias em torno do conceito de indústrias criativas em si, como testemunhado mais recentemente na Escócia. Veja: <http://www.scotsman.com/news/arts/creative-scotland-must-change-to-benefit-arts-1-2840220> (última acessado em 11 de abril de 2013).
120. Por exemplo, ninguém nunca estabeleceu as estimativas de crescimento da produtividade para as indústrias criativas do Reino Unido, um indicador chave do potencial de crescimento a partir de uma perspectiva do Tesouro. Nem no Reino Unido temos indicadores nacionais contas-consistentes de investimento fixo das empresas ou gastos com treinamento, o que permitiria melhor o desempenho das indústrias criativas para ser comparados com outros sectores.
121. Veja: <http://www.uis.unesco.org/culture/Pages/framework-cultural-statistics.aspx> e também http://ec.europa.eu/culture/ourpolicy-development/eurostat-essnet-culture_en.htm (última acessado em 11 de abril de 2013).
122. Bakhshi, H., Freeman, A. e Higgs, P. (2013) 'um mapeamento dinâmico dos do Reino Unido Indústrias Criativas. Londres: Nesta. Veja: http://www.nesta.org.uk/areas_of_work/creative_economy/assets/features/a_dynamic_mapping_of_the_uk_creative_industries (última acessado em 11 de abril de 2013).
123. Stoneman, P. (2010) 'Suave Inovação. Cambridge: Cambridge University Press.
124. Esta caracterização da criatividade não deve ser visto como instrumental. É perfeitamente consistente com o trabalho criativo que é motivada por razões artísticas intrínsecas, por exemplo. Mas é nossa afirmação de que todos os atos criativos envolvem algum grau de novidade e não sujeitos a receita, seja qual for a sua motivação (e que em qualquer caso a motivação não se presta à medição sistemática).
125. Caves, RE (2002) 'Indústrias Criativas: Contratos entre arte e comércio' Cambridge MA: Harvard University Press.
126. Ver também Falk, R., Bakhshi, H., Falk, M., Geiger, W., Karr, S., Keppel, LH, e Spitzlinger, R. (2011) 'A inovação e competitividade das indústrias criativas.' WIFO: Viena, que usam dados do Inquérito Comunitário à Inovação em um número de países da UE para mostrar que as empresas criativas em setores como Software, Arquitetura e Publishing são significativamente mais propensos a cooperar na inovação com os órgãos externos do que outras empresas (sectores de conteúdos são, infelizmente, não bem cobertos nesta pesquisa).

127. De Vaan, M., Boschma, R., e Frenken, K. (2012) Clustering e desempenho da empresa em indústrias baseadas em projetos: o caso da indústria de jogos de vídeo global, 1972-2007. 'Jornal da geografia econômica.'
128. Uma descrição mais detalhada da metodologia de pontuação criativa Grade e sua aplicação aos códigos UK SOC é fornecido em Bakhshi, H., Freeman, A. e Higgs, P. (2013) 'um mapeamento dinâmico dos do Reino Unido Indústrias Criativas. Londres: Nesta. Veja: http://www.nesta.org.uk/areas_of_work/creative_economy/assets/features/a_dynamic_mapping_of_the_uks_creative_industries (última acessado em 11 de abril de 2013).
129. Bakhshi, H., Freeman, A. e Higgs, P. (2013) 'um mapeamento dinâmico dos do Reino Unido Indústrias Criativas. Londres: Nesta. Veja: http://www.nesta.org.uk/areas_of_work/creative_economy/assets/features/a_dynamic_mapping_of_the_uks_creative_industries (última acessado em 11 de abril de 2013).
130. Na verdade, Bakhshi, H., Freeman, A. e Higgs, P. (2013) 'um mapeamento dinâmico dos do Reino Unido Indústrias Criativas. Londres: Nesta. mostram que esse padrão não é uma característica geral da relação entre as indústrias e profissões. Calculando as intensidades dos principais grupos profissionais dentro de seções principais industriais do ONS para toda a economia, eles mostram que muito poucas das intensidades ocupacionais corresponder mesmo a média visto nas indústrias criativas. Isso demonstra a força da afirmação de que as indústrias criativas têm de ser tratado como um agrupamento industrial coerente.
131. Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J., e Ormerod, P. (2008) mercados de rede social: Uma nova definição das indústrias criativas. 'Journal of Economics Cultural. 32 (3): 167-185
132. Garnham, N. (2005) De Cultural de Indústrias Criativas: Uma análise das implicações da abordagem das indústrias criativas "para artes e formulação de políticas de mídia no Reino Unido. 'International Journal of Policy Culture. 11 (1).
133. Potts, J. Cunningham, S., Hartley, J. e Ormerod, P. (2008) mercados de rede social: Uma nova definição das indústrias criativas. 'Journal of Economics Cultural. 32 (3): 167-185
134. Por exemplo, o Facebook anunciou na 2013 Games Developer Conference, que, em 2012, ele tinha feito mais de US \$ 2 bilhões em pagamentos para jogos. O caso para a inclusão dessas empresas nas indústrias criativas não pode descansar unicamente em sua posição nas cadeias de valor das indústrias criativas, no entanto. Porque não queremos, por exemplo, incluir HMV, Topman e Waterstones nas definições simplesmente porque eles desempenham um papel importante na cadeia de valor para as indústrias de música, moda e editoriais.
135. Booz and Co. (2013), 'O Futuro Digital da Creative UK'. Veja: <http://www.booz.com/global/home/what-we-think/reportswhite-papers/article-display/digital-future-creative-uk> (última acessado em 11 de abril de 2013).
136. Advertising Association / Deloitte (2013) observa que ... *"Muitos dos sites mais populares do Reino Unido são livres no ponto de uso. Financiados pela receita eles levantam através da publicidade, eles fornecem serviços valiosos para os consumidores, incluindo pesquisa, notícias, entretenimento e informações sobre viagens. Esses sites fazer uma contribuição concreta para a economia, apoiando tanto as vendas on-line e alta rua e contribuindo mais de £ 7 bilhões para a economia do Reino Unido".* Advertising Association / Deloitte (2013) 'Publicidade Pays: Como combustíveis publicidade a economia do Reino Unido.' Veja: http://www.adassoc.org.uk/pdfs/AdvAss_Advertising_Pays_Report.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
137. Cox, C. e Jenkins, J. (2005) 'Entre as costuras, A Commons férteis: Uma visão geral da relação entre moda e Propriedade Intelectual' USC Escola Annenberg de Comunicações. A Conferência Norman Lear Center. Veja: <http://learcenter.org/pdf/RTSJenkinsCox.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013). Ramsey LP (2006) 'Direitos de Propriedade Intelectual em Publicidade. 12 Mich. Telecomunicação. Tech. L. Rev. 189. Veja: <http://www.mtlr.org/voltwelve/ramsey.pdf> (último acesso 11 de abril 2013).
138. Para identificar um conjunto de indústrias criativas, Bakhshi, Freeman e Higgs (2013) tomar uma intensidade criativa limiar de 30 por cento e tratar todas as indústrias com uma intensidade superior a isso como 'criativo' e aqueles abaixo de 30 por cento como não. A lista resultante das indústrias criativas é apresentado na Tabela 7.1, página 34 do seu relatório. Eles também realizar uma análise de sensibilidade global para demonstrar a robustez estatística deste procedimento. Detalhes completos estão novamente prestados no seu relatório.
139. Este resultado que a maioria dos talentos criativos trabalha fora as indústrias criativas é também uma implicação marcante das estimativas do DCMS (Indústrias Criativas Económica Estimates completa Statistical Release, 08 de dezembro de 2011, página 28.)
140. Bakhshi, H., Freeman, A. e Higgs, P. (2013) 'um mapeamento dinâmico dos do Reino Unido Indústrias Criativas. Londres: Nesta.
141. Bakhshi, H., Freeman, A. e Higgs, P. (2013) 'um mapeamento dinâmico dos do Reino Unido Indústrias Criativas. Londres: Nesta.
142. Elliott, L. e Atkinson, D. (2007) 'Fantasy Island: Acordando para as incríveis ilusões econômicas, políticas e sociais do Blair Legado' Londres: Constable & Robinson.
143. As indústrias criativas GVA e Economia estima inteiros GVA usado para produzir a quota% GVA usar as mesmas fontes de dados como o DCMS Indústrias Criativas Económica estimativas, nomeadamente Levantamento do ONS Anual de Negócios (ABS) para as estimativas VAB sectoriais e do Livro Azul para toda economia GVA (o ABS cobre apenas dois terços dos setores da economia do Reino Unido, portanto, não é uma fonte confiável para estimar a economia de toda GVA). Tal como acontece com as estimativas DCMS, este procedimento é provavelmente subestimam a% de contribuição GVA das indústrias criativas na medida em que o registro de negócios que a amostra ABS é baseado no exclui os trabalhadores independentes que não estão registadas para efeitos de IVA, nem executar um esquema de Paye: tal trabalhadores por conta própria tendem a ser desproporcionalmente importante nas indústrias criativas.
144. no sentido contabilístico tais estimativas poderiam combinar dados de rendimentos para o talento criativo fora das indústrias criativas com uma estimativa do seu contributo para o excedente de exploração das empresas em que trabalham.
145. Mais uma vez, usando o VAB sectorial estima no ABS.
146. Esta estimativa da contribuição GVA de trabalhadores criativos incorporados deve ser visto como um limite inferior por duas razões: primeiro, porque ignora o emprego em ocupações criativas em setores como serviços financeiros; segundo, porque o cálculo pressupõe que a produtividade do trabalho dos trabalhadores criativos em indústrias não criativas é o mesmo que a produtividade do trabalho dos trabalhadores não criativas nestas indústrias. No entanto, sabemos que a produtividade do trabalho dos trabalhadores criativos nestes sectores é de fato maior do que para os outros trabalhadores (como sugerido pelas diferenças salariais positivas que existem entre ocupações criativas e outras ocupações em fontes de dados autorizadas como Análise Anual do ONS de Household Earnings).
147. Mais detalhes das estimativas GVA estão disponíveis com os autores, a pedido.
148. Bakhshi, Freeman e Higgs (2013) propõem uma metodologia completa para determinar quais ocupações são criativos da lista de códigos padrão oficial de classificação profissional e de um limiar de intensidade criativa estatisticamente robusta acima do qual as indústrias devem ser tratados como indústrias 'criativas'.
149. O foco na 'fins comerciais' não se destina a excluir as actividades artísticas que geram valor acrescentado para o Reino Unido, mas não foram motivadas por fins comerciais. Tais atividades, na medida em que eles são apanhados nos códigos SOC e SIC, vai aparecer nas métricas. Nossa classificação das indústrias criativas inclui, por exemplo, o código SIC de quatro dígitos 'Criação Artística', o que acaba por ter a maior intensidade criativa em 89 por cento. Veja Bakhshi, Freeman e Higgs (2013) op. cit. para detalhes.
150. BPI (2013) 'Nação Música Digital 2013.' Londres: BPI. Veja: https://www.bpi.co.uk/assets/files/BPI_Digital_Music_Nation_2013.PDF (última acessado em 11 de abril de 2013).
151. Veja: <http://www.guardian.co.uk/media/2013/jan/04/record-labels-making-money-youtube> (última acessado em 11 de abril de 2013).
152. yair, K. (2011) 'Craft eo Mundo Digital.' Nota informativa. Londres: Conselho Crafts.

153. MTM Londres (2012) "Revisão das tendências de mercado e tecnologia nas Indústrias Criativas. Londres: MTM.
154. Para uma discussão mais detalhada sobre esses problemas, consulte MTM Londres (2012) "Revisão das tendências de mercado e tecnologia nas Indústrias Criativas. Londres: MTM.
155. Zittrain, J. (2006) 'A Internet Generative.' Universidade de Oxford Faculdade de Direito Legal Studies Research Paper Series. Working Paper No 28/2006 Junho de 2006.
156. MTM Londres (2012) "Revisão das tendências de mercado e tecnologia nas Indústrias Criativas. Londres: MTM.
157. Já em 2008, estima-se que havia 200.000 projetos de código aberto na internet, o que representa 4,9 bilhões de linhas de código que qualquer um pode baixar livremente e reutilização como entenderem. Veja: <http://www.cmswire.com/cms/web-cms/opensource-code-worth-us-387-billion-004436.php> (última acessado em 11 de abril de 2013).
158. Veja: <http://cryptome.org/Internet-spy-all.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
159. Veja: <http://www.bothsidesofthetable.com/2011/06/29/changes-in-software-venture-capital-part-2-of-3/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
160. Bruns, A. (2008) Blogs, Wikipedia, Second Life, e mais além: desde a produção até Produsage. 'Formações Digitais.' Vol. 45. New York: Peter Lang.
161. Um dos autores deste relatório está liderando um projeto AHRC / EPSRC financiado: Media, Comunidade e do Cidadão criativa. Veja: www.creativecitizens.com/ (última acessado em 11 de abril de 2013).
162. Jenkins, H. (2006) 'Convergência Cultural'. Nova Iorque: New York University Press; Rose, F. (2012) 'A Arte da Immersion.' Nova Iorque Nova Iorque: WW Norton & Co.
163. Veja: <http://www.youtube.com/t/faq> (última acessado em 11 de abril de 2013).
164. Veja: <http://en.wordpress.com/stats/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
165. Flores, S. (2008) 'The New Inventors: Como os usuários estão mudando as regras da inovação'. Londres: NESTA. Veja: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/Report%2015%20-%20New%20Inventors%20v6.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
166. Cheshire, T. (2013) 'Talent tubo: Como novas estrelas do YouTube da Grã-Bretanha construiu uma base de fãs global' Veja: <http://www.wired.co.uk/revista/Arquivo/2013/02/recursos/talento-de-tubo> (última acessado em 11 de abril de 2013).
167. Veja: <http://news.netcraft.com/archives/2012/09/10/september-2012-web-server-survey.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
168. Anderson, C. (2012) 'Makers: The New Revolução Industrial.' Londres: Random House Negócios.
169. Zittrain, J. (2006) 'A Internet Generative.' Universidade de Oxford Faculdade de Direito Legal Studies Research Paper Series. Working Paper No 28/2006 Junho de 2006.
170. Gans, J. (2012) 'A informação quer ser compartilhado.' Boston MA: Harvard Business Review Press.
171. Um conjunto inicial de insights sobre novas formas de criatividade auto-organização foi: Leadbeater, C. e Miller, P. (2004) 'O Pro-Am Revolution' London: Demos.
172. Veja: <http://www.apple.com/pr/library/2012/09/12Apple-Unveils-New-iTunes.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
173. Veja: <http://www.etsy.com/blog/news/2013/etsy-statistics-december-2012-weather-report/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
174. Veja: <http://revolution.co.uk/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
175. Anderson, C. (2004) The Long Tail. 'Wired'. Outubro de 2004. Veja: <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
176. Veja: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1679991 (última acessado em 11 de abril de 2013).
177. Freedman, D. (2012) 'Web 2.0 e da morte da economia blockbluster', em Curran, J., Fenton, N. e Freedman, D. (2012) 'mal-entendido a Internet.' Oxford: Routledge.
178. Veja: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/tv-advertising-investigation/responses/attach1.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
179. Elberse, A. e Oberholzer-Gee, F. (2008) 'Superstars e Underdogs: Uma Análise do Fenômeno Cauda Longa em vendas de vídeo. Veja: http://www.people.hbs.edu/aelberse/papers/hbs_07-015.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013). Tan, T. e Netessine, S. (2011) 'é Tom Cruise Ameaçado? Um Estudo Empírico do Impacto do Produto Variedade de Concentração Demand'. ICIS 2011 Proceedings. Papel 3. Ver: <http://aisel.aisnet.org/icis2011/proceedings/humanbehavior/3/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
180. Veja: <http://www.edge-online.com/features/middle-dearth-whatever-happened-to-the-middle-tier-of-videogames/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
181. AHRC Projeto Brighton Fuse.
182. Veja: http://www.huffingtonpost.com/2012/04/15/met-opera-live-in-hd-10-million-tickets_n_1427341.html (última acessado em 11 de abril de 2013).
183. Veja: http://www.gamasutra.com/view/feature/134784/the_politics_of_creative_.php?print=1 <http://littlemonsters.com> (última acessado em 11 de abril de 2013).
184. Cheshire, T. (2013) 'Talent tubo: Como novas estrelas do YouTube da Grã-Bretanha construiu uma base de fãs global' Veja: <http://www.wired.co.uk/revista/Arquivo/2013/02/recursos/talento-de-tubo> (última acessado em 11 de abril de 2013).
185. Anderson, C. (2009) 'Free: O futuro de um preço radical'. Nova Iorque Nova Iorque: Hyperion.
186. Arrow, K. (1971) 'Essays na teoria do risco-rolamento. Amsterdam: North-Holland Pub. Co.
187. Veja: <https://docs.google.com/file/d/0B-whypjV6DzWUER1VjgySzB1OG8/edit> (última acessado em 11 de abril de 2013).
188. Veja: <http://aboutus.ft.com/2012/07/27/ft-digital-subscriptions-surpass-print-circulation-globally/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
189. Bakhshi, H. e Mateos-Garcia, J. (2012) 'Rise of the Datavores.' Londres: Nesta. Este relatório mostra que uma minoria significativa de empresas em todos os setores do Reino Unido estão fazendo uso sofisticado de seus dados online.
190. Brynjolfsson, E. e McAfee, A. (2011) 'Race Against the Machine. Digital Frontier Press. Embora ver Cowen, T. (2011) 'A Grande Estagnação.'; e Gordon, RJ (2012) 'é crescimento econômico dos EUA Over? Vacilante Inovação desafia as Seis Ventos contrários. Documento de Trabalho NBER para uma visão oposta.
191. Veja: <http://techcrunch.com/2012/08/11/analysis-web-3-0-the-mobile-era/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
192. Veja: http://www.gamasutra.com/view/news/184465/2013_The_year_of_the_microconsole.php (última acessado em 11 de abril de 2013).
193. Veja: http://www.nesta.org.uk/home/1/assets/events/in_conversation_with_mike_lynch (última acessado em 11 de abril de 2013).
194. Jovanovic, B. e Rousseau, PL (2005) 'tecnologias de interesse geral.' No "Manual de Crescimento Econômico Volume 1B. Amsterdam: Elsevier.
195. The Economist (2012) A revolução por vir. 'O economista.' 13 de abril de 2012.
196. Ver, por exemplo, <http://thewebindex.org/2012/10/2012-Web-Index-Key-Findings.pdf>, http://www.go-on.co.uk/arquivos/2113/5237/0908/The_Booz_Report_Nov2012.pdf e https://publicaffairs.linx.net/news/wp-content/uploads/2012/03/bcg_4trillion_opportunity.pdf (todos estes relatórios última acessado em 17 de abril de 2013).

- Ofcom 197. (2012) 'International Communication Markets Report.' Veja: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/ cmr12 / ICMR / ICMR-2012.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
198. Veja: <http://www.guardian.co.uk/technology/2013/jan/14/facebook-loses-uk-users-december> (última acessado em 11 de abril de 2013).
199. Veja: <http://www.bfi.org.uk/education-research/film-industry-statistics-research/statistical-yearbook> (último acesso 11 de abril 2013).
200. Veja: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/industry-expertise/video-games/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
201. Veja: http://www.culture.gov.uk/images/consultation_responses/CR2011-PACT_Annex1.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
202. Veja: <http://www.credos.org.uk/write/Images/The%20contribution%20of%20advertising%20to%20the%20UK%20economia%20311011.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
203. www.credos.org.uk/write/Images/The%20contribution%20of%20advertising%20to%20the%20UK%20economy%20311011.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
204. Ferreira, F. e Waldfogel, J. (2010) 'Pop Internacionalismo: Tem de meio século de World Trade Música Deslocados Cultura Local' NBER Working Paper No. 15964.
205. Veja: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/worldwide/160712digital.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
206. Veja: http://annualreport.channel4.com/assets/downloads/hi-res/c4_annual_report_2011_financials.pdf (último acesso 11 de abril 2013).
207. Cheshire, T. (2013) 'Talent tubo: Como novas estrelas do YouTube da Grã-Bretanha construiu uma base de fãs global' Disponível em: <http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2013/02/features/talent-tube> (última acessado em 11 de abril de 2013).
208. Centro de Londres (2012) 'A Tale of Tech City'. Londres: Centro de Londres.
209. Agora Pinguim Random House, depois de uma joint venture entre Pearson e Bertelsmann em outubro de 2012.
210. O FT relata que Daily Mail e (DMGT) receitas de publicidade da General Trust on-line aumentou 51 por cento ano a ano, com 127 milhões de navegadores únicos para Mail Online em janeiro de 2013. A receita de publicidade online do MSGt subir. 'Financial Times'. 06 de fevereiro de 2013.
211. <http://www.tiga.org/news/press-releases/the-uk-games-industry-young-independent-and-mobile> (última acessada 11 abr 2013).
212. Veja: <http://www.gamesindustry.biz/articles/2013-03-29-torsten-reil-we-can-create-a-world-leading-games-economy-in-theuk> (último acesso 11 de abril 2013).
213. UNCTAD produz dados de comércio bilateral detalhados em uma base consistente para bens criativos, mas os dados completos não estão disponíveis para serviços. Além disso, as definições dos 'produtos' criativos incluem produtos como amplo como brinquedos e aparelhos de TV, o que torna o seu uso limitado para analisar indústrias criativas do Reino Unido na prática. UNCTAD (2010) 'Relatório de Economia Criativa. Genebra: UNCTAD.
214. Veja: <http://www.bfi.org.uk/education-research/film-industry-statistics-research/statistical-yearbook> (último acesso 11 de abril 2013).
215. O mercado da indústria da música - Generator.org.uk (2012).
216. Veja: <http://www.gunnreport.com/products/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
217. Crossley, R. (2010) 'Braben teme queda do Reino Unido para o sexto lugar na liga dev.' Veja: <http://www.develop-online.net/news/33703/Brabenfears-UKs-drop-to-sixth?m=posted> (última acessado em 11 de abril de 2013). Ver também entrevista com cineastas documentais Anthony e Nicola Caulfield, <http://metro.co.uk/2013/03/07/from-bedrooms-to-billions-uk-gaming-the-movie-3530510/> (acessado pela última vez 11 de abril de 2013). *"Houve um período em que os nossos jogos foram inundando América e ... não tanto o Japão, mas certamente todo o caminho em toda a Europa. Nossos desenvolvedores estavam sendo encarado como os Guvnors e, em seguida, de forma eficaz dentro de seis anos que tinha ido embora."*
218. Desenvolver 100. Veja: <http://www.develop-online.net/develop-100> (última acessado em 11 de abril de 2013).
219. Veja: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/WhatsApp.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
220. Film Painel de Revisão de Política (2012) 'Um futuro para British Film: Começa com o público' Londres: DCMS. P.47.
221. Por exemplo, notas de fonte do ONS sobre a divisão Enterprise Research & Development estado oficial pesquisa que *"pode haver ser sub-cobertura das empresas com menos pessoal [de 50] - e, particularmente, das menores empresas com menos de nove trabalhadores"* Informações ONS notar 'Cobertura da Research & Development Business Survey Empresa (<http://www.ons.gov.uk/ons/guide-method/method-quality/specific/business-and-energy/research---development-levantamentos/informationnote-cobertura-of-the-business-empresa-rd-survey.pdf>, última acessado em 17 de abril de 2013). 'Community Innovation Survey do BIS, que examina as empresas em seus gastos com P & D e outros investimentos em inovação, exclui as empresas com menos de dez trabalhadores por design.
222. Koss, V., Azad, S. e Gurm, A. (2012) "Este é para todos." The Case for Universal digitalização. Booz & Co.
223. Edquist, C. (2001) 'Os Sistemas de Abordagem Inovação e Política de Inovação: Uma conta do estado da arte' papel chumbo apresentado na conferência DRUID, Aalborg, Junho 12-15, 2001. Ver: <http://folk.uio.no/ivai/ESST/Outline%20V05/edquist02.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
224. Freeman, C. (1988) 'Japão: Um Sistema Nacional de Inovação Nova' Em Dosi, G., et. al., (Eds.) (1988) 'mudança técnica e Teoria econômica.' Pinter: London; Hamalainen, TJ (2003) 'Competitividade nacional e crescimento econômico: a mudança dos determinantes do desempenho econômico na economia mundial.' Cheltenham: Edward Elgar; Mazzucato, M. (2012) 'O Estado Empresarial. Londres: Demos.
225. Martin, B. e Johnston, R. previsão (1998) Tecnologia de ficção até o sistema nacional de inovação: as experiências na Grã-Bretanha, Austrália e Nova Zelândia. "Prospecção Tecnológica e Mudança Social. 60 (1) Janeiro de 1999, 37-54. Veja também Bakhshi, H., Freeman, A. e Potts, J. (2011) 'estado de incerteza: A política de inovação através da experimentação' Londres: NESTA.
226. Gustafsson, R. e Autio, E. (2011) A tricotomia falha na exploração e aproveitamento do conhecimento. 'Policy Research.' 2011, Vol. 40, issue 6, páginas 819-831.
227. Christensen, CM (1997) 'O Dilema do Inovador: Quando Novas Tecnologias causar grandes empresas para falhar' Boston MA: Harvard Business School Press.
228. Malerba, F. (2002) sistemas setoriais de inovação e produção. 'Policy Research.' 31: 247-264.
229. Ibid.
230. Malerba, F. (2004) 'setoriais Sistemas de Inovação: Conceitos, questões e análises de seis setores principais na Europa' Cambridge: Cambridge University Press.
231. Stuart Cunningham destaca a importância das atividades de inovação na economia criativa como parte do sistema nacional de inovação mais ampla, bem como a sua negligência em discursos convencionais (STEM-centric) de inovação: Cunningham, S. (2013) 'Inovação oculta: política, Inovação e o setor criativo.' Queensland: Queensland University Press. Pegamos sobre esta questão no Capítulo 6. A ênfase aqui é um pouco diferente deste: estamos a olhar para as entradas e as instituições que geram inovação na economia criativa, em vez da conectividade entre a economia criativa e de outras partes da economia que alimenta-se com entradas de inovação, exemplares e talento.

232. Sempre que necessário, chamamos na literatura existente sobre outros sistemas setoriais de inovação que estão conectados, ou aninhadas dentro, a nossa definição da economia criativa.
233. Montalvo, C. e van der Giessen, A. (2012) 'Relatório Síntese -. Setorial de Inovação Assista 2008-2011' Europa Innova.
234. Steinmueller, E. (2004) 'O sistema setorial software europeu de inovação.' Em Malerba, F. (2004) 'sistemas setoriais de inovação: conceitos, questões e análises de seis setores principais na Europa.' Cambridge: Cambridge University Press. pp. 193-242.
235. Bakhshi, H., Schneider, P. e Walker, C. (2008) 'Artes e Humanidades investigação e inovação.' Nesta e AHRC. Veja: http://www.nesta.org.uk/publications/reports/assets/features/arts_and_humanities_research_and_innovation (último acesso 11 de abril 2013).
236. Cooke, P. (2001) 'Sistemas Regionais de Inovação, Clusters e economia do conhecimento.' Industrial e mudança corporativa. 10 (4): 945-974.
237. Bakhshi, H., Lee, N. e Mateos-Garcia, J. (2013) 'Capital da Cultura'. Brookings / Nesta, próxima.
238. Saxenian, A. (1994) 'Vantagem Regional. Boston, MA: MIT Press; Avnimelech, G. e Teubal, M. (2007) "O Surgimento de Venture Capital Industry de Israel: Como política pode influenciar High-Tech Cluster Dynamics. In: Braunerhjelm, P. e Feldman, M. (Eds.) (2007) 'Cluster Genesis'. Oxford: Oxford University Press.
239. Dempster, AM (2006) gerir a incerteza em Indústrias Criativas: Lições de Jerry Springer the Opera. 'Criatividade e Inovação'. 15 (3): 224-233.
240. Dodgson, M. e Gann, D. (2010) 'Inovação: Uma introdução muito curto.' Oxford: Oxford University Press.
241. / NESTA (2011) 'Relatório Anual de Inovação.' BIS Londres: BIS / NESTA.
242. Veja: http://news.cnet.com/8301-1023_3-57498531-93/facebook-processes-more-than-500-tb-of-data-daily/ (última acessado em 11 de abril de 2013).
243. Veja: http://newcdn.flamehaus.com/Valve_Handbook_LowRes.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
244. Stoneman, P. (2009) 'Suave Inovação. Londres: NESTA.
245. OCDE (2002) 'Manual Frascati. Paris: OCDE.
246. Preço, D. (2009) 'A Pixar Touch'. Knopf Doubleday Publishing Group.
247. Kline, SJ (1985) A inovação não é um processo linear. 'Gestão Research.' 28.4: 36-45. Rothwell, R. (1992) de sucesso de inovação industrial: fatores críticos para a década de 1990. "R & D Gestão. Volume 22, Issue 3, páginas 221-240.
248. Miles, I. and Green, L. (2008) 'Invisível Inovação nas Indústrias Criativas. Londres: NESTA; Cunningham, S. (2013) 'Oculto Inovação: Política, Indústria e setor criativo.' Queensland: Queensland University of Technology Press.
249. Flores, S. (2008) 'The New Inventors: Como os usuários estão mudando as regras da inovação'. Londres: NESTA.
250. R & D acontece de forma iterativa (em vez de sequencialmente) em mais indústrias do que funcionários e políticos de admitir: Rothwell, R. (1992) de sucesso de inovação industrial: fatores críticos para a década de 1990. "R & D Gestão. 22 (3), pp. 221-240. Este é particularmente o caso em software e empresas criativas com base em projeto (Brooks, F. (1995) 'The Mythical Man Month (20th Anniversary Edition). New York: Addison-Wesley.
251. Cunningham, S. (2013) 'Oculto Inovação: Política, Inovação e o setor criativo.' Queensland: Queensland University Press.
252. Veja: http://cdn.hm-treasury.gov.uk/sr2010_chapter2.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
253. Veja: <http://www.bis.gov.uk/assets/BISCore/science/docs/A/10-1356-allocation-of-science-and-research-funding-2011-2015.pdf> (acessado pela última vez 11 de abril de 2013).
254. Bakhshi, H., Desai, R. e Freeman, A. (2009) 'Não Rocket Science'. Mission, Models, Dinheiro.
255. Nós também deve atualizar a linguagem que usamos para descrever o orçamento para o investimento público em pesquisa, e descrever isso como a 'Pesquisa' não 'a Ciência e Investigação' liquidação.
256. Veja: <http://www.hmrc.gov.uk/ct/forms-rates/claims/randd.htm> Hall, B. e Van Reenen, J. (2000) Quão eficazes são os incentivos fiscais para P & D? Uma revisão da evidência. 'Policy Research.' 29 (4), 449-469.
257. Lentile, D. e Mairesse, J. (2009) "Uma política destinada a fomentar a I & D: Faz o trabalho de crédito fiscal à I & D? Em BEI (2009) 'R & D eo financiamento da inovação na Europa.: Estimulante R & D. inovação e crescimento' Papers BEI. 14: 1.
258. Gustafsson, R. e Autio, E. (2011) A tricotomia falha na exploração e aproveitamento do conhecimento. 'Policy Research.' 2011, Vol. 40, issue 6, páginas 819-831.
259. Bakhshi, H., e Mateos-Garcia, J., 2010, "The Game Inovação. Londres: NESTA.
260. A NESTA levantamento talento realizado em 2010 mostrou que quase três quartos são graduados, e, destes, 29 por cento das têm graus de primeira classe honras. Quarenta e oito por cento de graduados estudaram sujeitos STEM.
261. De acordo com um estudo de 2010 por TIGA (um dos organismos de comércio das indústrias), 38 por cento das empresas investem em P & D. TIGA (2010) 'Estado do Reino Unido Video Game Desenvolvimento do Sector de 2010.' Londres: TIGA.
262. Chatfield, T. (2010) 'Fun Inc.' Londres: Livros virgem. MacGonigal, J. (2011) 'Reality is Broken'. Londres: Vintage.
263. Um exemplo de onde as autoridades fiscais têm feito esforços para atender às necessidades específicas de empresas farmacêuticas em suas atividades de testes é que os pagamentos feitos aos voluntários para participar em ensaios clínicos são tratados como despesas de qualificação para efeitos de alívio fiscal. Veja: <http://www.hmrc.gov.uk/ct/forms-rates/claims/randd.htm#1> (última acessado em 11 de abril de 2013). Na verdade, as directrices do BIS conter uma discussão explícita de como as autoridades fiscais visualizar R & D em produtos farmacêuticos para fins de avaliação dos pedidos. Nós gostaríamos de propor que eles façam o mesmo para as indústrias criativas. <http://www.hmrc.gov.uk/manuals/cirdmanual/cird81920.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
264. Bakhshi, H. e Mateos-Garcia, J. (2012) 'Rise of the Datavores: Como empresas do Reino Unido analisar e utilizar dados on-line.' Londres: Nesta.
265. HMT (2011) 'O Plano para o Crescimento'. Londres: HMT.
266. Veja: http://www.hm-treasury.gov.uk/d/consult_r_d_tax_credits.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
267. Veja: http://ec.europa.eu/research/horizon2020/pdf/contributions/post/united_kingdom/technology_strategy_board.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
268. Veja: <https://connect.innovateuk.org/web/creativektn> (última acessado em 11 de abril de 2013).
269. Veja: <https://connect.innovateuk.org/web/ictomorrow> (última acessado em 11 de abril de 2013).
270. Veja: <https://catapult.innovateuk.org/connected-digital-economy> (última acessado em 11 de abril de 2013).
271. Veja: <https://www.gov.uk/government/news/budget-2013-boost-for-creative-industries-sector> (última acessado em 11 de abril de 2013).
272. Em comentários feitos por Jeremy Prata, tecnólogo chumbo para as indústrias criativas na TSB, no lançamento do Criar RCUK Centro de Direitos de Autor e Novos Modelos de Negócios em Economia Criativa, 31 janeiro - 1 fevereiro 2013, Glasgow.
273. Nesta (2012) '1. Plan' Londres: Nesta. Veja: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/PlanWebv3.pdf> (último acesso 11 de abril 2013).

274. Bound, K. e Puttick, R. (2010) 'Poder de compra: é a iniciativa Tecnológica em Pequenas Empresas para a aquisição de R & D inovação conduzir no Reino Unido' Londres: NESTA. O Governo anunciou uma escala significativa até da SBRI no orçamento de 2013.
275. Veja: <http://www.designcouncil.org.uk/our-work/challenges/Health/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
276. Ciência e Tecnologia Comissão (2011) 'Compras Públicas como Ferramenta para estimular a inovação.'
277. Cabinet Office (2012) 'Governo Estratégia Digital de Novembro de 2012.' Londres: Cabinet Office.
278. Veja: http://gps.cabinetoffice.gov.uk/sites/default/files/images/NV%20_%20Supplier%20Day%20slides%202013-01-11%20-%20FINAL%20with%20video%20link.pdf
279. Veja: http://data.gov.uk/sites/default/files/Open_data_White_Paper.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
280. Veja: http://ec.europa.eu/internal_market/publicprocurement/modernising_rules/reform_proposals_en.htm
281. Veja: http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm (última acessado em 11 de abril de 2013).
282. Bakhshi, H., Edwards, J., Roper, S., Scully, J. e Shaw, D. (2011) 'Criando Inovação nas PME: Avaliar os efeitos de curto prazo do piloto Créditos criativa' Londres: NESTA.
283. Veja: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.hm-treasury.gov.uk/coxreview_index.htm (último acesso 11 de abril 2013).
284. Nesta (2012) 'UK Innovation Index: Medir a contribuição da inovação para o crescimento económico, e como isso varia entre os setores' Londres: Nesta; Corrado, C., Haskel, J., Jonas-Lasinio, C. e Iommi, M. (2012) 'Imaterial de capital e o crescimento nas economias avançadas: Métodos de medição e os resultados comparativos' Veja: <http://www.intan-invest.net/> (última acessado em 11 de abril de 2013). Hulten, CR e Hao, JX (2012) 'O Papel da Imaterial Capital na transformação e crescimento da economia chinesa.' w18405 Documento de Trabalho NBER.
285. Preço, DA (2009) 'The Pixar Touch.' Londres: Vintage.
286. Veja: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/2888431.stm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
287. AHRC (2009) 'Liderando o mundo: O impacto económico do Reino Unido artes e humanidades pesquisa' AHRC Taskforce Impact. Um dos autores deste relatório era um membro deste grupo de trabalho. Veja: <http://www.ahrc.ac.uk/News-and-Events/Publications/Documents/Conduzindo-a-World.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
288. Veja: <http://thechineseroom.co.uk/history.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
289. Veja: <http://www.hfcea.ac.uk/pubs/year/2008/200802/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
290. Crossick, G. (2006). 'A transferência de conhecimento, sem widgets: o desafio da economia criativa.' Londres: Goldsmiths, University of London.
291. Bakhshi, H., Schneider, P. e Walker, C. (2008) 'Artes e Humanidades investigação e inovação.' relatório NESTA / AHRC.
292. Veja: <http://www.globaluncertainties.org.uk/> Outros programas financiados por mais de um conselho de financiamento da investigação incluem Saúde ao Longo da Vida e Bem-estar e Vivendo com mudanças ambientais.
293. Veja: <http://www.ahrc.ac.uk/What-We-Do/Extend-engagement/Knowledge-Exchange-and-Partnerships/Pages/KE-Hubs-for-the-Creative-Economy.aspx> (acessado pela última vez 11 de abril de 2013).
294. Veja: <http://www.universitiesuk.ac.uk/Publications/Pages/CreatingProsperitytheroleofhighereducation.aspx> (última acessado em 11 de abril de 2013).
295. Veja: <http://www.universitiesuk.ac.uk/Publications/Pages/CreatingProsperitytheroleofhighereducation.aspx> (última acessado em 11 de abril de 2013).
296. Hughes, A. e Kitson, M. et al. (2011) Conexões Ocultas: troca de conhecimento entre as artes e humanidades e os setores privado, público e terceiros. AHRC. Cambridge. Estes números são muito semelhantes a outras disciplinas, embora interações com organizações comunitárias são muito mais elevados do que para os não-artes e humanidades acadêmicos. Veja: <http://www.ahrc.ac.uk/News-and-Events/Publications/Documents/Hidden-Connections.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
297. Crossick, G. (2006) 'A transferência de conhecimento, sem widgets: o desafio da economia criativa.' Uma palestra para a Royal Society of Arts em Leeds, 31 de maio de 2006. Veja: <http://www.goldsmiths.ac.uk/warden/creative-economy.pdf> (última acessada 11 abril 2013).
298. Veja: <http://www.pmstudio.co.uk/about-pervasive-media-studio> (última acessado em 11 de abril de 2013).
299. RCUK (2012) 'Economia Digital: Relatório do RCUK Digital Economia Painel de Revisão do Impacto 2012' (Um dos autores deste manifesto é um membro do painel consultivo do painel de pesquisa Economia Digital levou-EPSRC).
300. Lenoir, T. (2004) 'Mitos sobre interações de Stanford com a indústria.' Veja: http://iis-db.stanford.edu/evnts/4097/TLenoir_Myths_about_Stanford.pdf
301. Ku, K. (2002) 'Licenciamento de Software no ambiente universitário.' Entrevista conduzida como parte de uma avaliação do link do programa Edimburgo-Stanford para Scottish Enterprise (EKOS, 2004).
302. Breschi, S. e Lissoni, F. (2003) 'Mobilidade e redes sociais: Localizada transbordamentos de conhecimento revisitado. Milan: Universidade Bocconi, Working Paper CESPRI 142 (2003). Klepper, S. (2009) spinoffs: Uma análise e síntese. 'Revisão europeia de gestão.' 6.3 (2009): 159-171.
303. Os clusters são a ponta do iceberg de um conjunto de conceitos que têm sido usados para explorar as dimensões geográficas de crescimento económico e de inovação. Outros incluem 'distritos marshallianos', sistemas regionais de inovação e regiões de aprendizagem. Estes conceitos diferentes enfatizam diferentes dimensões do fenómeno clustering. Por exemplo, Alfred Marshall salientou *'ambientes industriais' onde 'o conhecimento ea informação estão no ar'* Belussi, F., e Caldari, C. (2009) *Na origem do distrito industrial: Alfred Marshall e da escola de Cambridge.* 'Cambridge Journal of Economics.' 33 (2): 335-355. Por outro lado, urbano teórico Jane Jacobs salientou a diversidade entre as empresas co-localizados, eo crosspollination resultando de idéias, como dando origem a inovações radicais (Jacobs, J. (1969) New york 'A Economia das Cidades.'. Random House) Michael Porter destacou as infra-estruturas locais mais amplos que explicam por que economias de aglomeração são mais fortes em algumas áreas do que outras. (Porter, ME (1990) 'A Vantagem Competitiva das Nações.' New york: The Free Press) Nem precisa destas infra-estruturas ser formal. Anna-Lee Saxenian, em seu famoso estudo do aglomerado de tecnologia do Vale do Silício, sublinhou a importância da cultura de partilha de informação e informais relações entre as empresas que lhe permitiram do Vale do Silício. Saxenian, A. (1994) 'Vantagem Regional. Boston, MA: MIT Press
304. Hartley, J., Potts, J., MacDonald, T. com Erkunt, C. e Kufleitner, C. (2012) Índice de Cidade Criativa. 'Ciência Cultural. Volume 5 (1).
305. Chapain, C., De Propriis, L., Cooke, P., Macneill, S. e Mateos-Garcia, J. (2010) 'clusters criativa e de inovação.' Londres: NESTA. Esta pesquisa também identificou uma propensão para alguns setores criativos - em software particular, e publicidade - para co-localizar com empresas de alta tecnologia e serviços empresariais de conhecimento intensivo (SEBC), um achado que é consistente com a ideia de spillovers criativas. Assim, por exemplo, verifica-se que as empresas de publicidade, software e jogos de vídeo fortemente co-localizar com serviços de conhecimento intensivo, como direito, contabilidade e consultoria de gestão, e que as empresas de publicidade e de software co-localizar com empresas de alta tecnologia. estudos de caso sugerem que essa relação é causal:
306. Florida, R. (2002) 'A ascensão da classe criativa: E como ele é transformar o trabalho, lazer, comunidade e vida cotidiana' Nova Iorque Nova Iorque: Basic Books.

307. implementação empírica da Flórida de sua ideia continua a ser objecto de grande controvérsia académica - ver, por exemplo, http://www.nesta.org.uk/blogs/geoffs_blog/is_there_a_creative_class/ (última acessado em 11 de abril de 2013).
308. Currid, E. (2007) 'A economia Warhol: Como a moda, arte e música conduzir New York' Princeton NJ: Princeton University Press.
309. Pratt, AC e Gornostaeva, G. (2009) A governação da inovação na indústria de cinema e televisão. "Criatividade e Inovação na Economia Cultural. 46 (2009): 119.
310. Veja: <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201213/cmselect/cmcomeds/writev/supprec/sce34.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
311. Garcia, B. (2005) Desconstruindo a cidade da cultura: 'Estudos Urbanos' no longo prazo legados culturais de Glasgow 1990. 42,5-6, pp: 841-868.
312. Bakhshi, H., Lee, N. e Mateos-Garcia, J. (2013) 'Capital da Cultura'. Brookings / Nesta, próxima.
313. Ver, por exemplo Martin, R. e Sunley, P. (2003) aglomerados Desconstruindo: Conceito caótica ou panacéia política? 'Jornal da geografia económica.' (2003) 3 (1): 5-35; Markusen, A. (2006) O desenvolvimento urbano e a política de uma classe criativa: evidências de um estudo de artistas. 'Ambiente e Planejamento.' A 38 (10) 1921 - 1940. Veja: http://www.centreforcities.co.uk/ativos/files/pdfs/the_wrong_stuff_discussion_paper_1.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
314. Centro de Londres (2012) 'A Tale of Tech City'. Londres: Centro de Londres.
315. Manchester Economic Review Independent (2009) 'Inovação, Comércio e Conectividade. Manchester: MIER.
316. Veja: http://www.liv.ac.uk/impacts08/Papers/Creating_an_Impact_-_web.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
317. Chapain, C., Cooke, P., De Propriis, L., McNeill, S. e Mateos-Garcia, J. (2010) 'clusters criativas e de inovação. Colocar a criatividade no mapa.' Londres: NESTA.
318. Veja: <http://www.universities.ac.uk/Publications/Pages/CreatingProsperitytheroleofhighereducation.aspx> (última acessado em 11 de abril de 2013).
319. Em um ponto, cada uma das nove agências de desenvolvimento regional na Inglaterra havia identificado setores criativos e digitais como um sector em crescimento, e tentou estimular o seu desenvolvimento independentemente das condições locais estavam certos ou não. Tödtling, F. e Trippel, M. (2005) One size fits all?: Para uma abordagem diferenciada a política de inovação regional. 'Policy Research.' 34 (8), pp. 1203-1219.
320. Estas políticas têm de modo algum sido específica para o Reino Unido. Veja, por exemplo, uma avaliação crítica das estratégias de desenvolvimento conjunto da China em Pequim no capítulo 5 do Cunningham, S. (2013) 'Oculto Inovação: Política, Inovação e o setor criativo.' Queensland: Queensland University Press.
321. Será importante para recolher os dados de empresa de requerentes para determinar se as reformas estão a ter os efeitos desejados de incentivo à despesa em I & D que de outra forma não ter lugar. Lentile, D. e Mairesse, J. (2009) 'Uma política destinada a fomentar a I & D: Será que o trabalho de I & D crédito fiscal?', No BEI (2009) 'R & D eo financiamento da inovação na Europa: Estimulante R & D, inovação e crescimento'. Papers BEI. 14: 1.
322. Mapeamento de internacionais conceber políticas e estratégias para líder de design Escolas e instituições de pesquisa, Quartz e Co, abril de 2011. Veja: http://www.erhvervsstyrelsen.dk/file/163743/mapping_international_design_policies_strategies.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
323. "A AHRC irá aumentar ainda mais o impacto das artes e humanidades pesquisa sobre a força notável da economia criativa do Reino Unido para estimular o benefício econômico e público": O mundo humano: Artes e Humanidades em nossos tempos. AHRC Estratégia 2013-2018 (visto no projecto, devido à publicação final de 2012).
324. Veja: www.react-hub.org.uk (última acessado em 11 de abril de 2013).
325. Um dos autores deste relatório foi membro do Conselho Consultivo Interino para a CDEC.
326. Veja: http://www.northernperiphery.eu/files/archive/Downloads/Events_Library/Partenariats/2010_Phoenix/N%20Ireland%20Perspectiva%20-%20Stephen%20McGowan.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
327. De Propriis, L., Chapain, C., Cooke, P., McNeill, S. e Mateos-Garcia, J. (2009) 'A geografia da criatividade. Londres: NESTA.
328. Veja: <http://www.camclustermap.com/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
329. Veja: <http://www.techcitymap.com/index.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
330. Veja: <http://brightonfuse.com/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
331. Um dos autores deste relatório faz parte da equipe de pesquisa Brighton Fuse.
332. Veja: www.creativeclyde.com (última acessado em 11 de abril de 2013).
333. Isto reflecte a diferença entre as condições de acesso ao financiamento em 'levou demanda' versus setores criativos 'não-liderado demanda' descritas na submissão ao 'Apoio à Economia Criativa' inquérito criativa empresa de investimento de mídia Ingenious mídia. Veja: <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201213/cmselect/cmcomeds/writev/supprec/sce03.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
334. Caves, R., Storper, M. e Christopherson, S. (1987) Especialização flexível e aglomerações industriais regionais: O caso dos EUA Motion Picture Indústria. 'Anais da Associação de Geógrafos Americanos.' 7 (1): 101-114.
335. BIS (2011) 'Apêndice 2: acesso ao financiamento para indústria criativa Empresas: Levantamento qualitativo' Relatório preparado para BIS e DCMS. Veja: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32217/11-900-access-to-financefor-creative-industry-businesses-appendix-2.pdf (acessado pela última vez 11 de abril de 2013).
336. Veja: De Vany, AS e Paredes, WD lucro (2004) Proposta de imagem, a hipótese paretiana estável, ea maldição do superstar. 'Journal of Dinâmica e Controle Económicas.' 28 (6), 1035-1057. para a evidência de que projetos criativos estão associadas a taxas altamente variáveis de retorno.
337. Ellis, I. e Jarboe, KP (2010) Intangível em mercados de capitais. 'Gestão de Ativos Intelectual. Maio junho. Veja: http://www.athenaalliance.org/pdf/IAM_41_IntangibleAssets.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013) descreve como investidores especializados estão emergindo que inventaram veículos novos para investir em empresas com valor significativo em ativos intangíveis. Na economia criativa do Reino Unido, provavelmente o exemplo mais conhecido deles é engenhoso mídia.
338. Fathom Financial Consulting (2007) 'Compreender as razões para fundos de investimento apoiados publicamente nas indústrias de conteúdos criativos.' Londres: NESTA.
339. Veja: <http://www.parliament.uk/business/committees/committees-az/commons-select/culture-media-and-sport-committee/noticias/130122-creative-indústrias-ev6/> <http://www.develop-online.net/news/43383/UK-devs-struggle-to-retain-original-IPs-says-Livingstone> (última acessado em 11 de abril de 2013).
340. Ver Capítulo 5 em Andari, R., Bakhshi, H., Hutton, W., O'Keeffe, A. e Schneider, P. (2007) 'Ficar à frente: O desempenho econômico das indústrias criativas do Reino Unido' Londres: The Work Foundation / NESTA. Veja: <http://www.theworkfoundation.com/Reports/176/Ficar-Ahead-The-económico-desempenho-of-the-UK39s-creative-indústrias-de-visão-geral> (último acesso 11 de abril 2013).
341. Veja o estudo de caso sobre a televisão em Cardiff para um exemplo de como a BBC fez isso neste cluster criativo. Chapain, C., de Propriis, L., Cooke, P., McNeill, S. e Mateos-Garcia, J. (2010) 'criativa clusters e inovação.' Londres: NESTA.

342. Klepper, S. (2010) A origem eo crescimento de clusters industriais: The making of Silicon Valley e Detroit. 'Journal of Economics Urban. 67.1 (2010): 15-32.
343. Ver, por exemplo, o relatório do Acesso 2006 para Finanças e do Grupo de Apoio Empresarial do Programa de Economia Criativa do DCMS. Veja: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20090204002310/cep.culture.gov.uk/index.cfm?fuseaction=main.viewsection&intsectionid=339> (última acessado em 11 de abril de 2013).
344. Veja: <http://www.gamesindustry.biz/articles/2012-11-28-a-dearth-of-digital-disclosure>
345. Em uma pesquisa de pequenas empresas criativas do Reino Unido (com menos de 50 trabalhadores), apenas 35 por cento das empresas haviam estabelecido metas financeiras específicas para o futuro, e destes menos de dois terços tinha incluído as suas metas em um plano de negócios formal ou estratégia (NESTA (2006) 'Criando Crescimento.' London: NESTA)
346. Em uma votação de 100 líderes de negócios criativos realizados por Nesta, em agosto de 2012, apenas um em cada cinco descreveram suas empresas, destacando-se em "planejamento financeiro e previsão" e "planejamento de negócios". Veja: http://www.nesta.org.uk/press_releases/assets/caracteristicas/ambitious_creatives_lack_business_and_financial_focus (última acessado em 11 de abril de 2013).
347. Clayton, L. and Mason, H. (2006) 'O Financiamento do Reino Unido Indústrias Criativas PME.' Londres: BOP.
348. Fraser, S. (2011) 'Acesso ao crédito para empresas da indústria criativa.' Londres: BIS / DCMS. Veja também BIS (2011) "Acesso ao crédito para as Indústrias Criativas Empresas, Apêndice II: pesquisa qualitativa. Londres: BIS. (Última acessado em 11 de abril de 2013).
349. Veja: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/unlocking-potential-innovative-firms-pb.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
350. Haldane, A. (2011) "O Curto Longo. Discurso a 29 Sociétés Européenne Universitaire de Recherches Financières Colóquio: Novos Paradigmas em dinheiro e as finanças? Bruxelas. Veja: Em: <http://www.bankofengland.co.uk/publications/documentos/discursos/2011/speech495.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013). BIS (2012) 'A Kay Revisão da UK Equity Markets e decisão de longo prazo Fazer Relatório Intercalar. Londres: BIS. Veja: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31685/capital-mercados-12-631-kay-review-of-intermedia-report.pdf (último acesso 11 de abril 2013).
351. A pesquisa sugere também há benefícios mais amplos para empresas do Reino Unido de dentro investimento estrangeiro direto (Nesta (2012) 'Estrangeiro Direto Inovação Londres: Nesta). Pense no aumento da capacidade industrial da indústria automobilística do Reino Unido provocada por investimento estrangeiro japonês, por exemplo. Estudos também têm demonstrado que as práticas de TI eficazes de multinacionais norte-americanas mais genericamente passar para as empresas do Reino Unido que adquirem. Bloom, N., Sadun, R., e Van Reenen, J. (2012) americanos fazê-lo melhor: as multinacionais norte-americanas e da Produtividade Miracle. 'American Economic Review'. 2012, 102 (1): 167-201. Branstetter, L. (2006) é o investimento directo estrangeiro um canal de transbordamentos de conhecimento? Evidências de IDE do Japão nos Estados Unidos. 'Journal of International Economics. 68 (2), 325-344. Javorcik, BS (2004) O investimento estrangeiro direto aumentar a produtividade das empresas nacionais? Em busca de spillovers através de ligações para trás. 'American Economic Review'. 94 (3), 605-627.
352. Veja: <http://www.guardian.co.uk/technology/pda/2010/sep/10/slow-death-of-dopplr> (última acessado em 11 de abril de 2013).
- A evidência de 353. Ian Livingstone dada em 13 de Outubro de 2010 a Casa do Comitê de Assuntos Scottish Commons, 'indústria de jogos de vídeo, na Escócia, segundo relatório da Sessão 2010-2011.' Volume 1.
354. Higson, C., Rivers, O. e Deboo, M. (2007) 'Business Criativo - Crafting o Valor narrativa.' Center for Creative negócio. Veja: http://sandbox.nradmin.com:11438/nradmin/de-DE/focs/5047_CraftingtheNarrative.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
355. British Film Institute (2012) 'Anuário Estatístico. Londres: BFI.
356. Ibid p. 46. Bakhshi, H. e Mateos-Garcia, J. (2009) 'The Game dinheiro.' Londres: NESTA.
357. Em geral, os fatores que descrevemos nesta seção são de maior importância para bens, conteúdos e plataforma criativa empresas do que para as que operam em serviços criativos, como publicidade e design. Este ponto de vista, suportado de alguma forma pelas conclusões do estudo econométrico encomendado pelo DCMS / BIS (que não identificou o acesso significativo às PME financiamento nos sectores) levou o Grupo de Trabalho do Conselho Indústrias Criativas (em que um dos autores deste relatório senta) para focar suas recomendações sobre a melhoria do acesso ao financiamento para as empresas de conteúdo, e não aqueles em serviços. Nós suspeitamos (apoiado por algumas evidências da pesquisa Brighton Fuse), no entanto, que muitas empresas criativo de serviços gostaria de explorar fluxos nova receita através de 'productisation', e ainda são incapazes de fazer, porque eles são capturados em modelos de trabalho de aluguel e os 'Armadiilha IP Pobreza'. Esta merece atenção dos formuladores de políticas. 'Acesso ao crédito para empresas da indústria criativa.' Londres: BIS / DCMS.
358. Este foi o caso de 40 por cento de conteúdo e de bens criativos empresas, em comparação com 23 por cento das pessoas que trabalham nos serviços (Brighton fusível).
359. Games Investor Consulting (2009) 'É Hora de jogar.' Londres: NESTA.
360. Avnimelech, G. e Teubal, M. (2004) O capital de risco co-evolução start-up e o surgimento e desenvolvimento de novo cluster de alta tecnologia de Israel. 'Economia da Inovação e Novas Tecnologias. 13 (1), 33-60.
361. Bramwell et al. (2012) 'Growing Inovação Ecosystems: University-Industry transferência de conhecimentos e de Desenvolvimento Económico Regional no Canadá'. Veja: http://www.utoronto.ca/progris/archived_news/pdfdoc/Growing%20Innovation%20Ecosystems15My12.pdf (última acessado em 17 de abril de 2013).
362. Veja: <http://www.creativeengland.co.uk/wp-content/uploads/2012/12/CE-ReportDec2012e-without-Registration1.pdf>. (Última acessado em 11 de abril de 2013).
363. Veja: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32263/12-539-sme-access-externalfinance.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
364. SQW (2009) 'O fornecimento de fundos próprios Finanças para as PME: Revisitando o 'Equidade Gap' Londres: BIS.
365. Veja: http://www.hm-treasury.gov.uk/ukecon_fundingforlending_index.htm (última acessado em 11 de abril de 2013).
366. Veja: <https://www.gov.uk/government/publications/enterprise-finance-guarantee> (última acessado em 11 de abril de 2013).
367. Veja: <http://www.hm-treasury.gov.uk/nlgs.htm> e também <http://www.hm-treasury.gov.uk/bfp.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
368. Veja: <http://news.bis.gov.uk/Press-Releases/Small-businesses-offered-110-million-of-new-finance-684c2.aspx> (última acessado em 11 de abril de 2013).
369. Veja: <http://www.seis.co.uk/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
370. Veja: <http://www.hmrc.gov.uk/eis/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
371. Veja: <http://www.hmrc.gov.uk/guidance/vct.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
372. CfEL também administra o Sistema de Garantia de Finanças da empresa. Veja: <http://www.capitalforenterprise.gov.uk/>
373. Veja: <http://www.bis.gov.uk/assets/BISCore/business-law/docs/K/12-917-kay-review-of-equity-markets-final-report.pdf> (acessado pela última vez 11 de abril de 2013).
374. Veja: <http://www.wired.co.uk/news/archive/2012-09/20/opening-up-equity-markets> (última acessado em 11 de abril de 2013).
375. Veja: <http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-02/13/london-stock-exchange-high-growth>. As reformas LSE permitirá que as empresas de rápido crescimento para fazer ofertas públicas iniciais com apenas 10 por cento de seu estoque. O requisito padrão de 25 por cento (em comparação com o equivalente mínimo 5 exigência por cento na NASDAQ) tem, alguns já disseram, levou algumas empresas do Reino Unido para escolher para vender para fora sobre flutuante. Veja também: <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/9867475/LSE-changes-regras-to-boost-tech-companies-in-Britain.html> (última acessada 11 abr 2013).

376. Veja: http://downloads.bbc.co.uk/annualreport/pdf/bbc_executive_2011_12.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
377. Veja: <http://www.official-documents.gov.uk/document/hc1213/hc05/0516/0516.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
378. Veja: <http://www.hmrc.gov.uk/films/ft-monitoring-summary.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
379. Há também uma série de protótipos publicamente apoiado, prova-de-conceito fundos e de demonstração fornecidos através de uma variedade de agências como agências de apoio às empresas e universidades para ajudar as empresas criativas desenvolver as suas ideias iniciais, mas estes não são o foco deste capítulo.
380. Este competitividade de custos foi explicado, em parte, pela libra britânica fraco no momento do estudo. Veja: http://industry.bfi.org.uk/media/pdf/i/r/The_Economic_Impact_of_the_UK_Film_Industry_-_June_2010.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
381. Nesta (2012) 'Plano I: The Case for Growth Inovação-Led. Londres: Nesta.
382. Isto inclui o fundo filme mencionado acima, e outro financiamento Loteria gasto em distribuição e exibição, e prêmios de parceria. Veja: <http://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-annual-report-and-financial-statements-2012-07-17.pdf> (último acesso 11 de abril 2013).
383. Veja: <http://www.official-documents.gov.uk/document/hc1213/hc02/0283/0283.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
384. Veja: <http://www.hmrc.gov.uk/films/ft-monitoring-summary.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
385. Veja: http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/creative_economy.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
386. No 'Plano I', Nesta argumentou que o investimento público em capital de risco pode ter entrado retornos decrescentes. Nesta. (2012) 'Plano I: The Case for Innovation-Led Crescimento'. Londres: Consulte: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/PlanIwebv3.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
387. Veja: <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201011/cmselect/cmbis/561/56108.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
388. Burrows, H. e Ussher, K. (2011) 'Negócio Arriscado'. Londres: Demos Veja: http://www.demos.co.uk/files/Risky_business_-_web.pdf?1320841913 (última acessado em 11 de abril de 2013).
389. Bakhshi, H. e Mateos-Garcia, J. (2010) 'The Game dinheiro.' Londres: NESTA.
390. Veja: <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201213/cmselect/cmcomeds/writev/supprecc/sce03.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
391. Veja: <http://www.hm-treasury.gov.uk/bfp.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
392. Indústrias Criativas Conselho. (2012) 'O acesso ao Relatório Financeiro do Grupo de Trabalho'. Londres: Indústrias Criativas Conselho. Veja: <http://www.creativeengland.co.uk/wp-content/uploads/2012/12/CE-ReportDec2012e-without-Registration1.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
393. Reeves, M. (2002) 'Medir o impacto económico e social das artes: uma revisão'. Londres: Arts Council England <http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/documents/publications/340.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
394. Oxford Economics (2010) 'O Impacto Económico da Indústria Cinematográfica UK'. Londres: Oxford Economics.
395. Veja: <http://www.hmrc.gov.uk/tiin/2012/tiin2060.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
396. Association UK tela (2010) 'O Sector do Reino Unido Instalações'. Londres: Associação Tela Reino Unido. Veja: <http://www.ukscreenassociation.co.uk/pdf/UkScreen-Facilities%20Sector%20Industry%20Report%20-%20FINAL.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
397. Oliver & Ohlbaum Associates Ltd (2011) 'O papel dos termos de troca no Desenvolvimento do Sector de Produção UK Independent'. Um relatório para PACT. Veja: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20121204113822/http://www.culture.gov.uk/images/consultation_responses/CR2011-PACT_Annex1.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
398. BIS / DCMS (2009) BIS 'Digital Britain': Londres. Veja: <http://www.official-documents.gov.uk/document/cm76/7650/7650.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
399. Onde novos programas são introduzidos, será essencial para projetar pilotos que podem ser rigorosamente avaliados, utilizando a atribuição aleatória de apoio às empresas, como foi testado com sucesso por Nesta, na sua avaliação do sistema de vales de inovação Créditos criativas. Bakhshi, H., Edwards, J., Roper, S., Scully, J. e Shaw, D. (2011) 'Criando Inovação nas PME: Avaliar os efeitos de curto prazo do piloto Créditos criativa' Londres: NESTA.
400. Há pouca evidência independente desta fuga de cérebros. No entanto, TIGA, um dos organismos de comércio para a indústria de jogos, estima que o Reino Unido jogos de vídeo força de trabalho diminuiu 10 por cento entre 2008 e 2011, com 41 cento dos empregos perdidos se mudar no exterior, especialmente para o Canadá. Veja: <http://www.tiga.org/news/press-releases/uk-video-games-sector-afflicted-by-brain-drain-of-skilled-staff> (última acessado em 11 de abril de 2013).
401. Ingenious mídia alerta para o risco de complacência se os formuladores de políticas visualizar os benefícios fiscais como sendo a panaceia de economia criativa do Reino Unido. Veja: <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201213/cmselect/cmcomeds/writev/supprecc/sce03.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
402. Veja: <http://grand-nce.ca/newsandmedia/news-container/2011/how-important-is-the-video-game-industry-to-canadaextremely-important.-thats-why-you-should-Read-este-relatório> (última acessado em 11 de abril de 2013).
403. Veja: http://www.hm-treasury.gov.uk/d/creative_sector_tax_reliefs_response111212.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
404. Por exemplo, Peoplefund.it (<http://www.peoplefund.it/>) (última acessado em 11 de abril de 2013) ou Kickstarter (<http://www.kickstarter.com/>) (última acessado em 11 de abril de 2013).
405. Tal como Crowdcube (<http://www.crowdcube.com/>) (última acessada 11 abril de 2013) ou Financiamento círculo (<https://www.fundingcircle.com/>) (acessado pela última abril 2013 11).
406. Tal como Marketinvoice (<http://marketinvoice.com/>) (última acessado em 11 de abril de 2013).
407. Gyimah, S. Westlake, S. e Zappalorto, M. (2011) 'Além dos bancos: o caso de uma Indústria Britânica e da Empresa Bond.' Londres: NESTA.
408. Veja: <http://www2.lse.ac.uk/researchAndExpertise/units/growthCommission/documents/pdf/LSEGC-Report.pdfPlanI> (última acessado em 11 de abril de 2013).
409. Em 2009, estima-se que 7,5 por cento das de alto crescimento empreendimentos criativos responsáveis por toda a expansão das indústrias criativas emprego no Reino Unido durante o período de 2002-2008 (medido utilizando a classificação DCMS do tempo). Veja: http://www.nesta.org.uk/publications/guest_articles/assets/features/ensuring_economic_growth_of_the_uks_creative_industries (última acessado em 11 de abril de 2013).
410. Keynes, JM (1933) National auto-suficiência. 'A revisão de Yale.' 22 (4): 755-769.
411. Smith, M. (2010) 'financiamento Arts em um clima mais frio: Subsídio, comércio e economia mista da cultura no Reino Unido' Londres: Artes e Negócios.
412. Cowen, T. (2006) 'bom e muito: Os sucessos criativos de Americano Arte Financiamento' Princeton NJ: Princeton University Press.
413. Veja: http://www.culture.gov.uk/news/ministers_speeches/7633.aspx (última acessado em 11 de abril de 2013).

414. Ipsos-Mori (2012) 'Grã-Bretanha 2012: Quem nós pensamos que somos? Veja: http://www.ipsos-mori.com/DownloadPublication/1481_ipsosmori-britain-2012-who-do-we-think-we-are.pdf (última acessado em 17 de abril de 2013). Veja também Arts Council England (2008) 'O que as pessoas querem de artes? Veja: <http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/downloads/whatpeoplewant.pdf> (última acessado em 17 de abril de 2013).
415. Em 2011, 73,3 por cento dos adultos visitou um local de patrimônio e 47,9 por cento visitaram um museu ou galeria, ambos significativamente maior do que há cinco anos. Mais de um quarto (26,1 por cento) tinham visitado um website museu ou galeria; 77,7 por cento dos adultos tinham envolvido nas próprias artes, novamente significativamente acima em 2005-2006.
416. Embora nos últimos anos tem havido um declínio geral nos níveis de confiança pública nas instituições de mídia e políticos, mais pessoas ainda confiam BBC jornalistas de notícias do que qualquer outro grupo. Veja: <http://yougov.co.uk/news/2012/11/13/problem-trust/> (última acessado em 11 de abril de 2013). Isto apesar do fato de que nos últimos dez anos, a BBC perdeu dois diretores-gerais em circunstâncias de crise: em 2012, George Entwistle renunciou na esteira do escândalo sobre a manipulação da corporação do caso Jimmy Savile; em 2004, Greg Dyke se demitiu na sequência de críticas no relatório Hutton dos relatórios de aspectos da Guerra do Iraque, da BBC.
417. Bakhshi, H., Freeman, A. e Hitchen, G. (2009) 'Medindo valor intrínseco: Como parar de se preocupar e economia de amor' Mission, Models, Dinheiro.
418. Veja: <http://www.guardian.co.uk/culture/2012/jan/05/david-edgar-why-fund-the-arts> (última acessado em 11 de abril de 2013). Tusa, J. (1999) 'Matéria Arte: Reflectindo sobre Culture.' York: Methuen Publishing Ltd.
419. Pung, C., Clarke, A. e Patten, L. (2004) medir o impacto econômico da Biblioteca Britânica. 'New Revisão da Academic Biblioteconomia.
420. A outra exceção principal é a museus, bibliotecas, estudo Arquivos de sua presença no Bolton publicado em 2005. Ver Jura Consultants (2005) 'Museus, biblioteca e arquivos Serviços de Bolton: Uma Avaliação Econômica. Edimburgo: Jura Consultants.
421. Veja: www.hm-treasury.gov.uk/data_greenbook_index.htm (última acessado em 11 de abril de 2013).
422. Um problema particular surge no uso dos chamados estimativas multiplicadores que são usados para quantificar os impactos econômicos indiretos das organizações através de seu papel na cadeia de abastecimento. Se essas estimativas são somados há doublecounting significativo. Veja Reeves, M. (2002) 'Medir o impacto econômico e social das artes.' Londres: Arts Council England.
423. Por exemplo, a PricewaterhouseCoopers (2010) estimou que cada £ 1 de investimento no programa de Parcerias Criativas gerado £ 15.30 em benefício econômico. Pouco depois, Arts Council England cortar todo o seu financiamento para o programa. Veja: <http://www.creativitycultureeducation.org/wp-content/uploads/PWC-report-the-costs-and-benefits-of-creative-partnerships.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
424. Hutter, M. e Throsby, D. (2008) (Eds.) 'Além Preço: Value in Cultura, Economia e das Artes.' Cambridge: Cambridge University Press.
425. uknea.unep-wcmc.org/ (última acessado em 11 de abril de 2013).
426. Veja: <http://www.ahrc.ac.uk/News-and-Events/News/Pages/Project-to-understand-the-value-of-arts-and-culture.aspx> (último acesso 11 de abril 2013). Um dos autores deste manifesto é no conselho consultivo para este projeto.
427. Bakhshi, H. (2012) O Impacto da Debates do 'Cultura Valorização' no Reino Unido, 2.003-2.011. 'Tendências culturais.' 21 (3): 213-214
428. Fleming, T. e Erskine, A. (2011) 'Arts and the Economy: apoiar o crescimento na economia artes.' Londres: Conselho das Artes da Inglaterra.
429. Os pesquisadores só recentemente começaram a quantificar os benefícios colaterais das artes para a economia criativa do Reino Unido, por exemplo Bakhshi, H., Lee, N. e Mateos-Garcia, J. (2013) 'Capital da Cultura'. Brookings / Nesta, próxima.
430. Para uma revisão das ligações ver 'cultura financiada publicamente e as indústrias criativas.' Holden, J. (2007) Londres: Demos.
431. Bakhshi, H., Mateos-Garcia, J. e Throsby, D. (2010) 'Beyond ao vivo: inovação Digital nas artes do espetáculo.' Londres: NESTA. Bakhshi, H. e Throsby, D. (2013) Complementos Digital ou substitutos?: Uma Experiência Quase-campo do Royal National Theatre. 'Journal of Economics Cultural.
432. Bakhshi, H. e Throsby, D. (2010) "Cultura de Inovação: uma análise econômica das Artes e organizações culturais. Londres: NESTA.
433. Através do seu patrocínio da Radio 3; cinco orquestras, cantores da BBC e grandes festivais como a BBC de Concertos Promenade.
434. Veja: http://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/about/how_we_govern/charter.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
435. Veja: <http://www.guardian.co.uk/media/2009/apr/20/bbc-archives> (última acessado em 11 de abril de 2013).
436. Veja: <http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/policies/pdf/bpv.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
437. Veja: <http://www.europeana.eu> (última acessado em 11 de abril de 2013).
438. Veja: <http://www.bbc.co.uk/blogs/aboutthebbc/posts/one-square-at-a-time> (última acessado em 11 de abril de 2013).
439. Veja: <http://www.guardian.co.uk/media/2013/jan/06/bbc-digital-public-space-archive> (última acessado em 11 de abril de 2013).
440. Bakhshi, H. e Throsby, D. (2010) "Cultura de Inovação: uma análise econômica da inovação nas artes e organizações culturais. Londres: NESTA.
441. Bakhshi, H. e Pugh, A. (2011) "Uma análise de aplicações para o Fundo de R & D Digital de Artes e Cultura. Londres: NESTA.
442. Nesta (2012) 'Análise de aplicações para o Fundo de R & D Digital de Artes e Cultura Scotland: First Call' Londres: Nesta.
443. Comissão para a Cultura, Artes e Lazer (2013) 'Inquérito sobre a maximização do potencial das Indústrias Criativas Volume Três: Papers Pesquisa e Informações adicionais' Veja: <http://www.niassembly.gov.uk/Documents/Reports/Culture-Arts-andLeisure/Creative%20Industries/creative%20industry%20vol%203.pdf> (última acessado em 17 de abril de 2013).
444. Em fevereiro de 2013, o Museu Britânico anunciou que pela primeira vez transmitiu uma exposição do museu de cinemas: sua 'Vida e Morte em Pompéia e Herculano' exposição. Veja: http://www.britishmuseum.org/whats_on/exhibitions/pompeii_and_herculaneum/pompeii_live.aspx (última acessado em 11 de abril de 2013).
445. MTM Londres (2009) 'Arts Council England - Snapshot Conteúdo Digital.' Londres: MTM Londres. Veja: <http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/downloads/MTM-snapshot.pdf> (última acessado em 17 de abril de 2013).
446. Fleming, T. e Erskine, A. (2011) 'Arts and the Economy: apoiar o crescimento na economia artes.' Londres: Fleming e Erskine, Arts Council England.
447. Bakhshi, H., Desai, R. e Freeman, A. (2009) 'Não Rocket Science: Um roteiro para Artes e Cultural de P & D.' Mission, Models, Dinheiro.
448. Knell, J. (2007) "A Arte de Viver. Missões, Models, Dinheiro.
449. Lilley, A. e Moore, P. (2013) 'Contando o que conta: O que Big Data pode fazer para o Sector Cultural' Londres: Arts Council England / Nesta. Veja: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/CountingWhatCountsPaperWV.pdf> (última acessada 11 abril 2013).

450. As ramificações culturais e sociais de acesso aberto a dados e outras formas de conhecimento, nomeadamente através do estímulo de redes de fãs, é um grande assunto em seu próprio direito e não confinado por estas abordagens gerenciais para gestão de dados. A imagem é apresentada no: Jenkins, J. (2006) "Cultura da Convergência, onde os antigos e novos meios de comunicação colidem. Nova Iorque: New York University Press.
451. Knell, J. (2007) "A Arte de Viver. Missões, Models, Dinheiro.
452. Bakhshi, H. e Mateos-Garcia, J. (2012) 'Rise of the Datavores: Como empresas do Reino Unido analisar e utilizar dados on-line.' Londres: Nesta.
453. Bakhshi, Freeman e Hitchen op. cit.
454. Sheff, D. (1999) 'Game over: Batalha da Nintendo para dominar uma indústria' Londres: Hodder and Stoughton.
455. Cusumano, M. e Yoffie, M. (1998) 'Competing on Internet Time: Lições do Netscape e sua batalha com a Microsoft.' Nova Iorque: Simon & Schuster.
456. Como discutimos no Quadro 4.1, a nossa definição de plataformas de Internet enfatiza o fato de que eles podem ser estendido, mas não prescreve que o aumento implica - se é o fornecimento de bens ou serviços como com sites de comércio eletrônico, aplicações em no caso de sistemas operacionais ou conteúdo gerado pelo usuário em redes sociais.
457. Discurso do Senhor Currie, designado presidente da CMA, chamando de "parceria reforçada" com os reguladores econômicos especializados. 28 de novembro de 2012. Veja: <http://news.bis.gov.uk/Resource-Library/Keynote-Speech-by-Lord-Currie-of-MaryleboneChairman-designate-Competition-Markets-Authority-28-17ca.aspx> (última acessado em 17 de abril de 2013).
458. Esta é também, naturalmente, uma das razões pelas quais os políticos vêem as indústrias criativas como um setor com alto potencial de crescimento. Shapiro, C. e Varian, HL (1999) 'Regras de Informação: Um guia estratégico para a economia de rede.' Boston: HBS Press. Gans, J. (2010) 'A informação quer ser compartilhado.' Boston MA: Harvard Business School Press. Freedman (2012) dá uma visão mais crítica, argumentando que os custos variáveis de produtos de marketing online não deve ser subestimada, Freedman (2012) 'Web 2.0 e da morte da economia blockbuster.' Em Curran, J., Fenton, N. e Freedman, D. (2012) 'mal-entendido a Internet.' Oxford: Routledge.
459. Fathom Financial Consulting (2007) 'Compreender as razões para fundos de investimento apoiados publicamente nas indústrias de conteúdos criativos.' Londres: Nesta. Hirsch, PM (1972) As modas e modismos de processamento. 'American Journal of Sociology.' 77 (1972): 639-659. Bakhshi, H., Mateos-Garcia, J. e Gatland, T. (2010) 'O Jogo Dinheiro - Projeto de financiamento do desenvolvimento e jogos de vídeo no Reino Unido.' Londres: NESTA.
460. 'Os custos irrecuperáveis e as dinâmicas de indústrias criativas.' Bakker, G. (2012) documentos de trabalho história econômica, 172/12, London School of Economics. Veja: <http://eprints.lse.ac.uk/49081/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
461. jábá é a prática ilegal nos EUA de dinheiro ou em espécie, pagamento por gravadoras para a transmissão de gravações na rádio.
462. Veja: <http://www.bfi.org.uk/statisticalyearbook2012/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
463. Veja: <http://www.complex.com/music/2012/05/major-labels-see-decline-in-global-market-share-as-independents-grow> (última acessado em 11 de abril de 2013).
464. Veja: <http://www.keynote.co.uk/market-intelligence/view/product/10419/book-publishing> (última acessado em 11 de abril de 2013).
465. Frontier Economics (2007) 'desempenho da indústria criativa: A análise estatística para o DCMS.' Londres: Frontier Economics. Veja: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20100512144753/http://www.culture.gov.uk/images/research/Statistical_Analysis_of_the_Creative_Industries_Frontier_Economics_2007.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
466. Krukowski, D. (2012) Fazendo centavos. 'Pitchfork. Veja: <http://pitchfork.com/features/articles/8993-the-cloud/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
467. Nesses casos, as dificuldades tradicionais que as empresas baseadas em IP enfrentam para obter financiamento externo significa que os criadores não pode sair da armadilha. Veja a discussão sobre o acesso ao financiamento no Capítulo Sete.
468. Kretschmer, M. e Hardwick, P. (2007). Lucro 'Autores' de direitos autorais e não-Copyright Fontes: Uma pesquisa de 25.000 escritores britânicos e alemães' Center for Intelectual Política de Propriedade e Gestão. Veja: <http://www.cippm.org.uk/downloads/ACLS%20Full%20report.pdf> (última acessado em 17 de abril de 2013).
469. Veja: <http://www.the-digital-reader.com/2013/02/05/myth-the-ebook-market-will-be-won-on-hardware/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
470. Freedman (2012) op. cit.
471. Veja: <http://www.billboard.biz/bbbiz/industry/digital-and-mobile/business-matters-what-is-itunes-us-market-1007954082>. história (última acessado em 11 de abril de 2013).
472. Entrevista com Joaquin Almunia em Barker, A. e Águas, R. (2013) Bruxelas leva postura light-toque em Google. 'Financial Times'. 10 janeiro de 2013.
473. Curran, J., Fenton, N. e Freedman, D. (2012) 'mal-entendido a Internet.' Oxford: Routledge.
474. Evans, D. e Schmalensee, R. (2001) 'Alguns aspectos econômicos da análise antitruste em indústrias dinamicamente competitivos.' NBER trabalhando W8628 papel. Cambridge MA: NBER.
475. Em 2012, a Ofcom relata que 19 por cento dos consumidores do Reino Unido comutada serviço de comunicações pelo menos um nos últimos 12 meses. Ofcom (2013) 'a experiência do consumidor de 2012.' Londres: Ofcom.
476. Núcleo declaração Ofcom de princípios, re-afirmou no seu atual Plano Anual de 2013/2014.
477. Eisenmann, T. Parker, G. e Van Alstyne, M. (2010) "Plataforma envoltória. Harvard Business School de Trabalho 07-104 Papel. Veja: <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/07-104.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
478. É claro que esse tipo de comportamento não é exclusivo para plataformas de Internet: conglomerados de grande escala têm sido sempre capaz de alavancar e cross-promover franquias de sucesso através de vários canais de distribuição, mídia e mercados geográficos. Por exemplo, as participações de mídia da News Corporation incluem publicações impressas, como o "Wall Street Journal" eo "New York Post", editora HarperCollins, estúdio de cinema 20th Century Fox, bem como suas redes de televisão a cabo e inumeráveis.
479. Veja: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_mergers_and_acquisitions_by_Google#cite_note-1 <http://www.businessinsider.com/google-aquisições-2010-9> (última acessado em 11 de abril de 2013).
480. Google comprou mais de 100 PME desde 2001, incluindo 26 só em 2011. Embora este também pode atuar como um estímulo indireto para a inovação, fornecendo empresários e investidores com o objetivo de saída lucrativa, a perspectiva de tais recompensas também pode desencorajar os empresários de construção de negócios sustentáveis - uma preocupação de longa data no Reino Unido.
481. Steadman, I. (2012) Comissão Europeia pára a sua investigação sobre a fixação de preços e-books. 'Wired'. 13 dezembro de 2012.
482. Veja: <http://forum.icann.org/lists/comments-closed-generic-05feb13/msg00207.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
483. US Limpa negócio de núcleo de pesquisa de Google. 'Financial Times'. 03 de janeiro de 2013.
484. Entrevista com Joaquin Almunia em Barker, A. e Águas, R. (2013) Bruxelas leva postura light-toque em Google. 'Financial Times'. 10 janeiro de 2013.
485. **"Não estamos discutindo o algoritmo" disse Almunia na entrevista FT mencionado acima.**

486. Google a pagar € 80m para o fundo francês de mídia. 'Financial Times'. 1 de fevereiro de 2013.
487. Uma versão deste caso (Foster, R. (2012) 'Notícias Pluralidade no mundo digital.' Oxford: Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo) foi feito no Reino Unido em relação ao impacto do Google sobre mercados que envolvem o fornecimento e distribuição de notícias, embora o foco principal neste estudo é sobre a questão da pluralidade de oferta do que a concorrência. O estudo sugere uma série de ações voluntárias, como o estabelecimento de "um fundo de investimento de notícias independente" para que plataformas de Internet pode contribuir. Ele sugere ainda que as plataformas de Internet devem ser incluídos na estrutura de revisão pluralidade de Ofcom e convida o Governo a considerar a possibilidade de recuo poderes de regulamentação para lidar com uma situação hipotética onde as plataformas girou para fora, ao longo do tempo, para ter a sua própria agenda editorial.
488. Battle Lines Drawn in Online Guerra pesquisa. 'Financial Times'. 17 jan 2013, citando dados da ZenithOptimedia.
489. Sarah Hunter, chefe de política do Reino Unido para o Google, deu provas para Casa de Mídia e Esporte Comitê Cultura Commons em 18 de dezembro de 2012. Ela deu informações atualizadas sobre as medidas tomadas para lidar com conteúdos ilegais no YouTube e disse que *"No mês passado nós removemos 9 milhões de URLs do nosso índice da web. Assim como uma questão de escala, há alguns anos atrás não havia na casa das dezenas de milhares de pessoas em um ano, e agora é de nove milhões em um mês. Portanto, este sistema vai um longo caminho para satisfazer as preocupações de que eles [os detentores de direitos] têm."* Alguns detentores de direitos se queixaram de que o Google ainda não está fazendo o suficiente. Em fevereiro de 2013, por exemplo, a Recording Industry Association of America divulgou um 'boletim' concluindo que *"... nós não encontramos nenhuma evidência de que a política do Google teve um impacto demonstrável na rebaixar sites com grandes quantidades de pirataria. Estes sites consistentemente aparecem no topo dos resultados de busca do Google para canções populares ou artistas."* RIAA (2013) 'Seis meses mais tarde - Um cartão Relatório sobre rebaixamento de sites piratas do Google.' Washington DC: RIAA.
490. Shapiro, C. e Varian, HL (1999) 'Regras de informação: Guia estratégico para a economia de rede' Boston: HBS Press. Nota os desafios na distinção entre o lucro monopolista e quase-lucros, e tem sido fundamental no caminho dos EUA autoridades anti-trust têm abordado a questão, argumentando que a presença de clientes locked-in foi tomado como um sinal do poder de mercado, sem considerar a rentabilidade do cliente através do ciclo de lock-in como um todo. Veja também Thépot (2012) 'Poder de Mercado em pesquisa online e de redes sociais: Uma questão de dois lados Markets' série documento de trabalho CLES, abril 2012, Faculdade de Leis, UCL.
491. Ver, por exemplo, Preto, G. (2012) Big Data: petróleo bruto do nosso tempo. 'Revista Cosmos. 02 de novembro de 2012.
492. Simon Milner, Diretor do Facebook de política para o Reino Unido e Irlanda, perguntou pela Câmara dos Comuns Meios de Cultura e Comitê de Atletismo em dezembro de 2012 como o governo poderia ajudar o Facebook a contribuir mais para a economia criativa Reino Unido respondeu: *"Uma das coisas que eles poderiam nos ajudar com é em torno de algumas leis que vão importa para toda a indústria no Reino Unido, incluindo as indústrias criativas, em torno do uso de dados. Eu não posso pensar de qualquer empresa em qualquer indústria ou qualquer artista, que não iria beneficiar de ter mais dados sobre o que as pessoas gostam, sobre o conteúdo que eles estão produzindo, como usá-lo e como eles compartilhá-lo, e para fazer uso do que dados de maneiras mais imaginativas. Há coisas que vêm para baixo da pista, particularmente da Europa, em torno de leis de dados. Para plataformas como o nosso, e também muitas outras empresas que são construídos em torno de plataformas como Google e Facebook, será difícil inovar em um ambiente demasiado restritiva. Uma das maneiras que o governo pode ajudar - e na verdade está ajudando já - é dizer: "Não vamos ter leis excessivamente restritivas em torno de dados, e da maneira em que as empresas lidar com dados. Vamos obter o equilíbrio certo entre a privacidade e inovação". Assim, o Governo está a fazer nesse caso, e esperamos que continuará a fazer nesse caso, no próximo ano, que será um ano extremamente importante para a regulação da privacidade de dados na Europa."*
493. Veja: <http://www.wired.co.uk/news/archive/2011-02/02/off-ebook-pricing> (última acessado em 11 de abril de 2013).
494. Esta lista não é exaustiva. A diretiva Sociedade da Informação e os Serviços directivas de comunicação audiovisual são também relevantes.
495. Veja: [http://www.echr.coe.int/ECHR/EN/Header/Basic+Texts/The+Convention+and+additional+protocols/The+European+Con venção + no + Direitos Humanos /](http://www.echr.coe.int/ECHR/EN/Header/Basic+Texts/The+Convention+and+additional+protocols/The+European+Convention+no+Droits+Humains) (última acessado em 11 de abril de 2013).
496. Veja: http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/directive/index_en.htm (última acessado em 11 de abril de 2013).
497. Veja: http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/legislative_framework/l24216a_en.htm (última acessado em 11 de abril de 2013).
- Ofcom 498. (2011) 'Abordagem da Ofcom a neutralidade da rede.' Londres: Ofcom. Veja: [http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultas / net neutralidade / declaração / statement.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultas/net_neutralidade/declaracao/statement.pdf) (último acesso 17 de abril, 2013).
499. A abordagem da Ofcom parece ser consistente com aquela defendida pelo professor Tim Wu, do Instituto de Tecnologia de Massachusetts, que compara a viabilidade de uma rede pública neutra operando ao lado de uma rede de tráfego premium para uso comercial específica com arranjos no setor de fornecimento de electricidade. Wu, T. (2011). 'O interruptor principal: A ascensão e queda de impérios de informação.' Nova Iorque: Vintage Books. comentários Wu: *"A justificação básica para qualquer lei sobre a neutralidade da rede é uma justificação económica - prevenir comportamentos que podem ser pouco benéfico para a transportadora, mas que tem repercussões negativas para a economia e para a nação."*
500. Sem dúvida, algumas empresas criativas têm preocupações sobre as condições em que eles negociam com gigantes plataforma Internet como Google, Apple e Amazon. No Reino Unido, a indústria da música tem sido sem dúvida o mais vocal. Na edição de livros, embora existam preocupações, a transição para o digital, até agora, parece ter sido menos turbulento. Na indústria do cinema e da televisão, houve brigas entre as plataformas e os titulares de direitos, incluindo a linha notório de nove meses nos EUA entre iTunes e NBC início em dezembro de 2007 que resultou em uma remoção temporária de todos os conteúdos NBC (na contabilização do tempo para 40 por cento de todo o conteúdo de vídeo) na loja iTunes da Apple. Danaher, B., Dhanasobhon, S., Smith, M. e Telang, R. (2008) 'a conversão de piratas sem cannibalizing compradores: O impacto da distribuição digital em vendas físicas e Pirataria na Internet'. Heinz Research. Papel 57. Veja: <http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1056&context=heinzworks> (última acessado em 11 de abril de 2013).
501. Este trabalho está no bom caminho. Ofcom publicou a sua primeira onda dos resultados da investigação no final de 2012 e deverá continuar a publicar mais resultados no ano de 2013.
502. Em março de 2013, o governo anunciou que tinha feito £ 150.000 disponível para a primeira fase de Direitos Autorais Hub. Veja: <http://www.thecmuwebsite.com/article/government-provides-funding-for-phase-one-of-copyright-hub/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
503. IPO-OFT (2012) "Memorando de Entendimento entre o Escritório de Propriedade Intelectual e o Office of Fair Trading. Veja: http://www.oft.gov.uk/shared_of/MoUs/IPO.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
504. Yochai Benkler (2006), por exemplo, argumenta que o que *"Portanto, a economia da informação em rede necessidades emergentes, em quase todos os casos, não é proteção regulamentar, mas a abstinência regulamentar"*. Benkler, Y. (2006) 'The Wealth of Networks: Como Produção Social Transforma Markets and Freedom' New Haven: Yale University Press.
505. Na década seguinte, quando os reguladores serão confrontados com a necessidade de regular o movimento de redes individuais de aplicação de redes múltiplas aplicações muito mais sofisticados (redes de acesso da próxima geração) com serviços funcionando através de várias camadas simultaneamente da pilha de protocolos Internet, ele vai se tornar cada vez mais importante para as autoridades reguladoras nacionais, como Ofcom ter a especialização económica e técnica necessária para ajudar a definir os mercados relevantes em uma base periódica e muito mais flexível, de modo a ser capaz de lidar com práticas anti-concorrenciais potenciais que possam surgir neste sector no futuro. Veja: R. Kariyawasam (2012) 'melhor regulação dos mercados da Internet'. Em Cottier, T. e Burri, M. (Eds.) (2012) 'Governança Trade para a Era Digital'. Cambridge: Cambridge University Press.

506. Veja: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-research/copyright-infringement-tracker/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
507. Ofcom (2013) "Plano Anual 2013/2014. Parágrafo 3.67. Disponível em: <http://www.ofcom.gov.uk/files/2013/03/annplan1314.pdf> (acessado pela última vez 11 de abril de 2013).
No parágrafo anterior, Ofcom diz que sua resposta à contínua globalização eo crescimento da prestação de serviços com base na Internet "Terá de se concentrar mais em compromisso internacional, articulação e influência para conseguir bons resultados para os consumidores e cidadãos do Reino Unido. Isso vai afetar muitas questões, incluindo audiência e defesa do consumidor, medidas para lidar com violação de direitos autorais on-line, gestão do tráfego, proteção de dados, a governança da Internet, o investimento conteúdo e novos problemas de concorrência".
508. Boldrin, M. e Levine, DK (2008) 'contra o monopólio intelectual.' Cambridge: Cambridge University Press.
509. Ver, por exemplo: Social Science Research Council (2011) 'Media Piracy nas economias emergentes.' Ou primeiro estudo do Ofcom violação de direitos autorais on-line rastreador de referência. Q3 2012, que fornece evidências de confusão, bem como níveis de prevalência de atividade ilegal (<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-pesquisa/copyrightinfringement-tracker/>). Também Consumer Focus: <http://www.consumerfocus.org.uk/news/outdated-copyright-law-confusesconsumers> (última acessado em 11 de abril de 2013).
510. Ou seja, direitos de autor, sem 'formalidades', ou seja, a necessidade dos detentores de direitos de registrar suas reivindicações.
511. Testemunho transcrição disponível em: <http://cryptome.org/hrcw-hear.htm> (última acessado em 11 de abril de 2013).
512. Waterman, D. (2005) 'Estrada de Hollywood to Riches'. Cambridge: Cambridge University Press.
513. O texto manifesto de fundação é, talvez, John Perry Barlow de "A Declaração de Independência do Ciberespaço. <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>, última acessado em 17 de abril de 2013. Barlow co-fundador da Electronic Frontier Foundation. A lista de nomes que trabalham nesta tradição é extensa e que incluem escritores como Lawrence Lessig; Yochai Benkler, James Boyle e Clay Shirky.
514. Boyle, J. (2008) 'O Domínio Público: Encerrando as Commons da mente.' New Haven CT: Yale University Press.
515. **Jefferson, o terceiro presidente dos EUA, foi também um pioneiro cétricos de exame de patentes, famosa proclamando: "Ele quem recebe uma idéia de mim, recebe instrução si sem diminuir a minha: como aquele que acende sua vela na minha, recebe luz sem me escurecer".**
516. Hargreaves, I. (2011) 'Oportunidade.: Uma revisão de Propriedade Intelectual e Crescimento' Veja: www.ipo.gov.uk/hargreaves (última acessado em 11 de abril de 2013).
517. Hargreaves (2011) op. cit., página 1.
518. IPO (2011) "A resposta do governo ao Hargreaves revisão da Propriedade Intelectual e Crescimento. Cardiff: IPO. Houve um debate sobre a avaliação do impacto econômico referido aqui, não menos importante, desde a publicação em dezembro de 2012 de avaliações de impacto econômico revisto, realizado utilizando uma metodologia diferente, decorrente de elementos-chave das reformas de direitos autorais propostas. Este debate foi ao ar em audiências da Câmara dos Comuns Meios de Cultura e Comitê de Atletismo, durante o seu inquérito sobre Suporte para as Indústrias Criativas. Veja: <http://www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/culture-media-and-sport-committee/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
519. Hooper, R. e Lynch, R. (2012) 'erros e acertos, o primeiro relatório do Estudo de Viabilidade Direitos Autorais Digitais Troca'. IPO; 'Copyright funciona, Racionalização de licenciamento de direitos de autor para a era digital.' Newport: IPO. Veja: <http://www.ipo.gov.uk/dcereport-phase1.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
520. Hooper, R. e Lynch, R. (2012) 'erros e acertos, o primeiro relatório do Estudo de Viabilidade Direitos Autorais Digitais Troca'. Newport: IPO. page 4
521. Veja: <http://services.parliament.uk/contas/2012-13/enterpriseandregulatoryreform.html> (última acessado em 11 de abril de 2013). Veja a Parte 6 do Bill.
522. IPO (2012) 'Modernizar Direitos de autor: um quadro moderno, robusto e flexível.' A resposta do governo à consulta sobre exceções ao direito autoral e clarificação da legislação de direitos de autor. P 1. Newport: Intellectual Property Office.
523. A Pirataria Parar Online Act e Protect Act IP.
524. Acordo Anti-Counterfeiting Trade.
525. Veja: http://www.theregister.co.uk/2012/08/08/french_minister_says_3_strikes_copyright_infringement_rule_is_a_waste_of_dinheiro/ (última acessado em 11 de abril de 2013).
526. figuras próprias do Hadopi (de acordo com uma resposta Parlamentar do Ministro da Justiça) mostram que até o final de 2012, havia emitido 1,15 milhões de avisos, resultando em **apenas 14 casos passados para os promotores locais, dos quais apenas um resultaram em uma multa (de € 150). Os custos de funcionamento anuais de Hadopi são relatados para ser € 12 milhões (www.musiclawupdates.com/?p=5092) (última acessado em 11 de abril de 2013). Setembro de 2012.**
527. Os últimos desenvolvimentos em propostas da Comissão Europeia para a reforma de direitos de autor são explicados no Capítulo 10. O sabor do argumento (familiar) entre aqueles focados em defender os direitos existentes e aqueles focados em caso de mudança é capturado em: Rooney, B. (2012) Kroes pede reforma de direitos de autor. 'Wall Street Journal Tech.' 11 de setembro de 2012. Veja: www.blogs.wsj.com/tech-europe/2012/09/11 (última acessado em 11 de abril de 2013).
528. Theile M. (2012) 'O impacto econômico de um mercado único digital.' Copenhagen Economics. Apresentação de Aproveitando a conferência de Oportunidade Digital, Estocolmo, 20 de janeiro de 2012. Copenhagen Economics. (2010) 'O impacto econômico de um mercado único digital europeu'. Copenhaga: Copenhagen Economics. Veja: http://www.epc.eu/dsm/2/Study_by_Copenhagen.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
529. Veja: http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecom/tomorrow/index_en.htm (última acessado em 11 de abril de 2013).
530. 'Comissão concorda caminho a seguir para a modernização de direitos de autor na economia digital.' 05 de dezembro de 2012. Veja: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-12-950_en.htm locale = en (última acessado em 11 de abril de 2013).
531. **M Barnier disse: "Não pode haver nem temas tabus nem soluções milagrosas" mas que ele tinha "Grande esperança" para o proposto** iniciativa de licenciamento. 06 de dezembro de 2012. Veja: http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-12-923_en.htm?locale=en (última acessado em 11 de abril de 2013). Os críticos de Barnier, no entanto, o acusam de usar a iniciativa de licenciamento como um meio de evitar a reforma da lei de direitos autorais (ver, por exemplo: Baker, J. (2013) reforma copyright UE fala um desperdício de tempo, diz grupo de direitos digitais 'de TI. mundo.' 04 de fevereiro de 2013).
532. Um conjunto substancial de partes interessadas envolvidas no grupo de trabalho sobre texto e mineração de dados emitiu uma forte carta de protesto contra a conduta do processo: Consulte: <http://www.libereurope.eu/news/licences-for-europa-a-stakeholder-dialoguetext-e-data-mining-para-cientifico-pesquisa-purpose> (acessado pela última abril 2013 11).
533. Veja: <http://www.eu2013.ie/media/eupresidency/content/speeches/Richard-Bruton-JURI-22-JAN.pdf> (última acessada 11 abr 2013).
534. Uma outra indicação da mudança de clima político sobre direitos de propriedade intelectual pode ser aferido a partir dos comentários de Marietje Schaake MEP, Relator sobre a Estratégia Liberdade Digital da UE. **"Eu gostaria de convidar e incentivar todos aqueles que não gostam do mecanismo de aplicação dos direitos de propriedade intelectual vigente na Europa, e eu sou certamente um deles, para ser uma parte de pensar sobre como isso deve ser feito".** Veja: <http://www.vieuws.eu/ict/intellectual-property-rights-ipr-marietje-schaake-mep-alde/> (última acessado em 11 de abril de 2013).

535. Em fevereiro de 2013, 25 membros da UE assinaram o órgão jurisdicional da patente europeia unificada, mas muito trabalho a ser feito para implementar o acordo em prática.
536. Declaração para a Casa dos Representantes dos EUA, 113th Congress, Primeira Sessão, 20 de março de 2013.
537. Veja: <http://www.telegraph.co.uk/technology/google/9472228/Victory-for-music-and-film-industries-as-Google-beginspiracy-crackdown.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
538. Ver, por exemplo RIAA (2013) 'Seis meses mais tarde - A Report Card on rebaixamento de sites piratas do Google' Washington DC: RIAA.
539. 'Google a pagar € 60 milhões para o fundo francês de mídia'. *Financial Times*. 1 de fevereiro de 2013.
540. Veja: <http://www.informationweek.co.uk/government/policy/germany-wants-to-charge-google-for-news/240005926> (última acessado em 11 de abril de 2013).
541. Patry, W. (2012) 'Como corrigir Direitos Autorais.' Oxford: Oxford University Press. P.262.
542. Levine, R. (2011) 'Free Ride'. Londres: Bodley Head. Pg. 247.
543. Bakhshi, H., Freeman, A. e Higgs, P. (2013) 'um mapeamento dinâmico dos do Reino Unido Indústrias Criativas. Londres: Nesta. Estimam que o número de pessoas envolvidas em ocupações criativas fora das indústrias criativas cresceu 10,6 por cento nos seis anos para 2010, em comparação com 6,5 por cento nas indústrias criativas.
544. Autor, D. Levy, F. e Murnane, R. (2003) O conteúdo Habilidade de mudança tecnológica recente: Uma Exploração empírica. 'Quarterly Journal of Economics.' 118 (4): 1279-1334.
545. Bloom, N., Sadun, R. e Van Reenen, J. (2012) americanos fazê-lo melhor: US Multinacionais ea produtividade Miracle. 'American Economic Review'. 102 (1): 167-201.
546. Ficar à frente.
547. Hopkins, L. e Levy, C. (2012) 'Simplesmente o melhor? Altamente qualificados Migrante e do Conhecimento Economia do Reino Unido.' Londres: The Work Foundation.
548. Bakhshi, H. e Mateos-Garcia, J. (2012) 'Rise of the Datavores: Como empresas do Reino Unido analisar e utilizar dados on-line.' Londres: Nesta.
549. Nesta (2011) 'Next Gen.' Londres: NESTA.
550. Veja: http://www.skillsset.org/uploads/pdf/asset_17117.pdf?1 (última acessado em 11 de abril de 2013).
551. Brighton Fuse.
552. Veja: http://www.skillsset.org/uploads/pdf/asset_15385.pdf?1 (última acessado em 11 de abril de 2013).
553. conjunto de habilidades Habilidades do Grupo de Trabalho Apêndices Indústrias Criativas do Conselho (2012). Veja: <http://icicsskills.skillsset.org/the-report> (última acessado em 11 de abril de 2013).
554. Ibid.
555. Lester, R. e Piore, M. (2004) 'Inovação: a Dimensão em falta.' Cambridge MA: Harvard University Press.
556. Um estudo anterior Nesta chamou a atenção para a sobreposição entre esse conjunto de habilidades interpretativas e o método de trabalho criativo de artistas plásticos. Oakley, K., Sperry, B. e Pratt, A. (2008) 'The Art of Innovation: Como belas artes graduados contribuir para a inovação.' Londres: NESTA.
557. Hargadon, A. (2003) 'Como Avanços acontecer: A surpreendente verdade sobre como as empresas a inovar.' Harvard Business School Press; Johnson, S. (2010) 'onde as boas idéias vêm de: The Natural History of Innovation'. Trade Riverhead.
558. Burt, R. (1995) 'buracos estruturais: a estrutura social da concorrência.' Cambridge MA: Harvard University Press.
559. Brown, JS e Duguid, P. (2002) 'A vida social da informação.' Boston MA: Harvard Business Press.
560. McWilliam, E. e Dawson, S. (2008) Ensino para a criatividade: rumo a prática pedagógica sustentável e replicável. 'Ensino superior.' 56 (6), 633-643.
561. Caves, RE (2002) 'Indústrias Criativas.: Contratos entre Artes e Comércio' Cambridge MA: Harvard University Press.
562. Veja: <http://vimeo.com/19293381> (última acessado em 11 de abril de 2013).
- Válvula 563. (2012) "Manual para os novos empregados. Veja: http://www.valvesoftware.com/company/Valve_Handbook_LowRes.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
564. Veja: <http://www.gamezone.com/products/assassin-s-creed-iii/news/assassin-s-creed-3-marks-biggest-launch-ever-in-ubisoft-history> (último acesso 11 de abril 2013).
565. Veja: <http://mediafieldsjournal.squarespace.com/storage/issue2/ricklefs/Media-Fields-2-Chung.pdf> (última acessada 11 abr 2013).
566. Nesta (2006) 'Criando Crescimento. Londres: NESTA.
567. Veja: <http://eamesdesigns.com/eames-spotting-article/charles-eames-in-15-quotes-for-his-105th-birthday/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
568. Veja: www.hyperisland.com. (Última acessado em 11 de abril de 2013).
569. As críticas incluem altas taxas de abandono. Para um round-up de críticas: <http://edtechdev.wordpress.com/2012/05/04/whats-the-problem-with-moocs/> (última acessado em 11 de abril de 2013). Por outro lado, tomar blog de Clay Shirky em MOOCs, o que lhes vem como o desafio muito precisava mais caros cursos universitários. Veja: <http://www.shirky.com/weblog/2012/11/napster-udacity-and-the-academy/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
570. Veja: <https://www.coursera.org/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
571. Veja: <http://futurelearn.com/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
572. Veja: <http://stackoverflow.com/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
573. Nesta (2011) 'Next Gen.' Londres: NESTA. Veja também da Royal Society (2012) 'desligar ou reiniciar. A situação da informática na educação tem sido nada menos que desastroso - com uma queda de 23,3 por cento no número de estudantes de ciência da computação no Reino Unido entre 2002 e 2012, e uma queda de 33,8 por cento no número de estudantes a nível de pós-graduação. A nível de pós-graduação, ciência da computação é a única área para ter experimentado um declínio no número durante este período para além de assuntos relacionados com a agricultura. Veja: <http://www.nextgenskills.com/new-figures-reveal-crash-in-computer-science-degrees/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
574. Veja: <http://designmuseum.org/media/item/79241/4288/Design-Commission-Restarting-Britain-Design-Education-andGrowth.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
575. Veja: <http://www.dcms.gov.uk/publications/8875.aspx> (última acessado em 11 de abril de 2013).
576. Veja: <http://www.dcms.gov.uk/publications/8875.aspx> (última acessado em 11 de abril de 2013).
577. A Cultural Aprendizagem Alliance, presidida por Lord Puttnam, disse no lançamento da Henley revisão ea resposta Ministerial: *"O lugar legal das artes nas escolas tem de ser um dos componentes críticos de qualquer futuro plano para a aprendizagem cultural. Para a visão de Henley para se tornar realidade, o governo deve certificar-se de que leva essas recomendações a bordo."* Veja: <http://www.guardian.co.uk/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2012/feb/29/henley-review-cultural-education> (última acessado em 11 de abril de 2013).

578. Veja: [http://www.policyconnect.org.uk/sites/default/files/Design-Commission-report_SP\(1\).pdf](http://www.policyconnect.org.uk/sites/default/files/Design-Commission-report_SP(1).pdf) (última acessado em 11 de abril de 2013).
579. Veja: http://cicskills.creativeskillset.org/data/the_creative_industries_council_skillset_skills_group_report (última acessado em 11 de abril de 2013). Um dos autores deste relatório é um membro deste grupo de trabalho.
580. Veja: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/ParentCyPCGIVFReport.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
- Nesta 581. (2012) 'Decoding Learning.' Londres: Nesta.
582. Ver, por exemplo <http://www.ofsted.gov.uk/resources/ict-schools-2008-11> (última acessado em 17 de abril de 2013).
583. CIHE (2010) 'The Fuse. Londres: CIHE.
584. Veja: <http://www.educationscotland.gov.uk/thecurriculum/whatiscurriculumforexcellence/index.asp> (último acesso 11 de abril de 2013).
585. Ver, por exemplo, Priestley, M. e Minty, S. (2012) 'Desenvolvimento de Currículo para a Excelência.: Resumo dos resultados da pesquisa realizada em uma autoridade local escocesa' Stirling: Universidade de Stirling. Veja: documentos http://www.ioe.stir.ac.uk/research/projects/StirlingCfEresearch-report_March2012.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
586. O ranking Pisa são publicados pela OCDE em www.oecd.org/pisa/pisaproducts. Nas tabulações mais recentes, o Reino Unido classificada em 25 em uma cesta de comparações envolvendo matemática e alfabetização. País de Gales, em resultados com base em dados de 2009, classificou 30 de 67 países da ciência, 38º em leitura e 40 em matemática. Veja: www.tes.co.uk/article.aspx?storycode=6261843. (Última acessado em 11 de abril de 2013).
587. Veja: http://www.creativeskillset.org/uploads/pdf/asset_14496.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
- Skillset 588. (2011) 'Sector Skills Assessment para as Creative Media Industries no Reino Unido, janeiro de 2011'. Veja: http://www.skillset.org/uploads/pdf/asset_16297.pdf (última acessado em 11 de abril de 2013).
589. Veja: <http://cicskills.skillset.org/the-report> (última acessado em 11 de abril de 2013).
590. Hargreaves, I. e Grant, A. (2011) 'Indústrias Criativas na Gales do Sul Vales. Universidade dos Chefes de Instituto Vales.
591. Nesta (2011) 'Next Gen.' Londres: NESTA.
- 'Relatório ao Indústrias Conselho criativa' 592. Indústrias Criativas Conselho Skillset Skills Group (2012) Londres: O CIC de habilidades Habilidades Grupo.
593. conjunto de habilidades Habilidades do Grupo de Trabalho Apêndices Indústrias Criativas do Conselho (2012). Veja: <http://cicskills.skillset.org/the-report> (última acessado em 11 de abril de 2013).
594. O desempenho superior de graduados de cursos acreditados no mercado de trabalho em indústrias, tais como jogos sugere que o esquema tem sido bem sucedida. (NESTA (2011) 'Next Gen.' London: NESTA)
595. Veja: <http://www.brightonfuse.com/wp-content/uploads/2012/02/Brighton-fuse-universities-and-cdit-clusters.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
596. Veja: <http://cicskills.creativeskillset.org/the-report> (última acessado em 11 de abril de 2013).
597. Bola, L., Pollard, E. e Stanley, N. (2010) 'Os graduados creativa Futuros. Instituto de Estudos de Emprego, Universidade de Warwick; Universidades do Reino Unido (2010) 'Prosperidade Criação: o papel do ensino superior na condução do Reino Unido Economia Criativa. Londres: Universidades do Reino Unido. Bakhshi, H. (ed.), Oakley, K., Sperry, B. e Pratt, A. (2008) 'The Art of Innovation: Como belas artes graduados contribuir para a inovação.' Londres: NESTA. Veja: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/Report%2016%20-%20Art%20of%20Innovation%20v11.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
598. BIS (2010) 'garantir um futuro sustentável para o Ensino Superior'. Veja: <http://www.bis.gov.uk/assets/biscore/corporate/docs/s/-maior-educacao-10-1208-assegurando-sustentavel-Browne-report.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
599. Veja: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32409/11-944-higher-educationstudents-at-heart-of-system.pdf (última acessada 11 abr 2013).
600. O Secretário do Gabinete, na sua carta de orientação sobre a revisão 2011 os gastos e a liquidação para o ensino superior observou: *"No que diz respeito às nossas propostas sobre taxas para estudantes do resto do Reino Unido (RUK), é importante que o Conselho proteja esses assuntos onde as mudanças às taxas Ruk não reflectem adequadamente os custos de disposição. Eu, portanto, peço que você aloca recursos adicionais para garantir que proteger ... (II) nossas instituições especializadas pequenas, particularmente aqueles que desempenham um papel fundamental nas indústrias criativas da Escócia"* (Orientação Carta ao Conselho de Financiamento do Scottish de Secretário de Gabinete em Comprehensive Spending Review, 2011).
601. (2012) 'Indústrias Criativas Conselho Skillset Skills Grupo: Relatório ao Conselho Indústrias criativa' Há algumas exceções importantes, como têxteis. Como é, os alunos FE em indivíduos criativos fornecer uma alimentação substancial em cursos universitários de criativos, salvo os casos em que as habilidades envolvidas no curso são de um caráter artesanal bem definido (como make-up).
602. Veja: <http://cicskills.org.uk/news/story/creative-cultural-skills-to-run-creative-employment-programme-for-arts-coun> (última acessado em 11 de abril de 2013). Um dos autores deste relatório é membro do New Deal do conselho da Mente.
603. O que significa que essas organizações não capturar todos os retornos de melhorias de produtividade em sua força de trabalho.
604. Veja: http://cicskills.skillset.org/data/the_creative_industries_council_skillset_skills_group_report (última acessado em 11 de abril de 2013).
605. (2012) 'Indústrias Criativas Conselho Skillset Skills Grupo: Relatório ao Conselho Indústrias criativa'
606. Embora se reconheça que, a maioria destes são acreditados até agora para estar nas mãos de amadores em vez de jovens. Veja: <http://www.tomshardware.com/news/Raspberry-Pi-Sales-Premier-Farnell,20479.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
607. Veja: <http://www.teachfirst.org.uk/TFNews/GoogleChairmanannouncesnewpartnershipwithTeachFirst34822.aspx> (última acessado em 11 de abril de 2013).
608. Seely Brown, J. e Thomas, D. (2011) 'uma nova cultura de aprendizagem.' CreateSpace como um exemplo.
609. Veja: http://www.creativeskillset.org/article_8971_1.asp (última acessado em 11 de abril de 2013).
610. Veja: <http://alacrityfoundation.co.uk/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
611. Veja: <http://cicskills.creativeskillset.org/cic> (última acessado em 11 de abril de 2013).
612. Veja: <http://www.examiner.co.uk/news/local-west-yorkshire-news/2012/09/11/huddersfield-s-textile-centre-of-excellenceleads-new-2m-skills-push-in-uk-86081-31810150/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
613. Veja: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2012/open-channels.html> (última acessado em 11 de abril de 2013).
614. Veja: <http://www.ukces.org.uk/assets/ukces/docs/employer-ownership/academy-of-music-and-sound.pdf> (última acessado em 11 de abril de 2013).
615. Veja: <https://www.gov.uk/government/news/6m-creative-industries-and-digital-content-skills-investment-to-boost-growth> (última acessado em 11 de abril de 2013) e <https://www.gov.uk/government/news/budget-2013-boost-for-creative-industries-sector> (última acessado em 11 de abril de 2013).
616. Veja: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2012/open-channels.html> (última acessado em 11 de abril de 2013). A Academia BBC também forneceu treinamento e orientação para organizações de artes envolvidas no espaço, (uma parceria entre a BBC e Arts Council England para construir capacidade digital das artes). <http://thespace.org/> (última acessado em 11 de abril de 2013).
617. Veja: <http://www3.open.ac.uk/media/fullstory.aspx?id=24794> (última acessado em 11 de abril de 2013).

Nesta... NOTAS FINAIS

Nesta

1 Plough Place Londres
EC4A 1DE

research@nesta.org.uk

www.twitter.com/nesta_uk

www.facebook.com/nesta.uk

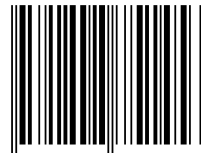
www.nesta.org.uk

Abril de 2013

Nesta Operating Company. Inglês caridade não. 7706036. caridade escocesa não. SC042833.

Capa: Lara Croft © quadrado ltd Enix

978-1-84875-145-3



9 781848 751453 ISBN