



O ESTADO DA CRIATIVIDADE

POLÍTICA
PESQUISA
INDÚSTRIA

Creative Industries Policy and Evidence Centre

Led by



with



2023

Apresentado pelo Creative PEC financiado pelo AHRC

This translation was made possible by the British Council

Nota do Diretor

Caros amigos,

À medida que nos aproximamos do aniversário de cinco anos da Creative PEC, parece oportuno fazer uma pausa e refletir sobre o quão longe chegamos e como chegamos até aqui.

O Creative PEC foi fundado em 2018 para unir os mundos da política, da pesquisa e do setor nas indústrias criativas do Reino Unido. Desde então, publicamos mais de 60 relatórios de pesquisa aprofundados e de alta qualidade – mais de um por mês – para construir um banco de evidências que informa políticas de apoio ao crescimento inclusivo do setor criativo em uma variedade de campos, desde inovação e tecnologia para a educação e a diversidade.

Este tem sido um esforço de equipe. E tudo isso tem sido possível graças à experiência e ao trabalho árduo dos nossos parceiros do consórcio, aos insights brilhantes dos nossos Patrocinadores do Setor, ao alcance global do Conselho Internacional, ao apoio da Nesta e, claro, ao financiamento generoso do Arts and Humanities Research Council (AHRC).

Em 2022, recebemos a maravilhosa confirmação de que o AHRC fornecerá financiamento por mais cinco anos em reconhecimento do valor e da qualidade do nosso trabalho. Também temos o prazer de anunciar que os novos anfitriões do Creative PEC serão a Universidade de Newcastle e a Royal Society for Arts (RSA). Essa parceria norte-sul de dois centros, voltada para o futuro, trará enormes benefícios para as indústrias criativas do Reino Unido.

Neste relatório, refletimos sobre o progresso das indústrias criativas nos últimos cinco anos e analisamos a situação em cada uma das nossas 10 áreas temáticas prioritárias, apoiadas por pesquisa e enriquecidas por conhecimentos do setor. Além de olharmos para trás, olhamos para o futuro, indicando futuras prioridades de pesquisa e explorando o panorama político que poderá dominar nos próximos anos. Colocamos também uma questão fundamental: o que é necessário para o Reino Unido continuar a ser uma potência criativa?

Obrigado por seu interesse em nosso trabalho. Estamos profundamente gratos por termos parceiros, colegas e amigos tão próximos em todo o amplo espectro das indústrias criativas.

Cordialmente,

Hasan Bakhshi
Diretor do Creative PEC


ABERTO

**Centro de Políticas e Evidências
das Indústrias Criativas: Troca
de conhecimento integrada**

**O Creative PEC trabalha em 10 áreas
principais, quais sejam:**

- Geografia das Indústrias Criativas
- O Valor das Artes e da Cultura
- Internacional, Comércio e Imigração
- Habilidades, Emprego e Educação
- Propriedade Intelectual e Regulamentação
- P&D e Inovação
- Diversidade e Inclusão
- Modelos de Negócios e Acesso a Financiamentos
- Serviço Público de Radiodifusão
- Clima

**Creative Industries
Policy and
Evidence Centre**

Creative PEC:

Um modelo único

O Creative PEC é único na sua abordagem integrada à troca de conhecimento. Incorporamos os pesquisadores do Creative PEC e o pessoal da nossa Unidade de Políticas nos processos de planejamento, concepção e execução de políticas dos nossos principais intervenientes. Essa "integração" abre a oportunidade de ajudar mais pesquisadores e profissionais da indústria a se informarem mais sobre políticas e apoiar os legisladores a tornarem-se mais hábeis na utilização de dados e evidências de pesquisa.

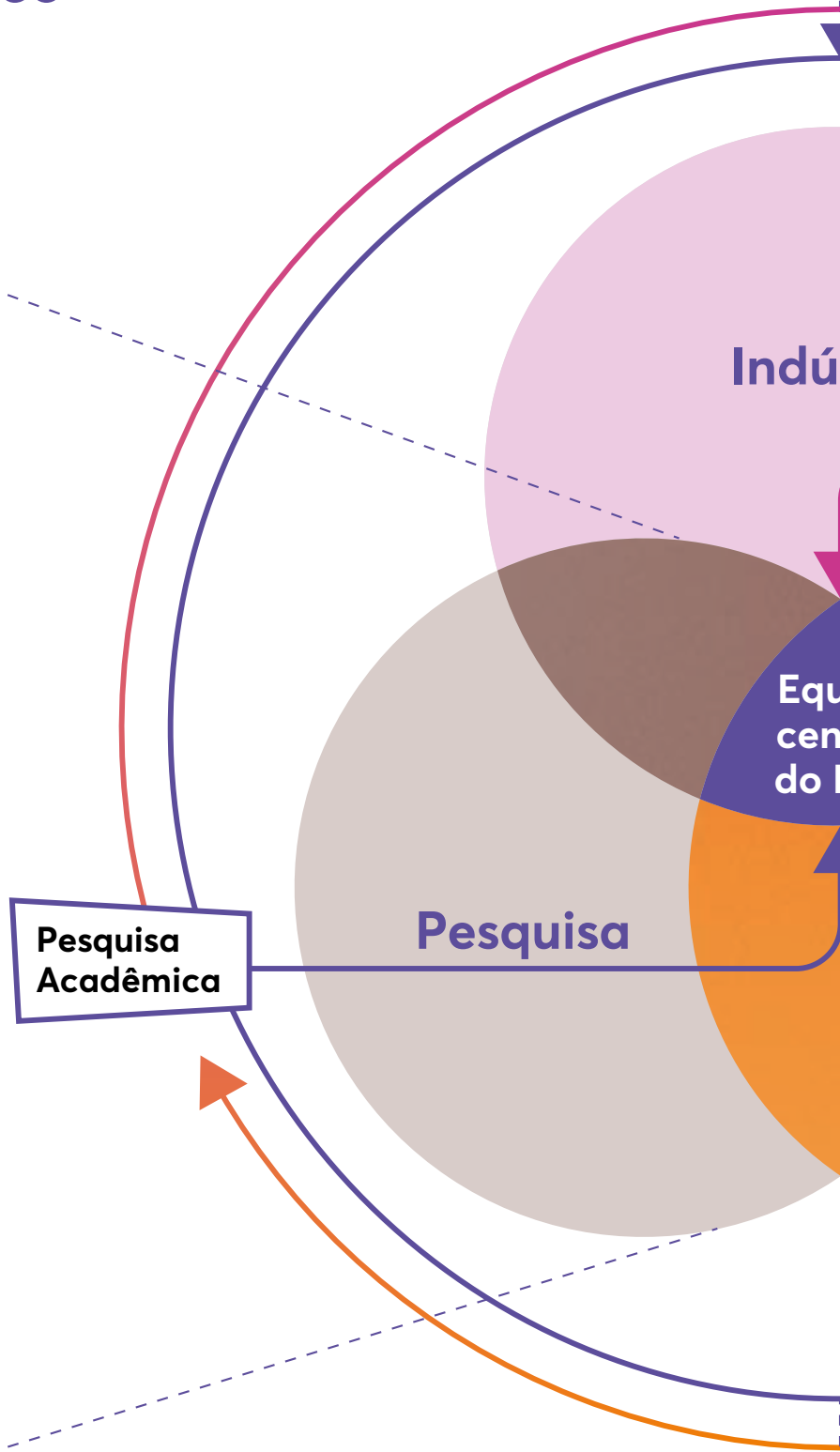


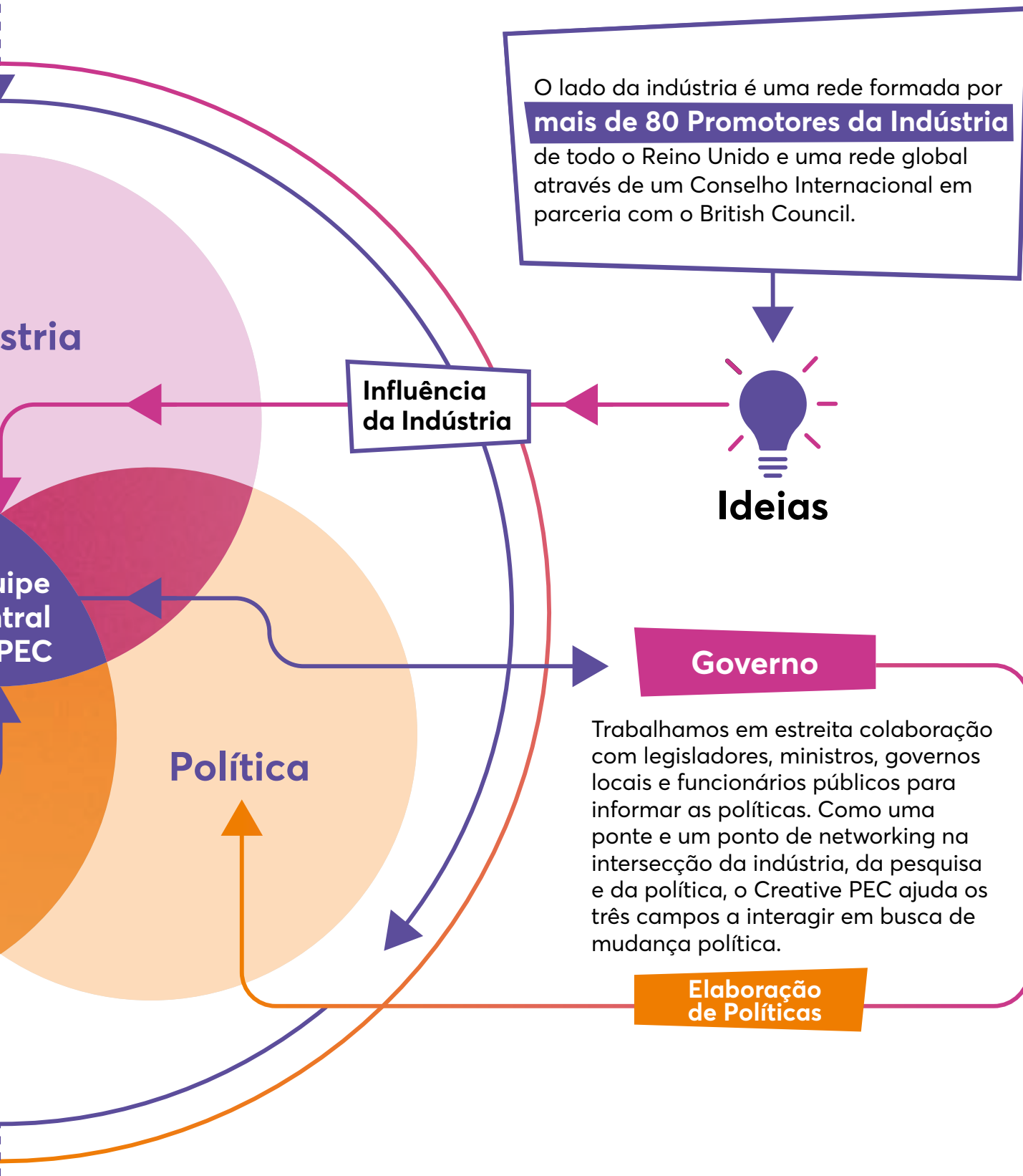
Pesquisa Acadêmica

Pesquisa

Indú

**Equi
cen
do**





O lado da indústria é uma rede formada por **mais de 80 Promotores da Indústria** de todo o Reino Unido e uma rede global através de um Conselho Internacional em parceria com o British Council.



Influência da Indústria

Governo

Trabalhamos em estreita colaboração com legisladores, ministros, governos locais e funcionários públicos para informar as políticas. Como uma ponte e um ponto de networking na intersecção da indústria, da pesquisa e da política, o Creative PEC ajuda os três campos a interagir em busca de mudança política.

Elaboração de Políticas

Política

Indústria

Equipe Central PEC

**Centro de Políticas e Evidências
das Indústrias Criativas: Troca de
conhecimento integrada**

**O Creative PEC trabalha em 10 áreas
principais, quais sejam:**

- Geografia das Indústrias Criativas
- O Valor das Artes e da Cultura
- Internacional, Comércio e Imigração
- Habilidades, Emprego e Educação
- Propriedade Intelectual e Regulamentação
- P&D e Inovação
- Diversidade e Inclusão
- Modelos de Negócios e Acesso a Financiamentos
- Serviço Público de Radiodifusão
- Clima

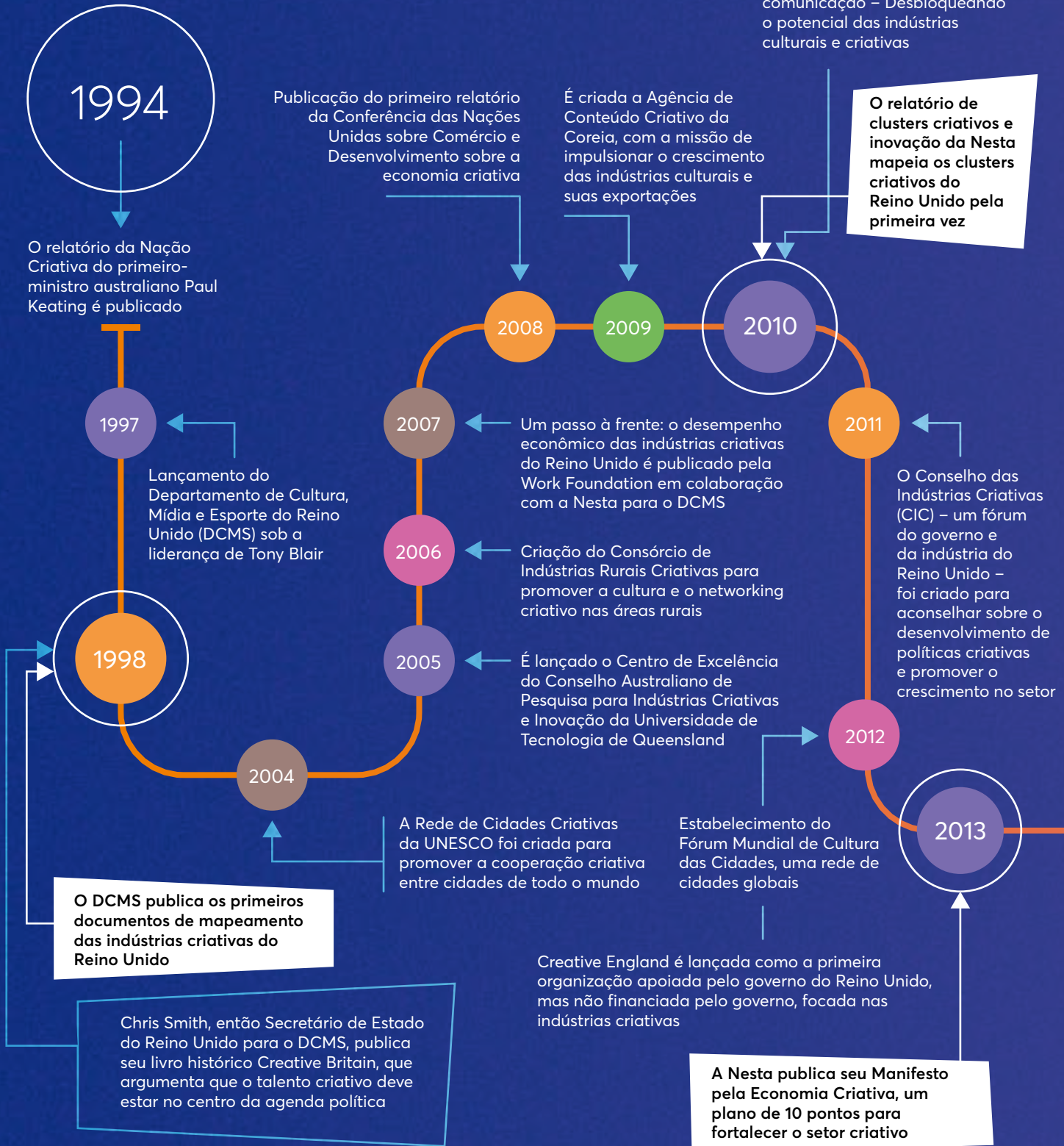
**Creative Industries
Policy and
Evidence Centre**

Indústrias criativas: Linha do tempo

A Creative Scotland foi criada com a aprovação da Lei de Reforma dos Serviços Públicos (Escócia) de 2010 e herda as funções da Scottish Screen e do Scottish Arts Council

A Comissão Europeia publica a comunicação – Desbloqueando o potencial das indústrias culturais e criativas

O relatório de clusters criativos e inovação da Nesta mapeia os clusters criativos do Reino Unido pela primeira vez



Como parte da Estratégia Industrial do Reino Unido, o governo e o setor das indústrias criativas, através do CIC, acordam um Acordo Setorial para desbloquear o crescimento das empresas criativas

As Estimativas Econômicas das Indústrias Criativas do DCMS – parte das Estimativas Econômicas dos Setores do Reino Unido – recebem o estatuto de estatística oficial do Gabinete de Regulamentação de Estatísticas

Lançamento do Creative PEC liderado por Nesta e financiado pelo Arts and Humanities Research Council (AHRC) para produzir pesquisas, políticas e evidências de alta qualidade sobre como fazer crescer as indústrias criativas

A publicação do informe técnico Levelling Up (Nivelando) do governo do Reino Unido, com o objetivo de acabar com a desigualdade geográfica no Reino Unido, destaca o lugar das indústrias criativas dentro da estratégia

O CIC trabalha em estreita colaboração com o governo do Reino Unido para formular a Visão Setorial para as indústrias criativas

A Comunidade de Conhecimento e Inovação de Cultura e Criatividade do EIT é lançada para reunir parceiros de toda a Europa

O Creative PEC muda para Newcastle/RSA em um modelo de hub duplo voltado para o futuro

É publicada a Estratégia Industrial do Reino Unido, reunindo a indústria e o governo para criar e apoiar empregos

Lançamento do programa Creative Europe

O DCMS adota o Mapeamento Dinâmico das Indústrias Criativas da Nesta

A Creative Nation da Nesta mapeia as indústrias criativas do Reino Unido

A Autoridade da Grande Londres lança as Creative Enterprise Zones, uma iniciativa do prefeito para designar áreas de Londres onde artistas e empresas criativas podem encontrar espaço permanente e acessível para trabalhar

É formada a Conferência Mundial sobre Economia Criativa

Future Screens Northern Ireland (NI) é lançado pela Universidade de Ulster e a Queen's University Belfast para compreender melhor o papel que as indústrias criativas podem desempenhar no avanço da economia da Irlanda do Norte

Sir John Sorrell inicia a Federação das Indústrias Criativas, uma organização nacional que defende o setor criativo do Reino Unido

A Creative Wales foi criada pelo governo galês como uma agência para apoiar as indústrias criativas no País de Gales

A Creative Industries Federation e a Creative England são relançadas como Creative UK com uma nova identidade de marca com a missão de "conectar e capacitar o setor criativo"

Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável da ONU

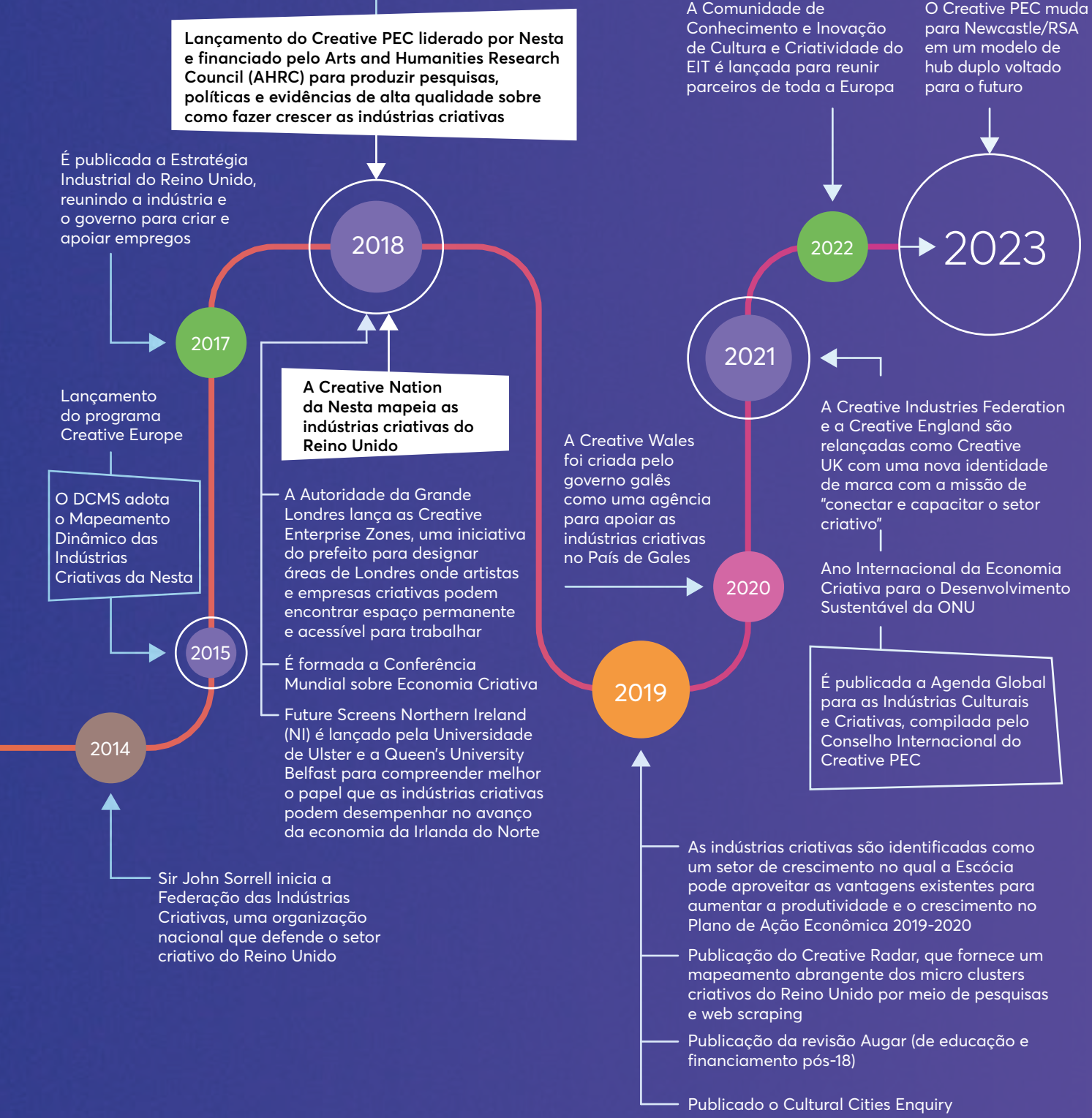
É publicada a Agenda Global para as Indústrias Culturais e Criativas, compilada pelo Conselho Internacional do Creative PEC

As indústrias criativas são identificadas como um setor de crescimento no qual a Escócia pode aproveitar as vantagens existentes para aumentar a produtividade e o crescimento no Plano de Ação Econômica 2019-2020

Publicação do Creative Radar, que fornece um mapeamento abrangente dos micro clusters criativos do Reino Unido por meio de pesquisas e web scraping

Publicação da revisão Augar (de educação e financiamento pós-18)

Publicado o Cultural Cities Enquiry



Índice

- 6 Prefácio
- 8 Grã-Bretanha Criativa: Encontrando Seu Caminho?
- 22 Geografia das Indústrias Criativas
- 26 O Valor das Artes e da Cultura
- 30 Internacional, Comércio e Imigração
- 34 Habilidades, Emprego e Educação
- 38 Propriedade Intelectual e Regulamentação
- 42 P&D e Inovação
- 46 Diversidade e Inclusão
- 50 Modelos de Negócios e Acesso a Financiamentos
- 54 Serviço Público de Radiodifusão
- 58 Clima
- 62 O Conselho Internacional do Creative PEC
- 63 Agradecimentos e Créditos
- 64 Bibliografia

Autores*

Hasan Bakhshi, Dr Josh Siepel, Prof. Bruce Tether, Prof. Neil Lee, Nia Thomas, Dr Jenny Kidd, Syima Aslam, Prof. Giorgio Fazio, Eliza Easton, Tom Adeyoola, Lesley Giles, Heather Carey, Tom Philipson, Prof. Martin Kretschmer, Prof. Philip Schlesinger, Chris Michaels, Sarah Ellis, Prof. Dave O'Brien, Tolu Stedford, Maria Tanjala, Prof. Stuart Allan, Patrick Younge, Alison Tickell, Stephen Bennett

**Em ordem de aparição*

Prefácio →

Professor Christopher Smith,
Presidente Executivo do Arts and
Humanities Research Council

Todos sabemos que a criatividade é importante e todos sabemos que ela nos proporciona crescimento, competências e benefícios sociais.

Sabemos também que as indústrias criativas não estão isentas de desafios, incluindo os que dizem respeito à igualdade, diversidade e inclusão, à dispersão geográfica e à qualidade das condições de trabalho.

E sabemos que precisamos investir nas indústrias criativas e especialmente no apoio a uma infraestrutura de pesquisa e desenvolvimento (P&D) conectada e estratégica, com mecanismos de investimento adequados às necessidades empresariais. Precisamos também apoiar o crescimento de ecossistemas de P&D localizados e integrados, com base na estreita relação entre universidades e pequenas e médias empresas (PME). Isso se baseia no sucesso comprovado das indústrias na promoção do crescimento econômico, na aquisição de competências e na criação de um impacto positivo.

Createch, a combinação especial de criatividade e tecnologia nos setores da indústria criativa, comporta-se como outros setores tecnológicos e impulsiona a P&D, e há um enorme potencial para as indústrias criativas contribuírem para uma agenda de nivelamento, para aumentar o investimento estrangeiro direto, para apoiar competências desde a escola até à aprendizagem ao longo da vida, para resolver problemas de saúde mental e física e para tornar uma agenda de emissões líquidas zero compreensível e exequível.

Mas como sabemos tudo isso? A resposta é simples – evidências, apoiando políticas cujo impacto e eficácia são monitorados. Uma grande mudança na paisagem, que sustentou grande parte do nosso conhecimento, é a chegada do Creative PEC, liderado por Hasan Bakhshi, com uma equipe incrível e orgulhosamente apoiado pelo AHRC.

Desde a sua criação, o Creative PEC incorporou a sua equipe no planejamento, concepção e execução de políticas baseadas em evidências, através de uma estreita colaboração com aqueles que moldam e dirigem as indústrias criativas. O PEC Creative obtém a sua força e a sua singularidade através desta abordagem, e seus pesquisadores tornam-se mais informados sobre políticas e os legisladores tornam-se mais orientados para a pesquisa e evidências.

Nos últimos cinco anos, o PEC Creative produziu pesquisas detalhadas, documentos políticos, briefings e outras informações essenciais que permitiram uma tomada de decisões melhor e mais sensata por parte do governo, das autoridades locais, dos organismos setoriais e dos seus líderes. Também forneceu uma contribuição inestimável para inovação e crescimento. Agradecemos à Nesta por receber o PEC Creative e apoiar seu trabalho.

As indústrias criativas tiveram uma pandemia interessante. Alguns subsetores foram devastados e salvos apenas pela intervenção governamental; outros, especialmente digitais e de realidade virtual e aumentada, provaram o seu valor e aceleraram. Agora todos enfrentam os desafios de um mundo híbrido.

As finanças públicas estão limitadas, mas o investimento continua a ser necessário e fragmentado. Sabemos que podemos fazer melhor com os recursos limitados que temos; precisamos nos concentrar e unir nossos esforços.

Em suma, o trabalho apenas começou. A próxima Visão do Setor das Indústrias Criativas, que o PEC Creative apoiou e informou, estabelecerá novas metas e ambições, exigindo que seja dada maior atenção às competências e ao impacto social.

Acredito que as indústrias criativas estão prestes a deixar de ser um estranho convidado adicional para se tornarem um parceiro reconhecido e essencial na resposta aos nossos desafios locais e globais. As indústrias criativas não são um extra opcional; elas impulsionam a mudança na nossa sociedade e na economia do século XXI.

Para tomar as decisões políticas corretas, precisaremos de evidências sólidas e de aconselhamento confiável. Este relatório mostra de forma abundante e clara como o PEC Creative tem estado no centro dos debates e decisões como uma voz imparcial, honesta, confiável e desafiadora.

E porque precisamos desses valores precisos para nos ajudar a navegar nos próximos anos, o AHRC comprometeu-se a investir num novo lar e numa nova fase de financiamento para o PEC Creative para trabalhar com o setor e outros financiadores para apoiar a Visão do Setor das Indústrias Criativas e lutar para alcançar o futuro brilhante e criativo que o Reino Unido precisa e merece.

Estamos muito satisfeitos com o fato de que a próxima fase do PEC Creative verá as suas capacidades florescerem em centros gêmeos hospedados pela Universidade de Newcastle e pela RSA, fortalecendo o seu alcance em todo o Reino Unido e construindo novas parcerias. Esta combinação de pontos fortes, com uma ambição estratégica estreitamente alinhada, proporciona uma oportunidade única de envolvimento, divulgação e colaboração entre regiões, nações descentralizadas e internacionalmente. ■

Grã-Bretanha Criativa: Encontrando Seu Caminho?

Hasan Bakhshi (*Nesta*)

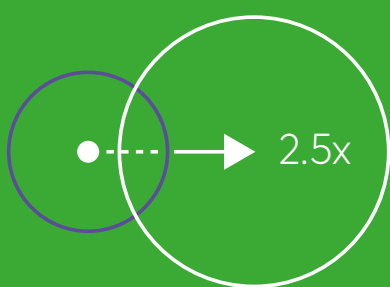
Este ano marca o 10º aniversário do Manifesto pela Economia Criativa, no qual Ian Hargreaves, Juan Mateos-Garcia e eu sugerimos que a *Creative Britain* (Grã-Bretanha) – uma abordagem para apoiar as indústrias criativas iniciada pelo Reino Unido no final da década de 1990 – tinha perdido o rumo (Bakhshi et al., 2013). Cunhado como um termo numa coleção editada de discursos de Chris Smith, então Secretário de Estado da Cultura, Mídia e Esporte, *Creative Britain* era um projeto de política pública com aspirações além do território central óbvio das artes e da mídia, estendendo-se à publicidade, design e a nascente economia digital.

No Manifesto, sugerimos que o projeto *Creative Britain* tinha falhado, uma vez que os legisladores tinham encarado as indústrias criativas como um setor coerente e de rápido crescimento, porém não conseguiram compreender suficientemente as implicações para áreas políticas fundamentais como a regulação, a propriedade intelectual, a educação e as competências, serviço público de radiodifusão (PSB) e pesquisa e desenvolvimento (P&D) e inovação. Dez anos se passaram desde a publicação do Manifesto e cinco anos desde o início do Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas (Creative PEC), um centro de pesquisa encarregado de fornecer uma mudança radical para a indústria, os legisladores e a comunidade de pesquisa na quantidade e qualidade da evidência para as indústrias criativas. Parece, portanto, oportuno refletir sobre os desenvolvimentos políticos significativos desde o Manifesto e sobre se os legisladores adaptaram os suas estruturas para satisfazer as necessidades específicas do setor: em suma, se o *Creative Britain* encontrou agora o seu caminho.

Acertando o básico: Definições e estatísticas

Os argumentos estatísticos a favor das indústrias criativas são consideravelmente mais fortes hoje do que há 10 anos. Naquela altura, o então Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) não tinha publicado uma metodologia pela qual designasse alguns subsetores (por exemplo, design ou publicidade) como criativos. Essa lacuna prejudicou a clareza e a utilidade das estatísticas do governo relativas às indústrias criativas. A Nesta abordou isso em sua metodologia de Mapeamento Dinâmico, que foi defendida pelo Manifesto e adotada pelo DCMS em 2015 (Bakhshi, 2020). Essa pesquisa mostrou que um pequeno número de subsetores industriais na economia se diferenciam dos outros pela percentagem excepcionalmente elevada da sua força de trabalho empregada em profissões criativas (por exemplo, designers de produtos e gestores de contas de publicidade). Assim, um elevado nível de intensidade criativa entre a força de trabalho tornou-se a característica definidora de um grupo variado de indústrias.

“As indústrias criativas representaram 2,3 milhões de empregos em 2021 e o seu valor agregado bruto (VAB) aumentou 41,4% em termos reais entre 2011 e 2019, mais de 2,5 vezes o alcançado pela economia do Reino Unido como um todo.”



Em 2018, as Estimativas das Indústrias Criativas do DCMS – parte das Estimativas Econômicas dos Setores do DCMS (UK DCMS, 2022a) – receberam o status de estatística oficial do Escritório de Regulamentação Estatística. Elas mostraram que as indústrias criativas representaram 2,3 milhões de empregos em 2021 (UK DCMS, 2022c) e o seu valor agregado bruto (VAB) aumentou 41,4% em termos reais entre 2011 e 2019, mais de 2,5 vezes o alcançado pela economia do Reino Unido como um todo (UK DCMS, 2021). Um relatório de 2022 da Comissão Europeia descreveu o Mapeamento Dinâmico como tendo se tornado “um padrão mundial de classificação de indústrias criativas e foi amplamente adotado fora do Reino Unido. Até onde sabemos, não existe outra classificação de indústrias criativas com uma adesão mais ampla” (Vilares et al., 2022, p. 86).

Apesar dessas melhorias nas estatísticas publicadas pelo DCMS, existem deficiências evitáveis nas publicações governamentais. As estatísticas do DCMS para indústrias criativas são baseadas em subsetores identificados pelo nível refinado de códigos de quatro dígitos na Classificação Industrial Padrão (SIC), que é usada pelo Escritório de Estatísticas Nacionais (ONS) para classificar as empresas por seu tipo de atividade. No entanto, as divulgações estatísticas setoriais publicadas pelo ONS e outros departamentos governamentais – a base do trabalho político governamental em geral – utilizam normalmente códigos SIC de dois ou três dígitos de resolução mais baixa que agregam subsetores criativos com indústrias não criativas.

Essa abordagem tem o efeito colateral de excluir estimativas para as indústrias criativas. Como resultado, mesmo quando os dados estão disponíveis em princípio, as contribuições deste setor permanecem ocultas nas avaliações políticas ou, pior ainda, são confundidas com a categoria de artes, entretenimento e recreação, um setor que é identificado separadamente no SIC. Por exemplo, o documento de consulta de 2022 sobre a política de ensino superior (ES) do Departamento de Educação (DfE) instou o ES a satisfazer as necessidades educativas das indústrias voltadas para o futuro do Reino Unido (UK DfE, 2022). No entanto, as estatísticas setoriais sobre os resultados de graduação publicadas pelo DfE continuam a reportar os rendimentos por setor apenas em nível SIC de três dígitos, impedindo assim estimativas para as indústrias criativas (Governo do Reino Unido, 2022b).

Além disso, o SIC nem sempre representa com precisão o espectro de subsetores que compõem as indústrias criativas. As artes e o design são apenas dois exemplos em que grandes áreas de negócios são encontradas nos códigos SIC, fora das indústrias criativas da economia em geral.

Hora de priorizar a educação criativa

Na última década, a necessidade de melhorar as capacidades da nação em ciência, tecnologia, engenharia e matemática (STEM) têm sido um tema consistente em sucessivas declarações políticas sobre educação na Inglaterra (UK DfE, 2021; Tesouro do Reino Unido, 2021). As indústrias criativas tiraram proveito desse foco, em particular através de reformas no currículo de informática nas escolas inglesas. Essas reformas elevaram a importância da ciência da computação e da programação de computadores, seguindo as recomendações feitas na revisão de competências Next Gen da Nesta nas indústrias de videogames e efeitos visuais (Nesta, 2013).

No entanto, à medida que os governos têm tentado criar percursos de educação técnica mais fortes para satisfazer as necessidades da indústria, a consideração das indústrias criativas continuou a parecer uma reflexão tardia. Isto explica por que razão o setor tem tipicamente desempenhado apenas um papel reativo na política de educação e competências, pelo menos na Inglaterra. Os defensores das indústrias criativas viram-se limitados a explicar ao governo as formas distintas como o trabalho é organizado nestas indústrias e a propor correções. Por exemplo, tiveram de defender a aprendizagem portátil, que, ao contrário da aprendizagem tradicional, permite a um aprendiz celebrar vários contratos de trabalho de curta duração para completar a sua formação. Uma abordagem mais proativa – garantida pela contribuições descomunais do setor para o crescimento económico – seria envolver as indústrias criativas desde o início na definição de políticas para implementar iniciativas de aprendizagem pós-16 e ao longo da vida.

Entretanto, tornou-se evidente ao longo do tempo que a importância das competências criativas na força de trabalho continuará a crescer. O aumento da inteligência artificial (IA) e das tecnologias de robótica móvel suscitou novos receios sobre a automação, que, ao contrário das ondas anteriores, ameaça empregos de

alta cognição e com utilização intensiva de competências. Contudo, uma conclusão comum da pesquisa é que os empregos criativos são mais resistentes à automatização (Bakhshi, Frey, et al., 2015) e os empregadores exigirão cada vez mais competências criativas, como a originalidade, a fluência de ideias e a resolução de problemas complexos. A procura por competências digitais criativas registará um crescimento especialmente rápido (Bakhshi et al., 2019).



Apesar dessas percepções, os governos ingleses desvalorizaram as competências criativas na política educacional. Nas escolas, a arte e o design foram despriorizados no currículo nacional – mais obviamente pela sua omissão do Bacharelado Inglês – deixando a sua causa ser defendida em clubes extracurriculares e outras atividades extracurriculares (como o National Art&Design Saturday Club, gerido pelo Fundação Sorrell). Na ES, a revisão Augar sugeriu que o valor das qualificações deveria ser calculado de forma restrita de acordo com os salários dos graduados (UK DfE, 2019). Sucessivos ministros aproveitaram isso para afirmar que os cursos de artes criativas e design ofereciam baixo valor para os estudantes – e, portanto, por implicação, para a sociedade. Tais argumentos expõem as limitações dos dados históricos de rendimentos num ambiente industrial em

que novas competências e tecnologias exigem um pensamento flexível por parte daqueles que concebem o currículo educativo. Também não reconhecem que a popularidade dos empregos – a elevada oferta de mão-de-obra – em áreas como as artes visuais e performativas mantém os salários baixos (Vignoles, 2021).

Enquanto a criatividade parece ter sido praticamente eliminada do currículo escolar na Inglaterra, o novo currículo no País de Gales (lançado em Setembro de 2022) inclui as Artes Expressivas como um dos seus seis pilares. Isso abrange cinco disciplinas: arte, dança, teatro, cinema e mídia digital e música. O governo galês explica que: "Embora cada disciplina tenha o seu próprio corpo distinto de conhecimentos e de competências, reconhece-se que juntas elas compartilham o processo criativo" (Governo Galês, 2020).

Na Escócia, o novo Currículo para Excelência foi introduzido no final de 2004, pouco depois de o então Primeiro Ministro Jack McConnell ter feito um

discurso no qual expôs: "O nosso governo descentralizado deve ter a coragem e a fé para apoiar a imaginação humana, a nossa criatividade inata, como a força mais potente para a mudança individual e a visão social" (Governo Escocês, 2004). O Currículo para Excelência centrou-se no desenvolvimento de quatro competências essenciais, dentro das quais a criatividade poderia – e deveria – ter sido um fator significativo. Ao longo do tempo, no entanto, o crescimento das STEM e a incapacidade de competir com políticas centradas em medidas tradicionais de desempenho levaram a uma diluição de muitos dos princípios e oportunidades para que conceitos transversais – como a criatividade – figurassem significativamente no ensino primário e secundário. Isto significa que, embora a Escócia mantenha uma forte oferta criativa de ensino superior, o salto da escola primária para a secundária é um grande passo para os jovens.

Na Irlanda do Norte, tem havido geralmente uma compreensão do valor da educação criativa, em parte graças ao papel que os Screens da Irlanda do Norte têm desempenhado no desenvolvimento de debates sobre a ampliação do alcance do currículo tradicional. O seu relatório A Wider Literacy (Comissão de Cinema e Televisão da Irlanda do Norte, 2004) foi seguido pela introdução das qualificações Moving Image Arts (GCSE e A level), que têm sido influentes na ilustração das possibilidades de trabalho nas indústrias criativas. Mais recentemente, o trabalho de corretagem da Future Screens NI (Moore, 2021) e o surgimento do estúdio de produção virtual City Deal Studio Ulster colocaram a educação criativa sob maior escrutínio por parte dos legisladores. Crucialmente para o setor, o documento 10X Economy – a estratégia econômica do governo para os próximos 10 anos – designa as indústrias criativas como uma área-chave de desenvolvimento, enquanto a produção virtual é especificamente designada como uma das seis prioridades estratégicas (Departamento de Economia

“ Os empregos criativos são mais resistentes à automação e os empregadores exigirão cada vez mais competências criativas, como originalidade, fluência de ideias e resolução de problemas complexos. ”



da Irlanda do Norte, 2021). No entanto, essas iniciativas devem ser perspectivadas: sem dúvida, não incluem intervenções nas partes da força de trabalho mais prejudicadas pelo conflito. A Irlanda do Norte ainda regista graves disparidades na sua oferta educativa, tendo alguns dos piores índices de sucesso educativo associados a jovens protestantes do sexo masculino.

Impulsionando P&D criativo

Em contraste, P&D criativo tem sido uma área de foco significativo para os governos na *Creative Britain*. As indústrias criativas se beneficiaram dos compromissos de aumento do investimento público em P&D como forma de melhorar a produtividade persistentemente fraca do Reino Unido. O Creative PEC, financiado nos seus primeiros cinco anos pelo Programa de Clusters de Indústrias Criativas de £55 milhões do Arts and Humanities Research Council, foi ele próprio um beneficiário desse desenvolvimento (UKRI, 2023). O investimento de £ 39,3 milhões do UK Research and Innovation (UKRI) Audience of the Future em tecnologias imersivas de realidade virtual, aumentada e mista está agora sendo sucedido por um investimento público de £76 milhões nas capacidades de produção virtual das indústrias de tela e desempenho do Reino Unido (UKRI, 2022).

As empresas criativas também investiram montantes significativos em P&D. O estudo Business Enterprise Research and Development mostrou que, em 2018, mesmo quando excluindo do cálculo o subsetor de software intensivo em P&D e serviços informáticos, a participação das indústrias criativas no investimento em P&D excedeu facilmente a sua participação no VAB (Bakhshi, 2022). Infelizmente, a exclusão de grande parte de P&D das indústrias criativas das definições oficiais utilizadas nos incentivos fiscais à P&D dificulta a medida em que a política pode estimular mais essa área no setor (Bakhshi et al., 2021). Especificamente, os benefícios fiscais para incentivar P&D visam resolver a incerteza científica, mas nas suas Diretrizes sobre o Significado da Pesquisa e Desenvolvimento para Fins Fiscais, o governo



afirma: "A ciência é o estudo sistemático da natureza e do comportamento do universo físico e material. O trabalho nas artes, nas humanidades e nas ciências sociais, incluindo a economia, não é ciência para efeitos destas Diretrizes" (Departamento de Negócios, Inovação e Competências do Reino Unido, 2010). Porém, as atividades de P&D nas artes, humanidades e ciências sociais são responsáveis por uma quantidade desproporcional de P&D nas indústrias criativas (Siepel et al., 2022).

Uma abordagem silenciosa para a inovação digital

No Manifesto, descrevemos a hesitação dos legisladores do Reino Unido em adaptar os seus quadros políticos à Internet no início da década de 2000. Essa hesitação continuou na década de 2010 e foi colocada em destaque quando o DCMS absorveu o digital nas suas responsabilidades departamentais em 2017. Foi uma oportunidade para os legisladores lidarem plenamente com as implicações da tecnologia digital nas políticas das indústrias criativas. A virada regulamentar global contra as plataformas dominantes da Internet àquela altura levantou questões profundas sobre o poder de mercado nos mercados digitais e os danos online para o público, especialmente os jovens. Em relação ao primeiro, o governo apresentou as suas propostas para um novo regime pró-concorrência para os mercados

digitais numa consulta pública de 2021 (Governo do Reino Unido, 2022a). O regime seria supervisionado por uma nova Unidade de Mercados Digitais dentro da Autoridade de Concorrência e Mercados. Em relação aos danos online, controvérsias específicas incluíram a regulamentação de loot boxes em videogames, tornando-as indisponíveis para crianças e fornecendo informações transparentes aos jogadores (Goddard, 2022). A indústria dos videogames está trabalhando numa proposta para identificar as melhores práticas e desenvolver orientações, embora ainda não tenha sido tomada uma decisão por parte dos ministros.

Não obstante os desenvolvimentos acima referidos, tem havido pouca estratégia política proativa em matéria de tecnologia digital e das indústrias criativas. Os programas patrocinados pelo DCMS, como o 5G Create, que visava estimular o desenvolvimento de serviços 5G, foram fragmentados e de pequena escala. Tem havido poucos sinais de união dos principais pilares da política digital governamental no que diz respeito às competências criativas e digitais. Culture is Digital, um documento estratégico de 2018, que visava "liberar o poder criativo da tecnologia" (UK DCMS, 2018), mas foi considerado leve em ação pelos analistas (Wright & Gray, 2022). Coube à comissão parlamentar selecionada para Digital, Cultura, Mídia e Esporte, e não ao governo, levantar preocupações sobre o poder de mercado na indústria de streaming de música e as implicações para os ganhos dos artistas (Comitê Digital, Cultura, Mídia e Esporte da Câmara dos Comuns do Reino Unido, 2021a). Num estudo independente, a Autoridade de Concorrência e Mercados concluiu que os consumidores se beneficiaram da digitalização, abrindo caminho para uma concorrência feroz entre serviços de streaming (Autoridade de Concorrência e Mercados do Reino Unido, 2022). O relatório reconheceu a situação da maioria dos artistas no que diz respeito aos baixos rendimentos, mas sugeriu que estes "não estão sendo impulsionados pelo nível de concentração do mercado discográfico" e que "nem as editoras discográficas nem os serviços de streaming são suscetíveis de obter lucros excessivos significativos que poderiam ser compartilhado com os criadores" (Autoridade de Concorrência e Mercados do Reino Unido, 2022). Consequentemente, as questões relativas aos criadores não seriam abordadas por medidas destinadas a melhorar a concorrência e a

"Tem havido poucos sinais de união dos principais pilares da política digital governamental no que diz respeito às competências criativas e digitais."



reduzir os lucros e teriam de ser abordadas através de outras medidas políticas.

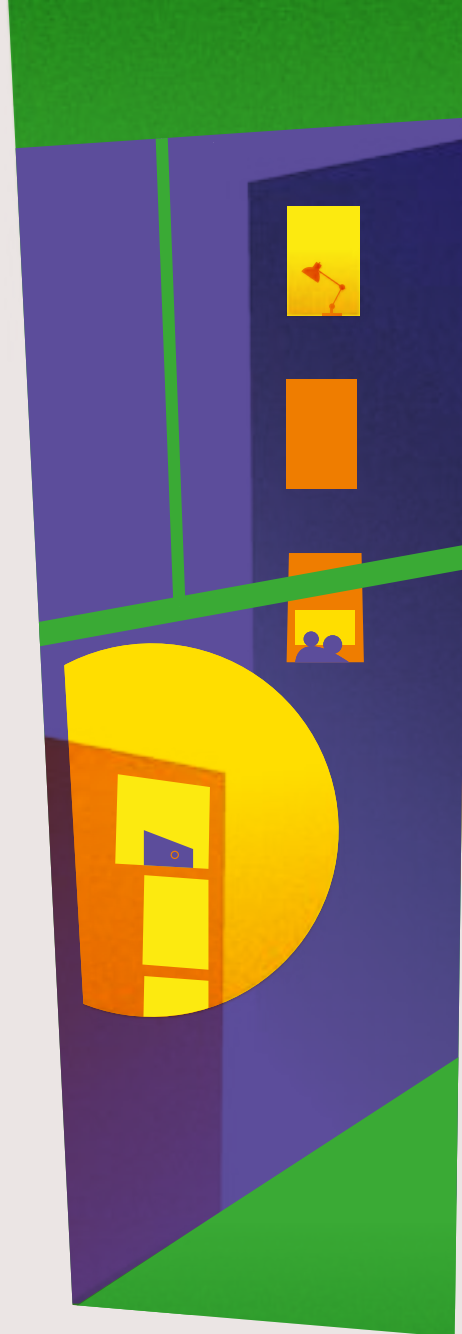
As preocupações sobre a falta de compreensão da relação simbiótica entre as tecnologias digitais e as indústrias criativas podem ser amplificadas pela decisão em 2023 de transferir novamente o digital do DCMS para o recém-formado Departamento de Ciência, Inovação e Tecnologia. No momento em que este artigo foi escrito, ainda não estava claro o que isso significaria para a política das indústrias criativas.

O cenário em mudança do PSB

O streaming também mudou a forma como o público assiste televisão. A percentagem de jovens adultos que assistem televisão aberta caiu de quase 80% para 50% entre 2017 e 2022 (Davie, 2022). Cerca de 60% dos agregados familiares do Reino Unido agora assinam pelo menos um serviço de vídeo on-demand (SVOD) (Comitê Digital, Cultura, Mídia e Esporte da Câmara dos Comuns do Reino Unido, 2021b, p. 6). Surpreendentemente, a sua utilização aumentou rapidamente entre as pessoas com mais de 55 anos durante o primeiro lockdown nacional (UK DCMS, 2022d, p. 12). Tais desenvolvimentos levantam questões fundamentais sobre a proposta de valor do PSB e o seu acordo político renovado (Chivers & Allan, 2022). Que novos valores ou compromissos um serviço público ampliado de comunicação social do Reino Unido poderá procurar cumprir que anteriormente eram inviáveis ou indesejáveis num contexto de PSB? Que papel poderão outras organizações de comunicação social comerciais (não PSB), tais como SVOD e plataformas de redes sociais, desempenhar na contribuição para um quadro revisado de valor público, e como é que as atuais emissoras de serviço público do Reino Unido precisarão mudar para melhor apoiar os objetivos subjacentes da política do Reino Unido? Tais questões têm sido debatidas num fluxo constante de relatórios sobre

o futuro do PSB do Ofcom e dos comitês selecionados da Câmara dos Comuns e da Câmara dos Lordes (Ofcom, 2020b; Comitê Digital, Cultura, Mídia e Esporte da Câmara dos Comuns do Reino Unido, 2021b; Comitê Digital e de Comunicações da Câmara dos Lordes do Reino Unido, 2022).

No coração do sistema de PSB do Reino Unido está a BBC. Os objetivos públicos delineados na Carta renovada da BBC em 2017 reconheceram, pela primeira vez, que a BBC faz contribuições significativas para a economia criativa e, em particular, para os ecossistemas de produção nas nações e regiões. Reconhecendo que isto tem implicações políticas, o Ofcom observou na sua revisão quinquenal do PSB o seu próprio



papel “no apoio às economias criativas em todo o Reino Unido”, dando o exemplo das quotas de produção que estabelece para emissoras como a BBC para garantir que programas suficientes sejam feitos fora do M25 (Ofcom, 2020a, p. 24).

O informe técnico de Radiodifusão de 2022 baseou-se nesse argumento, sugerindo que o reequilíbrio da produção traria benefícios sociais e econômicos sob a forma de conteúdos localmente relevantes para apoiar a coesão social e encorajar um sentimento de orgulho em um local (UK DCMS, 2022d). Argumentou também que as disposições sobre termos de comércio – amplamente consideradas como um sucesso político do passado – deveriam ser restritas a pequenas empresas de produção independentes. No entanto, estes e outros debates importantes sobre o PSB e a economia criativa que o informe técnico deveria ter estimulado foram abafados pela sua controversa (agora abandonada) proposta de privatizar o Canal 4 e pelo anúncio do congelamento das taxas de licença da BBC por dois anos.

“O streaming também mudou a forma como o público assiste televisão. A porcentagem de jovens que assistem TV aberta caiu de quase 80% para 50% entre 2017 e 2022.”

80%

50%

Nivelando as indústrias criativas do Reino Unido

Ao longo da última década, tem havido uma consciência crescente das enormes contribuições que as indústrias criativas podem potencialmente dar às economias locais. Uma série de documentos que mapeiam clusters criativos – aglomerados de empresas e trabalhadores criativos que colaboram e competem entre si – foi publicada pela Nesta (Bakhshi, Davies, et al., 2015; Chapain et al., 2010; Mateos-Garcia & Bakhshi, 2016; Mateos-Garcia et al., 2018). Mais recentemente, o Creative PEC mapeou clusters criativos em nível hiperlocal (Siepel et al., 2020). Com base nesses estudos de mapeamento, a análise independente de 2017 de Peter Bazalgette sobre as indústrias criativas para o governo do Reino Unido apresentou um forte argumento a favor do investimento público em clusters criativos (Bazalgette, 2017).

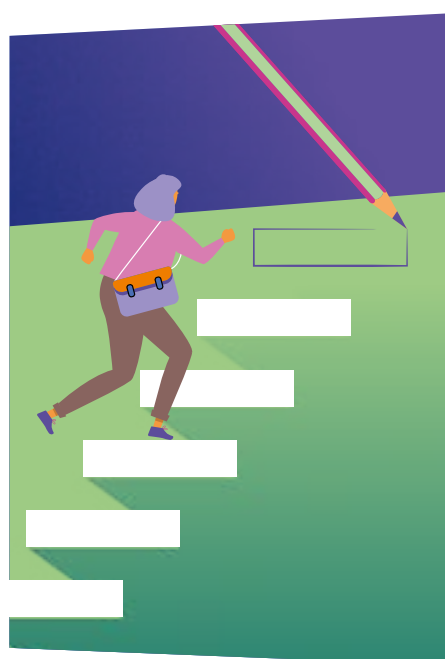
O interesse em clusters recebeu um impulso inesperado na forma do Brexit. A geografia da votação do Brexit de 2016 e a importância política dos círculos eleitorais pró-Brexit, economicamente defasados, contribuíram para o interesse renovado do governo no desenvolvimento econômico desigual do Reino Unido – em particular, entre Londres e o sul de Inglaterra e outras partes de Inglaterra, que é extremo para os padrões internacionais (Carrascal-Incera et al., 2020). O informe técnico de Nivelamento foi publicado em 2022 com a ambição ousada de “acabar com a desigualdade geográfica que é uma característica tão marcante do Reino Unido” (Departamento do Reino Unido para Nivelamento, Habitação e Comunidades, 2022, p. xii). Inspirado pelo crescimento transformador da Florença renascentista, o informe técnico apelou às mudanças sistêmicas, que vão desde a revisão das infraestruturas e a requalificação da força de trabalho até uma confiança mais profunda e um maior orgulho local. Apesar dos cortes nas despesas das autoridades locais e do nível padrão de confusão sobre

a implementação (ou não) da política governamental do Reino Unido em áreas de poderes descentralizados, o acesso à cultura através de despesas redistribuídas fora de Londres foi visto como um meio importante para esse fim. O governo do Reino Unido fez do investimento cultural um dos três temas de investimento dos seus principais fundos de nivelamento (juntamente com o investimento em transportes e a regeneração de ruas principais). Consistente com isso, o investimento cultural também foi priorizado noutros programas locais, como o Fundo para as Cidades e o Fundo de Desenvolvimento Cultural dedicado. O Northern Culture All Party Parliamentary Group sugeriu: "A cultura do Norte é o carvão do contemporâneo – uma vasta linha que atravessa a região e que sustenta o bem-estar, a criação, a produção e o crescimento econômico local" (Northern Culture All Party Parliamentary Group, 2022, p. 7).

A cultura e o patrimônio figuram com destaque no argumento do informe sobre o efeito Medici de que a inovação resulta da intersecção de diferentes indústrias e culturas. No entanto, a visão do informe técnico para as indústrias criativas mais amplas – como motores da inovação e do crescimento da produtividade – foi menos clara. Descreveu a necessidade de "apoiar empresas de elevado crescimento e reverter o declínio histórico da indústria transformadora no Reino Unido" (Departamento do Reino Unido para Nivelamento, Habitação e Comunidades, 2022, p. xxi), mas os exemplos que deu foram turbinas eólicas, energia eléctrica veículos, tecnologia médica e aeronáutica, em vez de tecnologias criativas imersivas.

Como seria uma visão de nivelamento para as indústrias criativas? Este foi o tema de um discurso no Festival de Literatura de Bradford de 2022,

proferido por Andy Haldane, ex-economista chefe do Banco da Inglaterra e presidente do Conselho de Estratégia Industrial do governo (RSA, 2022). Sob a liderança de Haldane, o conselho funcionou como um grupo de reflexão para estratégias de regeneração econômica e uma forte fonte de ideias para a agenda de nivelamento do governo, antes de ser desmantelado em 2021 por Kwasi Kwarteng, um breve detentor do cargo de Secretário de Estado dos Negócios, Estratégia Energética e Industrial.



Mais recentemente, as funções de Haldane relevantes para o futuro da economia criativa incluíram Presidente do Conselho Consultivo de Nivelamento do governo e CEO da Royal Society for Arts (RSA) (que, em parceria com a Universidade de Newcastle, acolhe o Creative PEC depois de deixar a Nesta este ano). No seu discurso, Haldane sugeriu que os micro clusters criativos no norte de Inglaterra poderiam "crescer e fundir-se num superaglomerado cultural e criativo do norte – que rivalize com Londres como centro" ou "uma ala criativa da Central de Energia do Norte" (RSA, 2022).

O efeito Brexit

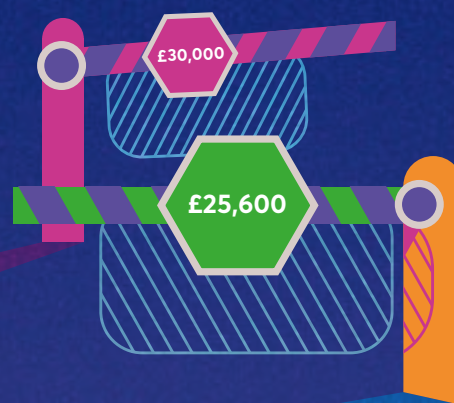
É claro que um foco renovado nas desigualdades regionais do Reino Unido não foi a única consequência do Brexit para o setor criativo do Reino Unido. A UE é facilmente o maior parceiro comercial das indústrias criativas do Reino Unido, representando quase 40% das exportações e mais de 40% das importações (Di Novo et al., 2020, p. 12). Nos serviços criativos, o Reino Unido é um exportador líquido para a UE. A saída do Reino Unido do Mercado Único de Serviços da UE apresenta dois grandes desafios: a necessidade de acesso a novos mercados e a prevalência generalizada de barreiras no acesso específico aos serviços (por vezes denominadas restritividade do comércio de serviços) em todo o mundo (Fazio, 2021). A pesquisa realizada para o Creative PEC sugere provisoriamente que, entre 2016 e 2019, o resultado do referendo do Brexit e a incerteza que criou para as empresas que comercializavam com a UE podem ter diminuído as exportações de serviços criativos em 15%, embora lacunas importantes nos dados comerciais para os serviços criativos impedem uma estimativa mais robusta (Du et al., 2023).

As regras de migração pós-Brexit marcaram o fim da livre circulação de cidadãos da UE e de migrantes que vêm viver ou trabalhar no Reino Unido. Ao mesmo tempo, representaram um abrandamento

das restrições para imigrantes de países terceiros que vêm para o Reino Unido. Antes da introdução do sistema de imigração pós-Brexit, os cidadãos de países terceiros só podiam obter vistos de trabalho patrocinados pelo empregador com um salário de pelo menos £30.000 (com algumas exceções, como para enfermeiros). No âmbito do novo sistema, os requisitos de competências foram reduzidos para permitir a qualificação de candidatos em empregos de qualificação média (por exemplo, profissões especializadas e técnicos) e o limite salarial foi reduzido para £ 25.600.

No nível altamente qualificado de muitas profissões criativas, existem exceções, inclusive para os migrantes da UE. Em particular, o sistema utiliza principalmente medidas de escassez para definir limites salariais para vistos de trabalho. Embora a maioria dos requerentes de visto enfrente o limite salarial de £ 25.600 ou a taxa vigente para uma determinada ocupação (definida como o percentil 25), os trabalhadores em ocupações escassas com salários a partir de £ 20.480 também podem receber vistos. Desde 2019, a lista de ocupações criativas representadas na lista de ocupações escassas do Migration Advisory Committee (MAC) inclui artistas, designers gráficos, produtores e diretores.

“ No âmbito do novo sistema de imigração pós-Brexit, os requisitos de competências foram reduzidos para permitir a qualificação de candidatos em empregos de qualificação média (por exemplo, profissões especializadas e técnicos) e o limite salarial foi reduzido para £ 25.600. ”





“As indústrias criativas são notoriamente dependentes dos trabalhadores independentes, que ocupam cerca de 30% dos empregos no setor, mais do dobro da percentagem que representam no conjunto da economia.”

Essa elevada representação de profissões criativas é mais uma prova do reconhecimento crescente por parte do governo do Reino Unido das necessidades das indústrias criativas e beneficiou, sem dúvida, empresas em subsetores de elevado crescimento, como animação e efeitos visuais (UK Screen Alliance, 2020). Dito isto, nem sempre é claro o que os legisladores do tema imigração devem fazer em relação à escassez de profissões. Incentivar a imigração em resposta à escassez pode desencorajar o ajustamento natural no mercado de trabalho para resolver a escassez de competências, como salários mais elevados (Sumption, 2022). A abordagem do Reino Unido exige que o MAC considere não só se há escassez, mas também se seria melhor resolver essa escassez facilitando a imigração. Em vez de focar estritamente na escassez, uma melhor maneira de avaliar a migração como forma de enfrentá-la é olhar de forma mais ampla para os benefícios (e custos) potenciais de admitir trabalhadores estrangeiros.

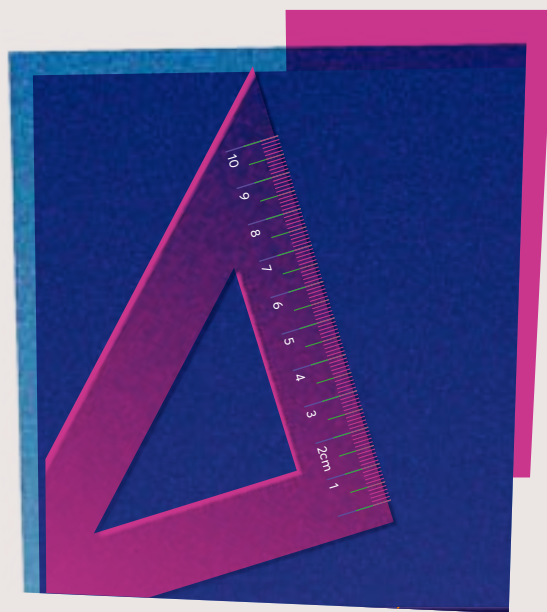
Uma área a ser investigada é o trabalho freelancer, onde a natureza baseada em projetos de grande parte da produção criativa exige acordos de trabalho mais flexíveis. As indústrias criativas são notoriamente dependentes dos trabalhadores independentes, que ocupam cerca de 30% dos empregos no setor, mais do dobro da percentagem que representam no conjunto da economia (UK DCMS, 2022b). No entanto, de acordo com as regras de imigração do Reino Unido, não existe uma rota de visto de trabalhador independente para freelancers estrangeiros que desejam trabalhar no Reino Unido sem o patrocínio de um empregador do Reino Unido. Embora os vistos estejam disponíveis para cidadãos estrangeiros que desejam trabalhar por conta própria no Reino Unido sem ter um emprego patrocinado – como o visto de indivíduo de alto potencial e o visto de talento global – eles têm requisitos de elegibilidade exigentes.

A necessidade urgente de combater a desigualdade

A pandemia de Covid-19 e a crise econômica que se seguiu expuseram as vulnerabilidades profundas que sempre estiveram subjacentes ao projeto *Creative Britain*. A pesquisa liderada pelo Creative PEC mostrou que a força de trabalho das indústrias criativas é desproporcionalmente masculina e de meia-idade, enquanto os trabalhadores com problemas de saúde ou deficiências limitantes estão sub-representados (Giles et al., 2020). Embora a sua mistura étnica seja amplamente representativa da força de trabalho do Reino Unido como um todo, isto mascara variações subsetoriais significativas. Por exemplo, a concentração de indústrias criativas em partes do país com maior diversidade étnica significa que se pode esperar que reflitam essa diversidade. As indústrias criativas também estão repletas de desigualdades de classe. A pesquisa do Creative PEC demonstrou que pessoas oriundas de meios privilegiados têm duas vezes mais probabilidades de conseguir um emprego numa ocupação criativa e são mais propensas a desfrutar de autonomia, de exercer agenciamento sobre o seu trabalho e de progredir para funções de gestão (Carey et al., 2020).

A natureza profunda dessas desigualdades se reflete na sua natureza sobreposta e interseccional, com a combinação de classe e educação tendo um impacto agravado na probabilidade de conseguir um emprego criativo.

Aqueles com origem privilegiada e qualificados até o nível de graduação ou superior têm 5,5 vezes mais probabilidade de garantir um papel criativo do que aqueles com origem na classe trabalhadora qualificados para o nível GCSE. Embora seja comum ouvir falar dos benefícios de uma maior diversidade para a criatividade, a probabilidade de alguém oriundo da classe trabalhadora encontrar trabalho numa profissão criativa manteve-se em níveis persistentemente baixos ao longo da última década. A natureza enraizada do problema sugere que os legisladores precisam realizar intervenções ambiciosas e sistêmicas para que isso possa ser resolvido (Carey et al., 2021).



“Aqueles com origem privilegiada e qualificados até o nível de graduação ou superior têm 5,5 vezes mais probabilidade de garantir um papel criativo do que aqueles com origem na classe trabalhadora qualificados para o nível GCSE.”

Sustentabilidade e emissões líquidas zero

O mesmo pode ser dito sobre a crise climática e as indústrias criativas. Sendo um importante setor industrial por si só, e integrado nas cadeias de abastecimento de outros, as indústrias criativas precisam tomar medidas diretas e indiretas urgentes para reduzir a sua pegada de carbono.

Uma análise recente do Creative PEC observou a infinidade de iniciativas de emissões líquidas zero específicas de subsetores e a escassez de ideias políticas e de pesquisa acadêmica revista por pares sobre a crise climática e as indústrias criativas (Julie's Bicycle & BOP Consulting, 2022). Ao reconhecer essa lacuna nas evidências, o Creative PEC priorizou a pesquisa sobre o setor criativo e a sustentabilidade. Isso inclui o potencial do setor de promover mudanças positivas e como as suas atividades influenciam as atitudes e comportamentos dos consumidores em relação ao ambiente.



Estratégia industrial e arquitetura política

À medida que a *Creative Britain* evoluiu, a arquitetura política amadureceu. O Conselho das Indústrias Criativas (CIC) – um fórum governo-indústria criado em 2010 para aconselhar sobre o desenvolvimento de políticas – defendeu com sucesso que as indústrias criativas fossem um dos 10 setores escolhidos para um Acordo Setorial (Governo do Reino Unido, 2018) no âmbito da Estratégia Industrial de 2017 (Governo do Reino Unido, 2017). O Acordo Setorial proporcionou um quadro global para uma série de iniciativas e programas políticos, abrangendo competências criativas, P&D e inovação, até ao acesso ao financiamento, à promoção das exportações e (em resposta à análise de Bazalgette) aos clusters criativos. Uma avaliação inicial do Acordo Setorial pelo Conselho de Estratégia Industrial manteve-o como um modelo para outros setores industrialmente importantes (Balawejder & Monahan, 2020).

O CIC trabalhou em estreita colaboração com o governo do Reino Unido para formular a Visão Setorial das Indústrias Criativas. Isso renovará o compromisso do

governo de apoiar o crescimento econômico do setor, construir uma força de trabalho qualificada e inclusiva e maximizar os seus benefícios sociais.

Por vezes há confusão sobre se e quais iniciativas políticas do Reino Unido estão disponíveis para empresas criativas nas nações descentralizadas. Essa confusão – causada por ações por parte das autoridades de ambos os lados – manifesta-se de muitas maneiras. Por exemplo, as nações descentralizadas nem sempre estiveram representadas no CIC – um panorama que foi abordado numa adesão renovada. Na Escócia, os principais pontos de referência de uma economia de bem-estar, um quadro de desempenho nacional e uma declaração política das indústrias criativas (Governo Escocês, 2019) que é definida em termos de contrastes de “resultados triplos” (culturais, sociais e econômicos) com foco econômico tradicionalmente mais restrito da estratégia industrial do Reino Unido, embora isso possa mudar potencialmente com a Visão Setorial.

Conclusão

Estas breves reflexões sobre os últimos 10 anos de política para as indústrias criativas no Reino Unido apontam para uma Grã-Bretanha Criativa (*Creative Britain*) que ainda está encontrando seu caminho. As indústrias criativas podem já não ser uma história de sucesso desconhecida na estratégia industrial, mas o seu lugar nas principais políticas em áreas como a educação, competências, imigração e clima ainda não está totalmente garantido. Isso apresenta um objetivo para o Creative PEC na sua próxima fase de trabalho, que é garantir que as políticas gerais - não apenas aquelas sob a alçada do DCMS - sejam baseadas numa avaliação das necessidades da Grã-Bretanha Criativa que é informada pela pesquisa. ■

→ Agradecimentos

Este ensaio beneficiou-se enormemente das contribuições do Professor Emérito Ian Hargreaves, Universidade de Cardiff; Clive Gillman, Escócia Criativa; Professor Paul Moore, Future Screens NI, Universidade de Ulster; e Professora Sara Pepper, Unidade de Economia Criativa, Universidade de Cardiff.

Geografia das Indústrias Criativas

Dr Josh Siepel (*Universidade de Sussex*)
Prof. Bruce Tether (*Universidade de Manchester*)
Prof. Neil Lee (*London School of Economics*)

Identificar onde estão localizadas as empresas criativas, porque se agrupam e o impacto desses clusters criativos na inovação.

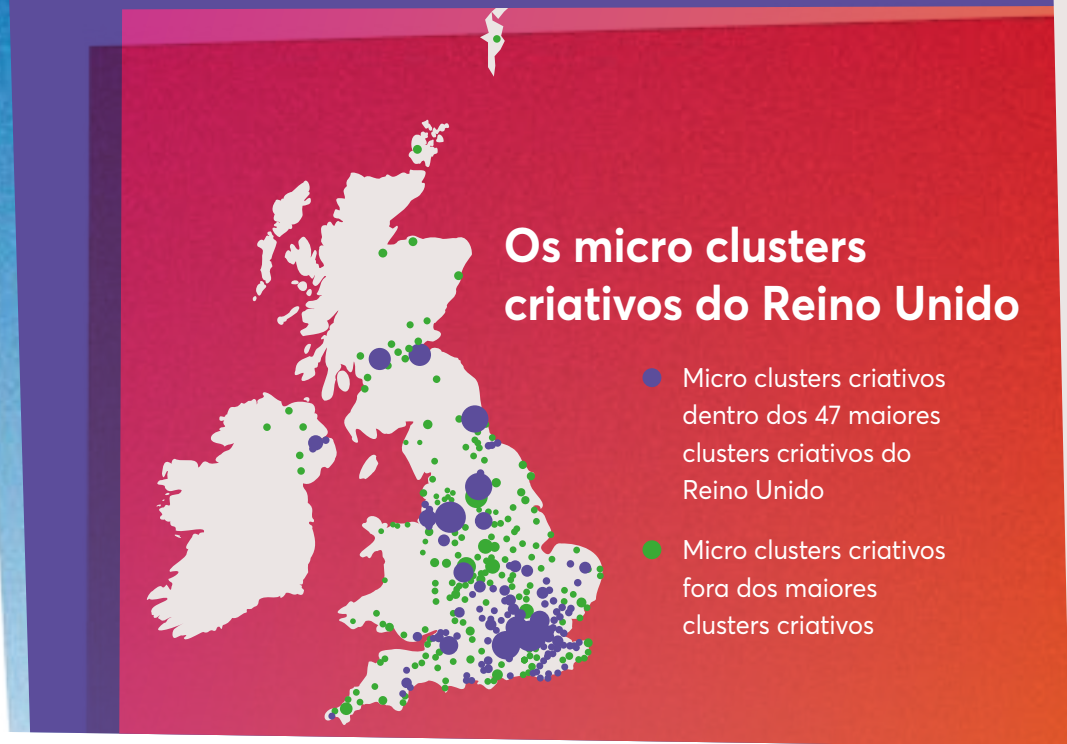
As empresas, organizações e profissionais das indústrias criativas tendem a estar fisicamente próximos uns dos outros, muitas vezes em clusters localizados (Bloom et al., 2020). Mas onde tendem a aparecer os clusters criativos? Que impacto eles têm nas pessoas, nas empresas e nos lugares? E onde podem os pesquisadores – e, sobretudo, os legisladores – concentrar seus esforços para ajudar a impulsionar a agenda de nivelamento?

Antes do Creative PEC, o impacto da geografia nas indústrias criativas era investigado principalmente através do mapeamento de clusters criativos numa vasta geografia (Mateos-Garcia & Bakhshi, 2016; Mateos-Garcia et al., 2018), capturando o impacto econômico das indústrias criativas em áreas locais (Lee, 2014; Lee & Rodríguez-Pose, 2014) e produzindo estudos de caso detalhados de clusters criativos (The FuseBox, n.d.).

Com base nisso, o Creative PEC investiu substancialmente em pesquisas sobre a geografia das indústrias criativas. As suas conclusões destacam três áreas principais: desigualdade e nivelamento regional, medição de clusters e como o setor contribui para as áreas locais.

As indústrias criativas no Reino Unido têm estado historicamente concentradas em grandes áreas urbanas. De todas as empresas criativas, 34% estão localizadas em Londres, 62% estão localizadas em Londres e no grande sudeste (Londres, sudeste e leste da Inglaterra), 13% no norte da Inglaterra (nordeste, noroeste e Yorkshire e Humber), 10% nas Midlands (Midlands do leste e oeste), 2% no País de Gales, 5% na Escócia e 1% na Irlanda do Norte (UK DCMS, 2022). Londres, em particular, é um dos centros criativos globais mais importantes. A captura desses desequilíbrios regionais tem sido uma dimensão importante do trabalho do Creative PEC. Por exemplo, Tether (2019) documentou as diferenças marcantes nas atividades da indústria criativa entre as regiões do Reino Unido e destacou como elas estão distribuídas de

“O trabalho do Creative PEC sobre o impacto dos clusters criativos demonstrou a sua contribuição mais ampla para as economias locais, incluindo nas cidades costeiras e rurais.”



forma desigual. Estas desigualdades atestam a necessidade de compreender melhor os clusters criativos do Reino Unido, como eles diferem e como as políticas podem melhor apoiá-los.

Para responder a esta necessidade, o relatório Creative Nation da Nesta identificou 47 clusters criativos distintos no Reino Unido (Mateos-Garcia et al., 2018). Com base nisso, os relatórios Creative Radar do Creative PEC (Siepel et al., 2020, 2021) coletaram informações dos sites das empresas para identificar e mapear mais de 700 micro clusters – de 50 ou mais organizações criativas próximas umas das outras – em nível de ruas, bairros e cidades no Reino Unido. O potencial de crescimento inexplorado desses micro clusters, muitos dos quais situados fora dos clusters criativos estabelecidos, aponta para um caminho potencial para gerar crescimento em áreas que historicamente não eram consideradas pontos críticos criativos. É por isso que essa pesquisa foi utilizada no documento político emblemático do governo “Levelling Up the United Kingdom” como prova de apoio a intervenções destinadas às indústrias criativas (Departamento do Reino Unido para Nivelamento, Habitação e Comunidades, 2022).

O trabalho do Creative PEC sobre o impacto dos clusters criativos também demonstrou a sua contribuição mais ampla para as economias locais, incluindo nas cidades costeiras e rurais (McFadzean et al., 2022) e nas zonas rurais (Velez et al., 2022). Esses clusters também demonstram

um efeito multiplicador, na medida em que os empregos criativos parecem gerar ou apoiar outros empregos (Gutierrez-Posada et al., 2021).

Contudo, embora procuremos compreender e construir clusters criativos, devemos também reconhecer que eles não surgem em todo lugar. Tether (2022) mostrou que, embora Manchester seja uma capital criativa no norte de Inglaterra, grandes áreas da região da cidade – especialmente áreas economicamente desfavorecidas – são desertos de atividade criativa. É importante reconhecer que, devido às vantagens da aglomeração, é muito mais fácil fazer crescer os clusters existentes do que criar novos, o que cria um grande desafio ao nivelamento.

Então, o que vem a seguir? Se quisermos concretizar todo o potencial dos locais criativos no Reino Unido, a pesquisa precisa se concentrar numa melhor compreensão do que desencadeia e alimenta os clusters criativos, especialmente em regiões menos desenvolvidas economicamente. Tem havido um investimento considerável no apoio a clusters criativos, mas são necessárias evidências mais sólidas sobre quais as intervenções que funcionam e como funcionam. Também é crucial saber mais sobre quem participa desses clusters em termos de classe social e etnia, além de definir e capturar a contribuição mais ampla dos clusters criativos – principalmente em relação ao desafio principal de melhorar a produtividade do Reino Unido.

Visão do setor →

Nia Thomas, Diretora Executiva da Boom

Historicamente, o setor de produção cinematográfica e televisiva tem prosperado em Londres e no sudeste, embora apresente menos oportunidades em outros locais do Reino Unido. As intervenções regulamentares ao longo da última década ajudaram a mudar essa situação e acolhemos com agrado as quotas que exigem que os organismos de serviço público de radiodifusão comissionem mais conteúdos a fornecedores fora do M25. A pandemia também mudou atitudes: recentemente vimos pessoas escolhendo se mudarem de Londres para viverem nas regiões, pelo que o talento parece estar fluindo para fora de Londres e não apenas para lá. E há uma abordagem mais democrática ao comissionamento porque os produtores podem encontrar-se com os implementadores virtualmente e não apenas pessoalmente, o que resultou em condições de concorrência mais equitativas. Apesar disso, há mais a ser feito.

No País de Gales, a presença de emissoras locais como S4C, BBC Wales e ITV Wales tem sido fundamental para o crescimento da indústria. A BBC identificou o País de Gales como um centro de excelência para o teatro e o governo galês permitiu o crescimento oferecendo apoio sob a forma de subsídios para produções, instalações e estúdios. Agora temos aqui um pipeline sustentável de projetos, o que nos ajuda a reter um conjunto crescente de talentos na área.

Mas não se trata apenas de regiões que competem com o sudeste – a geografia de cada nação e região também pode ser um problema. No País de Gales, as oportunidades centraram-se historicamente em Cardiff, enquanto as dos vales galeses ou de outras partes rurais do país são prejudicadas pela falta de conscientização e pelo fraco acesso a oportunidades suficientes nas indústrias

criativas. A acessibilidade também é um fator: é caro viajar para uma cidade longe de casa para obter experiência de trabalho, então os centros criativos devem idealmente ser apoiados para crescerem mais amplamente do que apenas na capital.

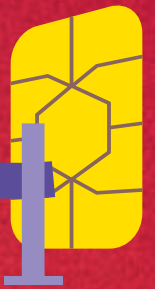
Também precisamos trabalhar mais arduamente para tornar a indústria mais acessível aos grupos sub-representados. Por exemplo, um programa brilhante de estágio inicial está em andamento aqui em Cardiff, que oferece a pessoas de origens sub-representadas uma maneira de entrar em nossa indústria. Mas conheço uma jovem estagiária que mora nos arredores de Cardiff e que enfrenta um trajeto de duas horas para ir e voltar do trabalho. Isso exige um compromisso real. O que podemos fazer para oferecer mais apoio àqueles que estão nessa posição? Não deveria tratar-se apenas

de financiar os salários dos aprendizes. Precisamos olhar para o panorama geral e concentrar-nos em todas as barreiras à entrada.

Ainda há um caminho a percorrer quando se trata de nivelar as indústrias criativas. Mais conteúdo precisa ser comissionado a fornecedores locais para impulsionar o crescimento econômico local. Sabemos que o setor criativo gera um efeito multiplicador e proporciona uma contribuição substancial para a economia. Para cada libra que a S4C gasta na economia local, ela gera mais de duas libras em retorno. Na Boom, empregamos atualmente cerca de 220 pessoas no País de Gales (sem contar os freelancers) e contratamos serviços de apoio que vão desde instalações técnicas até transporte e alimentação. Uma indústria geograficamente mais igualitária beneficiará não apenas as nações e regiões, mas também a economia do Reino Unido em geral. ■

“ Recentemente vimos pessoas escolhendo se mudarem de Londres para viverem nas regiões, pelo que o talento parece estar fluindo para fora de Londres e não apenas para lá.”

“ Não deveria tratar-se apenas de financiar os salários dos aprendizes. Precisamos de olhar para o panorama geral e concentrar-nos em todas as barreiras à entrada.”



O Valor das Artes e da Cultura

Dr Jenny Kidd (*Universidade de Cardiff*)
Hasan Bakhshi (*Nesta*)

Medição do valor econômico e social do setor artístico e cultural para as economias locais e nacionais.

Em 2018, quando o Creative PEC iniciou o seu trabalho, o ambiente fiscal do Reino Unido já era apertado e as organizações artísticas e culturais estavam sob pressão para articular o seu valor e explorar novos modelos financeiros. Desde então, resistimos à crise da Covid-19 e evitamos outra recessão, colocando ainda mais pressão nas indústrias criativas para provar o seu valor.

Neste contexto, o Creative PEC demonstrou o valor diversificado e multifacetado das artes e da cultura através da pesquisa. Reconhecer esse valor é fundamental, uma vez que as experiências artísticas e culturais estão claramente ligadas à saúde e ao bem-estar, à felicidade, à identidade e ao sentido de pertencimento. Durante os primeiros cinco anos do Creative PEC, nos concentramos em: (1) medir e articular o valor das artes e da cultura utilizando as técnicas econômicas que os tesouros utilizam para avaliar os benefícios do investimento público de forma mais geral e (2) compreender o impacto das tecnologias emergentes na forma como as interações com a cultura são experimentadas, sentidas e valorizadas.

Um aspecto do trabalho do Creative PEC tem sido ampliar as evidências sobre quanto o público está disposto a pagar pelos benefícios econômicos, sociais e culturais que desfrutam de museus, galerias de arte e teatros locais e regionais (Lawton et al., 2022). Ao fazê-lo, os pesquisadores do Creative PEC ajudaram a defender e contribuíram para o desenvolvimento da iniciativa Estrutura de Capital Cultural e Patrimonial do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (Sagger et al., 2021), que visa colocar o investimento público na cultura e bens patrimoniais na mesma base transparente e rigorosa que o investimento no ambiente natural. Num trabalho financiado pelo Arts Council England, o Creative PEC também produziu uma série de documentos de orientação para ajudar as organizações artísticas e culturais a utilizar essas estimativas de valor econômico para desenvolver os seus casos de negócio para investimento (Arts Council England, 2022). Esses documentos, juntamente com outros recursos, foram disponibilizados aos candidatos a fundos governamentais estratégicos de base local, incluindo o Towns Fund e o Leveling Up Fund (Towns Fund, n.d.; Governo do Reino Unido, 2021).

“Um estudo de coorte realizado no primeiro lockdown nacional documentou o forte apetite do público por espetáculos de teatro, concertos e espetáculos de dança filmados e pela visualização de obras de arte online.”

Para obter uma avaliação mais holística do valor, no entanto, é importante compreender como essas estimativas de valor econômico correspondem à avaliação cultural das artes e da cultura pelo público. A dimensão econômica quantitativa, por si só, corre o risco de fornecer uma descrição limitada – ou pior, distorcida. Por exemplo, o Creative PEC está em parceria com o British Film Institute para investigar o valor dos cinemas, onde a relação entre o valor cultural e econômico é um foco principal.



“ Para criar um setor das artes e da cultura que seja mais inclusivo e que envolva um público mais diversificado, precisamos de infraestruturas culturais vibrantes que sejam resilientes aos desafios que enfrentamos – tanto econômicos como outros. ”

Os pesquisadores do Creative PEC também examinaram o conceito de valor em relação, por exemplo, a tecnologias imersivas, ofertas híbridas (físico-digitais), inteligência artificial e mercado de criptoarte (Davies et al., 2020; Kidd & Nieto McAvoy, 2019; Kidd et al., 2022; Nieto McAvoy & Kidd, 2022). Ao explorar práticas emergentes, a investigação e as publicações do Creative PEC ajudaram os profissionais culturais e os legisladores a identificar oportunidades e riscos na adesão, ao mesmo tempo que

promoveram discussões críticas sobre desigualdades, ética e futuros verdes nas artes e cultura digitais. Esse trabalho contribuiu para um briefing de pesquisa para o Gabinete Parlamentar de Ciência e Tecnologia do Reino Unido sobre o impacto da tecnologia digital nas artes e na cultura no Reino Unido (Parlamento do Reino Unido, 2022).

Durante a crise da Covid-19, quando o acesso tradicional e presencial à cultura foi restringido como resultado dos lockdowns, uma vertente fundamental do trabalho do Creative PEC foi compreender como o público se envolveu digitalmente com a cultura. Um estudo de coorte realizado no primeiro lockdown nacional documentou o forte apetite do público por espetáculos de teatro, concertos e espetáculos de dança filmados e pela visualização de obras de arte online (Bakhshi, 2020). Embora ainda seja muito cedo para dizer se esse entusiasmo pelas artes e experiências culturais mediadas digitalmente persistirá em longo prazo, ignorá-lo conduzirá evidentemente a uma subestimação do valor dessas experiências. Os pesquisadores do Creative PEC também começaram a explorar como as técnicas de disposição a pagar podem ser estendidas ao domínio da cultura digital.

O Creative PEC respondeu de forma mais geral às necessidades do setor das artes e da cultura ao considerar os impactos da pandemia da Covid-19. Trabalhou com o Centro de Valor Cultural sobre os Impactos da Covid-19 no projeto do setor cultural (Centro de Valor Cultural, n.d.) para documentar como os profissionais e instituições criativas responderam às restrições e aos longos períodos de lockdown (Walmsley et al., 2022), com o objetivo de informar as prioridades para a recuperação pós-pandemia. Esse trabalho incluiu um estudo inovador sobre o uso das redes sociais pelas instituições culturais durante os primeiros meses da pandemia (Kidd & Nieto McAvoy, 2022).

Para criar um setor das artes e da cultura que seja mais inclusivo e que envolva um público mais diversificado, precisamos de infraestruturas culturais vibrantes que sejam resilientes aos desafios que enfrentamos – tanto econômicos como outros. Demonstrar valor é fundamental para essa resiliência. Nos próximos cinco anos, a investigação deverá centrar-se na medição do valor das artes e da cultura. Deve também reforçar a capacidade das organizações em utilizarem essas estimativas de valor, permitindo-lhes, em última análise, atrair investimento público e novas fontes de financiamento em potencial, incluindo investimentos com impacto social.

A recuperação pós-Covid-19 e a adoção de tecnologias emergentes e abordagens híbridas continuarão a ser prioridades de pesquisa, tal como a mudança para emissões líquidas zero. Para complementar esse trabalho, os pesquisadores devem também explorar as barreiras atuais à monetização de conteúdos digitais e identificar e avançar formas através das quais as políticas públicas podem apoiar a pesquisa e o desenvolvimento no setor das artes e da cultura.

Visão do setor →

Syima Aslam, CEO e Diretora Artística do Festival de Literatura de Bradford

O Festival de Literatura de Bradford tem quase nove anos e foi criado para ajudar na regeneração econômica da cidade e aumentar os níveis de alfabetização. Trabalhamos extensivamente com as comunidades através do nosso programa educativo e temos uma política ética de emissão de ingressos que permite que muitas pessoas – como as que recebem subsídios, as que vivem em habitação social e os refugiados – participem gratuitamente. O objetivo não é apenas criar um festival que atraia visitantes em nível regional, nacional e internacional, mas também criar mudanças na cidade em termos de envolvimento comunitário e dos jovens. Não é difícil alcançar o público, mas é fácil ignorá-lo. Trata-se de criar cultura para todos.

As indústrias criativas contribuem com um enorme valor para a economia. Existem muitos paralelos entre este e outros setores empresariais, mas os dois mundos também são bastante isolados. No festival deste ano, realizamos uma Conferência de Economia Criativa – na qual o CEO da RSA, Andy Haldane, falou – para reunir pessoas para conversas sobre negócios, política e criatividade.

“Não é difícil alcançar o público, mas é fácil ignorá-lo. Trata-se de criar cultura para todos.”

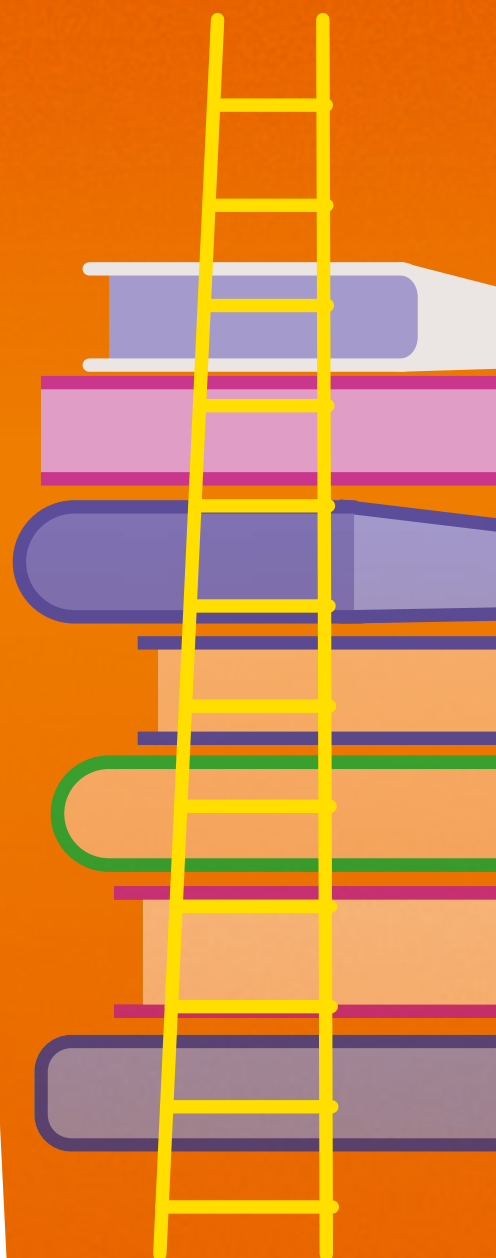
Embora tenhamos estatísticas sobre a contribuição econômica e social das indústrias criativas, os cortes curriculares nas disciplinas criativas são onde as coisas desmoronam. Não há nenhum governo pensando em longo prazo sobre o que as indústrias criativas estão proporcionando ou sobre o que a própria criatividade oferece. A mentalidade aqui precisa mudar.



Algumas pessoas no setor dos festivais esperavam uma recuperação acentuada após a Covid-19, mas isso não aconteceu. Vimos menos nervosismo este ano do que quando realizamos um pequeno festival em 2021, mas ele ainda está lá. Estamos a poucos meses dos efeitos da crise no custo de vida, então a recuperação será lenta. Os resultados irão variar para diferentes partes do setor, dependendo dos serviços que é prestado, a quem é prestado e do estrato social e do rendimento disponível do público.

A questão mais premente para as indústrias criativas – e isto é verdade para todos os setores – é o recrutamento. Depois do Brexit e da pandemia, todos estão lutando para conseguir empregos. Tivemos dificuldade em conseguir gestores de locais e de palco suficientes para o festival este ano, e essa é uma história que ouço em todos os setores: escassez por todo lado. É necessário repensar radicalmente o futuro do trabalho, dos empregos e das competências, bem como das políticas associadas. ■

“A questão mais premente para as indústrias criativas – e isso é verdade para todos os setores – é o recrutamento.”



Internacional, Comércio e Imigração

Prof. Giorgio Fazio (Universidade de Newcastle)
Eliza Easton (Nesta)

Como as indústrias criativas do Reino Unido operam nos mercados internacionais através do comércio de bens e serviços criativos, migração de talentos e investimento estrangeiro.

As indústrias criativas são globais. Países de todo o mundo estão a dar-lhes cada vez mais prioridade, numa tentativa de aproveitar o seu valor econômico, social e cultural. As economias avançadas como o Reino Unido e os EUA há muito que competem entre si pela quota de mercado internacional, mas enfrentam agora novos desafios, incluindo o Sul Global. Precisamos também cooperar em nível internacional para enfrentar os desafios colocados tanto pelas mudanças geopolíticas como pelas tendências transfronteiriças como a digitalização. Resumindo: para que as indústrias criativas floresçam em todo o mundo, precisaremos competir e trabalhar em conjunto ao mesmo tempo.

Quando o Creative PEC foi lançado, enfrentamos a falta de evidência sobre a forma como as políticas comerciais e de imigração funcionavam no setor criativo e sobre o impacto do setor no poder brando e influência do Reino Unido no exterior. Isso limitou a capacidade dos legisladores de apoiar o setor e alcançar os seus próprios objetivos, incluindo o crescimento da economia. Nosso trabalho inicial procurou resumir os fatos conhecidos e fazer um balanço da literatura e dos dados existentes.

Com os exportadores do Reino Unido afetados pela saída do país da UE, o comércio foi uma clara prioridade inicial para a nossa pesquisa. Em três artigos, desvendamos as características dos exportadores das indústrias criativas e o papel da inovação e do design para a exportação (Di Novo et al., 2020; Fazio, 2021; Tether & Yu, 2022). Detectamos a vontade de exportar mais e para mais destinos. A importância dessa oportunidade nos ajudou a defender com sucesso que o setor era uma prioridade na Estratégia de Exportação do Reino Unido (Easton, 2021; Departamento de

Comércio Internacional do Reino Unido, 2021). Essa evidência também moldou a Estratégia Internacional do Conselho de Comércio e Investimento das Indústrias Criativas, publicada em dezembro de 2022 (Conselho de Comércio e Investimento das Indústrias Criativas, 2022).

Além disso, o Creative PEC já começou a abordar a falta de evidências sobre a natureza do investimento direto estrangeiro (IDE) no setor criativo (Jones & Fazio, 2022). Descobrimos que, apesar do Brexit e da Covid-19, o Reino Unido continuou a ser um local atrativo para investir, especialmente em áreas fortemente criativas, como Londres e o sudeste, e em alguns subsetores (por exemplo, TI, software e serviços de computação, publicidade e marketing, cinema, TV e animação). No entanto, sabemos que existem muitos concorrentes globais que procuram desafiar esta posição e é necessária mais investigação sobre os motivos do IDE. Descobrimos também que, para aqueles que pretendem investir no Reino Unido, o modo de entrada preferido é através de fusão ou

aquisição. Isso nos deixou com dúvidas sobre se os investidores internacionais estão melhor equipados do que os seus homólogos do Reino Unido para angariar o capital necessário às empresas criativas britânicas que pretendem expandir. Este tópico será explorado no contexto do setor de jogos em uma próxima pesquisa encomendada em parceria com o British Film Institute.

Os governos nacionais aproveitam frequentemente o poder brando das indústrias culturais e criativas para perseguir objetivos diplomáticos internacionais, tais como promover uma maior integração através do comércio cultural e de acordos comerciais ou influenciar governos estrangeiros na resolução de conflitos. A pesquisa do Creative PEC destacou, por um lado, como os países que compartilham um acordo de comércio livre tendem a comercializar mais bens culturais (sendo todos os outros fatores iguais) (Cevik et al., 2023). As sanções, por outro lado, tendem a reduzir esse comércio. Dado o seu papel no reforço da integração cultural, é imperativo promover o comércio cultural para fortalecer o processo de construção da paz assim que as sanções forem levantadas.

A saída do Reino Unido da UE não só tornou a pesquisa sobre o comércio e o IDE uma prioridade, mas também deu uma nova urgência à investigação sobre a migração.

“Descobrimos que, apesar do Brexit e da Covid-19, o Reino Unido continua a ser um local atrativo para investir, especialmente em áreas fortemente criativas, como Londres e o sudeste, e em alguns subsectores.”

Alguns dos nossos primeiros trabalhos analisaram a dependência pré-Brexit dos migrantes da UE (Bakhshi & Spilsbury, 2019). Isso demonstrou que as indústrias criativas dependem mais de trabalhadores altamente qualificados e de freelancers, e enfrentam lacunas de competências em áreas como design e software. Pesquisas posteriores mostraram como estudantes criativos internacionais contribuem para as instituições de ensino superior do Reino Unido, para os subsectores criativos em nível nacional e para a economia local (Vermeulen et al., 2020). Por último, encomendamos uma pesquisa para avaliar o impacto percebido do Brexit no conjunto de talentos das pequenas e médias empresas criativas, revelando um grupo de empresas que estão sentindo o impacto de um conjunto de talentos menor a partir do qual podem recrutar. Ainda está sendo discutido como essas descobertas afetarão precisamente a política governamental, mas as evidências sugerem que essa mudança é necessária.

Juntamente com a pesquisa sobre comércio e imigração, consideramos questões mais amplas de poder brando (*soft power*) e cooperação internacional. Por exemplo, reunimos um Conselho Internacional para obter uma perspectiva mais ampla sobre os desafios globais do setor, permitindo que membros de todo o mundo compartilhem os seus pontos de vista (ver pág. 62–63). Também contribuimos para a pesquisa do Comitê DCMS sobre a promoção da Grã-Bretanha no exterior. Nesta apresentação, destacamos o lugar vital do setor criativo do Reino Unido nas suas ambições internacionais e a necessidade de uma abordagem mais estratégica para alavancar o poder brando do setor (Easton, 2022).

O trabalho do Creative PEC nessa área já está ajudando a estimular uma agenda de pesquisa mais ampla e muito necessária sobre a internacionalização nas indústrias criativas. Mas ainda há muito a ser feito. São necessárias mais evidências sobre as características em nível de exportadores do Reino Unido e das empresas estrangeiras

“Em nível internacional, precisamos compreender melhor se e como os acordos internacionais podem ser ajustados para melhorar especificamente o comércio criativo.”

para informar as políticas que visam tornar as empresas do Reino Unido mais competitivas e para avaliar os benefícios do IDE. Também precisamos saber mais sobre como a digitalização afeta as empresas criativas e aquelas que exportam bens e serviços criativos do Reino Unido.

Em nível internacional, precisamos compreender melhor se e como os acordos internacionais podem ser ajustados para melhorar especificamente o comércio criativo. Precisamos ainda continuar o nosso trabalho com o governo para garantir que este tenha os dados necessários para melhorar o sistema de migração e fazê-lo funcionar num setor de tamanha importância econômica e social. Entretanto, as referências políticas ao poder brando do Reino Unido continuam a levantar questões sobre como tais benefícios intangíveis podem ser evidenciados. Precisamos, portanto, de dados e evidências gerais para apoiar uma agenda política ambiciosa e desafiadora, à medida que a dinâmica global continua a mudar e a moldar as experiências das empresas criativas do Reino Unido.

Visão do setor →

Tom Adeyoola, Empreendedor

Fundi a Metail no auge da crise de crédito de 2008. Meu objetivo era resolver o problema do setor de roupas online usando tecnologia de visão computacional de ponta. Entre 2008 e 2019, construímos uma equipe fantástica, colaborando estreitamente com a Universidade de Cambridge em pesquisa e desenvolvimento (P&D) e angariando mais de £ 25 milhões.

A Internet permite acesso e distribuição quase gratuitos e da a possibilidade de encontrar clientes para o seu produto ou serviço, onde quer que estejam. Estávamos lutando para fazer a Metail crescer na indústria da moda em declínio do Reino Unido e os mercados varejistas de alto crescimento estavam em outros lugares. Então, fomos contra a sabedoria percebida de fazer crescer o seu mercado interno antes de nos internacionalizarmos e nos permitimos ser puxados para onde estava a demanda do mercado: Ásia. Crucialmente, novos desenvolvimentos tecnológicos, como a computação em nuvem, permitiram-nos atender facilmente os clientes onde quer que estivessem, seja na Índia, na Coreia ou em Singapura.

Apesar da força do Reino Unido como exportador criativo, líder acadêmico e peso pesado do poder brando, as indústrias criativas são enormemente subvalorizadas tanto pelo governo como pela sociedade. Devíamos

duplicar o nosso investimento nesse setor e apoiá-los na política das indústrias criativas da mesma forma que outros países se apoiaram na política industrial. O governo dos EUA, por exemplo, identificou a fabricação e exportação de chips de silício como uma área de importância estratégica e geopolítica e agiu em conformidade. Por que não fazemos o mesmo com os subsetores do setor criativo do Reino Unido, onde temos uma vantagem estratégica, como a inteligência artificial generativa?

É claro que um problema que os legisladores do Reino Unido enfrentam atualmente é que não é possível olhar para o panorama do comércio e do desenvolvimento internacional sem considerar o Brexit, que colocou uma enorme distorção na nossa trajetória de crescimento. Um desafio é o impacto negativo do Brexit na contratação de pessoal e na manutenção de talentos que educamos nas nossas universidades líderes mundiais. Na Metal, tivemos que pensar de forma diferente sobre como atrair e manter talentos, por isso construímos a capacidade de gerir trabalhadores remotos de forma eficaz. Mesmo antes da Covid-19, muitas startups já tinham processos e estruturas implementadas para lidar com o trabalho remoto.

Startups são máquinas de resolver problemas. Se as políticas restritivas de imigração dificultarem a contratação de trabalhadores no país onde operam, elas encontrarão a forma mais fácil de resolver esse problema de talentos. Ou seja, vão contratar esses talentos fora do país. É uma verdadeira vergonha, pois isto significa perder os benefícios secundários de ter trabalhadores de alta qualidade no Reino Unido, de pagar impostos no Reino Unido e de beneficiar a sociedade do Reino Unido. Queremos que os talentos do mundo venham para o Reino Unido, mas isso não acontecerá a menos que as nossas leis de imigração o tornem possível. ■

“ Um desafio é o impacto negativo do Brexit na contratação de pessoal e na manutenção do talento que educamos nas nossas universidades líderes mundiais.”

“ A Internet permite acesso e distribuição quase gratuitos e da a possibilidade de encontrar clientes para o seu produto ou serviço, onde quer que estejam.”



Habilidades, Emprego e Educação

Lesley Giles (*Work Advance*)
Heather Carey (*Work Advance*)

Como os nossos sistemas de educação e de emprego podem ser melhor concebidos para proporcionar às pessoas empregos criativos de boa qualidade e as competências de que necessitam para trabalhar nas indústrias criativas.

O sucesso das indústrias criativas pode ser atribuído em grande parte à sua força de trabalho. Foram os talentos, as capacidades e a inovação dos trabalhadores criativos que levaram o setor a dar uma contribuição significativa para a economia do Reino Unido. É vital, então, compreender as características dessa força de trabalho e garantir que o seu conjunto de competências evolui para satisfazer as necessidades em rápida mudança da indústria.

As primeiras pesquisas do Creative PEC desempenharam um papel crucial ao evidenciar a importância de trabalhadores criativos altamente qualificados para uma economia criativa de alto desempenho. Na verdade, nossa pesquisa mostrou que 95% da força de trabalho criativa trabalha em funções profissionais ou de gestão altamente qualificadas (contra 46% na força de trabalho do Reino Unido como um todo) e 73% dos empregados em profissões criativas têm uma licenciatura ou qualificação de nível superior (em comparação com 44% na força de trabalho do Reino Unido) (Giles et al., 2020).

Outras pesquisas do Creative PEC foram além dessas conclusões iniciais para acompanhar e compreender as mudanças no emprego criativo e nos requisitos de competências ao longo do tempo. Estamos pesquisando como essas necessidades podem ser atendidas a fim de otimizar a contribuição futura da força de trabalho criativa. À medida que os mercados de trabalho são continuamente abalados e os locais de trabalho transformados, não só pelas megatendências de longo prazo (por exemplo, a mudança tecnológica, a crise climática e a globalização), mas também por choques de curto prazo mais regulares, como a pandemia de

Covid-19, identificar e responder às necessidades da indústria se torna mais difícil.

A vertente de pesquisa Habilidades, Empregos e Educação do Creative PEC procurou fornecer uma combinação de avaliações estratégicas abrangentes em toda a economia criativa, combinadas com uma série de análises profundas, a fim de identificar onde há questões comuns a serem abordadas e onde há questões de pesquisa mais distintas que exigem um exame direcionado e mais detalhado. Trabalhamos com partes interessadas criativas para identificar e abordar as questões de emprego e competências mais prementes e profundamente enraizadas (Carey et al., 2019; Giles et al., 2020). No seu conjunto, esses estudos ajudaram a desenvolver uma agenda partilhada para garantir melhorias na pesquisa, nas políticas e nas práticas. Uma série de prioridades imediatas e de longo prazo estão sendo abordadas, incluindo: compreender a evolução das competências e as competências futuras; promover o bom trabalho e a qualidade das práticas de gestão; abordar a desigualdade e maximizar o valor dos talentos diversos; combater a inadequação de competências; valorizar a educação criativa; promover o desenvolvimento profissional e a aprendizagem ao longo da vida;

acesso a talentos internacionais; e fortalecer os grupos de talentos locais em todo o Reino Unido.

A análise do Creative PEC até agora mostrou como, à medida que os percursos de carreira tradicionais são transformados – desmantelando noções de empregos para toda a vida e criando carreiras de portfólio mais diversificadas – as exigências de competências também evoluíram, colocando uma ênfase crescente nas competências criativas (Easton & Djumalieva, 2018; Bakhshi et al., 2019). Por sua vez, novas e diversas opções de aprendizagem abriram-se juntamente com as transformações nas práticas de trabalho. Os sistemas nacionais de competências e de emprego em todo o Reino Unido tomaram medidas para melhorar a qualidade das rotas de ensino superior e complementar, desenvolver percursos de ensino técnico e reforçar as opções de aprendizagem ao longo da vida, modular e baseada no trabalho. Nesse contexto, o Creative PEC conduziu pesquisas para moldar o desenvolvimento de políticas que beneficiem as indústrias criativas.

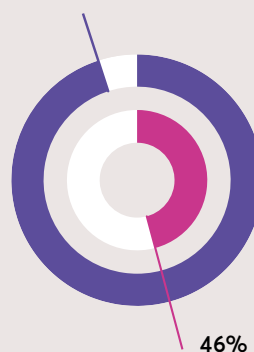
No contexto das reformas no ensino superior (ES), Bloom (2020) e Giles (2021), por exemplo, questionaram dados para compreender melhor o valor do ensino superior criativo e garantir que futuras decisões de financiamento preservem o investimento em áreas criativas de importância econômica estratégica, juntamente com habilidades em ciências, tecnologia, engenharia

e matemática (STEM). Na verdade, essa pesquisa destacou uma forte correspondência entre graduados criativos e empregos criativos, e descobriu que os graduados criativos estão mais motivados para trabalhar em funções criativas (73% dos graduados criativos aceitaram seu emprego porque oferecia o tipo de trabalho que queriam fazer, em comparação com 66% dos graduados não criativos). No geral, essas descobertas ajudaram a demonstrar a contribuição vital do ensino superior criativo. Isso também foi reconhecido na declaração política e na consulta sobre reformas do ensino superior de 2022, que reconheceu as necessidades das indústrias criativas na sua discussão de assuntos considerados “estrategicamente importantes” (Departamento de Educação do Reino Unido, 2022).

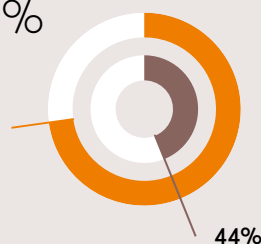
Além disso, com foco no retorno de programas de investimento e competências em diferentes áreas do Reino Unido, estudos como os de Giles e Carey (2021) e Williams et al. (2022) forneceram orientações sobre como melhorar a educação criativa localmente. Na verdade, essa pesquisa delineou fatores críticos de sucesso para os parceiros locais melhorarem a implementação de estratégias locais de competências criativas; fortalecer parcerias; enriquecer os programas nacionais com iniciativas criativas locais e personalizadas; e extrair insights de boas práticas internacionais.

“Nossa pesquisa mostrou que 95% da força de trabalho criativa trabalha em funções profissionais ou de gestão altamente qualificadas (contra 46% na força de trabalho do Reino Unido como um todo) e 73% dos empregados em profissões criativas têm uma licenciatura ou qualificação de nível superior (em comparação com 44% na força de trabalho do Reino Unido).”

95%



73%



Ao mesmo tempo, com a contínua comoção na economia do Reino Unido e a necessidade de relançar a recuperação econômica, tem havido um interesse político crescente em como criar mais e melhores empregos. Isso resulta principalmente do aumento de práticas de trabalho atípicas (incluindo o trabalho por conta própria, o trabalho em tempo parcial, os contratos sem horas de trabalho e o trabalho na economia gig), das restrições salariais e dos padrões de emprego inseguros. Nesse contexto, tem sido importante que as avaliações estratégicas do Creative PEC olhem para além dos níveis de emprego e formação e considerem o papel do bom trabalho – onde os empregos são concebidos para tirar o melhor partido e desenvolver um conjunto diversificado de talentos criativos – nos próximos anos. A Good Work Review of the Creative Industries (Centro de Políticas e Evidências das Indústrias

Criativas, 2023), realizada com partes interessadas de todo o setor em cada uma das quatro nações do Reino Unido, identifica recomendações personalizadas para as necessidades da indústria, a fim de promover empregos criativos e oportunidades de habilidades no futuro (Carey et al., 2023). Cada governo nacional comprometeu-se a implementar as recomendações da revisão para desenvolver planos nacionais que construirão locais de trabalho criativos mais justos e inclusivos. Consideradas em conjunto, as evidências de pesquisa do Creative PEC moldarão as prioridades nos próximos anos. Pode desempenhar um papel fundamental na melhoria do fluxo de talentos criativos e na garantia de que os talentos possam ser utilizados de forma mais eficaz para impulsionar o sucesso futuro na economia criativa.

Visão do setor →

Tom Philipson, Fundador do YourStudio e Vital Hardware

Uma carreira criativa não era grande coisa quando eu era criança. Eu não tinha conhecimento do setor. Como um garoto da classe trabalhadora criado em uma fazenda, parecia algo elevado e fora de alcance. Aos 20 anos, estagiei em um estúdio de design. Fiquei surpreso ao saber que poderia ser pago para apresentar ideias.

Precisamos desesperadamente preencher a lacuna para que crianças da classe trabalhadora entrem na indústria. Um dos maiores bloqueadores é a tecnologia. O setor criativo mudou e digitalizou-se tanto e tão rapidamente que as pessoas não perceberam que estamos muito atrasados. As crianças estão saindo das escolas e universidades totalmente despreparadas para trabalhar na indústria. Não é de admirar que estejam aprendendo marcenaria nas aulas de design e tecnologia na escola, em vez de também aprenderem codificação ou outras habilidades digitais. Ainda utilizamos ferramentas e pensamentos antigos neste mundo moderno.

É claro que muitas escolas não podem pagar por laptops para que as crianças iniciem sua jornada criativa. E, na universidade, não há bolsa para custear essa tecnologia. Se você está fazendo um curso sobre uma matéria criativa e aparece com lápis e papel, você está em clara desvantagem.

Quando percebi isso, comecei uma instituição de caridade chamada Vital Hardware para levar laptops das indústrias criativas a crianças carentes para ajudá-las a ter sucesso. Durante a Covid-19, ouvi falar de famílias que ensinavam vários filhos em casa com o iPhone do trabalho dos pais, pois era a única maneira de se conectarem digitalmente em casa. Uma garota com quem conversei, que estava fazendo o curso no telefone, comparou comprar um laptop a ganhar um superpoder.

Eu vejo como uma responsabilidade coletiva mudar isso. O governo precisa ajudar, fornecendo tecnologia gratuita para crianças carentes. Essa não é apenas uma forma de ajudar as crianças; como resultado, também ajudará as indústrias criativas e a nossa economia. Se quisermos ser uma potência criativa global, precisamos de diversidade no que diz respeito a ideias e origens. Essa é uma decisão muito fácil de ser tomada. Sabemos que a diversidade, em última análise, aumenta os resultados financeiros de uma empresa. Estamos lutando para encontrar talentos e temos uma enorme fonte potencial para explorar. Portanto, vamos inspirar diversas comunidades a trabalhar em empregos criativos e quebrar as barreiras que as impedem de o fazer. ■

“Se você está fazendo um curso sobre uma matéria criativa e aparece com lápis e papel, você está em clara desvantagem.”

“Uma garota com quem conversei que estava fazendo o curso no telefone comparou comprar um laptop a ganhar um superpoder.”



Propriedade Intelectual e Regulamentação

Prof. Martin Kretschmer
(Universidade de Glasgow)
Prof. Philip Schlesinger
(Universidade de Glasgow)

Explorar as formas como os direitos das pessoas que se beneficiam dos seus produtos e serviços criativos são protegidos e como o surgimento de novas tecnologias desafia os reguladores.

As leis de propriedade intelectual (PI), que normalmente concedem direitos exclusivos, incentivam indivíduos e organizações a criar e investir na produção e distribuição de conteúdos, tais como palavras, música, materiais visuais e audiovisuais e designs. A compra e venda de direitos pode, portanto, ser entendida como a moeda das indústrias criativas. Os direitos de propriedade intelectual – como os direitos de autor, os direitos de design, as marcas registadas e as patentes – são complexos e os seus efeitos são difíceis de prever e avaliar.

Em contraste, as regulamentações não são direitos privados, mas antes restrições públicas à estrutura do mercado ou ao tipo de conteúdo que pode ser produzido. Elas podem ser articuladas como deveres ou obrigações (como a produção de notícias regionais) ou oportunidades (como incentivos fiscais).

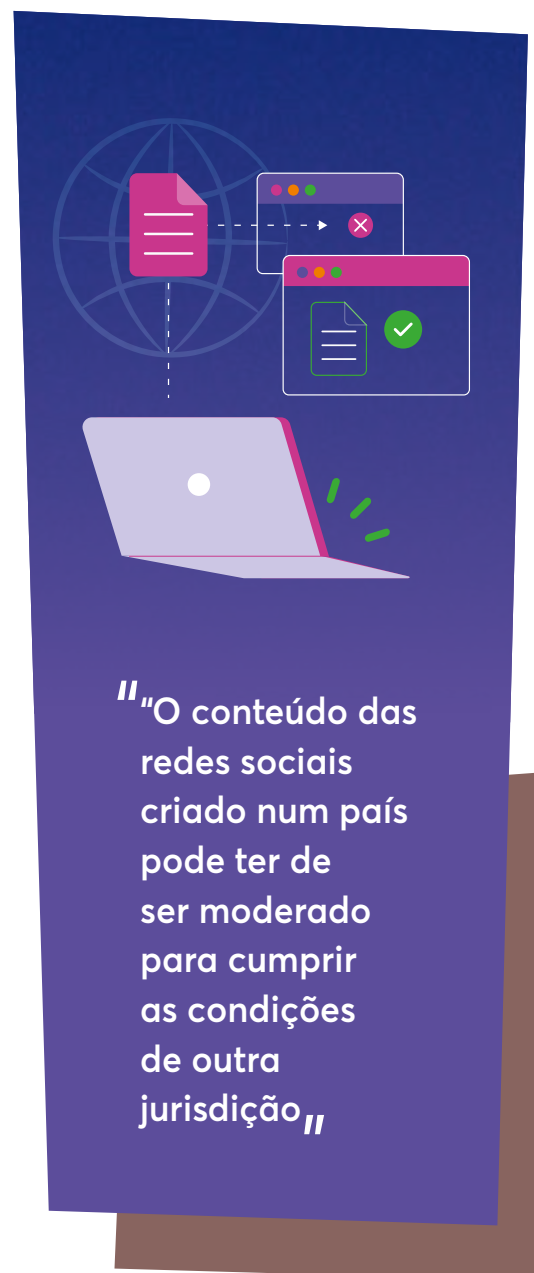
Direitos e regulamentos são criaturas da lei. Em termos comerciais, são frequentemente vistos como barreiras não tarifárias ao comércio transfronteiriço. Por exemplo, o conteúdo das redes sociais criado num país pode ter de ser moderado para cumprir as condições de

outra jurisdição. Mas os direitos e as regulamentações também podem ser uma fonte de vantagem competitiva se, por exemplo, tornarem um país um destino mais atraente para o investimento em conteúdos criativos ou em tecnologia criativa.

Nosso trabalho para o Creative PEC tem se concentrado na necessidade de alinhar a lei com o surgimento das plataformas digitais. Também respondemos à reorientação do Reino Unido para os mercados globais após a sua saída da UE. Qual é a margem para regulamentar de forma diferente?

Especificamente, nossa pesquisa teve os resultados listados abaixo.

- Catalogamos e sintetizamos todas as evidências empíricas disponíveis relacionadas à lei de direitos autorais para criar uma ferramenta de dados inovadora. Isto permite que a indústria e os legisladores questionem as evidências por setor, país, método e resultados, e descubram distorções na pesquisa realizada (www.copyrightevidence.org).
- Encomendamos 21 resumos de evidências a especialistas renomados sobre uma variedade de questões de direitos autorais e os publicamos durante um período de dois anos, culminando em uma conferência em outubro de 2022 (CREATe, 2022).
- Participamos do debate público sobre as mudanças nas condições de trabalho dos criadores primários, tais como autores e artistas, e descobrimos que o rendimento médio dos autores diminuiu acentuadamente ao longo dos últimos 15 anos, levando a uma menor diversidade na produção primária no Reino Unido (Thomas et. al., 2022). Nossos colegas fizeram parte de uma análise altamente influente dos rendimentos dos artistas na indústria musical para o Instituto de Propriedade Intelectual (Hesmondhalgh et al., 2021).
- Do ponto de vista do consumidor, o aumento do streaming mitigou a pirataria. A nossa análise secundária de dados longitudinais recolhidos pelo Instituto de Propriedade Intelectual mostra que os serviços de assinatura mudaram a forma como a indústria opera. Ela agora concentra-se mais nos gastos do que no comportamento ilegal. Os dados também mostraram que continua a existir uma parte significativa (mais velha e mais pobre) da população que ainda não foi alcançada pelos serviços de conteúdos digitais, sugerindo um potencial inexplorado para as indústrias criativas (Leung et al., 2020).
- No que diz respeito à regulamentação das grandes tecnologias e dos meios de comunicação gerados pelos usuários, avaliamos a expectativa de que as plataformas terão de antecipar os danos em vez de responder após o evento. Descobrimos que os códigos de conduta e de prática, que negociam o poder estatal e privado de novas formas, requerem atenção especial. Analisamos a possibilidade de conciliar demandas regulatórias conflitantes relacionadas à concorrência, moderação de conteúdo e controle de dados (Kretschmer et al., 2021).



Embora a saída do Reino Unido do mercado único da UE deixe espaço para divergências jurídicas em matéria de comércio eletrônico, propriedade intelectual e regulamentação tecnológica (por exemplo, no que diz respeito à inteligência artificial), a adoção de abordagens regulamentares nacionais radicalmente diferentes num ambiente digital conectado é um desafio. A abordagem emergente do Reino Unido aos códigos de prática (para empresas de plataforma) e à cooperação interagências (entre o regulador de comunicações Ofcom, a Unidade de Mercados Digitais da Autoridade de Concorrência e Mercados, o Gabinete do Comissário de Informação e a Autoridade de Conduta Financeira) está em concorrência com outros modelos globais. As plataformas estarão dispostas e serão capazes de

“Adotar abordagens regulatórias nacionais radicalmente diferentes em um ambiente digital conectado é um desafio.”

ajustar os termos de serviço para cada jurisdição? Como os reguladores nacionais auditam e aplicam, na prática, novas obrigações nas plataformas online? Os fluxos de receita das plataformas para os criadores estão mudando? As análises comparativas internacionais dos efeitos dos regimes emergentes de regulamentação tecnológica devem ser uma prioridade de pesquisa.

Visão do setor →

Chris Michaels, Diretor da The Reel Store

A indústria da mídia é baseada em como você controla a PI e como você licencia e obtém valor da PI que você cria. Isso é fundamental para as indústrias criativas.

Quando se trata de cultura, a PI é complicada. Por um lado, os mercados de comunicação social comerciais pretendem que a PI seja altamente regulamentada, enquanto, por outro, os museus e galerias assumem a posição oposta, pois acreditam que a sua função é criar e compartilhar conhecimento. Isso cria um conflito constante entre o uso regulamentado e não regulamentado de PI.

Para dar um exemplo muito simples, se você entrar na Galeria Nacional e tirar uma foto de uma das pinturas, poderá fazer o que quiser com ela, porque ela está em um ambiente de PI não regulamentado. No entanto, a Galeria Nacional controla a PI digital das representações fotográficas das suas obras, as quais são licenciadas e geram dinheiro. Dada a velocidade com que as informações circulam na internet, uma imagem pode ser enviada para todo o mundo em um período muito curto de tempo. Assim que alguém coloca uma foto tirada dos Girassóis de Van Gogh no Instagram, a Meta tem uma licença não exclusiva para fazer o que quiser com a imagem para sempre. Isso torna o fluxo de direitos incrivelmente complicado. Os museus e organizações culturais são muito pequenos e a sua capacidade de agir nessas áreas é extremamente limitado.

A saída do Reino Unido da UE tornou esses problemas ainda mais difíceis de serem resolvidos. A tentativa de responder às questões sobre como a PI deve ser gerida em diferentes casos de direitos autorais digitais, por exemplo, no contexto de obras de domínio público ou das chamadas obras órfãs (onde os autores não podem ser rastreados), cria tensões entre a evolução das diretivas de direitos autorais da UE e a legislação do Reino Unido.

Tais conflitos de PI permeiam as instituições culturais. Nos últimos oito anos, tanto no Museu Britânico como na Galeria Nacional, tive dezenas de conversas sobre os acertos e erros de uma abordagem regulamentada de PI versus uma abordagem não regulamentada de compartilhamento de conhecimento. Minha opinião é que ambos são valiosos. A Galeria Nacional depende tanto das receitas de licenciamento como em poder compartilhar conhecimento livremente. Existe um diálogo contínuo entre ambos que permanece em grande parte sem solução.

A velocidade com que as tecnologias mudam significa que os reguladores precisam desenvolver novas políticas regulamentares de forma flexível e eficiente. Isso é particularmente importante, porque quando grandes empresas tecnológicas monolíticas, como a Meta, anunciam novas políticas regulatórias internas, criam os seus próprios quadros morais e éticos. Elas têm uma plataforma grande o suficiente para que suas decisões internas sobre como regular a PI no Facebook as tornem tanto reguladoras quanto, como empresa privada sujeita à regulamentação estatal de PI, um participante. Mas continuam a agir no seu próprio interesse, enquanto os reguladores trabalham em nome da sociedade. Para o bem ou para o mal, não se pode permitir que as empresas se autorregulem totalmente nesse espaço. Simplesmente não vai funcionar. ■

“ Assim que alguém coloca uma foto tirada dos *Girassóis* de Van Gogh no Instagram, a Meta tem uma licença não exclusiva para fazer o que quiser com a imagem para sempre. Isso torna o fluxo de direitos incrivelmente complicado. ”

P&D e Inovação

Prof. Bruce Tether (*Universidade de Manchester*)

Dr Josh Siepel (*Universidade de Sussex*)

Como o governo e os financiadores devem investir em pesquisa e desenvolvimento (P&D), que é crucial para o desenvolvimento de novas tecnologias e para incentivar a inovação nas indústrias criativas.

Inovação é mais do que uma palavra da moda. Trata-se do desenvolvimento e introdução de novos produtos, serviços, experiências, processos de produção e formas de trabalhar, incluindo a criação de novas colaborações. A produtividade, a riqueza e o bem-estar são fundamentais para o crescimento econômico. Dado que as indústrias criativas estão entre as mais dinâmicas da economia do Reino Unido, elas são coletivamente altamente inovadoras. Isso não significa que cada empresa ou organização individual do setor seja altamente inovadora, mas a inovação ocorre na indústria como um todo, mesmo em áreas que normalmente podem ser vistas como lentas a mudar, incluindo museus e galerias. Na verdade, a investigação do Creative PEC destacou como tais instituições têm experimentado tecnologias digitais, como a realidade virtual, para proporcionar novas experiências imersivas ao público (Allen, 2020; Kidd et al., 2021).

Uma atividade central para a inovação em qualquer indústria, incluindo as indústrias criativas, é P&D. Na verdade, o estudo Creative Radar do Creative PEC concluiu que, apesar de serem na sua maioria pequenas ou micro, dois terços das empresas criativas estavam envolvidas em P&D (Siepel et al., 2020). Estas vão desde empresas que experimentam realidade virtual e aumentada até aquelas que desenvolvem novas tecnologias para anunciar produtos em ambientes virtuais ou gerar novos usos para motores de jogos. O estudo também concluiu que as empresas que formalizaram P&D através da atribuição de orçamentos a essa área tinham maior probabilidade de crescer.

No entanto, embora a P&D esteja generalizada no setor criativo, é provável que os mercados a subfinanciem devido às suas características distintas (Bakhshi, 2022); a saber, os gastos com P&D estão concentrados no tempo do trabalhador e do freelancer, em vez de tecnologia ou equipamento (Siepel et al., 2022). A natureza amplamente intangível do investimento em P&D pode dificultar para os financiadores tradicionais, como os bancos, apoiar empresas criativas, levando a uma situação profundamente injusta, onde os empreendedores criativos inovadores estejam mais propensos a financiar as suas empresas utilizando riqueza pessoal (Di Novo et al., 2022).

Muitos países abordam essas falhas do mercado de P&D através de créditos fiscais. Mas embora o governo do Reino Unido conceda créditos fiscais para P&D, ele aplica uma definição restrita de P&D orientada para a resolução de incertezas relacionadas à ciência e tecnologia. Como a pesquisa do Creative PEC descobriu que a P&D de muitas empresas criativas não se qualifica nesses termos (Siepel et al., 2020, 2021; Tether, 2021), apelamos repetidamente ao governo para ampliar o seu conceito de P&D para promover a inovação. (Bakhshi, 2022; Bakhshi et al., 2021). A ideia de redefinir P&D foi retomada no Manifesto Conservador de 2019 e desde então tem sido objeto de investigação governamental, embora as nossas recomendações ainda não tenham sido adotadas.

É claro que a inovação envolve mais do que P&D. Muitas empresas criativas dedicam-se ao design, que está fortemente associado à inovação e às exportações (Tether, 2021; Tether & Yu, 2022). Assim, embora seja importante ampliar o conceito de P&D, não devemos fixar-nos em P&D em detrimento de outras atividades-chave de inovação, incluindo resposta a novas oportunidades, como as novas tecnologias. A inovação nessa área pode

ser vista na ascensão da tecnologia criativa (createch) (Mateos-Garcia 2021a, 2021b; Siepel et al., 2022) e no uso crescente de inteligência artificial no setor criativo (Davies et al., 2020). Mas nem sempre é fácil para as empresas aproveitarem ao máximo essas oportunidades, pois isso envolve a realização de P&D, design e outras atividades. No entanto, elas não precisam agir sozinhas: trabalhar com os outros e utilizar recursos externos, como os de clusters criativos e universidades, são fundamentais (Lyons & Davies, 2022).

A pesquisa futura deverá procurar compreender mais plenamente a interação entre P&D, design e outras formas de inovação nas indústrias criativas. Isso ajudaria a melhorar a nossa compreensão não só dessas atividades, mas também das formas como podem ser apoiadas. De forma mais ampla, a inovação consiste em responder tanto a novas oportunidades como a novas circunstâncias. Compreender como as empresas e os trabalhadores criativos podem inovar para se adaptarem à turbulência ajudará a construir a resiliência futura do setor.

“O estudo Creative Radar do Creative PEC concluiu que, apesar de serem na sua maioria pequenas ou micro, dois terços das empresas criativas estavam envolvidas em P&D. ”



Visão do setor →

Sarah Ellis, Diretora de Desenvolvimento Digital da Royal Shakespeare Company

P&D trata-se de um estado perpétuo de descoberta para uma organização. Na Royal Shakespeare Company (RSC), procuramos oportunidades para novas experiências de público à medida que o mundo muda radicalmente. Estamos num momento muito particular da história: a convergência da geração que cresceu com a internet e daqueles para quem ela surgiu durante a vida profissional. Isso exige uma mudança na prática tradicional.

“A P&D precisa estar no centro dos valores e estruturas de uma organização para florescer.”

Eu lidero a direção voltada para o futuro da RSC, que abrange inovação e tecnologias digitais e se alinha estreitamente com o nosso propósito como instituição de caridade. Como força de trabalho, estamos explorando como ampliar o kit de ferramentas de produção teatral, como projetar novas experiências criativas para o público e como isso se integra ao ofício tradicional.

A P&D está incorporada em toda a organização. Abordamos isso através dos nossos valores: coragem, sustentabilidade e acessibilidade. A P&D precisa estar no centro dos valores e estruturas de uma organização para florescer. Para nós, P&D pode significar uma inovação tecnológica, como o uso da captura de movimento ou a conexão com uma nova geração de artistas de novas maneiras. É um portfólio amplo, integrado a todas as equipes e na forma como trabalhamos.

Recebemos uma bolsa Audience of the Future da UK Research and Innovation (UKRI), que compartilhamos entre um consórcio de organizações artísticas e parceiros de tecnologia e pesquisa. A bolsa ofereceu 30 programas de trabalho separados focados em P&D, o que nos permitiu adotar uma abordagem variada. O impacto foi sentido em todo o setor. Em parte como resultado do trabalho que realizamos através do Audience of the Future, a RSC é agora reconhecida pelo UKRI como uma organização de pesquisa independente, o que terá um enorme impacto no tipo de trabalho que seremos capazes de realizar durante a próxima década e além, uma vez que esse status permite à RSC candidatar-se a oportunidades de financiamento.

A redução fiscal de P&D tem sido fundamental para nos permitir inovar e nos permitiu recuperar alguns dos riscos que corremos. É aqui que a intervenção governamental e os programas direcionados podem fazer uma grande diferença.

O maior problema nas indústrias criativas é a falta de diversidade, que homogeneiza a inovação. É profundamente preocupante. Muitas vezes, a acessibilidade é vista como um complemento do setor, em vez de ser encarada de uma forma significativa. Quando se trata de inovação e co-design, a próxima geração de artistas e criadores não está suficientemente envolvida na tomada de decisões. Eles são vistos como beneficiários da inovação e não como parte integrante dela. Na RSC, estamos abordando isso de frente, criando programas multidisciplinares que irão aumentar muito o número de profissionais no mercado.

Quando a inovação é abordada através do princípio da inclusão, o sucesso comercial é maior. Nosso projeto Audience of the Future funcionou de uma forma completamente diferente do teatro tradicional. Trouxe 65.000 pessoas, 76% das quais eram novas na RSC e 40% das quais eram da Geração Y ou da Geração Z. É importante não apenas possuir um produto, mas também fazer parte da sua produção. Isso realmente importa. ■

“Quando a inovação é abordada através do princípio da inclusão, o sucesso comercial é maior.”



Diversidade e In

Heather Carey (*Work Advance*)
Prof. Dave O'Brien (*Universidade de S*)

Examinar as desigualdades estruturais nas indústrias criativas e como deveríamos enfrentá-las.

As indústrias criativas, tal como conceitualizadas pelos legisladores durante a década de 1990, destinavam-se a proporcionar empregos bons e bem remunerados, juntamente com uma série de benefícios sociais e econômicos mais amplos. No entanto, campanhas de grande visibilidade contra o sexismo, o racismo e outras formas de discriminação nos videogames, no teatro, no cinema, na música, nas artes visuais e na publicação, juntamente com a pesquisa acadêmica, estabeleceram que essas indústrias têm sérios problemas institucionais e laborais. Em suma, não são inclusivas nem diversas.

|| "O Creative PEC concluiu que mais de metade (52%) da força de trabalho das indústrias criativas provém de origens sócio-econômicas privilegiadas e se as indústrias criativas fossem tão diversificadas do ponto de vista sócio-econômico como o resto da economia, empregariam mais de 250.000 pessoas da classe trabalhadora. ||



Tendo como pano de fundo essas preocupações, os pesquisadores do Creative PEC basearam-se em pesquisas acadêmicas consideráveis que demonstram que as indústrias criativas são tendenciosas em relação a grupos demográficos específicos. Em particular, o setor é caracterizado pela segregação horizontal e vertical, o que significa que os cargos criativos mais seniores e influentes são dominados por homens brancos oriundos de meios sociais de classe média. Mulheres, pessoas com deficiência, pessoas oriundas da classe trabalhadora, grupos étnicos e outros grupos minoritários vêem as suas carreiras e projetos criativos restringidos por uma variedade de práticas e condições do mercado de trabalho discriminatórias.

A partir desse ponto de partida, a pesquisa do Creative PEC pretendeu fazer três contribuições: primeiro, abrir novos caminhos na sua pesquisa sobre diversidade e inclusão nas indústrias criativas; segundo,

envolver a indústria e os legisladores nesses novos estudos; e terceiro, produzir orientações práticas e propor soluções políticas para todo o sistema para tornar as indústrias criativas mais inclusivas e, portanto, mais diversificadas.

Até agora, a pesquisa do Creative PEC centrou-se principalmente na desigualdade de classes e sócio-econômica. Esse trabalho revelou uma ausência duradoura nas profissões e indústrias criativas de pessoas oriundas da classe trabalhadora. Por exemplo, o Creative PEC descobriu que mais da metade (52%) da força de trabalho das indústrias criativas provém de meios sócio-econômicos privilegiados e se as indústrias criativas fossem tão diversificadas do ponto de vista sócio-econômico como o resto da economia, empregariam mais de 250.000 pessoas da classe trabalhadora (Carey et al., 2021b). Além dessa pesquisa, que incluiu estudos abrangentes e específicos do setor sobre a publicação e – pela primeira vez – as indústrias da moda e da publicidade, o Creative PEC publicou mais um artigo sobre a classe nas indústrias de tela (Carey et al., 2021a).

“Essas indústrias têm sérios problemas institucionais e de força de trabalho. Em suma, não são inclusivas nem diversas.”

A sub-representação das pessoas oriundas da classe trabalhadora e a sobre-representação das pessoas oriundas da classe média é um problema complexo. A pesquisa do Creative PEC procurou reforçar evidências e articular de forma coerente as causas subjacentes ao desequilíbrio de

classes no setor criativo, identificando 12 pontos de desvantagem de classe ao longo da vida. (Carey et al., 2021b). O trabalho do Creative PEC também mostrou mais evidências de desigualdades intensificadas nas interseções entre classe, etnia, gênero, nível educacional, deficiência e geografia econômica. Um relatório do Creative PEC, por exemplo, concentrou-se na intersecção de classe e nível educacional entre candidatos a empregos criativos (Carey et al., 2020). Constatou-se que os candidatos oriundos de uma origem privilegiada e qualificados até ao nível de licenciatura ou superior tinham 5,5 vezes mais probabilidades de sucesso em comparação com aqueles oriundos da classe trabalhadora que foram educados até ao nível GCSE.

Para resolver alguns desses problemas, os pesquisadores do Creative PEC estabeleceram parcerias com organizações políticas e parlamentares, incluindo o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte, a Comissão de Mobilidade Social e o Grupo Parlamentar Multipartidário para a Diversidade Criativa. Essas parcerias apoiaram planos em longo prazo para impulsionar a mudança sistêmica e informaram os esforços práticos dos legisladores, órgãos comerciais da indústria, órgãos de competências, educadores e empregadores para abordar as desigualdades que sustentam a falta arraigada de diversidade e inclusão no setor criativo.

A produção de orientações para a mudança nas políticas e práticas tem sido um elemento significativo da contribuição do Creative PEC tanto para o estudo das indústrias criativas como para a resposta do setor à diversidade e inclusão. Esse foco na igualdade, diversidade e inclusão será um elemento central da segunda iteração do Creative PEC. É provável que as próprias indústrias criativas se baseiem na visão do Creative PEC – baseada em pesquisa contínua e extensa realizada por acadêmicos – de que a diversidade

e a inclusão não são questões que possam ser resolvidas por uma única intervenção ou a qualquer momento. Além disso, tornar as indústrias criativas mais diversificadas exigirá um repensar das práticas de trabalho e uma reorientação para a qualidade, bem como para a quantidade, dos empregos, como sugeriu o Creative PEC na sua Good Work Review (Carey et al., 2023). . Como mostram pesquisas do Creative PEC e de outros lugares, tornar as indústrias criativas mais diversificadas é um desafio complexo e contínuo que requer uma resposta de investigação igualmente dinâmica.

Visão do setor →

Tolu Stedford, Co-CEO do Story Compound

Aos 12 anos entrei na Companhia de Teatro Juvenil. Isso mudou minha vida. Como a única criança negra do grupo e de um grupo sócio-econômico mais baixo, me senti extremamente sortuda por estar lá. Mas mais tarde na minha carreira como atriz, a falta de diversidade na indústria acabou me afastando da atuação. Vi atores brancos com experiência comparável à minha terem uma infinidade de oportunidades, enquanto eu era rotulada como mãe ou alguém do bairro. Comecei a escrever minhas próprias produções para agregar ao ecossistema e dar oportunidades para personagens fortes e diversos.

Isso não quer dizer que nenhum progresso tenha sido feito. Quando criança, eu adorava assistir musicais, mas não havia um único personagem negro que eu pudesse imitar. Isso começou a mudar no final da minha adolescência, e ver nomes como Whoopi Goldberg na tela transformou minha percepção do que era possível. Percorremos um longo caminho na tela, mas sejamos claros: há ainda há muito que precisa ser feito. O poder nos escalões mais elevados da indústria ainda é muito branco ou, para ser generosa, com sardas. Isso não significa que os que estão no topo devam sair da sala, mas

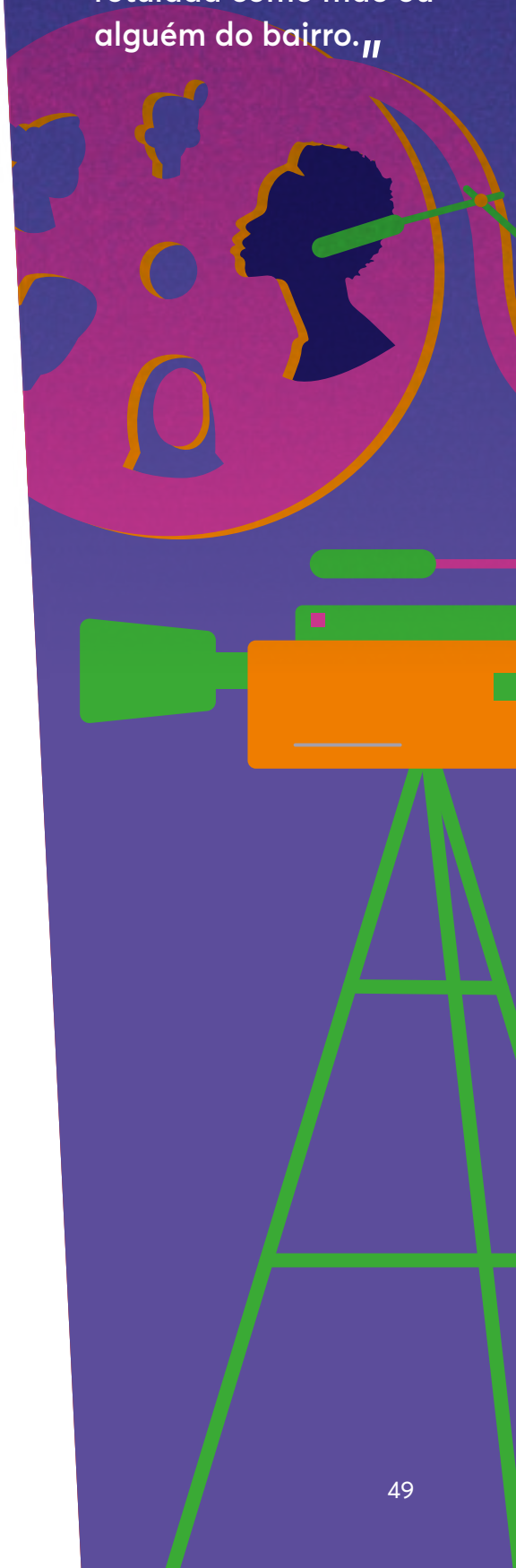
precisam abrir a porta e abrir espaço para que outros se juntem a eles. Mesmo com a melhor vontade do mundo, isso não é fácil porque quando se olha para o conjunto, as opções são muitas vezes limitadas. Você não pode elevar pessoas a posições-chave se elas não tiverem a experiência certa. Meu trabalho na Story Compound envolve observar o fluxo de talentos e colocar algum esforço concentrado no que chamo de máquina. O governo precisa investir em empresas que estão construindo a máquina que irá gerar diversos candidatos para cargos na indústria, incluindo cargos superiores.

Os legisladores também precisam abordar as barreiras à entrada na indústria enfrentadas por pessoas oriundas de meios sócio-econômicos mais baixos. As indústrias criativas são elitistas e privilegiadas, porque é preciso trabalhar muito tempo sem qualquer segurança no emprego. Há uma necessidade urgente de mudar essa situação: os grupos sócio-econômicos mais baixos abrangem todos os outros grupos marginalizados, e a superação desses obstáculos será uma mudança de jogo, permitindo que mais talentos de grande porte e diversificados passem por essa porta.

Temos uma força de trabalho que tem tudo o que é necessário para ter sucesso: a educação, o talento, o potencial, a motivação e o coração. Agora, precisamos descobrir como fazer a transição deles para a indústria. Isso levará a um conteúdo rico e diversificado que representa o mundo como ele é. ■

“O governo precisa investir em empresas que estão construindo a máquina que irá gerar diversos candidatos para cargos na indústria, incluindo cargos superiores.”

“Vi atores brancos com experiência comparável à minha terem uma infinidade de oportunidades, enquanto eu era rotulada como mãe ou alguém do bairro.”



Modelos de Negócios e Acesso a Financiamentos

Dr Josh Siepel (*Universidade de Sussex*)
Prof. Bruce Tether (*Universidade de Manchester*)

Como as empresas criativas estão mudando a forma como operam, alcançando novos mercados e tendo acesso a diferentes tipos de financiamento.

Como as empresas das indústrias criativas ganham dinheiro? Depende do seu modelo de negócios. Os modelos de negócios referem-se às maneiras pelas quais as empresas se organizam para agregar valor aos clientes e gerar receita. As empresas e os trabalhadores criativos geram rendimento através de um conjunto vasto e frequentemente mutável de modelos de negócio. Muitos desses modelos podem ser novos, à medida que as empresas respondem às mudanças nos mercados ou a fatores externos. O modelo de negócio de uma empresa também tem implicações na sua capacidade de acesso a financiamentos. As alterações ao modelo são, portanto, de vital importância; por essa razão, o Creative PEC tem como objetivo compreender melhor os motores da mudança para modelos de negócios criativos e como as empresas criativas acessam o financiamento.

“A resiliência demonstrada pelas empresas e as formas como mudaram as suas práticas para sobreviver têm muito a nos dizer sobre a sua capacidade de adaptação.”

Nos primeiros cinco anos do Creative PEC, testemunhamos um evento que exigiria uma mudança dramática nos modelos de negócios de muitas empresas: a pandemia da Covid-19. A pesquisa do Creative PEC ajudou a documentar as formas como as empresas (Burger, 2020; Leung & Davies, 2021) e os indivíduos (Bakhshi, 2020; Bakhshi et al., 2022) responderam à agitação associada aos lockdowns. A resiliência demonstrada pelas empresas e as formas como mudaram as suas práticas para sobreviver têm muito a nos dizer sobre a sua capacidade de adaptação (Siepel et al., 2021).

A pesquisa encomendada pelo Creative PEC também explorou as mudanças nas formas como o valor é criado e distribuído nas

indústrias criativas – desde as trajetórias de carreira e formas de trabalho dos freelancers (Henry et al., 2021) até as formas como organizações âncoras locais, como conselhos, universidades e outros grandes empregadores podem impulsionar o crescimento local, como visto em lugares como Preston (Whyman et al., 2021).

Muitas empresas criativas geram receitas a partir de serviços ou conteúdos criativos. Como resultado, podem não ter os ativos tangíveis que os bancos ou outras instituições financeiras normalmente esperam quando avaliam uma empresa ou procuram garantias. As empresas criativas podem, portanto, ter dificuldades para aceder ao capital que necessitam para crescer. A pesquisa do Creative PEC procurou ajudar a esclarecer o problema. Por exemplo, Di Novo et al. (2022) descobriram que os proprietários de empresas criativas e inovadoras são mais propensos a recorrer ao uso de capital pessoal para financiar os seus negócios na ausência de financiamento de fontes como o capital de risco. Da mesma forma, o relatório Creative Radar 2020 mostrou que as empresas em micro clusters localizadas fora de clusters maiores são mais propensas a querer crescer, mas também mais propensas a perceber o financiamento como uma barreira ao crescimento em comparação com empresas em clusters maiores (Siepel et al., 2020).

No ano seguinte, o Creative Radar 2021 constatou que muitas empresas tinham identificado necessidades de investimento, mas não tinham capital para fazer esses investimentos essenciais (Siepel et al., 2021).

As futuras prioridades de pesquisa incluirão a compreensão das formas complexas e evolutivas através das quais as empresas geram valor para os clientes e para a sociedade em geral, e como elas se beneficiam da criação desse valor. Outra prioridade será investigar como as empresas criativas podem ter acesso ao capital de que necessitam para desbloquear o seu potencial de crescimento. Há uma enorme heterogeneidade entre modelos de negócios criativos – desde práticas de arquitetura tradicionais e empresas de jogos dependentes de criptografia até gravadoras e companhias de teatro independentes – todas elas lidando com um ambiente tecnológico, regulatório e de mercado em rápida mudança. Isso é ao mesmo tempo um desafio e uma oportunidade para lançar luz sobre uma área que tem sido difícil de compreender. À medida que o Creative PEC olha para o futuro, a parceria com organizações e empresas subsetoriais para compreender os desafios que enfrentam será cada vez mais importante para ajudar a garantir a resiliência desses setores.



“Di Novo et al. (2022) descobriram que os proprietários de empresas criativas e inovadoras são mais propensos a recorrer ao uso de capital pessoal para financiar os seus negócios na ausência de financiamento de fontes como o capital de risco.”

Visão do setor →

Maria Tanjala, Cofundadora da FilmChain

Sou empresária há oito anos. Quando me formei em 2010, não havia muitas oportunidades para iniciar a carreira como diretora. Então assumi funções na produção, progredindo antes de me tornar produtora. Por fim, fui cofundadora da FilmChain em 2018 para resolver problemas de empresas de cinema e TV que lutavam para obter royalties.

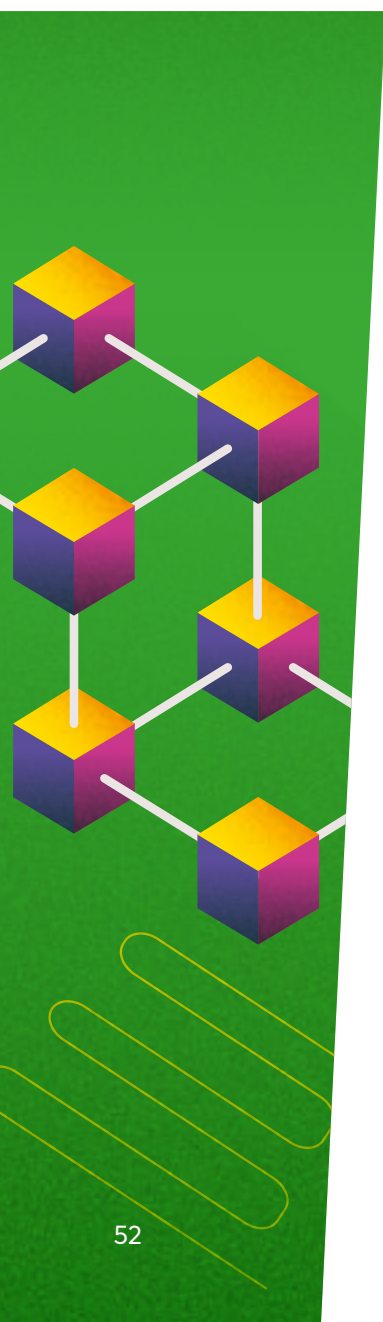
Na indústria cinematográfica e televisiva, muitos processos são manuais e não transparentes. Não há muita responsabilização e os relatórios são muito pobres. Um relatório da Comissão Europeia de 2022 concluiu que aproximadamente 30% das receitas da indústria nunca chegam às pessoas que ganharam o dinheiro (Comissão Europeia, Diretoria Geral de Redes de Comunicações, Conteúdos e Tecnologia, 2022). Às vezes, leva anos para que produtores, investidores, financiadores, agentes de vendas e diretores de talentos sejam pagos. A FilmChain cobra receitas e faz pagamentos quase em tempo real. É essencialmente um sistema automatizado de gestão de royalties.

A FilmChain está na vanguarda do uso de tecnologia, incluindo blockchain e tecnologia financeira, para reduzir o atrito e acelerar os fluxos de pagamento. Tem sido uma grande parte do trabalho de P&D que realizamos com o apoio da Innovate UK. O Blockchain permite-nos partilhar todos os dados financeiros que passam pelos nossos sistemas para que as partes

interessadas que fazem parte do plano financeiro possam verificar as transações e o desembolso das receitas. Embora isso gere confiança e forneça transparência, todos os pagamentos são em moeda fiduciária e os clientes nunca usam tokens ou criptografia.

A pandemia de Covid-19 forçou as empresas da indústria cinematográfica e televisiva a inovar e a mudar a forma como operam. À medida que as pessoas passavam muito mais tempo em frente às telas, elas se acostumaram a usar novos sistemas e ferramentas, como painéis, plataformas, insights e análises. Alguns proprietários de empresas aprenderam como ser um negócio digital, o que os abriu para partilhar ideias e abraçar iniciativas tecnológicas. As empresas não tinham outra escolha senão adaptar os seus modelos de negócio.

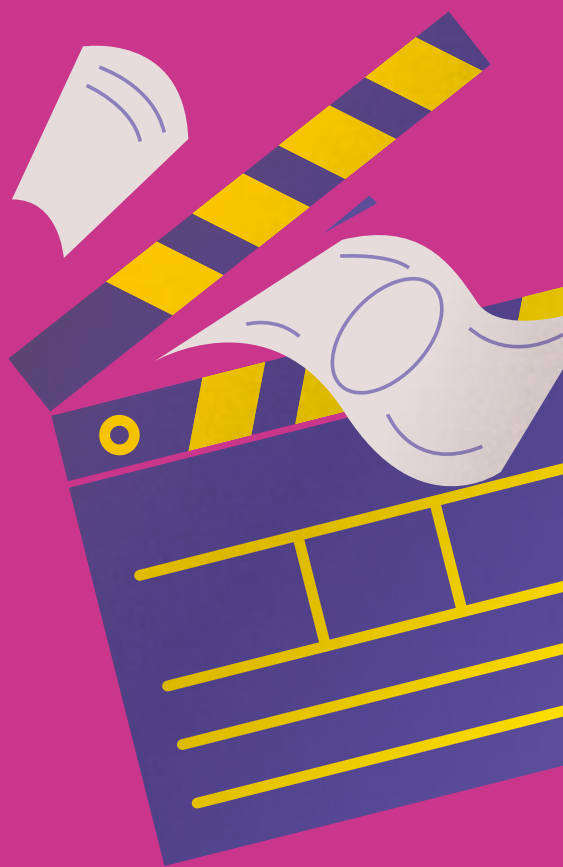
No entanto, o setor do cinema e da televisão ainda pode parecer uma zona não regulamentada – um oeste selvagem. As pessoas trabalham muitas horas e os empregadores por vezes exploram os recém-chegados



ao setor. Durante a pandemia, houve falta de compreensão por parte dos legisladores sobre como funcionam as indústrias criativas. Por exemplo, muitas pessoas no setor tiveram dificuldade em ter acesso aos esquemas de licença, porque são contratadas como trabalhadores independentes e ao abrigo do PAYE várias vezes por ano. As pessoas ficaram desesperadas porque não se qualificavam para receber suporte – elas simplesmente foram negligenciadas. Relatórios da indústria também mostraram que a produção para cinema e TV é completamente insustentável. Por exemplo, 82% dos produtores nomeados/ vencedores do BAFTA ganharam menos de £ 15.000 por ano entre 2015 e 2020 (UK Producers' Roundtable, 2020). É importante transmitir a mensagem de que, se nada mudar, continuaremos a perder talentos – empreendedores, diretores, produtores e criadores de conteúdos – para indústrias que responderão às suas necessidades. ■

“A pandemia de Covid-19 forçou as empresas da indústria cinematográfica e televisiva a inovar e a mudar a forma como operam.”

“Relatórios da indústria também mostraram que a produção para cinema e TV é completamente insustentável. Por exemplo, 82% dos produtores nomeados/ vencedores do BAFTA ganharam menos de £ 15.000 por ano entre 2015 e 2020.”



Serviço Público de Radiodifusão

Prof. Stuart Allan (*Universidade de Cardiff*)

Medição do valor econômico e cultural do serviço público de radiodifusão (PSB).

Precisamente, o que conta como PSB varia de sistema de comunicação social de um país para outro. A maioria das definições, contudo, concorda que deveria girar em torno de um espírito de serviço público, que contrastasse com as prioridades econômicas (orientadas para o lucro) da radiodifusão privada ou comercial. Os sistemas PSB também se esforçam normalmente para promover determinados objetivos cívicos e valores normativos, corrigindo assim as deficiências percebidas no mercado, mantendo, em princípio, a independência do governo.

Desde a sua criação na década de 1920, o modelo em evolução da BBC no Reino Unido tem sido consideravelmente influente, com alguns dos seus princípios principais emulados de perto em vários países. Os dados das sondagens de opinião indicam que os membros do público britânico vêem a BBC como uma fonte confiável de notícias imparciais e reconhecem que a rede desempenha um papel proeminente – e popular – na vida pública (Ofcom, 2022). Exemplos deste último incluem a cobertura da BBC das Olimpíadas e do Festival de Glastonbury, relatos de testemunhas oculares sobre a guerra na Ucrânia, fornecimento de conteúdo educacional para crianças

em idade escolar durante a pandemia de Covid-19, investimento em pesquisa e desenvolvimento e cobertura da morte da Rainha Elizabeth II.

No entanto, à medida que as novas tecnologias e as mudanças nos comportamentos do público continuam a transformar o panorama global dos meios de comunicação social, é vital explorar o futuro papel e propósito do PSB no Reino Unido e analisar como é possível continuar a criar valor para o público britânico (Allan & Chivers, 2022b).

Além de apresentações acadêmicas e artigos de periódicos revisados por pares, a pesquisa do Creative PEC contribuiu para uma série de debates políticos importantes. Procuramos compreender a proposta de valor do PSB, examinando as atuais políticas e objetivos que moldam a forma como as diferentes emissoras públicas do Reino Unido – a BBC, o Canal 4, o Canal 5, a ITV e a S4C – beneficiam os seus telespectadores, ouvintes e leitores online.

“É vital explorar o futuro papel e propósito do PSB no Reino Unido e analisar como ela pode continuar a criar valor para o público britânico.”

Nos últimos cinco anos, os membros dessa vertente de trabalho do Creative PEC reuniram e submeteram evidência a numerosos inquéritos, incluindo: a consulta da BBC sobre licenças de televisão gratuitas para maiores de 75 anos; a consideração da Câmara dos Comuns sobre o futuro do PSB; a investigação do Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) sobre a descriminalização da evasão de licenças de TV; duas consultas do Ofcom (uma sobre a redução planejada da BBC nas horas de transmissão alocadas ao programa de notícias infantil *Newsround*, a outra sobre a cota de produções originais do CBBC); e o trabalho do British Film Institute sobre a representação de crianças na tela.

Após o acordo renovado do governo sobre a taxa de licença da BBC em 2022, que congela a taxa por mais dois anos antes de aumentar anualmente com a inflação até 2028, apresentamos evidências orais e escritas ao inquérito do Comitê de Comunicações da Câmara dos Lordes sobre futuros modelos de financiamento da BBC (Allan & Chivers, 2022a; Parlamento do Reino Unido, 2022). Vimos com bons olhos a decisão do governo de cancelar os seus planos de privatização do Canal 4

(Chivers & Allan, 2022c). A nossa pesquisa – submetida aos inquéritos do DCMS e da Câmara dos Lordes – mostrou como e porquê a privatização colocaria em risco a sustentabilidade da missão de serviço público do Canal 4, reduziria a concorrência no comissionamento de programas e perturbaria a ecologia de radiodifusão mais ampla do Reino Unido (Creative PEC, 2022; Chivers & Allan, 2022d). Mais recentemente, examinamos as propostas do informe técnico do governo para radiodifusão e partilhamos a nossa avaliação através do website do Creative PEC, entre outros canais (Chivers & Allan, 2022b).

A nossa pesquisa de valor público informa grande parte do nosso envolvimento com o governo e legisladores. Num documento de discussão para o Creative PEC, desenvolvemos uma nova tipologia que capturou seis formas de valor criadas pelo PSB – social, cultural, econômico, industrial, representacional e cívico – a fim de avaliar os benefícios, restrições, riscos e oportunidades que representam para uma ecologia PSB em mudança (Allan & Chivers, 2022b). Embora essa estrutura analítica tenha sido amplamente citada, continuamos a testar e a refinar

As seis formas de valor criadas pelo PSB



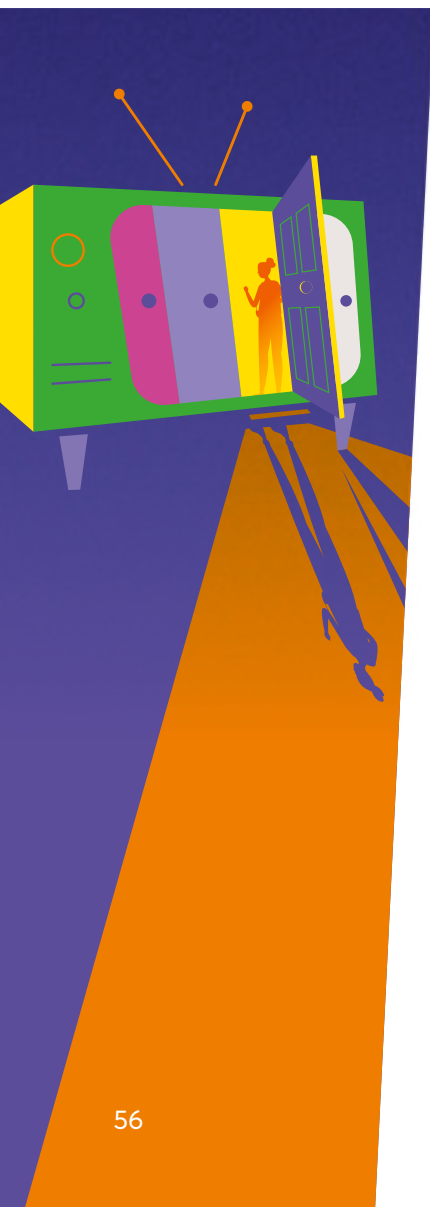
“Desenvolvemos uma nova tipologia que capturou seis formas de valor criadas pelo PSB – social, cultural, econômico, industrial, representacional e cívico – a fim de avaliar os benefícios, restrições, riscos e oportunidades que representam para uma ecologia PSB em mudança”

sua potencial aplicabilidade, inclusive através de entrevistas aprofundadas com líderes de opinião em radiodifusão, especialistas da indústria e outras partes interessadas (Chivers & Allan, 2022a).

À medida que a indústria e os legisladores aguardam a próxima Lei da Mídia do governo, bem como a revisão intercalar da BBC em 2023, esperamos apresentar novas provas para esses debates urgentes. As principais dimensões do nosso trabalho aqui são a proposta de valor do PSB para pessoas com menos de 30 anos e as suas implicações na criação de conteúdos inovadores e envolventes que se alinhem com as novas realidades do mercado. Com a influência das plataformas globais – Netflix, Amazon Prime, Disney+ e outras – a por em causa o futuro do PSB num clima de considerável incerteza e perturbação tecnológica, agora é o momento de reforçar a contribuição do PSB para a vida pública britânica e o seu papel notável na revitalização dos setores culturais e criativos do país.

Visão do setor →

Patrick Younge, ex-Diretor Criativo, BBC Production



Minha carreira jornalística começou no final da década de 1980. Um dos meus primeiros empregos foi na London Weekend Television. Eles estavam fazendo um programa 10 anos após o motim de Brixton em 1981 e precisavam de um negro que pudesse bater de porta em porta e encontrar histórias. Foi assim que entrei na televisão. Depois de ver Trevor Phillips e Trevor McDonald na televisão, eu queria estar na tela, mas depois de conseguir um emprego de repórter regional na BBC, fui colocado em aulas de elocução, porque meu sotaque não era suficientemente lapidado.

Voltei à produção e subi na hierarquia da BBC, do Canal 4 e do Travel Channel (EUA), antes de liderar o estúdio de produção interno da BBC. Mais recentemente, fui cofundador da Cardiff Productions e tornei-me Presidente do Conselho da Universidade de Cardiff e diretor não executivo da ITV.

O PSB é importante por muitas razões, mais obviamente como fonte confiável de notícias e assuntos atuais. Mas precisamos pensar no PSB como um ecossistema. Temos o PSB comercial, a BBC (um PSB financiado por taxas de licença) e o Canal 4 (um PSB financiado por publicidade). As nossas emissoras de serviço público trabalham com diferentes modelos econômicos, o que confere alguma resiliência a todo o sistema.

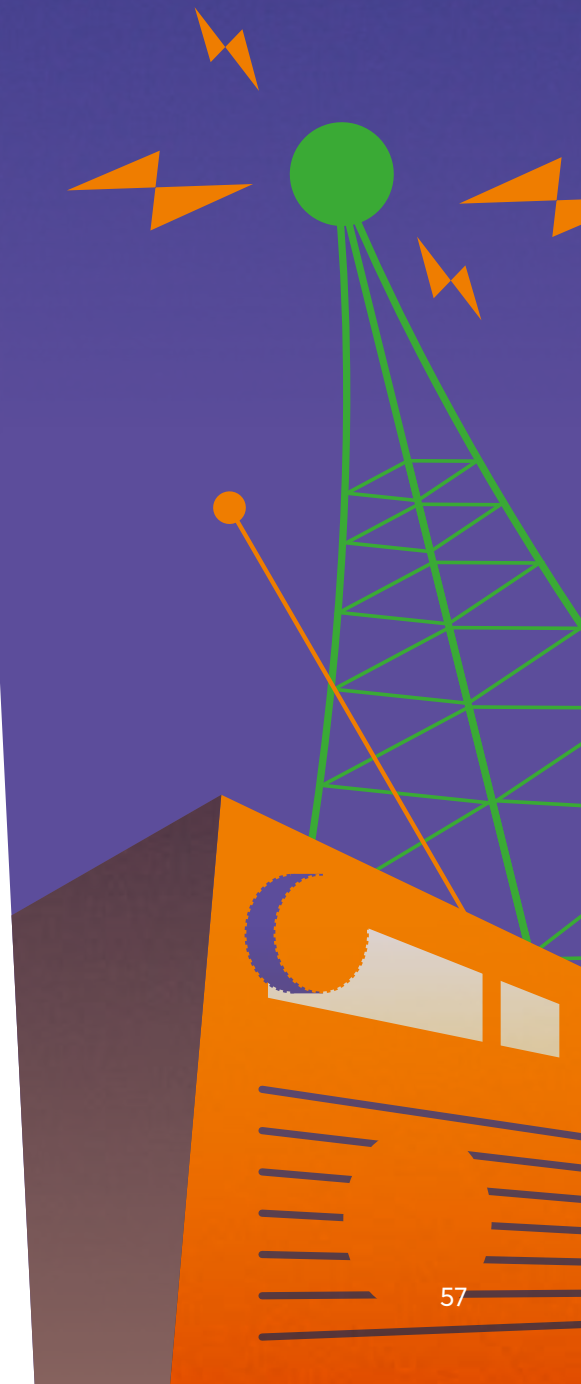
Houve algumas mudanças no PSB nos últimos 10 anos. A maior foi o crescimento dos serviços de entrega digital on-demand, que foi acelerado pela Covid-19. Outra mudança significativa é o corte de 30% no financiamento a prazo real da BBC desde 2012. Muitas pessoas ainda recebem notícias da rádio local, especialmente num mundo onde os jornais locais entraram em colapso. A importância dos serviços locais da BBC para a democracia local não pode ser subestimada.

Um exemplo de como a política governamental teve impacto na forma como o PSB opera está na exigência de transferir o trabalho de radiodifusão de Londres para outras regiões. Originalmente, as emissoras tinham de realizar mais de 25% do seu trabalho fora de Londres e esse número está agora a caminho de 50%. Tem havido um êxodo de empresas, especialmente as mais pequenas, que se deslocam de Londres para se qualificarem para financiamento. Isso levou a mais empregos regionais, mas a menos diversidade. Mudamos a nossa produtora para Cardiff, mas para atrair pessoal etnicamente diversificado, muitas vezes temos de recrutar candidatos em Londres.

O setor criativo tornou-se precário. Eu tinha um contrato de seis meses quando comecei, mas rapidamente mudei para um contrato anual. Agora, contratamos pessoas por apenas alguns dias. Essa falta de segurança mina os esforços para trazer mais diversidade étnica e mais pessoas da classe trabalhadora para a indústria.

Nos próximos cinco anos, a BBC terá um novo Estatuto e um acordo sobre taxas de licença. Uma taxa de licença de dois níveis está sendo cada vez mais alardeada, à qual me oponho veementemente porque haverá formadores de opinião decidindo o que é bom para as massas e o que é premium, e perder-se-á o cobiçado princípio da universalidade. Acabaremos com uma BBC devidamente financiada e um mecanismo de financiamento que permaneça universal e igualitário? Esse é o grande desafio político. ■

“Muitas pessoas ainda recebem notícias da rádio local, especialmente num mundo onde os jornais locais entraram em colapso. A importância dos serviços locais da BBC para a democracia local não pode ser subestimada.”



Clima

Alison Tickell (*Julie's Bicycle*)
Eliza Easton (*Nesta*)

Como as indústrias criativas podem contribuir para a resolução da crise climática.

Em 2019, o Parlamento do Reino Unido aprovou uma resolução declarando uma emergência ambiental e climática. Dois anos depois, o governo publicou a sua Net Zero Strategy: Build Back Greener, que apresenta propostas para a descarbonização de todos os setores econômicos até 2050 (Governo do Reino Unido, 2021). Existe agora uma oportunidade significativa para as indústrias criativas impulsionarem a descarbonização nos seus próprios setores e outros. O discurso sobre a crise climática tem sido liderado por economistas, cientistas e políticos, com representantes da cultura – valores, estilos de vida, comportamentos e gostos – em grande parte ausentes. Precisamos mudar essa narrativa para que as pessoas que trabalham nas indústrias criativas – designers, curadores, artistas e inventores, que têm uma influência incomensurável sobre as nossas vidas – estejam no centro das soluções.

Em 2021, as indústrias criativas empregaram 2,3 milhões de pessoas e o então Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) estimou que elas representavam 5,6% do valor agregado bruto (VAB) da economia total do Reino Unido (UK DCMS, 2022a, 2022b). Isso gera uma pegada ambiental considerável, com muitos dos seus impactos incorporados em cadeias de abastecimento complexas em todo o mundo. Em 2022, o Creative PEC, a organização criativa sem fins lucrativos Julie's Bicycle e a BOP Consulting colaboraram no relatório Creative Industries and the Climate Emergency: The Path to Net Zero (Julie's Bicycle & BOP Consulting, 2022). Ele apresentou, pela primeira vez, uma visão geral dos impactos ambientais de todas as indústrias criativas, das artes visuais aos videogames, juntamente com um retrato das iniciativas da indústria, das barreiras ao progresso e do que é necessário

para reforçar os esforços existentes para enfrentar a crise climática.

Tal como estabelecido nesse relatório, precisamos de mudanças radicais para descarbonizar o nosso setor. As escolhas que fazemos quando compramos, usamos, vendemos, descartamos ou terminamos qualquer projeto ou coisa são muitas vezes feitas sem considerar as consequências ambientais – ou, talvez mais comumente, não somos capazes de fazer escolhas melhores porque elas simplesmente não existem. Os impactos ambientais são bastante claros. No entanto, apesar da gravidade da situação, há razões para otimismo. A mensagem definitiva da nossa pesquisa é que a crise climática e natural é bem compreendida pelo setor criativo, a ação é uma prioridade e está sendo pensada seriamente para que a coisa certa seja feita. Desde grandes



instituições e empresas até associações comerciais, festivais e startups, as organizações criativas estão determinadas a promover mudanças positivas. Não se trata simplesmente de *greenwashing* e de declarações vagas da indústria, mas sim de um compromisso firme que pode ser visto em metas tangíveis e programas de trabalho. As restrições são muitas, mas a vontade existe.

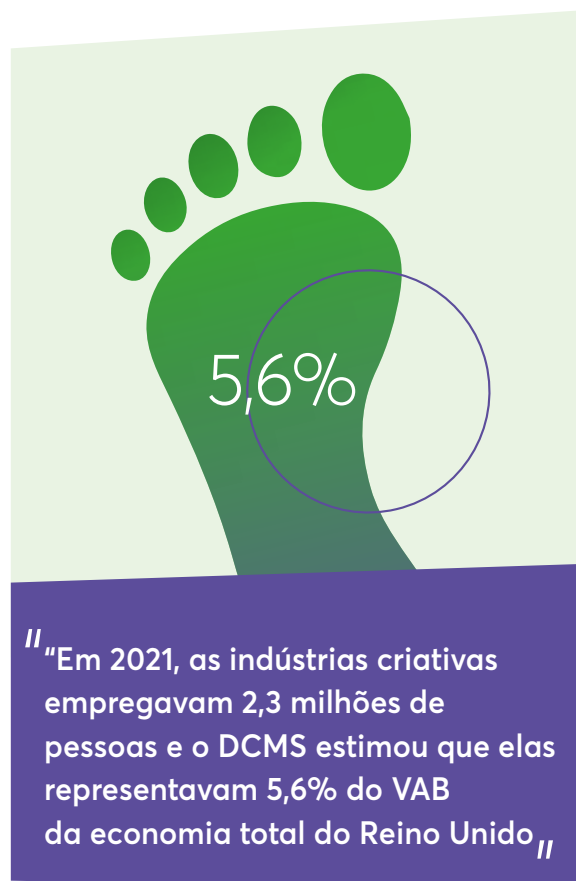
Dois dos muitos exemplos demonstram como o setor está tomando medidas em larga escala para resolver essa questão crítica. As Ferramentas Verdes Criativas, que a Julie's Bicycle desenvolveu pela primeira vez há 10 anos, são usadas por mais de 800 Organizações de Portfólio Nacional (organizações artísticas que recebem financiamento do Arts Council England por um determinado número de anos) todos os anos para ajudá-las a relatar seu impacto ambiental para o Arts Council England. A ferramenta albert da Academia Britânica de Cinema e Televisão (BAFTA) foi usada por 1.300 produtoras de TV e filmes. Ambas as iniciativas calculam o impacto ambiental das atividades de uma empresa e promovem ações para reduzi-lo.

No entanto, para que o setor progrida ainda mais, é necessário apoio governamental. Embora a 26ª Conferência das Nações Unidas sobre Alterações Climáticas (COP26), realizada em Glasgow, em 2021, tenha ajudado a galvanizar a ação da indústria, o envolvimento do governo do Reino Unido desde então tem sido decepcionante. O panorama internacional tem sido mais promissor. Na COP27 de 2022 em Sharm el-Sheikh, Egípto, a arte, o design, a cultura e o patrimônio provaram ser poderosos defensores de soluções para a crise climática e, pela primeira vez, a cultura foi incluída no plano de implementação política acordado na conferência. É um começo: um reconhecimento de que a cultura é importante.

Se os governos quiserem apoiar as indústrias criativas nos seus esforços de descarbonização, sugerimos que terão de desenvolver não apenas um roteiro intersetorial, mas também estratégias subsetoriais que reconheçam as idiossincrasias de diferentes partes do setor. É por isso que, enquanto o relatório das Indústrias Criativas e a Emergência Climática analisou todo o setor criativo, o Creative PEC também comissionou pesquisas que visam satisfazer as necessidades específicas dos subsectores. Em particular, comissionamos dois

pacotes de pesquisa que analisam os desafios únicos e substanciais que o setor da moda enfrenta, bem como uma série de estudos de caso que farão parte da iniciativa *Theatre Green Book* – um guia prático para tornar as produções mais sustentáveis (Theatre Green Book, n.d.).

Ainda há muito a fazer e a nossa investigação produziu uma série de recomendações práticas tanto para o governo como para a indústria. Por exemplo, o Design Council estimou que cerca de 80% dos impactos ambientais de um produto são determinados na fase de concepção (Tischner et al., 2000); portanto, recomendamos que todos os cursos superiores de design tornem a sustentabilidade um componente obrigatório. A definição de imposto dada pela His Majesty's Revenue & Customs (HMRC) também requer alterações. Atualmente exclui a P&D nas artes, humanidades e ciências sociais e, portanto, inibe as empresas criativas de experimentarem a redução de carbono ou a inovação sustentável em geral. Desde a publicação do relatório *Indústrias Criativas e a Emergência Climática*, o Conselho das Indústrias Criativas tem analisado mais de perto as questões climáticas e espera-se que esse trabalho continue após a publicação da *Visão Setorial das Indústrias Criativas do governo*.



Em termos da agenda de pesquisa, o Creative PEC procurará tornar o clima uma prioridade mais significativa em todos os trabalhos futuros, tanto através de projetos que analisam especificamente os desafios e oportunidades relacionados a assuntos como a descarbonização, além de garantir cortes climáticos em todos os nossos outros temas. Afinal, não faz sentido tratar assuntos como modelos de negócio, exportações e inovação como algo separado da crise climática. Incorporar o clima como uma prioridade em todos os temas do Creative PEC também será fundamental, pois espera-se que a Avaliação de

Impacto Ambiental se torne uma parte obrigatória da análise de todos os programas em todos os departamentos governamentais (Tesouro do Reino Unido, 2022).

As indústrias criativas podem ter uma influência desproporcional na sociedade, para além dos seus impactos diretos. Elas estão, portanto, numa posição única para promover mudanças positivas. A comunidade criativa já está se reunindo – com engenho, clareza e atenção – em torno do que importa. Agora, o setor criativo requer evidências e apoio político para maximizar o seu impacto.

Visão do setor →

Stephen Bennett, Codiretor do Policy Lab e Visual Artist

Estou interessado na interação de ideias, evidências, emoções e políticas. Sou artista visual e codiretor do Policy Lab, uma equipe cuja missão é melhorar radicalmente a formulação de políticas por meio do design, da inovação e de abordagens centradas nas pessoas.

A crise climática é uma questão política crítica. Há uma enorme quantidade de evidências sobre o que é necessário para resolver essa questão, mas não estamos assistindo à intervenção política sistêmica necessária em uma escala global. O que está faltando? Inspiro-me no neurologista Donald B. Calne, que argumenta: "A razão leva a conclusões. A emoção leva à ação" (Calne, 2010, p. 253).

Isso me leva a examinar o papel que as artes e as ciências podem desempenhar na tomada de decisões no que diz respeito à crise climática. Em obras como *Glass House*, experimentei diferentes técnicas artísticas para tornar a informação bonita, ou ilegível, ou transparente, ou mais simples ou mais complexa. Em cada caso, estou perguntando sobre o que é deixado de fora quando nos concentramos apenas nas evidências.

Existem várias maneiras pelas quais a arte está particularmente bem posicionada para galvanizar mudanças políticas em conjunto com informações científicas. Examinei criticamente estudos de caso de todas as artes que levaram a mudanças políticas (Bennett, 2021). O *Blue Planet II* da BBC incluiu uma cena poderosa em que David Attenborough mostrou como o plástico estava sendo regurgitado e dado aos filhotes de albatrozes. Logo surgiu a legislação no Parlamento para proibir o fornecimento de canudos, mexedores e cotonetes plásticos. Houve um apoio público esmagador, com pesquisas de Waitrose & Partners mostrando que 88% das pessoas mudaram a forma como usavam o plástico depois de assistir ao episódio final da série (Waitrose & Partners, n.d.).

A arte pode apresentar alternativas para o que é bom. A crise climática evoca emoções negativas – culpa, vergonha e insegurança – e encoraja-nos a concentrar-nos naquilo que não deveríamos fazer. A arte pode abrir uma conversa positiva sobre uma visão de uma forma de vida melhor e criar o desejo de agir. Um desafio interessante para os artistas é encontrar formas de interagir e apresentar evidências políticas de uma forma visual, interativa e inesperada para ajudar as pessoas a imaginar e cocriar um futuro possível. O Policy Lab está levando esse desafio ao centro do governo através de programas práticos como o MANIFEST, que é financiado pelo Arts and Humanities Research Council para considerar o papel que os artistas podem desempenhar no processo político.

Existem também formas práticas pelas quais a arte e as indústrias criativas em geral podem liderar a ação climática, especialmente através de processos e materiais. Como artista praticante, desafio-me a não utilizar novos materiais na produção de obras de arte. Colocar essas restrições sobre nós mesmos não é apenas importante do ponto de vista da sustentabilidade, mas convida-nos a pensar de forma diferente e muitas vezes resulta em trabalhos originais. As indústrias criativas podem liderar o desenvolvimento dessa mentalidade: desafiar os processos existentes para fazer as coisas de formas novas e sustentáveis.

Um dos meus principais valores é a importância das evidências na tomada de decisões. Mas se ignorarmos outras dimensões – emoções, valores, preferências e histórias – estaremos fadados ao fracasso. Não é tão simples como dizer “Temos as provas, por isso agora precisamos de algo criativo para fazer as pessoas prestarem atenção”. É mais exploratório, aditivo e não linear. Trata-se da forma como podemos interagir com as evidências de uma forma sensorial e dialógica. E é um desafio emocionante para os artistas e as indústrias criativas estarem envolvidas. ■

“Como artista praticante, desafio-me a não usar novos materiais na produção de obras de arte.”

“A arte pode abrir uma conversa positiva sobre uma visão de uma forma de vida melhor e criar o desejo de agir.”



O Conselho Internacional do Creative PEC



O Conselho Internacional do Creative PEC é uma rede de profissionais líderes em políticas e economia criativa de todo o mundo, convocada pelo British Council. O grupo desempenha um papel fundamental na revisão e fornecimento de uma perspectiva internacional sobre as atividades do Creative PEC e, desde a sua fundação, tornou-se uma voz de liderança em questões globais relacionadas ao setor criativo.

Durante a pandemia, vários membros do Conselho Internacional forneceram-nos informações sobre os seus desafios, experiências e fontes de inspiração. Como parte de uma série de blogs, ouvimos sobre o impacto da pandemia nas indústrias criativas de Edna dos Santos-Duisenberg no Brasil, George Gachara no Quênia e Laura Callanan nos Estados Unidos (Creative PEC, 2021b).

Depois, em 2021, o conselho trabalhou com o British Council para investigar a relação entre a economia informal e a economia cultural no Sul Global, com resultados que incluíram uma conferência online e um relatório (British Council, 2021).

O ano de 2021 foi declarado o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável na Assembleia Geral das Nações Unidas. O objetivo era destacar o papel central das indústrias criativas na promoção da inovação, do crescimento econômico inclusivo e das oportunidades para todos. O Creative PEC contribuiu para esse objetivo ao publicar a Agenda Global para as Indústrias Culturais e Criativas, compilada pelo Conselho

Internacional e lançada em dezembro de 2021 (Creative PEC, 2021a). Está disponível em 16 idiomas.

A Agenda Global é a principal publicação internacional do Creative PEC sobre as indústrias criativas e um apelo vital à ação para os governos em todo o mundo. Estabelece 11 ações para apoiar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Desde a sua publicação, o Creative PEC recebeu uma carta do Diretor Geral da UNESCO agradecendo ao conselho pela agenda e pela sua contribuição para o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável.

Em novembro de 2022, um simpósio em Istambul convocado pelo British Council e pelo Creative PEC reuniu mais uma vez membros do Conselho Internacional para discutir o progresso e os planos futuros. Enquanto esteve na Turquia, o Creative PEC International Council também co-organizou uma conferência internacional com o British Council da Turquia, cuja substância se baseou na agenda de 11 pontos do Conselho Internacional. Um total de 121 pessoas participaram pessoalmente do fórum, com

Agradecimentos e Créditos

660 visitantes participando virtualmente. Os oradores incluíram representantes da Europa ampliada (Ásia Central, Sul do Cáucaso, Turquia, Ucrânia e Balcãs Ocidentais), bem como do Brasil, Canadá, República Checa, Egito, Etiópia, França, Quênia, Quirguizistão, Índia, Indonésia, Ruanda, Tanzânia, Suíça, África do Sul, Uganda, Reino Unido e EUA. O Creative PEC pretende que o seu trabalho no cenário internacional aumente nos próximos anos.

Por definição, um consórcio é um grupo de pessoas que trabalham juntas com um propósito comum. É exatamente disso que trata o Creative PEC: representantes da indústria, pesquisa e política unindo forças para impulsionar o crescimento inclusivo das indústrias criativas do Reino Unido.

Agradecemos a todos os nossos parceiros do consórcio, pesquisadores e patrocinadores da Indústria pelo seu trabalho árduo ao longo dos últimos cinco anos. O Creative PEC teve a sorte de se beneficiar da sua experiência, conhecimento e insights, sendo que o seu modelo único de conexão de pesquisa e da indústria à elaboração de políticas não teria sido possível sem eles. O Conselho Internacional também desempenhou um papel importante, dando ao nosso trabalho uma visão e alcance globais. Agradecimentos especiais a Nesta por hospedar e nutrir o Creative PEC durante seus primeiros cinco anos.

Por último, mas não menos importante, estamos imensamente gratos ao Conselho de Investigação em Artes e Humanidades – sem o seu financiamento ao longo dos últimos cinco anos, nada disso teria sido possível.

Oposto: Os membros do Conselho Internacional do Creative PEC se reúnem em Londres em maio de 2019.

Esquerda: Eliza Easton, Diretora Substituta do Creative PEC, dirige-se ao Fórum Internacional de Políticas das Indústrias Criativas, realizado em Istambul em 2022. Um dia do simpósio foi dedicado à discussão do relatório da Agenda Global para as Indústrias Criativas pelo Creative PEC e British Council.

Crédito para o Fotógrafo: Özkan Yenihayat



Bibliografia

Creative Britain: Encontrando Seu Caminho?

Bakhshi, H. (2020). *Measuring the creative economy: A guide for policymakers* [Documento de discussão]. Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/measuring-the-creative-economy-a-guide-for-policymakers>

Bakhshi, H. (2022). *The art of R&D: Why bringing R&D in the arts, humanities and social sciences within the scope of R&D tax relief would boost innovation in the UK's creative industries.* Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/research-reports/the-art-of-r-and-d>

Bakhshi, H., Breckon, J., & Puttick, R. (2021). *What R&D in the arts, humanities and social sciences looks like in a business setting, and why it matters* [Policy briefing]. Creative Industries Policy and Evidence Centre; Nesta. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/business-r-d-in-the-arts-humanities-and-social-sciences>

Bakhshi, H., Davies, J., Freeman, A., & Higgs, P. (2015). *The geography of the UK's creative and high-tech economies.* Nesta. <https://www.nesta.org.uk/report/the-geography-of-the-uks-creative-and-hightech-economies>

Bakhshi, H., Djumalieva, A., & Easton, E. (2019). *The creative digital skills revolution.* Creative Industries Policy and Evidence Centre; Nesta. <https://pec.ac.uk/research-reports/the-creative-digital-skills-revolution>

Bakhshi, H., Frey, C. B., & Osborne, M. (2015). *Creativity vs robots: The creative economy and the future of employment.* Nesta. <https://www.nesta.org.uk/report/creativity-vs-robots>

Bakhshi, H., Hargreaves, I., & Mateos-Garcia, J. (2013). *A manifesto for the creative economy.* Nesta. <https://www.nesta.org.uk/report/a-manifesto-for-the-creative-economy>

Balawejder, F., & Monahan, E. (2020). *Effective policy approaches to sectoral issues.* Industrial Strategy Council. <https://industrialstrategyCouncil.org/effective-policy-approaches-sectoral-issues>

Bazalgette, P. (2017). *Independent review of the creative industries.* Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. <https://www.gov.uk/government/publications/independent-review-of-the-creative-industries>

Carey, H., Florisson, R., O'Brien, D., & Lee, N. (2020). *Getting in and getting on: Class, participation and job quality in the UK Creative Industries.* Creative Industries Policy and Evidence Centre; Nesta. <https://pec.ac.uk/research-reports/getting-in-and-getting-on-class-participation-and-job-quality-in-the-uks-creative-industries>

Carey, H., O'Brien, D., & Gable, O. (2021). *Social mobility in the Creative Economy: Rebuilding and levelling up?* Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/research-reports/social-mobility-in-the-creative-economy-rebuilding-and-levelling-up>

Carrascal-Incera, A., McCann, P., Ortega-Arguiles, R., & Rodríguez-Pose, A. (2020). UK interregional inequality in a historical and international comparative context, *National Institute Economic Review*. Publicação online antecipada. <https://doi.org/10.1017/nie.2020.26>

Chapain, C., Cooke, P., De Propriis, L., MacNeill, S., & Mateos-Garcia, J. (2010). *Creative clusters and innovation: Putting creativity on the map.* Nesta. <https://www.nesta.org.uk/report/creative-clusters-and-innovation-report>

Chivers, T., & Allan, S. (2022). *What is the public value of public service broadcasting? Exploring challenges and opportunities in evolving media contexts* [Documento de discussão]. Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/what-is-the-public-value-of-public-service-broadcasting>

Du, J., Shepotylo, O., & Satoglu, E. B. (2023). *Brexit uncertainty and international trade in services: Evidence from the UK Creative Industries 2014–2019* [Documento de discussão]. Centre for Business Prosperity; Aston University; Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/brexit-uncertainty-and-international-trade-in-services>

Davie, T. (2022). *Leading the UK into digital: Speech by the Director-General of the BBC, Tim Davie, at the Royal Television Society.* <https://www.bbc.com/mediacentre/speeches/2022/tim-davie-director-general-royal-television-society>

Di Novo, S., Fazio, G., & Vermeulen, W. N. (2020). *12 facts about the UK's international trade in creative goods and services.* Creative Industries Policy and Evidence Centre; Newcastle University. <https://pec.ac.uk/research-reports/12-facts-about-the-uks-international-trade-in-creative-goods-and-services>

Fazio, G. (2021, January 22). The UK/EU Trade and Cooperation Agreement. *Blog do Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas* <https://pec.ac.uk/blog/the-uk-eu-trade-and-cooperation-agreement-whats-in-it-for-the-creative-industries-and-the-steps-ahead-1>

Giles, L., Spilsbury, M., & Carey, H. (2020). *Workplace perspectives: Skill needs, mismatches and development in the Creative Industries.* Creative Industries Policy and Evidence Centre; Work Advance; Work Foundation. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/creative-skills-monitor>

Goddard, J. (6 de outubro de 2022). Loot boxes in computer games: Are they a form of gambling? *UK Parliament, House of Lords Library: In focus.* <https://lordslibrary.parliament.uk/loot-boxes-in-computer-games-are-they-a-form-of-gambling>

- Julie's Bicycle, & BOP Consulting. (2022).** *Creative industries and the climate emergency: The path to net zero.* Creative Industries Policy and Evidence Centre; Julie's Bicycle; BOP Consulting; Arts and Humanities Research Council. <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-industries-and-the-climate-emergency>
- Mateos-Garcia, J., & Bakhshi, H. (2016).** *The geography of creativity in the UK: Creative clusters, creative people and creative networks.* Nesta. <https://www.nesta.org.uk/report/the-geography-of-creativity-in-the-uk>
- Mateos-Garcia, J., Klinger, J., & Stathoulopoulos, K. (2018).** *Creative nation: How the creative industries are powering the UK's nations and regions.* Nesta. <https://www.nesta.org.uk/report/creative-nation>
- Moore, P. (2021).** *Cultural brokerage and creative clusters: Future Screens NI and levelling-up in a pandemic environment.* Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/research-reports/community-voluntarism-to-community-economy>
- Nesta. (2013).** *Next Gen.: Transforming the UK into the world's leading talent hub for the video games and visual effects industries.* <https://www.nesta.org.uk/report/next-gen>
- Northern Culture All Party Parliamentary Group. (2022).** *The case for culture: What northern culture needs to rebuild, rebalance and recover.* <https://northernculture.org.uk/wp-content/uploads/2022/01/NCAPPG-The-Case-for-Culture-Report.pdf>
- Departamento de Economia da Irlanda do Norte. (2021).** *A 10X economy: Northern Ireland's decade of innovation.* <https://www.economy-ni.gov.uk/publications/10x-economy-economic-vision-decade-innovation>
- Comissão de Cinema e Televisão da Irlanda do Norte. (2004).** *A wider literacy: The case for moving image media education in Northern Ireland.* <https://www2.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-case-for-moving-image-media-education-in-northern-ireland.pdf>
- Ofcom. (2020a).** *Small screen: Big debate – a five-year review of public service broadcasting (2014-18).* <https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/what-is-ssbd/ssbd-five-year-review>
- Ofcom. (2020b).** *Small screen: Big debate consultation – The future of public service media.* https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/___data/assets/pdf_file/0032/208769/consultation-future-of-public-service-media.pdf
- RSA. (2022).** *RSA CEO Andy Haldane speaks at the Bradford Literature Festival.* <https://www.thersa.org/fellowship/news/rsa-ceo-andy-haldane-speaks-at-the-bradford-literature-festival>
- Governo escocês. (2004).** *Cultural policy statement.* <https://shiftyparadigms.files.wordpress.com/2015/08/cultural-policy-statement.pdf>
- Governo escocês. (2019).** *Policy statement for the creative industries.* <https://www.gov.scot/publications/policy-statement-creative-industries/pages/1>
- Siepel, J., Bakhshi, H., Bloom, M., & Velez Ospina, J. (2022).** *Understanding createch R&D.* Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/research-reports/understanding-createch-r-d>
- Siepel, J., Camerani, R., Masucci, M., Velez Ospina, J., Casadei, P., & Bloom, M. (2020).** *Creative Industries Radar: Mapping the UK's creative clusters and microclusters.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar>
- Sumption, M. (2022).** Shortages, high-demand occupations, and the post-Brexit UK immigration system. *Oxford Review of Economic Policy*, 38(1), 97–111. <https://academic.oup.com/oxrep/article/38/1/97/6514754>
- Autoridade de Concorrência e Mercados do Reino Unido. (29 de novembro de 2022).** *Music streaming report published* [Comunicado à imprensa]. <https://www.gov.uk/government/news/music-streaming-report-published>
- Departamento de Negócios, Inovação e Habilidades do Reino Unido. (2010).** *Guidelines on the meaning of research and development for tax purposes.* <https://www.gov.uk/government/publications/guidelines-on-the-meaning-of-research-and-development-for-tax-purposes>
- Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. (2018).** *Culture is digital.* <https://www.gov.uk/government/publications/culture-is-digital>
- Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. (2021).** *DCMS Sector National Economic Estimates: 2011–2020.* <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sector-national-economic-estimates-2011-to-2020/dcms-sector-national-economic-estimates-2011-2020>
- Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. (2022a).** *DCMS Sectors Economic Estimates.* <https://www.gov.uk/government/collections/dcms-sectors-economic-estimates>
- Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. (2022b).** *DCMS Sector Economic Estimates: Employment July 2021–June 2022.* <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sector-economic-estimates-employment-july-2021-june-2022>
- Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. (2022c).** *DCMS Sectors Economic Estimates: Workforce, January to December 2021.* <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sector-economic-estimates-workforce-2021/dcms-sectors-economic-estimates-workforce-january-to-december-2021>
- Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. (2022d).** *Up next: The government's vision for the broadcasting sector* [Policy paper]. <https://www.gov.uk/government/publications/up-next-the-governments-vision-for-the-broadcasting-sector>
- Departamento de Educação do Reino Unido. (2019).** *Independent panel report to the review of post-18 education and funding.* <https://www.gov.uk/government/publications/post-18-review-of-education-and-funding-independent-panel-report>
- Departamento de Educação do Reino Unido. (2021).** *Skills for jobs: Lifelong learning for opportunity and growth.* <https://www.gov.uk/government/publications/skills-for-jobs-lifelong-learning-for-opportunity-and-growth>

Departamento de Educação do Reino Unido. (2022). *Higher education policy statement & reform consultation*. <https://www.gov.uk/government/consultations/higher-education-policy-statement-and-reform>

Departamento de Nivelamento, Habitação e Comunidades do Reino Unido. (2022). *Levelling up the United Kingdom* [Documento político]. UK <https://www.gov.uk/government/publications/levelling-up-the-united-kingdom>

Governo do Reino Unido. (2017). *Industrial Strategy: Building a Britain fit for the future*. <https://www.gov.uk/government/publications/industrial-strategy-building-a-britain-fit-for-the-future>

Governo do Reino Unido. (2018). *Creative industries: Sector deal*. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-deal>

Governo do Reino Unido. (2022a). *Government response to the consultation on a new pro-competition regime for digital markets*. <https://www.gov.uk/government/consultations/a-new-pro-competition-regime-for-digital-markets/outcome/a-new-pro-competition-regime-for-digital-markets-government-response-to-consultation>

Governo do Reino Unido. (2022b). *Graduate outcomes (LEO)*. <https://explore-education-statistics.service.gov.uk/find-statistics/graduate-outcomes-leo/2018-19>

Comitê Digital, Cultura, Mídia e Esporte da Câmara dos Comuns do Reino Unido. (2021a). *Economics of music streaming*. <https://publications.parliament.uk/pa/cm5802/cmselect/cmcumeds/719/71902.htm>

Comitê Digital, Cultura, Mídia e Esporte da Câmara dos Comuns do Reino Unido. (2021b). *The future of public service broadcasting*. <https://committees.parliament.uk/work/90/the-future-of-public-service-broadcasting/publications>

Comitê Digital e de Comunicações da Câmara dos Lordes do Reino Unido. (2022). *Licence to change: BBC future funding*. <https://committees.parliament.uk/work/6513/bbc-future-funding>

Pesquisa e Inovação no Reino Unido. (2022). *Enter the metaverse: Investment into UK creative industries*. <https://www.ukri.org/news/enter-the-metaverse-investment-into-uk-creative-industries>

Pesquisa e Inovação no Reino Unido. (2023). *Powering the creative industries*. <https://www.discover.ukri.org/research-and-innovation-powering-the-creative-industries/>

UK Screen Alliance. (19 de março de 2020). *Home Office orders yet another review of the Shortage Occupation List*. <https://www.ukscreenalliance.co.uk/news/home-office-orders-yet-another-review-of-the-shortage-occupation-list>

Tesouro do Reino Unido. (2021). *Build back better: Our plan for growth*. <https://www.gov.uk/government/publications/build-back-better-our-plan-for-growth>

Vignoles, A. (2021, December 7). *What value Higher Education?* *Blog do Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas* <https://pec.ac.uk/blog/what-value-higher-education>

Vilares, M., Rausell, P, & Martínez, C. (Eds.). (2022). *Measuring the cultural and creative sectors in the EU: Final Report*. Measuring the Cultural and Creative Sectors Consortium. <https://www.measuring-ccs.eu/the-measuring-ccs-consortium-publishes-the-final-report>

Governo galês. (2020). *Expressive arts*. <https://hwb.gov.wales/curriculum-for-wales/expressive-arts>

Wright, D., & Gray, C. (2022). *Culture is Digital and the shifting terrain of UK cultural policy*. *International Journal of Cultural Policy*, 28(7), 799–812. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10286632.2022.2137149>

Geografia das Indústrias Criativas

Bloom, M., Camerani, R., Casadei, P., Masucci, M., Siepel, J., & Velez-Ospina, J. (2020). *Evolution and trends of creative cluster research: A systematic literature review and future research agenda*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/evolution-and-trends-of-creative-cluster-research>

Gutierrez-Posada, D., Kitsos, T., Nathan, M., & Nuccio, M. (2021). *Do creative industries generate multiplier effects? Evidence from UK cities, 1997–2018* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/do-creative-industries-generate-multiplier-effects>

Lee, N. (2014). *The creative industries and urban economic growth in the UK*. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 46(2), 455–470.

Lee, N., & Rodríguez-Pose, A. (2014). *Creativity, cities, and innovation*. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 46(5), 1139–1159. <https://doi.org/10.1068/a46202>

Mateos-Garcia, J., & Bakhshi, H. (2016). *The geography of creativity in the UK: Creative clusters, creative people and creative networks*. Nesta. <https://www.nesta.org.uk/report/the-geography-of-creativity-in-the-uk>

Mateos-Garcia, J., Klinger, J., & Stathoulopoulos, K. (2018). *Creative nation: How the creative industries are powering the UK's nations and regions*. Nesta. https://media.nesta.org.uk/documents/creative_nation-2018.pdf

McFadzean, L., Giannachi, G., & Evans, J. (2022). *Creative industries innovation in seaside resorts and country towns* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/seaside-resorts-and-country-towns>

Siepel, J., Camerani, R., Masucci, M., Velez Ospina, J., Casadei, P., & Bloom, M. (2020). *Creative Industries Radar: Mapping the UK's creative clusters and microclusters*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar>

Siepel, J., Velez Ospina, J., Camerani, R., Bloom, M., Masucci, M., & Casadei, P. (2021). *Creative Radar 2021: The impact of COVID-19 on the UK's creative industries*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar-2021-the-impact-of-covid-19-on-the-uks-creative-industries>

Tether, B. (2019). *Mind the gap: Regional inequalities in the UK's*

creative industries [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/mind-the-gap-regional-inequalities-in-the-uks-creative-industries>

Tether, B. (2022). *Creative clusters and sparse spaces: Manchester's creative industries and the geographies of deprivation and prosperity* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/creative-clusters-and-sparse-spaces>

The FuseBox. (2013). *The Brighton Fuse*. <http://www.brightonfuse.com>

Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. (2022). *DCMS Sectors Economic Estimates 2019: Business demographics*. <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2019-business-demographics>

Departamento de Nivelamento, Habitação e Comunidades do Reino Unido. (2022). *Levelling up the United Kingdom* [Documento político]. <https://www.gov.uk/government/publications/levelling-up-the-united-kingdom>

Velez, J., Siepel, J., Hill, I., & Rowe, F. (2022). *Mapping and examining the determinants of England's rural creative microclusters*. Centro Nacional de Inovação para Empresas Rurais; Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/rural-creative-micro-clusters>

O Valor das Artes e da Cultura

Arts Council England. (2022). *Cultural and heritage capital: Guidance notes*. <https://www.artscouncil.org.uk/culture-heritage-capital>

Bakhshi, H. (7 de agosto de 2020). Ten reflections on the consumption of digital culture in lockdown. *Blog do Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas* <https://pec.ac.uk/blog/ten-reflections-on-the-consumption-of-digital-culture-in-lockdown>

Centre for Cultural Value. (n.d.). *Impacts of COVID-19 on the cultural sector*. <https://www.culturalvalue.org.uk/the-team/covid-19-research-project>

Davies, J., Klinger, J., Mateos-Garcia, J., & Stathoulopoulos, K. (2020). *The art in the artificial: AI and the Creative Industries*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; Nesta. <https://pec.ac.uk/research-reports/the-art-in-the-artificial>

Kidd, J., & Nieto McAvoy, E. (2019). *Immersive experiences in museums, galleries and heritage sites: A review of research findings and issues* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/immersive-experiences-in-museums-galleries-and-heritage-sites-a-review-of-research-findings-and-issues>

Kidd, J., & Nieto McAvoy, E. (2022). *Culture in quarantine? Cultural institutions' uses of Twitter during lockdown* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/culture-in-quarantine>

Kidd, J., Nieto McAvoy, E., & Ostrowska, A. (2022). Negotiating hybridity, inequality, and hyper-visibility: Museums and galleries' social media response to the COVID-19 pandemic. *Cultural Trends*. Publicação online antecipada. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09548963.2022.2122701>

Lawton, R., Fujiwara, D., Arber, M., Lagarde, A. O'Donovan, P., Cranmer, H., Bakhshi, H., & Davies, J. (2022). *Arts Council England: Local museums benefit transfer report*. Arts Council England. <https://www.artscouncil.org.uk/culture-heritage-capital>

Nieto McAvoy, E., & Kidd, J. (2022). *Crypto art and questions of value: A review of emergent issues* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/crypto-art-and-questions-of-value>

Sagger, H., Philips, J., & Haque, M. (2021). *Valuing culture and heritage capital: A framework towards informing decision making*. Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. <https://www.gov.uk/government/publications/valuing-culture-and-heritage-capital-a-framework-towards-decision-making>

Towns Fund (n.d.). *About: What is the Towns Fund?* <https://townsfund.org.uk>

Governo do Reino Unido. (2021). *New levelling up and community investments*. <https://www.gov.uk/government/collections/new-levelling-up-and-community-investments#the-levelling-up-fund>

Parlamento do Reino Unido. (2022). *The impact of digital technology on arts and culture in the UK* [Briefing de pesquisa]. <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/POST-PN-0669/POST-PN-0669.pdf>

Walmsley, B., Gilmore, A., O'Brien, D., & Torreggiani, A. (Eds.). (2022). *Culture in crisis: Impacts of COVID-19 on the UK cultural sector and where we go from here*. Centro de Valor Cultural. <https://www.culturehive.co.uk/CVIresources/culture-in-crisis-impacts-of-covid-19>

Internacional, Comércio e Imigração

Bakhshi, H., & Spilsbury, M. (2019). *The migrant and skills needs of creative businesses in the United Kingdom: Findings from the January 2018 Creative Industries Council Migration and Skills Survey*. Creative Industries Policy and Evidence Centre; Creative Industries Council. <https://pec.ac.uk/research-reports/the-migrant-and-skills-needs-of-creative-businesses-in-the-united-kingdom>

Cevik, M., Fazio, G., & Maioli, S. (2023). *Trade agreements and trade in cultural goods*. Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/trade-agreements-and-trade-in-cultural-goods>

Conselho de Comércio e Investimento das Indústrias Criativas. (2022). *Putting the UK's creative industries centre stage: An international strategy for the Creative Industries 2022–2025*. <https://www.thecreativeindustries.co.uk/download-hub/citib-international-strategy-2022-2025>

Di Novo, S., Fazio, G., & Vermeulen, W. N. (2020). *12 facts about the UK's international trade in creative goods and services*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; Universidade de

Newcastle. <https://pec.ac.uk/research-reports/12-facts-about-the-uks-international-trade-in-creative-goods-and-services>

Easton, E. (2021). *The creative industries in the UK's export strategy.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/the-creative-industries-export-strategy-insights-for-policy-makers>

Easton, E. (2022). *Written evidence submitted by the Creative Industries Policy and Evidence Centre.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; Nesta. <https://pec.ac.uk/government-submissions/pecs-submission-promoting-britain-abroad-inquiry>

Fazio, G. (2021). *A review of creative trade in the economics literature.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/a-review-of-creative-trade-in-the-economics-literature>

Jones, J., & Fazio, G. (2022). *The nature of foreign direct investment in the creative industries* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/the-nature-of-foreign-direct-investment-in-the-creative-industries>

Tether, B., & Yu, X. (2022). *What distinguishes creative industry exporters? And does engaging in innovation, R&D and design matter?* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/what-distinguishes-creative-industry-exporters-and-does-engaging-in-innovation-r-d-and-design-matter>

Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido. (2021). *Made in the UK, sold to the world.* <https://www.gov.uk/government/publications/export-strategy-made-in-the-uk-sold-to-the-world>

Vermeulen, W., Di Novo, S., & Fazio, G. (2020). *International creative students: Their significance for UK universities, regions and the creative industries* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/international-creative-students-their-significance-for-uk-universities-regions-and-the-creative-industries>

Habilidades, Emprego e Educação

Bakhshi, H., Djumalieva, J., & Easton, E. (2019). *The creative digital skills revolution.* Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido.; Nesta. <https://pec.ac.uk/research-reports/the-creative-digital-skills-revolution>

Bloom, M. (2020). *For love or money? Graduate motivations and the economic returns of creative higher education inside and outside the creative industries.* Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido; Nesta. <https://pec.ac.uk/research-reports/for-love-or-money>

Carey, H., Florisson, R., & Giles, L. (2019). *Skills, talent and diversity in the creative industries: Evidence synthesis and scoping – summary report.* Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/skills-talent-and-diversity-in-the-creative-industries>

Carey, H., Giles, L., & O'Brien, D. (2023). *Job quality in the Creative Industries: The final report from the Creative PEC's Good Work Review.* Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido; Work Advance. <https://pec.ac.uk/research-reports/good-work-review>

Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. (2023). *Take part in the PEC's good work review.* <https://pec.ac.uk/news/good-work>

Easton, E., & Djumalieva, J. (2018). *Creativity and the future of skills.* Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido; Nesta. https://www.nesta.org.uk/report/creativity-and-future-skills/?gclid=Cj0KCQiAtvSdBhD0ARIsAPf8oNm0hdkJOgsBLpumGjGzd6JY2EG1AUsFWp_QKkriVTwzW_4PZ_3gf8aAnn8EALw_wcB

Giles, L. (2021). *Are the Creative Industries of strategic importance to the UK economy or not? Reflecting on the future shape of creative higher education to support economic needs.* Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido; Work Advance. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/how-to-design-a-creative-higher-education-system-that-supports-economic-needs>

Giles, L., & Carey, H. (2021). *Growth through skills: Lessons from the Thames Estuary Production Corridor* [Documento de discussão]. Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido; Work Advance. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/growth-through-skills-lessons-from-the-thames-estuary-production-corridor>

Giles, L., Spilsbury, M., & Carey, H. (2020). *Workplace perspectives: Skill needs, mismatches and development in the Creative Industries.* Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido; Work Advance; Work Foundation. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/creative-skills-monitor>

Departamento de Educação do Reino Unido. (2022). *Higher education policy statement & reform consultation.* <https://www.gov.uk/government/consultations/higher-education-policy-statement-and-reform>

Williams, J., Pollard, E., Cook, J., & Byford, M. (2022). *Enhancing creative education.* Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido. <https://pec.ac.uk/research-reports/enhancing-creative-education>

Intellectual Property and Regulation

CREATe. (2022). *Copyright evidence: Synthesis and futures.* <https://www.create.ac.uk/copyright-evidence-synthesis-and-futures>

Hesmondhalgh, D., Osborne, R., Sun, H., & Barr, K. (2021). *Music creators' earnings in the digital era.* Escritório de Propriedade Intelectual do Reino Unido. <https://www.gov.uk/government/publications/music-creators-earnings-in-the-digital-era>

Kretschmer, M., Furgat, U., & Schlesinger, P. (2021). *The emergence of platform regulation in the UK: An empirical-legal study* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/the-emergence-of-platform-regulation-in-the-uk>

Leung, R., Kretschmer, M., & Meletti, B. (2020). *Streaming culture.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; Universidade de Glasgow; Nesta. <https://pec.ac.uk/research-reports/streaming-culture>

Thomas, A., Battisti, M., & Kretschmer, M. (2022). *UK authors' earnings and contracts 2022: A survey of 60,000 writers*. CREATE. <https://www.create.ac.uk/blog/2022/12/07/uk-authors-earnings-and-contracts-2022-a-survey-of-60000-writers>

P&D e Inovação

Allen, C. (2020). *Beyond the early adopter: Widening the appeal for virtual reality*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/beyond-the-early-adopter-widening-the-appeal-for-virtual-reality>

Bakhshi, H. (2022). *The art of R&D: Why bringing R&D in the arts, humanities and social sciences within the scope of R&D tax relief would boost innovation in the UK's creative industries*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/the-art-of-r-and-d>

Bakhshi, H., Breckon, J., & Puttick, R. (2021). *What R&D in the arts, humanities and social sciences looks like in a business setting, and why it matters* [Briefing da política]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; Nesta. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/business-r-d-in-the-arts-humanities-and-social-sciences>

Davies, J., Klinger, J., Mateos-Garcia, J., & Stathoulopoulos, K. (2020). *The art in the artificial: AI and the Creative Industries*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; Nesta. <https://pec.ac.uk/research-reports/the-art-in-the-artificial>

Di Novo, S., Fazio, G., Sapsed, J., & Siepel, J. (2022). *Starving the golden goose? Access to finance for innovators in the creative industries*. *Journal of Cultural Economics*, 46, 345–386. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10824-022-09448-5>

Kidd, J., Nieto McAvoy, E., & Ostrowska, A. (2021). *Implications of the COVID-19 digital 'pivot' in museums and galleries: Lessons from practitioners* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/pivot-to-digital-how-museums-and-galleries-responded-to-covid-19>

Lyons, M., & Davies, J. (2022). *The role of the university in enhancing creative clusters* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/the-role-of-the-university-in-enhancing-creative-clusters>

Mateos-Garcia, J. (2021a). *An analysis of Createch R&D business activity in the UK*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; Arts and Humanities Research Council. <https://pec.ac.uk/research-reports/createch-activity-in-the-uk>

Mateos-Garcia, J. (2021b). *Mapping the R&D landscape for creative technologies* [Briefing da política]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/mapping-the-r-d-landscape-for-creative-technologies>

Siepel, J., Bakhshi, H., Bloom, M., & Velez Ospina, J. (2022). *Understanding createch R&D*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/understanding-createch-r-d>

Siepel, J., Camerani, R., Masucci, M., Velez Ospina, J., Casadei, P., & Bloom, M. (2020). *Creative Industries Radar: Mapping the UK's creative clusters and microclusters*. Centro de Políticas e Evidências

das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar>

Siepel, J., Velez Ospina, J., Camerani, R., Bloom, M., Masucci, M., & Casadei, P. (2021). *Creative Radar 2021: The impact of COVID-19 on the UK's creative industries*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar-2021-the-impact-of-covid-19-on-the-uks-creative-industries>

Tether, B. (2021). *R&D, design and innovation: Examining the links in the creative industries* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/r-d-design-and-innovation-examining-the-links-in-the-creative-industries>

Tether, B., & Yu, X. (2022). *What distinguishes creative industry exporters? And does engaging in innovation, R&D and design matter?* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/what-distinguishes-creative-industry-exporters-and-does-engaging-in-innovation-r-d-and-design-matter>

Diversidade e Inclusão

Carey, H., Florisson, R., O'Brien, D., & Lee, N. (2020). *Getting in and getting on: Class, participation and job quality in the UK Creative Industries*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; Nesta. <https://pec.ac.uk/research-reports/getting-in-and-getting-on-class-participation-and-job-quality-in-the-uks-creative-industries>

Carey, H., Giles, L., & O'Brien, D. (2023). *Job quality in the Creative Industries: The final report from the Creative PEC's Good Work Review*. Departamento de Comércio Internacional do Reino Unido; Work Advance. <https://pec.ac.uk/research-reports/good-work-review>

Carey, H., O'Brien, D., & Gable, O. (2021a). *Screened out: Tackling class inequality in the UK's screen industries*. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; ScreenSkills. <https://pec.ac.uk/research-reports/screened-out-tackling-class-inequality-in-the-uks-screen-industries>

Carey, H., O'Brien, D., & Gable, O. (2021b). *Social mobility in the Creative Economy: Rebuilding and levelling up?* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/social-mobility-in-the-creative-economy-rebuilding-and-levelling-up>

Modelos de Negócios e Acesso a Financiamentos

Bakhshi, H. (2020, November 26). *What we learned about digital cultural consumption as we went in and then came out of lockdown*. *Blog do Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas*. <https://pec.ac.uk/blog/what-we-learned-about-digital-cultural-consumption-as-we-went-in-and-then-came-out-of-lockdown>

Bakhshi, H., Di Novo, S., & Fazio, G. (2022). *The 'Great Lockdown' and cultural consumption in the UK*. *Journal of Cultural Economics*. Publicação online antecipada. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10824-022-09463-6>

Burger, C. (2020). *How policymakers can support local growth in the creative industries.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/how-policymakers-can-support-local-growth>

Di Novo, S., Fazio, G., Sapsed, J., & Siepel, J. (2022). Starving the golden goose? Access to finance for innovators in the creative industries. *Journal of Cultural Economics*, 46, 345–386. <https://doi.org/10.1007/s10824-022-09448-5>

Comissão Europeia, Direção Geral de Redes de Comunicações, Conteúdos e Tecnologia. (2022). *Study on copyright and new technologies: Copyright data management and artificial intelligence.* Serviço de Publicações da União Europeia. <https://data.europa.eu/doi/10.2759/570559>

Henry, N., Barker, V., Sissons, P., Broughton, K., Dickinson, P., Lazell, J., & Angus T. (2021). *Creating value in place: Understanding the role, contribution and challenges of creative freelance work* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/creating-value-in-place>

Leung, R., & Davies, J. (2021). *On-demand culture: How the lockdown is changing games and streaming services.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/on-demand-culture-how-the-lockdown-is-changing-games-and-streaming-services>

Siepel, J., Camerani, R., Masucci, M., Velez Ospina, J., Casadei, P., & Bloom, M. (2020). *Creative Industries Radar: Mapping the UK's creative clusters and microclusters.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar>

Siepel, J., Velez Ospina, J., Camerani, R., Bloom, M., Masucci, M., & Casadei, P. (2021). *Creative Radar 2021: The impact of COVID-19 on the UK's creative industries.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar-2021-the-impact-of-covid-19-on-the-uks-creative-industries>

UK Producers' Roundtable. (2020). *Campaigning for better accessibility and sustainability for UK film producers: Survey results.* https://www.ewawomen.com/wp-content/uploads/2020/02/producersroundtablereport_156596.pdf

Whyman P. B., Wright, A., Lawler, M., & Petrescu, A. (2021). *Simulating local growth through procurement: Lessons from the Preston Model.* University of Central Lancashire funded by the Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/stimulating-local-growth-through-procurement-lessons-from-the-preston-model>

Serviço Público de Radiodifusão

Allan, S., & Chivers, T. (2022a). Supplementary written evidence (BFF0061): House of Lords Communications and Digital Committee inquiry on BBC future funding. <https://committees.parliament.uk/writtenevidence/107397/html>

Allan, S., & Chivers, T. (2022b). *What is the public value of public service broadcasting? Exploring challenges and opportunities in evolving media contexts* [Documento de discussão]. Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. <https://pec.ac.uk/>

[discussion-papers/what-is-the-public-value-of-public-service-broadcasting](https://pec.ac.uk/discussion-papers/what-is-the-public-value-of-public-service-broadcasting)

Chivers, T., & Allan, S. (2022a). A public value typology for public service broadcasting in the UK. *Cultural Trends*. Publicação online antecipada. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09548963.2022.2151340>

Chivers, T., & Allan, S. (2022b, May 9). Envisioning broadcasting anew: The future of UK broadcasting policy. *Blog do Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas*. <https://pec.ac.uk/blog/envisioning-broadcasting-anew-responding-to-the-white-paper-on-the-future-of-uk-broadcasting-policy>

Chivers, T., & Allan, S. (2022c, April 12). Privatising Channel 4: The evidence behind the debate. *Blog do Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas*. <https://pec.ac.uk/blog/privatising-channel-4>

Chivers, T., & Allan, S. (2022d, January 13). Re-imagining Channel 4's Future. *Blog do Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas*. <https://pec.ac.uk/blog/re-imagining-channel-4s-future>

Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. (2022). *Written evidence (FCF0037): On behalf of the 'Arts, Culture and Public Service Broadcasting' workstrand, Creative Industries Policy & Evidence Centre.* <https://committees.parliament.uk/writtenevidence/39410/html>

Ofcom. (2022). *Ofcom annual report on the BBC 2021-22.* <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/bbc-operating-framework/performance/bbc-annual-report>

Parlamento do Reino Unido. (2022). *Formal meeting (oral evidence session): BBC future funding.* <https://committees.parliament.uk/event/13094/formal-meeting-oral-evidence-session>

Clima

Bennett, S. R. G. (2021, May 13). The art-policy matrix II (Article 4/6). *SRG Bennett blog*. <https://www.srgbennett.com/blog/the-art-policy-matrix-ii>

Calne, D. (2010). *Within reason: Rationality and human behaviour.* Vintage

Julie's Bicycle, & BOP Consulting. (2022). *Creative industries and the climate emergency: The path to net zero.* Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas; Julie's Bicycle; BOP Consulting; Arts and Humanities Research Council. <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-industries-and-the-climate-emergency>

Theatre Green Book. (n.d.). *What is the Theatre Green Book?* <https://theatregreenbook.com>

Tischner, U., Schmincke, E., Rubik, F., Proslar, M. (2000). *How to do EcoDesign? A guide for environmentally friendly and economically sound design.* Agência Federal Alemã do Meio Ambiente.

Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. (2022a). *DCMS Sectors Economic Estimates: Monthly GVA (to September 2022).* <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-monthly-gva-to-september-2022>

Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido. (2022b). DCMS Sectors Economic Estimates: Workforce January –December 2021. <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sector-economic-estimates-workforce-2021/dcms-sectors-economic-estimates-workforce-january-to-december-2021>

Governo do Reino Unido. (2021). Net Zero Strategy: Build back greener. <https://www.gov.uk/government/publications/net-zero-strategy>

Tesouro do Reino Unido. (2022). Environmental impacts: Analysis to accompany Autumn Budget and Spending Review 2021. <https://www.gov.uk/government/publications/environmental-impacts-of-spending-review-2021/environmental-impacts-analysis-to-accompany-autumn-budget-and-spending-review-2021>

Waitrose & Partners. (n.d.). Food and drink report 2018–19: The era of the mindful consumer. <https://www.waitrose.com/content/dam/waitrose/Inspiration/Waitrose%20&%20Partners%20Food%20and%20Drink%20Report%202018.pdf>

O Conselho Internacional do Creative PEC

British Council. (17 de julho de 2021). New report: Informal economy and culture in the Global South. *Blog do British Council.* <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/blog/21/07/27/informal-economy-blog-post/>

Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. (2021a). A global agenda for the cultural and creative industries: 11 key actions. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/a-global-agenda-for-the-cultural-and-creative-industries>

Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas. (13 de abril de 2021). How the pandemic is impacting creative sectors around the world. *Blog do Centro de Políticas e Evidências das Indústrias Criativas* <https://pec.ac.uk/blog/how-the-pandemic-is-impacting-creative-sectors-around-the-world>

Se desejar que uma versão digital impressa em tamanho grande deste relatório seja enviada a você por e-mail, entre em contato enquiries@pec.ac.uk

Produção editorial, direção de arte e design:

Rosie Tate e Andrew Budell
(Tate & Clayburn)

Supervisão do relatório e entrevistas/cópias de visões do setor:

Billy Beckett, Alice Kent e
Anna Zabow (Creative PEC)



WORLD
LAND
TRUST™

www.carbonbalancedprint.com
CBP2225

O Consórcio Creative PEC
2018–2023

Creative Industries Policy and Evidence Centre

Led by



with



Arts and
Humanities
Research Council

The Creative Industries Policy and Evidence Centre (PEC) works to support the inclusive and sustainable growth of the UK's Creative Industries through the production of independent and authoritative evidence and policy advice. As of June 2023 the Creative PEC is led by Newcastle University with the Royal Society of Arts and funded by the Arts and Humanities Research Council, the Centre comprises a core consortium of; Newcastle University, Work Advance, Sussex University and the University of Sheffield. The PEC works with a diverse range of industry partners. For more details visit <http://www.pec.ac.uk/> and @CreativePEC

Editorial production, art direction and design: Rosie Tate and Andrew Budell (Tate & Clayburn)