

Jornada sobre creativitat i innovació en els projectes de cooperació cultural

Barcelona, 26 de gener de 2009



Creativitat emprenedora i innovació en les organitzacions culturals

Per Xavier Cubeles



Organitza:



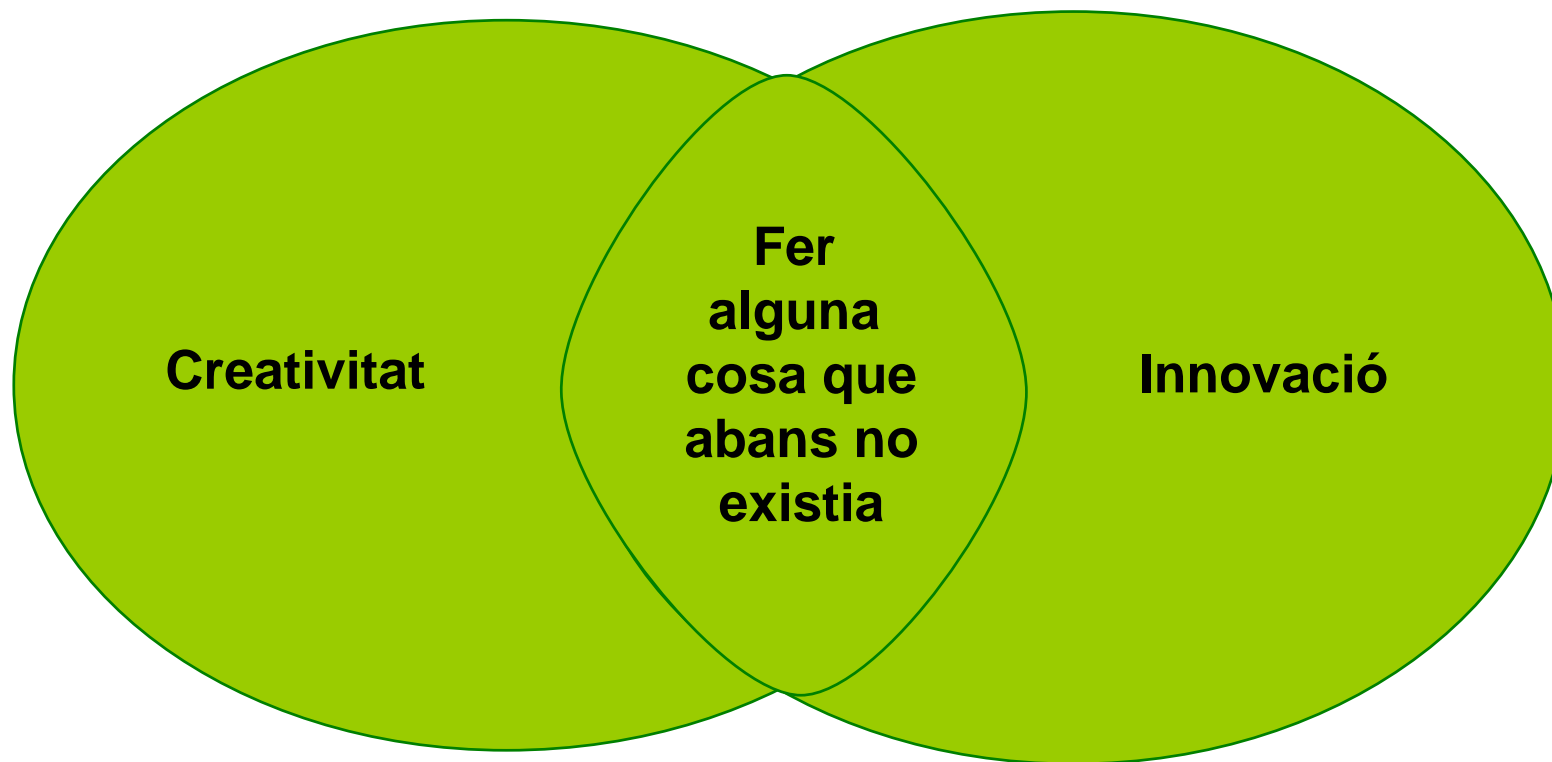
Amb el suport de:



European Parliament  European Commission
With the support of the European Community budget line
"support to organisations who promote European culture"

Punt de partida 1:

**La definició convencional de creativitat i d'innovació evoca
ràpidament una qüestió clau compartida per ambdós conceptes:**



En què es diferencien els conceptes específics de creativitat i d'innovació?

Quina seria la seva aplicació en l'àmbit de les activitats culturals i artístiques?

**Hi ha activitats creatives que no siguin innovadores?
I activitats innovadores que no siguin creatives?**

Quin és el paper dels emprenedors en el desenvolupament d'activitats creatives i innovadores?

Punt de partida 2:

“El pensament convencional sobre la innovació no capta allò que de fet s’esdevé actualment en les indústries creatives...

El problema és dóna en dos sentits.

Les persones que parlen d'innovació tendeixen a ignorar què passa en el camp de les indústries creatives;

i les indústries creatives tendeixen a menystenir els beneficis de la innovació”.

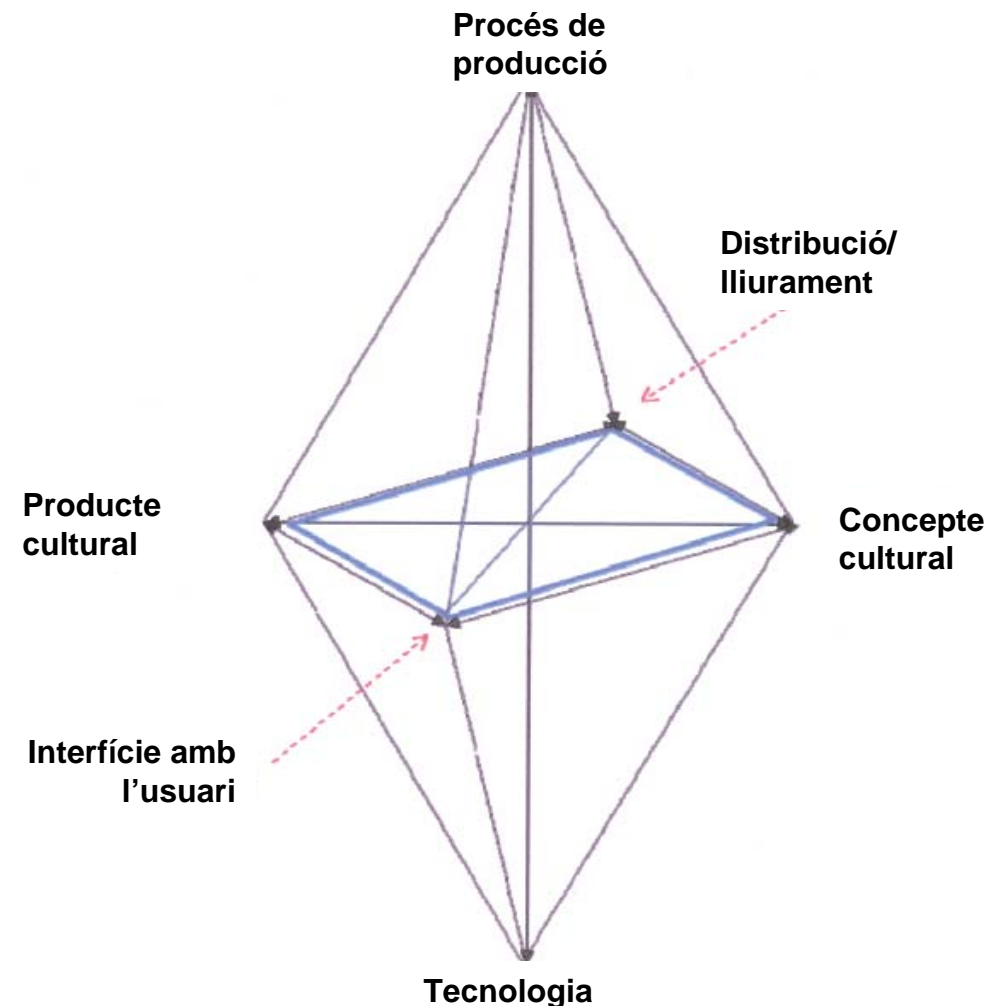
John Howkins,

The Mayors Comission on Creative Industries, City of London (2002).

La qüestió és complexa, ja que “la manera com les pràctiques d’innovació es produeixen en les indústries creatives pot ser entesa en gran mesura com **una forma d’organització oculta de la innovació.**”

Font:
Green, L., Miles, I., Rutter, J., (2007), *Hidden Innovation in the Creative Sectors*.
Manchester Institute for Innovation Research.

El diamant de la innovació en les indústries creatives



Estructura i contingut de la intervenció:

1. Una aproximació general als conceptes de creativitat i d'innovació.

- 1.1. Antecedents: la perspectiva econòmica.
- 1.2. Una primera definició d'innovació.
- 1.3. Evolució del concepte d'innovació.
- 1.4. La definició institucional del concepte d'innovació.

2. Desenvolupament i aplicació del concepte d'innovació en els sectors culturals.

- 2.1. Una primera aproximació general.
- 2.2. Innovació i producte cultural.
- 2.3. La innovació més enllà de l'activitat artística.
- 2.4. Els emprenedors.

3. Consideracions finals.

1. UNA APROXIMACIÓ ALS CONCEPTES DE CREATIVITAT I D'INNOVACIÓ

1.1. Antecedents: la perspectiva econòmica

La innovació és un element clau d'un procés que s'ha denominat de “destrucció creativa” (Joseph Schumpeter).

Aquest és un procés dinàmic en el qual les noves tecnologies reemplacen a les antigues.

Schumpeter proposà una llista de 5 tipus d'innovació:

- a) Introducció de nous productes.
- b) Introducció de nous mètodes de producció.
- c) Obertura de nous mercats.
- d) Desenvolupament de noves fonts de matèries primeres o altres *inputs*.
- e) Creació de noves estructures de mercat en una indústria.

1.2. Una primera definició d'innovació

La innovació consisteix en introduir canvis en els productes o en les tècniques de producció que permetin:

- a) Obtenir el mateix resultat (o producte) amb un menor consum de recursos (o que amb els mateixos recursos consumits incrementi el producte final).**
- b) Assolir un increment de la demanda de producció.**

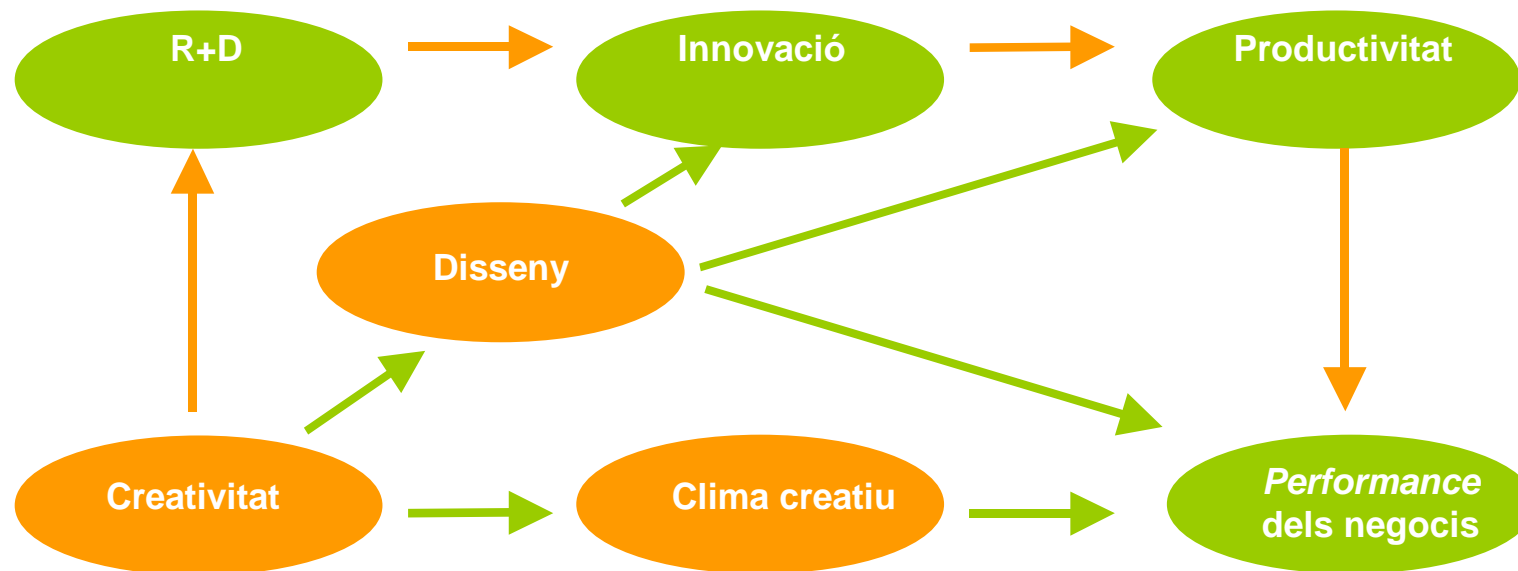
1.3. Evolució del concepte d'innovació

El concepte tradicional d'innovació es basava inicialment en les activitats **manufactureres**, i en un **model lineal** de procés d'innovació.

Actualment, però, ja es reconeix la importància dels **serveis** com a activitats capaces de generar innovació.

També de forma progressiva, la innovació ha passat de considerar-se com un procés lineal, a un **procés interactiu**.

Taula.
Relacions entre R+D, creativitat, disseny i innovació amb la
***performance* dels negocis.**



Font:

Department of Trade and Industry (DTI), 2005.

Definicions bàsiques:

La innovació es defineix com l'explotació reeixida d'idees noves.

La creativitat proporciona les idees que la innovació implementa reeixidament.

El **disseny** pot ajudar a transformar altres inputs com el coneixement científic o una nova tecnologia en un producte final utilitzable, actuant eficaçment com a “**pont**” **entre la nova tecnologia i l'usuari.**

La **R+D** és un **procés creatiu, que implica el desenvolupament d'idees** adequades per a ser implementades com a negoci. La R+D és un input important per a la innovació en molts sectors i negocis (però no en tots).

1.4. La definició institucional del concepte d'innovació

Actualment, en el **Manual d'Oslo de 2005** elaborat per la OCDE, es distingeixen els següents tipus d'innovació:

- a) Innovació de **producte**.
- b) Innovació de **procés**.
- c) Innovació de **marketing**.
- d) Innovació **organitzativa**.

4. La innovació

2. DESENVOLUPAMENT I APLICACIÓ DELS CONCEPTES DE CREATIVITAT I D'INNOVACIÓ EN ELS SECTORS CULTURALS

2.1. Una primera aproximació general

“La cultura globalitzada il·lustra la metàfora de Joseph Shumpeter sobre la producció capitalista, que la considerà com un vendaval de destrucció creativa.

El creixement cultural, com s'esdevé amb el desenvolupament econòmic, rarament és es dóna de forma regular en tots els àmbits a l'hora. Mentre alguns sectors s'expandeixen amb extrema rapidesa, d'altres s'encongeixen i es marceixen”.

Font:

Tyler Cowen (2004), *Creative Destruction. How Globalization is changing the World's Cultures*.
Princeton University Press. Princeton and Oxford

Definicions bàsiques:

a) La creativitat

Definició general: La creativitat proporciona les idees que la innovació implementa reeixidament.

En l'àmbit de la cultura i de les arts, es pot definir la creativitat com la qualitat que es requereix per a compondre una obra intel·lectual o artística.

Definicions bàsiques:

b) La innovació

Definició general: La innovació es defineix com l'explotació reeixida d'idees noves.

En l'àmbit de la cultura i de les arts, el concepte de la innovació planteja dues qüestions a resoldre:

- a) La seva aplicació en l'àmbit del producte: quan o en quina mesura una obra cultural és innovadora?**
- b) La seva aplicació més enllà de l'activitat de la creació artística.**

2.2. Innovació i producte cultural

El concepte d'innovació en el producte requereix que existeixi la noció d'estàndard (o disseny dominant), és a dir, d'una arquitectura bàsica del producte que amb el temps hagi esdevingut norma acceptada pel mercat.

“Mentre en indústries on els béns són utilitaris, els productors desenvolupen normalment un consens sobre uns **estàndards específics i sovint mesurables de qualitat, ...**

en les indústries culturals els estàndards representen ideals abstractes més que no pas atributs específics de producte”

(Lampel, J., Lant, T., i Shamsie, J., 2000).

La dinàmica d'innovació i el model de dissenys dominants

De forma esquemàtica, el procés de gestació, emergència i consolidació d'un estàndard (o disseny dominant) en els mercats s'estructura en les fases següents:

Emergència: **innovació radical i de ruptura.**

Consolidació: **innovació incremental.**

Maduresa: les empreses tendeixen a desplaçar la seva atenció de la innovació del producte a la **innovació del procés.**

L'aplicació de les idees fonamentals del model dels dissenys dominants en l'àmbit de les activitats culturals i artístiques permet definir la **dinàmica d'innovació en els productes** en els termes següents (F. T. Tschang (2006)):

Es produeix una innovació de ruptura quan apareix i es consolida un nou gènere o format en els mercats. Aquesta fase del cicle és la d'emergència del disseny dominant.

A continuació, **la innovació de caràcter incremental en el sector respon a la necessitat d'aportar alguna cosa novedosa que suposi un equilibri entre la demanda d'originalitat i la de familiaritat respecte del producte que demanen els consumidors.**

2.3. La Innovació més enllà de l'activitat de la creació artística

L'esquema del **Manual d'Oslo de 2005** planteja els següents àmbits d'innovació:

- a) Innovació de **producte**.
- b) Innovació de **procés**.
- c) Innovació de **marketing**.
- d) Innovació **organitzativa**.

Un estudi realitzat per **Barcelona Media – Centre d'Innovació**, sobre la innovació de les empreses del sector dels media de Catalunya, permet analitzar amb profunditat aquesta qüestió (en el cas dels sectors culturals de Catalunya).

1. Innovació i producte:

S'han digitalitzant els processos de producció (pre i post producció, etc.)	Alt (més del 70% empreses)
Els nous productes d'informació s'editen en suport digital	
S'ha digitalitzat el fons o catàleg de productes de l'empresa (total o parcialment)	
S'han creat o produït productes en formats o gèneres que eren totalment nous per a l'empresa	Mig (entre el 30% i el 70% de les empreses)
Específicament: s'han creat o produït nous productes per ser venuts o difosos per Internet	
S'han creat o produït productes en formats o gèneres que eren totalment nous en el mercat	Baix (menys del 30% de les empreses)
S'han adquirit drets d'explotació comercial de productes en formats o gèneres que eren totalment nous per a l'empresa	
S'han adquirit drets d'explotació comercial de productes en formats o gèneres que eren totalment nous en el mercat espanyol	
Específicament: s'han creat o produït nous productes per ser venuts o difosos per telefonia mòbil	
S'han introduït nous sistemes per a protegir i gestionar els drets de propietat intel·lectual en els mitjans de comunicació digitals	

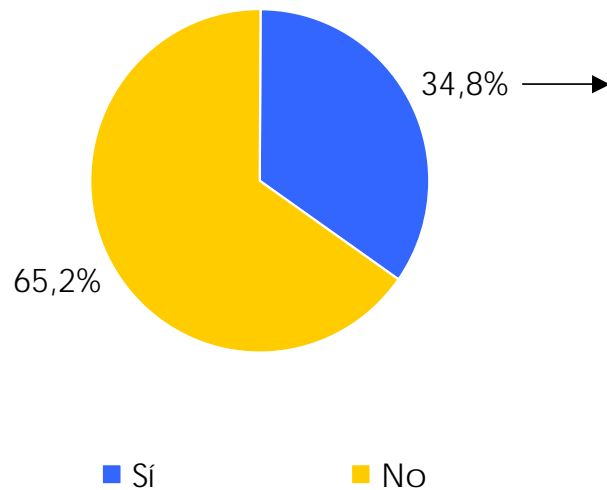
2. Innovació i marketing:

S'han dissenyat productes més atractius per als consumidors	Alt (més del 70% empreses)
S'han proporcionat per primera vegada serveis d'informació personalitzada a clients	Mig (entre el 30% i el 70% de les empreses)
Específicament, s'han creat nous serveis de venda / difusió del producte a través d'Internet	
S'han introduït per primera vegada nous sistemes de preus (per subscripció, vinculats al tipus de servei, etc.)	Baix (menys del 30% de les empreses)
S'han introduït per primera vegada nous sistemes de finançament mitjançant la publicitat	
S'ha introduït una nova marca per obrir-se a nous mercats	
S'ha empaquetat per primera vegada el producte juntament amb altres béns o serveis (nous)	
Específicament, s'han creat nous serveis de venda / difusió del producte a través d'altres plataformes digitals	
S'han establert nous sistemes de pagament a través de les xarxes digitals	

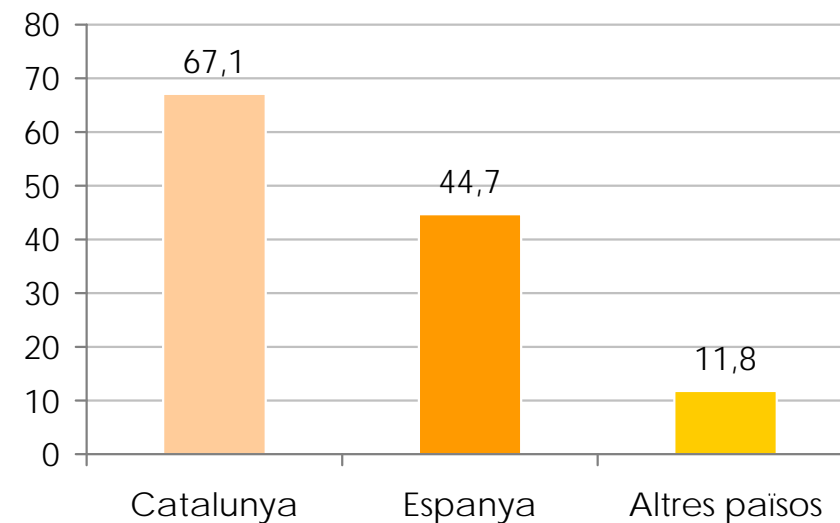
3. Innovació i formes d'organització:

S'han millorat les pràctiques internes de l'empresa	Alt (més del 70% empreses)
S'han establert noves formes de relació amb els proveïdors	Mig (entre el 30% i el 70% de les empreses)
S'han establert noves formes de relació amb els clients (desintermediació)	
S'han desenvolupat per primera vegada relacions amb altres agents de l'entorn per a promoure iniciatives innovadores (subcontractar empreses per a la recerca o la innovació, col·laborar amb universitats o altres centres d'investigació, etc.)	

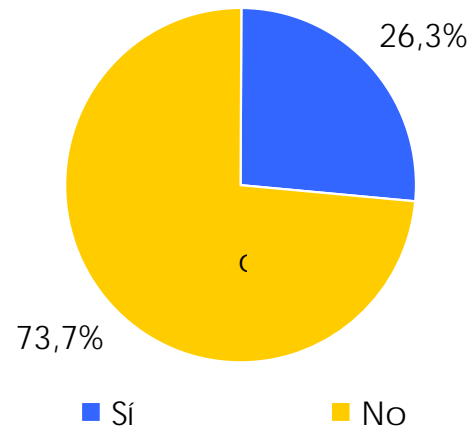
Realitza activitats de caràcter innovador amb altres
empreses del sector?



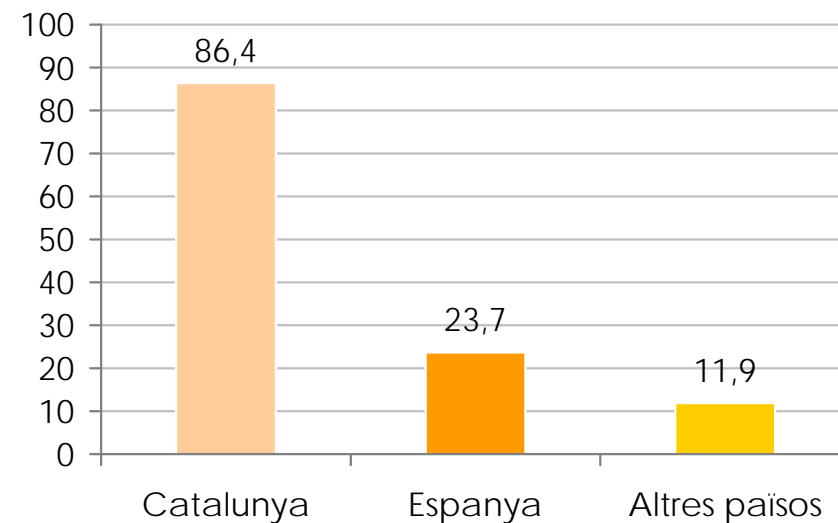
Àmbit territorial de les empreses amb les quals
coopera (%)



Realitza activitats de caràcter innovador amb
centres de recerca / universitats?



Àmbit territorial de les empreses amb les quals
coopera (%)



2.4. Els emprenedors i la dinàmica d'innovació en les activitats culturals

La capacitat empresarial és la pràctica de posar en marxa noves organitzacions o negocis, tot donant resposta a oportunitats identificades.

L'emprenedor és, fonamentalment, un innovador que mitjançant la seva iniciativa “fomenta el canvi estructural i crea avantatges competitives.”

Per aquest fet, els emprenedors tenen una importància creixent en el desplegament de la innovació en les economies modernes, basades en el coneixement i, per tant, en les activitats culturals i artístiques.

3. CONSIDERACIONS FINALS

1. Una millor diferenciació entre els processos de creativitat i d'innovació ha de permetre articular estratègies d'actuació (públiques i privades) més adequades i eficaces.
2. La digitalització constitueix un factor clau d'innovació en les activitats culturals i artístiques. No obstant això, cal tenir en compte que la necessitat d'innovació no es completa amb la digitalització dels continguts culturals i artístics, sinó que aquest fet constitueix el punt de partida d'un procés molt més ampli.
3. Els emprenedors tenen un paper cabdal en el desenvolupament de la creativitat i la innovació en les activitats culturals i artístiques. Cal tenir en compte que l'accés al finançament (públic i privat) pot ser una de les barreres principals als emprenedors que cerquen capital inicial per a realitzar les seves idees.

Moltes gràcies