



Indústrias Criativas

Web 2.0

Braga, 29 de Novembro de 2006

(Jorge Ribeiro dos Santos)

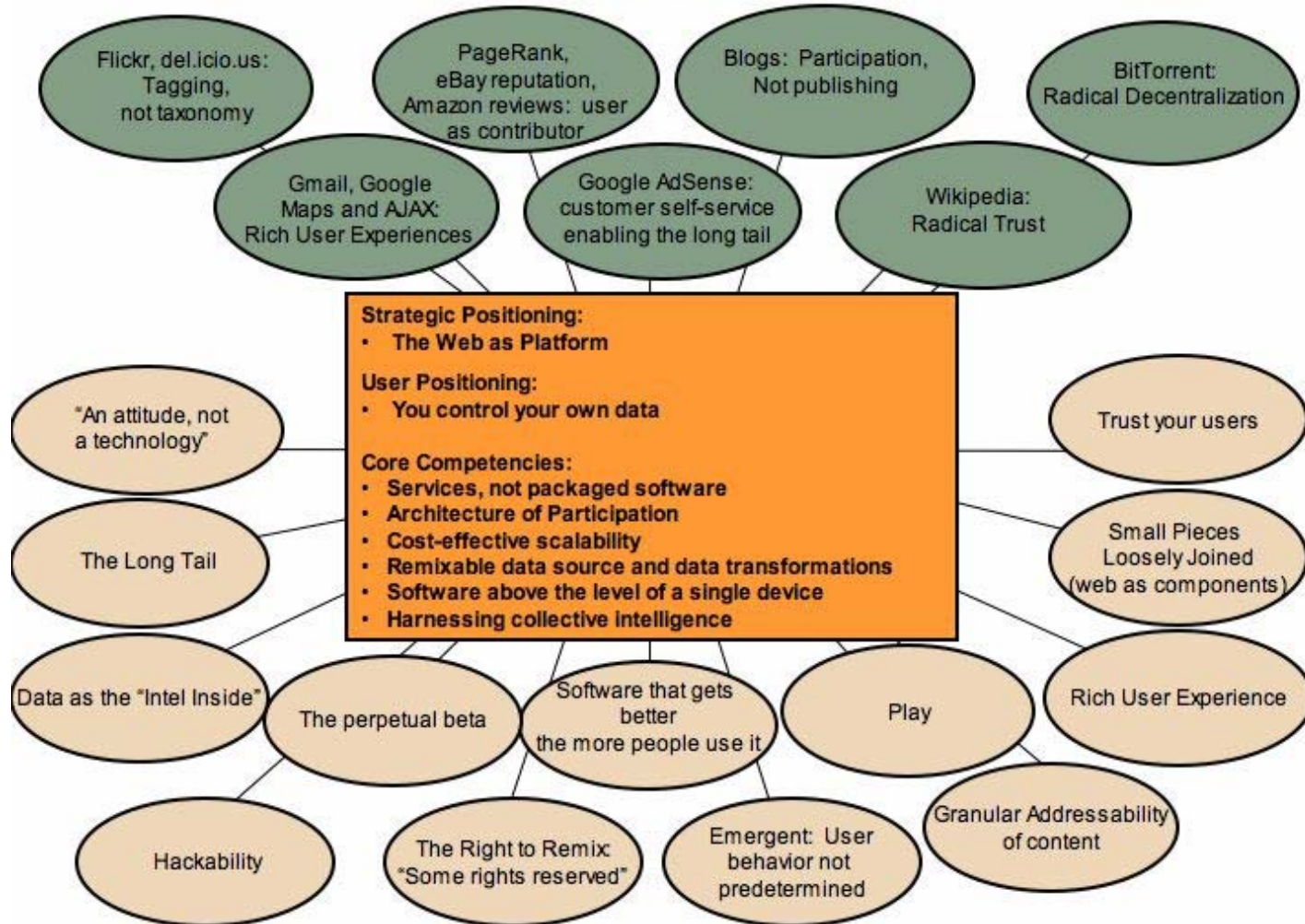
By: JRS and others

Agenda

- Web 2.0
- Indústrias Criativas
- Existe ligação?
- Alguns dados
- Para reflectir ...

Web 2.0

Web 2.0 Meme Map



By: JRS and others

Web 2.0

Web 1.0		Web 2.0
DoubleClick	→	Google AdSense
Ofoto	→	Flickr
Akamai	→	Bittorrent
Mp3.Com	→	Napster
Britannica Online	→	Wikipedia
Personal Websites	→	Blogging
Evite	→	Upcoming.Org And EVDB
Domain Name Speculation	→	Search Engine Optimization
Page Views	→	Cost Per Click
Screen Scraping	→	Web Services
Publishing	→	Participation
Content Management Systems	→	Wikis
Directories (Taxonomy)	→	Tagging ("Folksonomy")
Stickiness	→	Syndication

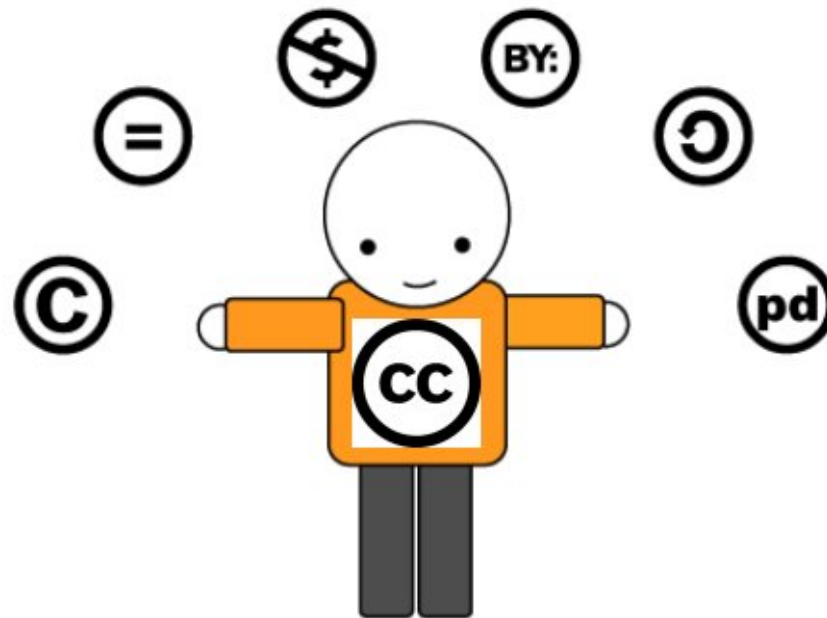
By: JRS and others

Web 2.0

- **Foco não é acerca da tecnologia:** a introdução de significado humano (social) nas interacções online está a proporcionar o surgimento de um autêntico ambiente (cyber)social, que estende de uma forma natural o “mundo real” e em particular espaços urbanos.
- **É acerca das pessoas** e da virtualização das suas actividades de *social networking* que são ampliadas e expandidas pelos efeitos de rede e pela natureza viral da informação a transitar na web. **É acerca de redes sociais** às quais nos estamos a ligar cada vez mais tornando a própria rede mais social (humana).

Web 2.0

- Entre **THE BIG C** – *all rights reserved* – e o domínio público, existe um enorme leque de possibilidades que permitem definir explicitamente a forma como cada um de nós permite a utilização das suas criações.



http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/deed.en_GB
By: JRS and others

Web 2.0

Interacções (cyber) Sociais

Processos: humanos-tecnologia

*Software Social:
Serviços para a 'World Live Web'*

Web 2.0: "A Web como plataforma"

Web 2.0



INOVAÇÃO
Liderada
Pelos
utilizadores

- Blogging
- Tagging
- Sharing
- Messaging
- Networking

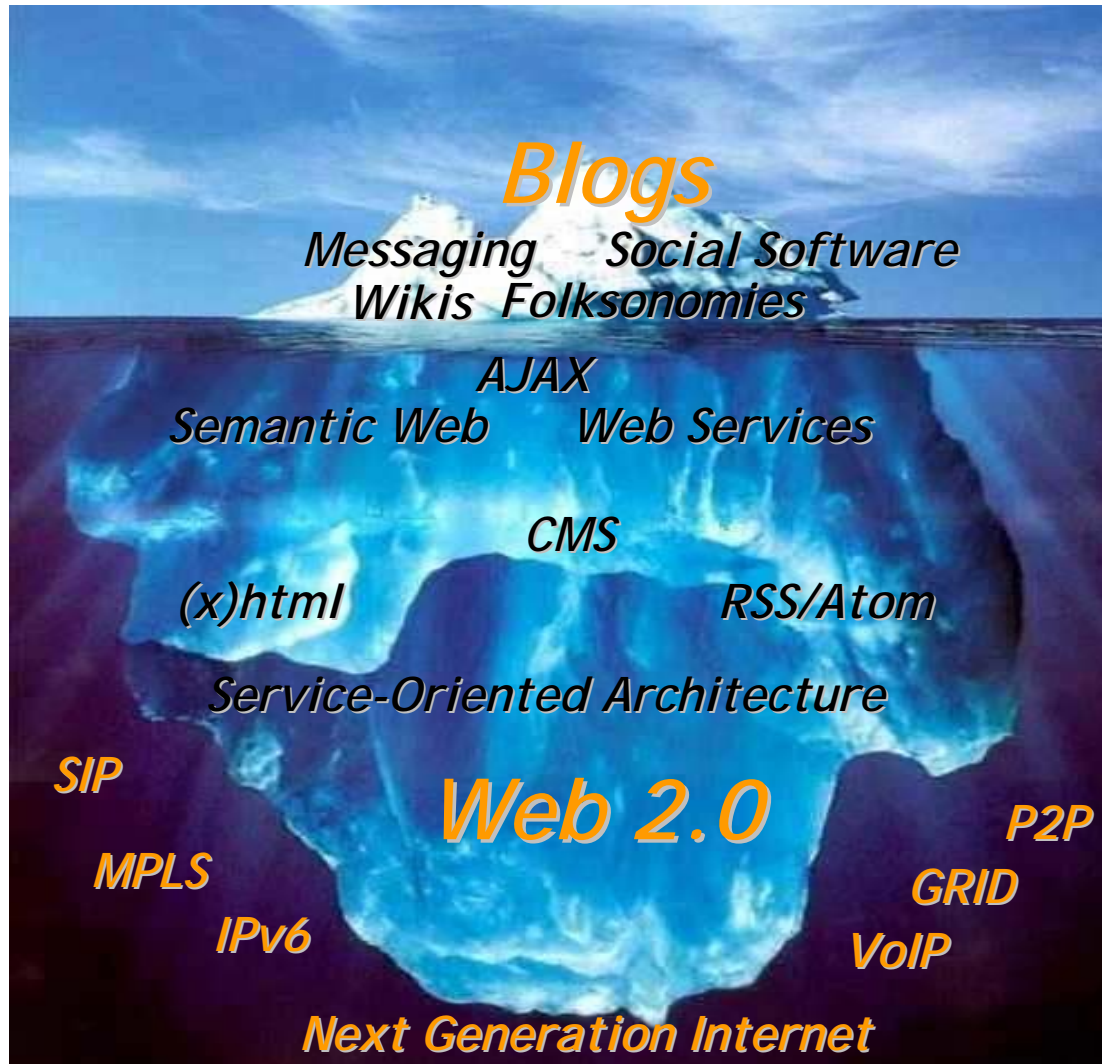
Inovação
Aplicações/Serviços

- Blogs
- Wikis
- Folksonomies
- Podcasts
- Socialware

Inovação
Tecnológica

- WS, SOA
- XML, XSLT, ...
- RSS, Atom
- AJAX
- RDF, OWL
- xhtml

Web 2.0



Web 2.0

- **Syndication Standards:** [RSS](#) - *Really Simple Syndication* – e os seus diferentes formatos. [Atom](#), *the full-fledged contender*. Dialectos XML para publicação de conteúdos, permitindo modos simples de subscrição de conteúdos a partir de diferentes fontes.
- [CMS](#) – **Content Management Systems** – modos simplificados de automatizar processos de publicação na web e plataformas tecnológicas para serviços de *blogging* e *wikis*.
- [AJAX](#) - **Asynchronous JavaScript And XML**
- [SOA](#) – **Services-Oriented Architecture** – talvez a aproximação arquitectural mais interessante para esta nova web. Normalmente implementa [Web Services](#) através do uso de [XML](#), [HTTP](#), [SOAP](#), [WSDL](#) & [UDDI](#).

...

Web 2.0

- Construída por nós. Desta vez é a nossa web
- Foco:
 - fazer, partilhar, socializar, colaborar e acima de tudo **criar**
- Cria movimentos de ruptura com modelos de negócio estabelecidos

Agenda

- Web 2.0
- Indústrias Criativas
- Existe ligação?
- Alguns dados
- Para reflectir ...

Indústrias Criativas

- “...those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property.”

(UK Government, Department of Culture, Media and Sport)

Indústrias Criativas

Indústrias criativas ..

- .. são baseadas em indivíduos com competências artísticas, culturais e criativas..
- .. em aliança com gestores e tecnólogos..
- .. construindo produtos comercializáveis..
- .. cujo valor económico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais)

Indústrias Criativas

Cadeia de Valor

- Origem – criação de ideias e artefactos culturais e criativos.
- Produção – construção de produtos comercializáveis.
- Distribuição – principalmente por meios digitais com alguma localização.
- Consumo – proporcionam experiências e emoções ao utilizador final.

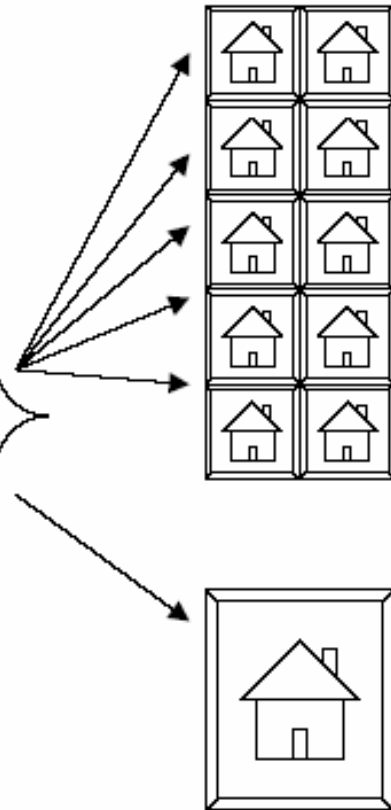
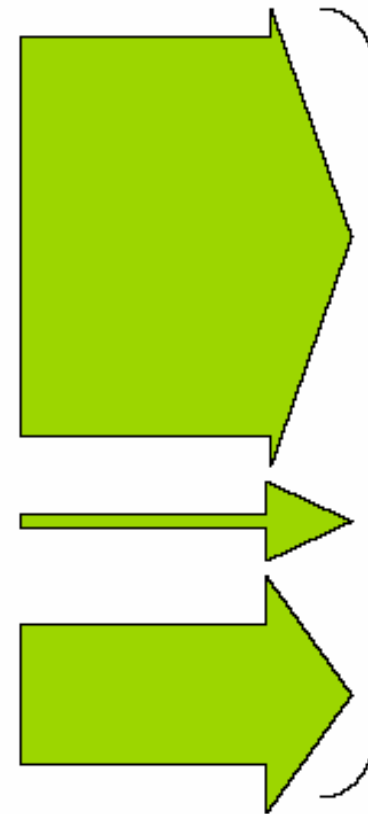
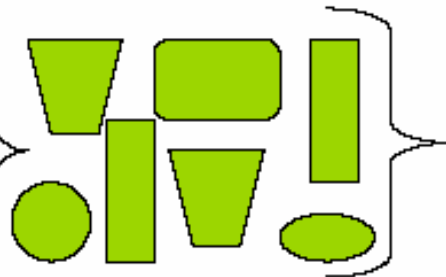
Indústrias Criativas

Origination

Production

Distribution

Consumption



Creative Clusters

Indústrias Criativas

Regeneração Social e Urbana

- As indústrias criativas permitem que os sítios, cidades, regiões e países moldem e comuniquem a sua identidade.
- Atraem e retêm trabalhadores das classes criativas
- Os aspectos culturais presentes em edifícios, arte pública, animação pública, ... transmitem confiança e dinâmicas sociais positivas nos cidadãos.
- Participação em actividades culturais motiva e transmite sensação de poder aos cidadãos
- Actividades, negócios e educação culturais introduzem novas abordagens para novos problemas urbanos: alienação, integração de minorias, drogas.

Indústrias Criativas

Convergência Digital

- Indústrias separadas historicamente sobrepõem-se.
 - TIC, Media
- Material produzido para um meio pode ser adaptado (“recontextualizado”) e distribuído por muitos outros.
- Acesso massificado leva a um aumento da procura de conteúdos criativos.

Indústrias Criativas

Negócios Criativos

- Baseados em projectos.
- Disponibilidade de freelancers e micro-organizações altamente talentosos.
- Empreendedores (equipa) são artistas/gestores.
- Necessário:
 - Distritos criativos (meios heterogéneos)
 - Ambiente/espço criativo e equipamento.
 - Mentorização, *coaching*, redes e efeitos de clusters.
 - Apoio institucional
 - Disponibilidade de capital de risco elevado.
 - Plataformas de comercialização e vendas.

Agenda

- Web 2.0
- Indústrias Criativas
- Existe ligação?
- Alguns dados
- Para reflectir ...

Existe ligação?

- Talvez:
 - “This ‘new’ web is much more focused in the person, allowing the creative occupations to use it as a powerful tool to create and promote new business”
 - “It is really a potent new do-it-yourself trend that is shaking up a raft of industries, from sw to telecommunications to media, marketing, and entertainment.”

Existe ligação?

- Talvez:
 - “Most of all “people” are changing their minds about what they will pay for and how”
 - “This disrupts long established business models (the long tail)”

Existe ligação?

- “Very low-priced downloadable digital content (including the likes of ring tones and iTunes), assisted by easy-to-use payment systems (from the likes of mobile operators and PayPal), is generating billions in revenue.”
- “Maybe, just maybe, if one has truly great low-priced content – and makes it very easy to search / find / obtain (SFO) - one can make it up on volume...”

Morgan Stanley

Agenda

- Web 2.0
- Indústrias Criativas
- Existe ligação?
- Alguns dados
- Para reflectir ...

Alguns Dados

- Cultural and Creative Sector (EU30)
 - Turnover
 - More than €654 billion in 2003
 - Value Added to EU GDP
 - 2,6% of EU GDP
 - Real estate 2,1%
 - Food, beverage and tobacco manufacturing 1,9%
 - Textile industry 0,5%
 - Contribution to EU growth
 - 12,3% higher than the growth of general economy
 - Employment
 - 5,8 million people (3,1% of total in EU25)

Agenda

- Web 2.0
- Indústrias Criativas
- Existe ligação?
- Alguns dados
- Para reflectir ...

Reflexões...

- Estamos a dar a atenção e importância devida às Industrias Criativas? É possível um Plano Criativo?
- Estamos a investir a a criar mecanismos para a sua “credibilidade formal” e para o seu crescimento?
- Estamos atentos às imensas sinergias entre as ICs, as ICT, o turismo e as indústrias mais tradicionais?
- Estamos a promover o diálogo e entendimento entre as IC mais “puras”, as ICT e os investigadores?

Reflexões...

- Estamos cientes de que a sua componente cultural é um elemento fundamental para atrair e fixar elementos das classes criativas?
- A nossa educação está a apostar o suficiente nas áreas criativas e culturais numa perspectiva de forte complementaridade com as áreas científicas?
- O “corredor” Braga, Porto, Aveiro já reflectiu acerca do assunto?

Obrigado!!!

Referências

- Evans, Simon (2004) – “Introduction to Creative Clusters” Creative Clusters (www.creativeclusters.co.uk)
- Fumero, Antonio (2005) – “Web 2.0: Beyond the Blog Phenomenon” Universidad Politecnica de Madrid
- Hartley, John (2005). Creative Industries. London: Blackwell Publishing.
- Hof, Robert D. (2005) “It’s a Whole New Web” [in http://www.businessweek.com/magazine/content/05_39/b3952401.htm accessed on November 2005]
- Johannsen, Andreas (October 2005) – “Putting Web 2.0 to work behind the firewall”
- European Comission (2006) – “The Economy of Culture in Europe” [in http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html accessed on November 2006]
- Meeker, Mary (October 2005) - “Internet Trends – Web 2.0” Morgan Stanley
- O’Reilly, Tim (2005) “What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software” [in <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228> accessed on November 2005]