



## **Innovatie en cultuur is het meer dan een containerbegrip?**

**Op macro en taal niveau** zijn de woorden innovatie en cultuur op dit moment uitgehold omdat ze in onze 21ste eeuw in allerlei betekenissen gebruikt worden, alles wordt erin gestopt, als thema overspoelen ze ons, we hebben er nog weinig connectie mee zodat het containerbegrippen geworden zijn.

**Cultuur** is de levenswijze en visie van een volk, manier van zien, zijn en doen, aldus Wikipedia en **innovatie** is volgens dezelfde bron een door de mens doelbewuste sprongsgewijze vernieuwing zowel op het vlak van arbeid, technologie, producten, strategieën m.a.w op alle vlakken . Het begrip innovatie maar dan onder de noemer uitvinding vinden we reeds terug bij Leonardo Da Vinci die een vernieuwer was bij uitstek. Waarmee meteen gezegd is dat innovatie al eeuwen bestaat en cultuur en innovatie ook al eeuwen hand in hand gaan.

### **Maar wat scheelt er dan op vandaag met de begrippen cultuur en innovatie?**

Cultuur wordt op vandaag al te vaak ingezet als citymarketing, event, om het imago van de politiek, van de economie, van de stad e.a. op te kloppen en er eenzijdig winst uit te halen.

Innovatie wordt op vandaag ook te vaak eenzijdig vanuit economisch standpunt gebruikt als de dynamiek voor de vooruitgang van het bedrijfsleven en daarbij vaak verengd tot innovatie op technologisch vlak en geconnoteerd aan eenzijdige winst voor de economie. Het zijn containerbegrippen geworden, we worden het beu om er altijd over te horen praten **als losse elementen buiten ons om, waarmee we geen verbinding hebben, soms verplicht zijn de gevolgen ervan te dragen en anderen er eenzijdig hun winst uit te halen.** Op **macro niveau** ligt innovatie, vooruitgang, cultuur onder vuur.

### **Hoe kunnen we er voor zorgen dat we daar niet in terecht komen, want we leven wel in die maatschappij?**

Ik heb op **micro niveau** dwz daar waar de mens erbij betrokken is ervaren dat innovatie en cultuur geen container begrippen zijn. Mijn ervaring gedurende 16 jaar in Arteconomy hebben mij dat laten inzien. Integendeel, innovatie en cultuur beginnen te leven, kunnen reëel deel uitmaken van ons dagelijks leven en ook betekenis geven aan ons leven op voorwaarde dat:

- cultuur en innovatie verbonden worden met elkaar op het niveau van de mens, als er interactie ontstaat tussen beiden en geplaatst wordt in het belang van het grotere geheel, het ecosysteem nl de stad, het bedrijf, de sportclub, dan wordt de betekenis helder.

- als het belang van de mens, de cultuur en zijn ontwikkeling voorop komen te staan in de vernieuwing, de innovatie.
- als verandering ook mag betekenen kleine, stapsgewijze aanpassingen doen wat we transformatie noemen en niet alleen de grote innovaties met grote sprongen.
- als het economisch resultaat, de winst, het succes die het gevolg ervan zijn niet eenzijdig opgesoupeerd wordt maar gedeeld wordt met voor wie het bestemd is en met de basis van waaruit het vertrekt nl de maatschappij, de mens.
- als innovatie, de grote sprongen, op macro niveau verbonden wordt met het microniveau daar waar de transformatie plaats heeft, de mens zijn plek heeft. Innovatie is dan niet meer het opgejaagde, vooruit hollende dier maar de plek waar we **samen iets aan het maken, aan het creëren zijn meer nog** zo wordt de kracht van de energie die de verbinding tussen mensen teweeg brengt versterkt.

Of om het met de woorden van Rutger Bregman te zeggen in zijn boek “De geschiedenis van de vooruitgang”: we moeten ons bezinnen over **‘de aard’ van de vooruitgang. We moeten een gemeenschappelijke taal ontwikkelen waarin we over oude waarden als vrijheid, gelijkheid, broederschap en vooruitgang kunnen praten.**

**De projecten die Arteconomy opzet zijn steeds op micro niveau** nl daar waar de ondernemer, de medewerkers van het bedrijf en de kunstenaar elkaar als gelijkwaardige partners ontmoeten en samenwerken. Daar merk ik dat kunstenaars die in participatie projecten stappen bij uitstek partners zijn die de verbinding maken tussen de innovatie en de mens in zijn ecosysteem, zijn culturele context. **Hij/zij gaat ‘beyond’ het thema/kunstwerk en neemt, zoals Michelangelo Pistoletto het noemt, zijn/haar ‘social responsibility’ op. Waarom doe ik het?**

Dat zijn geen individuele bevindingen van mij maar dat vertelt ons ook de evaluatie van 5 projecten in Turnhout bij 5 bedrijven met 5 kunstenaars nl:

Het bedrijf Cartamundi met de kunstenaar Peter De Cuypere.

Het bedrijf Philips Lighting met de kunstenaar Nico Dockx

Het bedrijf Miko Koffie met de kunstenaar Kim De Ruyscher

Het bedrijf Master Meubel met de kunstenaar Victor Ramirez

Het bedrijf Vanroey ICT en de kunstenaar Eric Joris.

**Wat zeggen deze evaluaties:**

1. De kunstenaar heeft meestal een andere kijk en noodzaak tav het probleem en dat plaatst hij in een groter verhaal van waaruit hij vertrekt met een globaler kijk op de wereld waardoor innovatie vanuit andere invalshoeken bekeken wordt en er anders over nagedacht wordt maw de kunstenaar gaat vaak over de grenzen van de ingenieur heen.
2. De autoriteit van de kunstenaar is anders dan van een ingenieur, een programmeur nl het creëren, het disruptieve en intuïtieve denken staat veel centraler. De kunstenaar werkt vanuit zijn ziel, werkt niet altijd naar de opdrachtgever toe maar wel naar zijn ziel. Dit is soms én moeilijk voor een bedrijf én juist de meerwaarde ervan.

3. De kunstenaar brengt er vaak verschillende zintuigen bij ( zoals geur, smaak, voelen) waardoor innovatie aantrekkelijker wordt voor de gebruiker indien het appel doet op menselijke trekjes.
4. De emotie is meestal sterker voelbaar in wat een kunstenaar doet en emotie en vertrouwen zijn dikke vrienden.
5. Het bedrijf Cartamundi zei: we hebben geleerd om de technologie in ons product te verbergen en dat de magie die de kunstenaar creëerde belangrijker is voor de klant dan de technologie.

Ik wil besluiten met een citaat uit het boek 'De Geschiedenis van de vooruitgang' van Rutger Bregman: **Het verbinden van een utopische passie met de realiteit van alledag is de opdracht van onze tijd.** Ik voeg hieraan toe: daar zijn kunstenaars goed in en zo kunnen innovatie en cultuur meer betekenis krijgen omdat de mens zich daarin erkend weet.

Julie Vandenbroucke

Voorzitter Arteconomy

Statement debat: inspiratienamiddag innovatieve partnerprojecten 19 06 2018

DEPARTEMENT **CULTUUR, JEUGD EN MEDIA**

Afdeling Kennis & Beleid – Team Transversaal & Internationaal

T +32 2 553 69 50

Arenbergstraat 9, 1000 Brussel

[cjm.vlaanderen.be](http://cjm.vlaanderen.be)