

CONCEPT

Pentru construirea Dosarului de candidatură a Iaşului

I. Ce este conceptul?

- Conceptul este elementul catalizator al Agendei de evenimente și în jurul lui se construiește întreg dosarul de candidatură pentru Capitala Europeană a Culturii
- Conceptul NU ESTE brandul oraşului, dar poate constitui un element care să ajute la configurarea acestuia
- Conceptul trebuie să fie clar, limpede și ușor de ținut minte, să arate elementele componente care structurează dosarul și să poată trimite la ținta finală a programului. El pleacă de la identitatea culturală a oraşului, se axează pe argumente specifice, identifică un orizont de acțiune
- Conceptul trebuie să ofere un răspuns rapid la întrebarea "de ce ar merita Iaşul să primească titlul de Capitală Europeană a Culturii?"
- Conceptul trebuie să sugereze **programul cultural al oraşului în 2021** și liniile de dezvoltare, în acord cu Strategia culturală a oraşului aprobată de Consiliul Local.

II. Sursele de construcție a conceptului

În definirea conceptului au fost luate în considerație următoarele surse:

- Reglementările europene și naționale privitoare la desfășurarea competiției
- Analiza ofertei culturale a Iaşului realizată de KEA în 2014
- Rezultatele Barometrului cultural realizat de Asociația AXIS în martie 2015
- Sinteza dezbaterilor realizate cu managerii culturali ai instituțiilor publice, a întâlnirilor cu antreprenorii culturali, cu artiștii și cu ONG-urile de profil organizate de Fundația Iași-Capitală Culturală Europeană (FICCE)
- Discuții informale cu manageri, artiști sau oameni cu experiență din domeniul industriilor creative sau al managementului cultural european

Au fost avansate în dezbaterile publice o serie de **idei de concept**, după cum urmează:

- "Trecutul ne recomandă, viitorul ne aparține"(în campania de teasing)
- "Iași-orașul inspirației"(o propunere mai veche de brand al oraşului)
- "Take your time/ Oleacă de răgaz" (Rofilco)
- "Ura nu are loc în cultură"(Namogo)
- o problematizare graduală în jurul ideii de "ospitalitate" (Dan Lungu)
- "Let's cross the borders"(propunerea noastră de plecare)

Singura prezentare concretă de concept a fost realizată de firma Namogo și a fost lansată public, pe site-ul www.namogo.com, sub numele de "Orașul pentru care toți oamenii sunt frumoși" fiind dezbătută și cu echipa executivă FICCE.

III. Descrierea conceptului

În construcția dosarului de candidatură și, prin urmare, în definirea conceptului trebuie avute în vedere următoarele aspecte:

- *Titlul se acordă nu pentru ceea ce este orașul, ci pentru ceea ce își propune să devină*
Conceptul trebuie să fie, deci, **proiectiv**, să dea o altă dimensiune ofertei culturale existente, să o dezvolte și să o diversifice în viitor
- *Criteriul **dimensiunii europene** a programului cultural propus este esențial*
E de ajutor, deci, dacă raportarea la Europa apare explicit în titlu
- *Calitatea și **specificitatea** programului cultural fac diferența între competitori*
Conceptul trebuie, deci, să arate, încă din slogan, cum se diferențiază Iașul de ceilalți competitori din țară și care este ținta pentru 2021

Luând toate aceste lucruri în considerație, propun o definiție care să cuprindă dimensiunea europeană, specificitatea Iașului și o proiecție postmodernă care să articuleze rolul cultural și creativ pe care Iașul își propune să îl joace în 2021 ar fi:

IAȘI 2021 – INTERFAȚA RĂSĂRITEANĂ A CULTURII EUROPENE /

IAȘI 2021 – THE EASTERLY HUB OF EUROPEAN CULTURE

Iată și detaliere scurtă a celor trei componente care alcătuiesc și explică substanța conceptului:

Cultura europeană este tolerantă și incluzivă, fiind interesată tocmai în crearea mediului potrivit pentru dialogul diversității, pentru întâlnirea dintre diferite culturi naționale sau identități regionale ale continentului. Iașul are o bună tradiție și o ofertă consistentă a provocărilor culturale europene pe care le poate îmbogăți prin specificitatea culturală a locului și își poate asuma, în 2021, rolul de a deveni un centru de comunicare între Europa și Estul ne-european.

Specificitatea răsăriteană a Iașului îmbogățește dimensiunea europeană a culturii și pune în valoare poziționarea unică a acestui oraș ca fiind "cea mai estică metropolă a Europei" precum și cele două dimensiuni care individualizează Iașul în raport cu alți competitori din țară:

- Deschiderea transfrontalieră către Chișinău și Cernăuți
- Cel mai important pelerinaj spiritual răsăritean în jurul căruia s-au construit Sărbătorile orașului și care provoacă o participare anuală aproape de cifra de 1 milion de vizitatori în decursul câtorva zile

Interfață este un neologism care desemnează în limba română un cuvânt englezesc mondializat, specific erei internetului și secolului XXI: *Hub*. E un termen ce sugerează un

punct de conexiune, un loc în care se întretaie mai multe canale de comunicare, un nod de rețea. Interfața semnifică, în egală măsură, capacitatea de conectare a unor surse diverse, cât și comunicare în ambele sensuri, interconectarea, dialogul.

Iașul ar putea reprezenta o astfel de interfață care să conecteze regiunea Moldovei, atât partea națională, cât și cea transfrontalieră, la cultura și valorile democratice europene și să faciliteze implicarea cetățenilor, a publicului larg sau a celui specializat la crearea unui spațiu dens al comunicării culturale și identitare în ambele sensuri: și din Europa către Răsărit și din Est către Vest.

IV. Ariile de conținut ale conceptului

Atât analiza ofertei culturale, cât și poziționarea cetățenilor față de candidatura Iașului pentru obținerea titlului de Capitală Europeană a Culturii în 202, așa cum este ea relevată de Barometrul de consum cultural din martie 2015, precum și dezbaterile din spațiul public identifică drept definerii pentru Iași următoarele atribute:

- ISTORIA
- CULTURA
- SPIRITUALITATEA
- EDUCAȚIA
- POTENȚIALUL CREATIV ȘI INOVATIV
- SPAȚIU AL TIHNEI ȘI OSPITALITĂȚII
- ORAȘ UNIVERSITAR

Tot aceleași surse identifică și principalele puncte vulnerabile:

- SLABA IMPLICARE A CETĂȚENILOR ÎN SUSȚINEREA PROIECTELOR CULTURALE ȘI CIVICE
- ATENȚIE EXCESIVĂ ACORDATĂ TRECUTULUI ȘI TRADIȚIILOR PROVINCIALE
- OBIȘNUINȚA CU EVENIMENTE OFERITE GRATIS
- SCĂDEREA DRAMATICĂ A CONSUMULUI CULTURAL DE CALITATE

Astfel încât ariile de acoperire ale conceptului care vor da conținutul acestuia și vor defini obiectivele și activitățile ce vor fi propuse pentru a construi dosarul de candidatură vor fi:

- 1.MEMORIE RESPONSABILĂ/responsible memory
- 2.ARTĂ VIE/living arts
- 3.SPIRITUALITATE IMPLICATĂ/involved spirituality
- 4. CREATIVITATE ANGAJATĂ/engaged creativity

IV.1.Memorie responsabilă este domeniul care cuprinde toate tipurile de activități care au ca scop punerea în valoare a istoriei orașului și a identității regionale.

Se adresează, în principal, instituțiilor muzeale, mediului școlar și universitar, instituțiilor editoriale și societății civile și are o puternică componentă morală și educativă. Este un domeniu care urmărește formarea unei atitudini responsabile în privința trecutului, a istoriei și a valorilor locului, care cultivă informarea corectă și atitudinea critică. Agenda 2021 va trebui să cuprindă proiecte culturale care să pună în valoare istoria, tradițiile, patrimoniul și cultura regiunii, care să reliefeze rădăcinile și identitățile culturale diverse și care să genereze mai bună cunoaștere a culturii românești și a patrimoniului material și imaterial din zonă în Europa.

Un exemplu de bună practică: Proiectul "Istoria minorităților – o abordare cultural artistică a diversității" realizat de un consorțiu al Primăriei cu Universitatea Al. I. Cuza și Asociația Pro Roma, cu sprijinul comunității armenilor și a comunităților evreiești, italiene și grecești din Iași, finanțat de programul internațional EEA Grants al Norvegiei.

IV.2. Cultură vie este domeniul care cuprinde tot spectrul de activități culturale ce pun în valoare excelența, originalitatea, creativitatea și inovația.

Se adresează tuturor operatorilor culturali și organizațiilor neguvernamentale din domeniu acoperind atât oferta culturală instituționalizată, cât și industriile creative și expresiile artistice underground. Este cel mai important element de configurare a agendei de manifestări și el dă dinamism, prin provocările estetice pe care le poate produce, dialogului cu celelalte culturi europene. Agenda 2021 va trebui să cuprindă proiecte de cooperare și coproducție cu parteneri europeni și să transforme Iașul într-un centru al conexiunilor artistice și de dezvoltare a industriilor creative.

Un exemplu de bună practică: Festivalul Internațional de Literatură și Traduceri (FILIT) care facilitează dialogul între șiteraturi, organizează rezidențe și dezvoltă și o itinerare către Republica Moldova.

IV.3. Spiritualitate implicată este domeniul care încearcă să dinamizeze dimensiunea participativă a cetățenilor prin integrarea spiritualității răsăritene, foarte influentă în Moldova de dincoace și de dincolo de Prut, în oferta culturală a Iașului pentru 2021, prin dezvoltarea turismului de patrimoniu, stimularea creativității în zonele adiacente mănăstirilor, prin stimularea dialogului ecumenic și prin integrarea în comunitate a patrimoniului cultural și artei religioase.

Se adresează preponderent instituțiilor culturale din siazul cultelor existente la Iași, ONG-urilor, dar și oricărui alt operator cultural sau turistic interesat în valorificarea patrimoniului material și imaterial al tradiției creștine sau al altor confesiuni de la Iași sau din regiune. O linie de forță a dosarului și a agendei culturale pentru 2021 o va constitui crearea unui traseu de pelerinaj spiritual, care să pună în valoare, turistic și economic, pentru orice vizitator mănăstirile și tradițiile din regiune, inclusiv din Republica Moldova. Un astfel de itinerar va trebui să intre, în 2021, în rețeaua europeană a pelerinajelor din Spania, Norvegia și Grecia.

Un exemplu de bună practică: Concursul coral Internațional de pentru tineret de muzică sacră "Gavriil Muzicescu", organizat de Asociația Iubire și Încredere cu sprijinul Mitropoliei

Moldovei și al autorităților locale precum și cu implicarea directă a enoriașilor din parohiile ieșene, care a adus, în fața unui juriu internațional, coruri de tineri din Moldova, Ucraina, Bulgaria și Grecia. DVD-urile produse în cadrul festivalului fiind distribuite în toate țările participante.

IV.4. Creativitate angajată

Esența conceptului este de a deschide punți de cunoaștere și cooperare între cetățenii europeni prin depășirea barajelor și blocajelor culturale impuse artificial de frontierele politice și administrative.

Principalele obiective ale proiectelor subscrise acestui domeniu sunt stimularea contribuției culturii la dezvoltarea pe termen lung a orașelor, promovarea unei mai bune cunoașteri reciproce între cetățenii europeni și reactivarea moștenirii culturale comune în forme relevante pentru publicul contemporan. Pentru 2021, se vor pregăti evenimente axate pe schimburi culturale, masterclass-uri, coproducții și evenimente bi- și tri-partite, care vor spori gradul de accesibilitate și de participare, precum și diseminarea valorilor culturale și democratice europene. Crearea unui spațiu comun de lucru pentru proiecte culturale care să reunească artiști din întreaga Europă este una dintre prioritățile strategiei culturale a orașului pe termen lung.

Exemplu de proiect strategic: noua clădire a vechiului Palat Braunstein din Iași, restaurată de Primărie până în 2020, transformată într-un centru de rezidențe creative și de proiecte de cooperare culturală având ca prioritate implicarea și sprijinirea cu precădere a artiștilor și a antreprenorilor de industrii creative din Chișinău (Rep. Moldova) și Cernăuți (Ucraina). Centrul de rezidențe va oferi oportunități de cazare, de lucru, de organizare de workshop-uri. Acest proiect este cuprins deja în strategia culturală, care urmărește transformarea orașului Iași într-o interfață a culturilor, în releul răsăritean al culturii europene occidentale.

V. Condiții de integrare în dosarul de candidatură a proiectelor viitoare

Proiectele culturale pentru anul 2021 care vor fi propuse pentru dosarul de candidatură pot fi lansate de orice instituție, publică sau privată, de cultură sau educație, de ONG-uri sau de antreprenori creativi sau de artiști individuali, indiferent de forma de manifestare, dacă îndeplinesc următoarele condiții:

- Includ o dimensiune europeană (parteneriate, coproducții, public țintă din mai multe țări)
- Generează o dezvoltare către sau stabilesc un parteneriat la Chișinău și/sau Cernăuți
- Urmăresc o țintă educativă sau formativă pentru public
- Se integrează unei din cele trei arii de acoperire ale conceptului
- Propun proiecte de industrii creative care lansează sau ajută la dezvoltarea regiunii
- Contribuie la afirmarea europeană a creațiilor și creatorilor ieșeni

VI. Logo, identitate vizuală și mărcile distinctive

Dosarul trebuie să cuprindă, conform regulamentului, o parte de text, dar și imagini, desene, fotografii, grafice, imprimări sau orice altfel de material care este considerat reprezentativ și care poate îmbogăți prezentarea. De aceea, trebuie să asociem descrierii conceptului o imagine reprezentativă împreună cu alte elemente definitorii care pot ajuta la mai buna lui difuzare și la un impact sporit.

Având în vedere potențialul creativ special al Iașului, recomandarea noastră este să fie folosite **creații originale ale** artiștilor ieșeni și să se evite utilizarea elementelor serializate, aseptice, impersonale, obișnuite în publicitatea comercială sau în prezentările neprofesioniste.

Logo-ul propus, în acord cu liniile de configurare a conceptului, este următorul:



I A Ș I 2 0 2 1

INTERFAȚA RĂSĂRITEANĂ

A C U L T U R I I E U R O P E N E

Desenul reprezintă, în formă esențializată și cu o trimitere directă la culorile Uniunii Europene, o metaforă asupra timpului culturii, transistoric, circular în care artele sunt spiritualizate. Logo-ul subliniază, prin deschiderea către Est, tema centrală a conceptului: rolul pe care Iașul își propune să îl joace, acela de **facilitator** al culturii și valorilor europene către Răsărit. Logo-ul a fost creat de Felix Aftene și este dezvoltat într-o pictură și un proiect de monument de for public în bronz

Programul de identitate vizuală care pornește de la acest logo va fi creat și dezvoltat de o firmă specializată în perioada următoare.