

ANCONA
CAPITALE
DELLA
CULTURA
2022

DISPENSA PER
LA CANDIDATURA

Quello della capitale della cultura non è un titolo, o un attestato per ciò che si è fatto, o per come si è. Si tratta di un bando vero e proprio: bisogna presentare un progetto di azioni culturali per il 2021, azioni coerenti con gli obiettivi dichiarati nel bando, che abbiano un senso compiuto se lette tutte assieme.

OBIETTIVI	04
ATTITUDINI	06
<hr/>	
STRATEGIA	08
PIANO STRATEGICO	10
POSSIBILITÀ	13
VALORI	15
<hr/>	
CANDIDATURA	18
TEMA	20
FILTRO	22
STRUMENTI	24
<hr/>	
PROGETTI	26

1 OBIETTIVI

GLI OBIETTIVI DEL BANDO E DELLA CANDIDATURA A CAPITALE DELLA CULTURA 2022.

Pur vantando alcune eccellenze Ancona non è una città di cultura, così come si intendono tradizionalmente le città di cultura. Ha una storia differente. Con la candidatura non si intende negare la personalità della città, le sue caratteristiche umane di comunità, per fingere di essere qualcosa d'altro. Al contrario, si intende sottolineare come, oggi, la cultura possa contribuire allo sviluppo di una città ed esserne una leva.

Paolo Marasca,
Assessore alla Cultura,
alle Politiche Giovanili
e al Turismo

Questi sono gli obiettivi:

- La crescita dell'**inclusione sociale** e il **superamento del cultural divide**
- Il rafforzamento della **coesione** e dell'**inclusione** e della partecipazione pubblica
- Il rafforzamento degli **attrattori culturali per lo sviluppo di flussi turistici**, anche stagionalizzati
- L'utilizzo delle **nuove tecnologie**
- **I giovani**
- L'**accessibilità**
- L'**innovazione e l'imprenditorialità** nei settori culturali e creativi
- **La sostenibilità economica**
- La sostenibilità coerente con le **indicazioni dell'Agenda 2030 dell'ONU**

2 ATTITUDINI

È UN CAPOLUOGO DI REGIONE, DAL CARATTERE PARTICOLARE.

In linea con quello che si sta cercando di fare anche in altri settori, Ancona si candida a Capitale della Cultura 2021 mettendo avanti a se stessa l'intero territorio e cercando di alimentare i rapporti con esso. Per questo, al momento di candidarsi, Ancona ha contattato una serie di istituzioni e di realtà marchigiane, per chiedere non semplici adesioni formali, ma vere e proprie collaborazioni.

Le collaborazioni
del territorio:

- La Soprintendenza
- L'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Centrale
- L'Istao
- La Provincia di Ancona
- L'Università Politecnica delle Marche
- L'Università di Macerata
- Alcune Accademie
- Altri comuni della Regione
- La Curia Arcivescovile
- La Comunità Ebraica

Siamo in attesa
di altre risposte...

Accanto all'attitudine del capoluogo, di essere al servizio del territorio, Ancona si candida anche consapevole del fatto di non essere **la tipica città di cultura italiana.**

La sua storia, le sue vicende, il suo carattere lo dicono chiaramente, ma è proprio per questo che Ancona può candidarsi a capitale: per dimostrare **come la cultura può continuare a cambiarla, ed essere determinante.**

STRA TEGIA

- 1 PIANO STRATEGICO**
- 2 POSSIBILITÀ**
- 3 VALORI**

La città di Ancona partecipa al bando per la Capitale italiana della Cultura 2021 candidando un pensiero e un processo di indagine che attraversa l'identità della cultura attuale, oggi, nel 2020. Non è la candidatura della storicizzazione di un risultato raggiunto. Non è la candidatura di un primato riconosciuto. Non è la candidatura di una superiorità presunta. Ancona ha deciso di candidarsi perché, oltre che essere una città speciale, da qualche anno si sta portando avanti un approccio trasversale, che tocca molti dei punti indicati dal bando.

Con il contributo di:

Assessorato alla Cultura,
alle Politiche Giovanili
e al Turismo del Comune
di Ancona

Assessorato alle Attività
Produttive, Porto, Piano
Strategico, Relazioni
Internazionali,
Trasporti, Conerobus
del Comune di Ancona

La Mole di Ancona

Direzione Pianificazione
Urbanistica, Edilizia
Pubblica, Porto e Mobilità
Urbana, Progetti Speciali,
Ambiente e Green Economy
del Comune di Ancona

Progetto PRESENTE

Università Politecnica
delle Marche

1 PIANO STRATEGICO

ESTRAPOLAZIONE DEI CONTENUTI DI VALORE DAL PIANO STRATEGICO DELLA CITTÀ 2017.

Il punto di partenza, per la redazione del dossier di candidatura, riguarda un approfondimento sul Piano Strategico redatto nel 2017 dal Comune di Ancona con il supporto di più di 300 cittadini. Il Piano Strategico è stato un grande momento partecipato, in cui la città ha espresso la sua volontà, fornendo indicazioni all'amministrazione, e contemporaneamente l'amministrazione ha fornito informazioni ai cittadini sulle reali possibilità di cambiamento. La candidatura a Capitale italiana della cultura è generata dal Piano Strategico, alla pari di un'opera pubblica o di un intervento sulla mobilità. Il vantaggio di Ancona è quello di poggiare su un grande processo partecipato, che continua a determinare le coordinate.

A. UN'IDEA DI CITTÀ

Il piano racconta gli elementi strategici e i punti focali sui quali concentrare l'attenzione, le energie e gli investimenti, con l'obiettivo di favorire la traiettoria di sviluppo che è già in azione e che sta già portando dei risultati tangibili. Da qui al 2025 l'attenzione sarà posta su:

1. L'elemento mare, principale risorsa della realtà e chiave di volta per guardare al futuro:

- Il porto: elemento significativo del contesto identitario
- La passeggiata: il waterfront riapre il porto e si riduce la distanza tra mare e terra.

2. L'affermazione di un ruolo, una strategia di marketing territoriale per valorizzare le risorse naturali della città:

- Turismo: driver di sviluppo

3. La scala urbana, città di mare capace di essere capoluogo in terraferma:

- Il centro storico: rivalutare il centro per trasformarlo in attrattore turistico, motore della ripartenza della città.
- Le attività culturali e commerciali: possono rivitalizzare l'assetto urbano, abbattendo barriere architettoniche e favorendo l'accessibilità e la circolazione.

4. La politica culturale, il Piano Strategico funge da collante:

- La Mole: alle attività de La Mole si aggiunge la rigenerazione degli edifici storici.
- L'università: polo universitario votato all'innovazione, necessità di collegamenti forti con il resto della città.
- Tessuto associativo: associazioni attive e animate che operano su differenti settori.

B. LA VISIONE STRATEGICA:

Il Piano Strategico si traduce fattivamente in tre strategie prioritarie e relativi asset:

1. Ancona città porto: il mare, attraverso il porto, costituisce il principale motore produttivo della città e questa strategia rafforza le attività tradizionali del porto, allargandone la sfera di azione e inglobando il ritrovato legame città-porto.

- Asset porto e lavoro
[i cantieri, la pesca e il suo mercato e i traffici marittimi]
- Asset turismo del mare
- Asset Waterfront

2. Ancona città capoluogo, per sancire il ruolo di capoluogo attribuito alla città non per le sue dimensioni geografiche e popolosità, ma perché centro di una Politecnica d'eccezione, di un ospedale regionale, perché accoglie flussi, abbatte barriere e favorisce l'incontro, lo scambio e la conoscenza.

- Asset Università
[motore produttivo sociale e popolazione universitaria]
- Asset sanità
[sfida della cura e caposaldo per la regione]
- Asset accessibilità
[entrare, uscire e circolare con semplicità]

3. Ancona città Mole, per costruire un sistema culturale in grado di proporsi come rilevante ai territori circostanti.

Il desiderio di cultura stabilisce le ambizioni della città e fa ruotare attorno alla sua struttura più significativa, La Mole, i vari elementi istituzionali e informali.

- Asset infrastruttura culturale
[offerta culturale e teatro]
- Asset movimento culturale
[mare, mood artigiano, bellezza, motore sempre attivo di produzione culturale].

2 POSSIBILITÀ

ANCONA HA LA POSSIBILITÀ
DI CANDIDARSI A CAPITALE
DELLA CULTURA 2022.

Entro il 2 marzo, i 44 comuni che hanno avanzato una manifestazione d'interesse dovranno **presentare un dossier di candidatura**. Una commissione ne selezionerà 10 e alla fine di aprile si conoscerà l'esito della prima fase di selezione. La forza della città sta nella contaminazione tra cultura, attività economiche, società, ricerca scientifica, attenzione al sociale, paesaggio, natura e ambiente. **Ancona è contraddistinta dalla contaminazione.**

Negli ultimi anni, la città ha visto la **crescita di un movimento importante dal punto di vista culturale**. Nello stesso tempo, le istituzioni culturali hanno affrontato per la prima volta una serie di criticità. La crescita, infatti, non è vera crescita se non ci permette di posare lo sguardo sulle nostre difficoltà.

Ad Ancona si può dire che **la cultura è perennemente al lavoro**.

Anche per questo, la comunità culturale della città, fatta da tanti operatori, festival, cittadini, artisti, ha permesso di **vincere bandi importanti**, che hanno a loro volta garantito **il sostentamento dell'azione culturale**. Questo non significa rinunciare allo sguardo dall'esterno: **lavorare con molte persone che guardano Ancona da fuori, permette alla città di conoscersi meglio**.

3 VALORI

DURANTE LA GIORNATA
DEL 22 GENNAIO 2020
SI È SVILUPPATO UN
PENSIERO SULL'IDENTITÀ
DELLA CITTÀ.

Per preparare il dossier, si è sviluppato un pensiero sull'identità della città. La giornata di lavoro del 22 gennaio e una serie di altri incontri hanno permesso di sviluppare un ragionamento condiviso sul rapporto tra il concetto di cultura e l'identità di Ancona. La storia, l'evoluzione, la trasformazione della città, le considerazioni sul Piano Strategico e sui risultati di un questionario cui hanno risposto 250 intervistati [anconetani e non] hanno portato a definire i possibili temi sui quali sviluppare la candidatura.

Tra le definizioni di cultura ci sono alcuni elementi ricorrenti, di contatto, e alcune divergenze che possiamo individuare nelle seguenti considerazioni:

Cultura biologica: sia nelle raffigurazioni schematiche sia nelle descrizioni testuali, la cultura viene descritta e disegnata attraverso termini e simboli legati all'immaginario biologico: membrane, organismi, cellule, metabolismo etc.

Cultura partecipata: in alcuni casi la dimensione partecipata, intesa come confronto tra individui, come comunità di persone e come essere umano che si esprime è molto presente e quasi fondante per la definizione; in altri casi non è affatto presente.

Cultura in trasformazione: il cambiamento, l'evoluzione e la trasformazione sono tre elementi ricorrenti. Prevalgono sugli elementi culturali in senso stretto: la cultura non è un argomento, una persona, una vicenda. La cultura è un processo che si contamina e che contamina, che si evolve nel tempo e che trasforma ciò con cui entra in contatto.

Il concetto di sottofondo non significa cultura come sfondo ma significa cultura come ambiente naturale in cui nasco e mi trovo a vivere.

È una permanenza continua in cui siamo immersi. È un sottofondo musicale: se non lo ascolti neanche ti accorgi della sua presenza, ma se lo noti cogli qualcosa in più e tutto cambia.

Quando le persone entrano in contatto con la cultura vengono contaminate da essa e contemporaneamente la contaminano. La permeabilità è contemporaneamente un limite e una propulsione.

Il concetto forte espresso dalla metafora biologica della cellula e della membrana rafforza la visione di cultura non come accumulo di saperi ma come organismo vivente, che ha bisogno di essere alimentato e curato per poter crescere, e che nel tempo si trasforma e si modifica in un dato contesto, grazie a determinate esperienze e suggestioni.

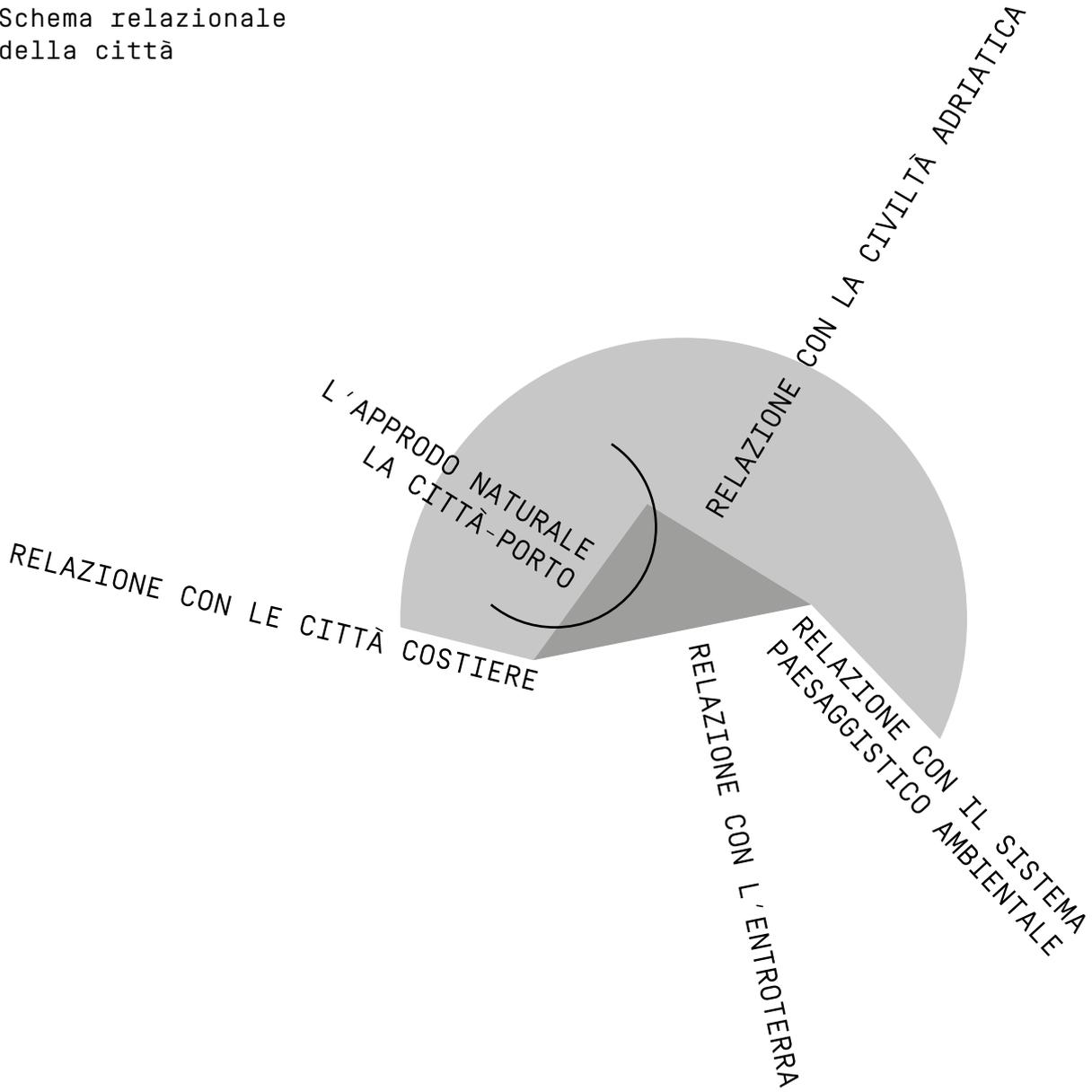
Gli elementi ricorrenti e quindi i pattern della giornata sono sintetizzati nei seguenti cinque punti:

1. **Tessere legami usando il valore del limes come risorsa, relazione, legame e rapporto con l'altro.** Uno dei ruoli della cultura in questo preciso momento storico è quello di occuparsi del legame, dell'incontro e della relazione, che sono essenzialmente le cicatrici, i traumi, che vengono rimossi dalla società in cui viviamo. Ancona è una città di limite.
2. **Curare l'incontro riconoscendo la disomogeneità e la frammentarietà.** Necessitiamo di azioni che permettano di legare le relazioni, creare legami, favorire la produzione ma anche la cura dell'incontro, altro superamento del trauma: accettando l'altro, accogliendo l'altro, intrecciando una relazione capace di trasformarsi.
3. **Governare il conflitto.** Non dobbiamo far finta che non esista il conflitto, ma riconoscerlo, esprimerlo e governarlo, in controtendenza rispetto a quello che succede nel resto del paese.
4. **Risignificare il sistema culturale individuandone i catalizzatori di identità, facendo emergere il livello simbolico attraverso la narrazione.** La narrazione del "quanto è bella Ancona", legata a elementi simbolici quali la città o la storia, non è sufficiente. Per conoscere se stessi è necessario far emergere e riconoscere ulteriori livelli simbolici ancora silenti. La candidatura può essere un'occasione per raccontare a tutta la città quello che la città effettivamente è.
5. **Lavorare sul collegamento e non sull'accentramento.** Ancona funziona se riesce a sviluppare collegamenti interni, collegamenti periferici, collegamenti provinciali, collegamenti regionali, nazionali e internazionali. Lavoro che si fa attraverso le infrastrutture, le vie di comunicazione, ma anche attraverso il dialogo aperto, le progettualità condivise e l'ascolto attivo e partecipato.

CANDI DATURA

- 1 TEMA
- 2 FILTRO
- 3 STRUMENTI

Schema relazionale
della città



1 TEMA

ANCONA CAPITALE ITALIANA
DELLA CULTURA DEVE
AVERE UN TEMA, ALLORA
QUESTO TEMA NON PUÒ
ESSERE CHE L'ALTRO.

Ci siamo chiesti quale sia la traiettoria attuale della cultura: come interviene la cultura, oggi, nella trasformazione della società e nel miglioramento della civiltà? Qual è il carattere unico e percepibile di Ancona, coerente con i temi da trattare? Se il dossier di Ancona capitale italiana della cultura deve avere un tema, allora questo tema non può essere che l'Altro.

Perché questo è il tema della cultura, oggi; e perché questo è **il tema della città di Ancona, da sempre**. La cultura - intesa principalmente come azione - è la forza che continua a insistere sul valore della relazione, del conflitto, della tensione, del legame, della comunità. In una parola, sul valore dell'Altro.

Partendo dal Piano Strategico è stata posta l'attenzione sul tema della Cultura.

Ancona Cultura:

- Ruolo fondamentale di **collante del tessuto sociale**
- **Azione**
- **Forza** che dà valore alla relazione, al conflitto, al legame alla comunità

Il concetto di Cultura mostra il valore dell'Altro e fa emergere il secondo tema

Ancona Città:

- **Ansa naturale** incontrata dall'Altro
- Sviluppata dagli **scambi tra Altri**
- **Devastata, ferita, distrutta** dall'Altro
- **Sopravvissuta e viva** grazie alla **relazione con l'Altro**

Ancona nasconde qualcosa di unico e di straordinario che si può vedere semplicemente con una **fotografia dall'alto della città**. **La maniera in cui Ancona è conficcata nel mare, in cui Ancona rappresenta il trauma della terra che incontra il mare, e viceversa, la maniera in cui Ancona si è costituita in questo sperone**, fa sì che chiunque osservi una foto dall'alto della nostra città si renda immediatamente conto che qui, da noi, deve esserci qualcosa di speciale. E infatti, c'è.

2 FILTRO

ANCONA SIGNIFICA QUASI
SEMPRE MARE, E IL MARE
È UN FILTRO ATTRAVERSO
CUI VIVERE L'ESPERIENZA
DELL'ALTRO.

Ancona è una città nata dal mare. Una città cresciuta grazie al mare, distrutta a causa del mare, e a sua volta rinata assieme al mare. Infatti sarebbe impossibile pensare alla città senza il suo mare da molteplici punti di vista: culturale, basti pensare ad artisti e studiosi che hanno vissuto la città come Scataglini, Scarabicchi, Cucchi, Sandro Penna, Michel de Montaigne, Bruno Munari, Benvenuto Stracca, Grazioso Benincasa; sociale, economico: con i cantieri, la pesca, l'incrocio tra vita industriale del porto e meraviglie dell'archeologia.

Il mare ha la grande capacità di tenere sempre tutto vivo, tutto in movimento. Il suo patrimonio non è cristallizzato, ma è sempre scosso dalle onde, dagli accadimenti. Per questo il mare è un grande filtro attraverso cui viviamo la nostra esperienza dell'Altro che significa:

- Incontro
- Trauma dell'incontro
- Relazione
- Legame
- Abbandono
- Vita

3 STRUMENTI

ANCONA HA MOLTI PUNTI
DI FORZA: L'ALTRO,
IL MARE, LA RELAZIONE
E L'INCONTRO. UNA CULTURA
CHE SI OCCUPA DI QUESTO,
UNA FILIERA CULTURALE
CHE LAVORA INSIEME.

Abbiamo un grande tema che potremmo definire
esistenziale: l'altro, l'incontro, la relazione.
Abbiamo una cultura che, oggi, si occupa di questo
tema in maniera prioritaria. Abbiamo una città che
è segnata - nel bene e nel male - da questo tema.
Abbiamo, anche, un grande filtro, un setaccio
gigantesco, che anche quando è sembrato non esserci,
ha caratterizzato la città, e oggi lo fa più che
mai: il mare.

Questo progetto per funzionare bene deve **coinvolgere la comunità**, che è **parte attiva**. La città deve avvalersi della sua **rete di collegamenti**, che tramite dei nodi fondamentali mostra le **differenti anime della città**:

- Le istituzioni culturali della città tra cui si possono citare: Il teatro, La Mole, La biblioteca, i 5 musei cittadini
- Altre istituzioni che partecipano con progetti: i Comuni, la Provincia, le Università, la Soprintendenza, l'Orchestra
- I festival: una famiglia di qualità altissima nella città
- Le associazioni e i gruppi culturali più informali
- I cittadini che si occupano di cultura a titolo personale o amatoriale
- Il mondo del lavoro e dell'impresa del territorio: che cerca di mettere in comunicazione più aspetti e soprattutto la cultura
- La formazione e la ricerca: le scuole, l'Università, il CNR, i centri di ricerca e dipartimenti evolutissimi
- I cittadini che vogliono partecipare per il bene della loro comunità: grande nodo che include anche parte delle precedenti

PRO GETTI

Anagrafica

Nome referente:

Nome attività:

Indirizzo mail:

Numero telefonico:

Indica, se prevista, la collaborazione
con altri partners

Indicare la tipologia di attività

- Enti locale
- Comuni
- Università - Accademie
- La soprintendenza
- Teatro
- Museo
- Festival
- Associazioni culturali
- Imprese private
- Altro:

Il progetto

Titolo progetto:

.....

Obiettivi progetto:

.....

.....

Rilevanza per la città di Ancona:

.....

.....

Come si lega al tema dell'Altro?

.....

.....

Il progetto si declina con il filtro del Mare?

Si

No

Motivare perché è idoneo alla candidatura:

.....

.....

.....

.....

Budget/costi/altre entrate:

Contatti

Telefono dedicato: 3336189370

Mail: perancona2021@gmail.com

Si può chiamare per informazioni
generiche e per fissare appuntamento
e/o riunioni tra più soggetti.