



*QUEER, comunicare sempre*

### Membri, soggetti proponenti

1. Coordinatore.....EUGENIA ROMANELLI .....

2. Direttore Marketing.....FRANCESCO D'ALESSANDRO

## “Progetto presentato alla Start Cup 2006 Roma 2006 – 2007”

### Progetto co-edito dalla RAI Eri e da Pellegrini Editore.

La webzine mensile Bazar (<http://www.bazarweb.info>), già all'attivo su web con 23 numeri e 2000 pagine di cultura e intrattenimento intelligente, si trasforma in un cult da collezione e arriva in libreria. I contenuti spaziano tra **inchieste** degli studenti dell'Università per indagare fenomeni giovanili non ancora definiti da giornalisti e opinion leader, a **cinema, musica, arte, teatro e danza**, offrendo al lettore molteplici angolazioni sulla creatività e lo spettacolo internazionale d'avanguardia. Ma anche nuove piste della **nightlife** e del **clubbing internazionale** per ridiscutere le categorie degli standard del gusto. E poi rubriche dedicate a fenomeni border line, come **identità di genere, intercultura, centri sociali, diverse abilità**, cercando di includere espressioni del sé ritenute fuori dal canone. Fino agli ambiti più innovativi del vivere come la **tecnologia, rete, videogiochi, tv satellitare intercontinentale e radio** come network tra epifenomeni. Non manca la vita quotidiana: **benessere, sport, consumo critico ed etico, enogastronomia, economia smart, shopping alternativo, corsi, concorsi, lavoro per i giovani, bambini diversi**. L'habitat che ci circonda è guardato da rubriche come **Ambienti, Architetture e Viaggi**: tre modi per parlare di rispetto, contatto e conoscenza del mondo e delle culture che ci stanno intorno e che ci ospitano. Contributi creativi sono rubriche di **satira e narrativa** ma anche di **trash cult**. Infine gli esteri: **corrispondenze da Pechino, Londra, Bruxelles e Chicago** per discutere news, cultura, costume, intrattenimento dagli altri continenti e per cementificare una nuova identità europea (multipla).

### **STIMA DEL NUMERO DI UTENTI per il magazine cartaceo**

Tiratura: 450.000 copie

Canali Distributivi: Libreria, Università La Sapienza di Roma, Università di Verona, Università di Pavia (Facoltà di Scienze della Comunicazione)

La pubblicazione, diretta a un pubblico in movimento (viaggiatori, esploratori, sperimentatori, e a tutti coloro che si procacciano esperienze in autonomia, criticamente, con curiosità e apertura) vanta autori come lo storico **Franco Andreucci**, la drag queen **Vladimir Luxuria**, il sociologo **Mario Morcellini**, gli artisti **Claudio Amendola, Alessandro Benvenuti, Nancy Brilli, Luca Carboni, Claudio Cocoluto, Enrico Lo Verso, Johnson Righeira, Eva Robin's**, che con impegno e affetto, ogni mese creano valore su misura per Bazar e i suoi lettori.

### **OBIETTIVI E FINALITA' DELL'INIZIATIVA**

La **mission** della webzine, in rete dall'aprile 2004, è di realizzare un giornale di intrattenimento e informazione (infotainment), emozione e cultura (**edutainment**) concretizzando una nuova strategia editoriale: la promiscuità tra web e carta per ridurre il digital divide (divario tra persone tecnologicamente integrate e non).

**ACT!** è una società specializzata in: editoria tradizionale e multimediale (informatizzata e su internet); formazione frontale e a distanza; studi, ricerche e servizi.

**ACT! si confronta** con un universo intelligente, libero e non schierato, che ha voglia di crescere, comunicare, imparare e condividere. Che ama la conoscenza senza pregiudizio e si impegna nella costruzione di un'infosfera dove far valere il rispetto degli altri e delle fonti e dove il percorso informativo è trasparente.

**ACT! si rivolge** ad un mercato autonomo nei gusti, non omogeneo (proveniente da culture, tendenze ed esperienze diverse) ma comunque aperto al contatto con tutto ciò che è nuovo, esotico e sconosciuto.

**ACT! protegge** e rilancia ogni forma di espressione creativa, fa spazio ai giovani, qualifica l'informazione, parla a chi ha coscienza critica e per questo protegge flessibilità, apertura, curiosità, la propria e quella degli altri.

**ACT! fornisce** gli strumenti necessari per guardare il proprio mondo e quello degli altri ad occhi ben aperti e sviluppa i propri servizi in modo globale: è interattivo, trasversale, pluridimensionale; su carta, web, sms, via mail, forum, chat; in digitale, analogico, grafico e virtuale; in tempo reale e asincrono, rispettando la gradevolezza estetica ma anche la consultabilità, funzionalità e leggibilità del prodotto.

**ACT! offre** solo cose e in settori di cui ha fatto esperienza, mirando alla completezza e alla qualità.

Bazar è un fenomeno globale (globale+locale): senza una sede, il nomadismo è vissuto come condizione professionale e professionalizzante, nel senso di un rapporto autentico, fresco e diretto con la realtà circostante. Lo staff Bazar lavora ovunque: a casa, per strada, in treno, attraverso palmari, portatili e telefono, dall'Italia, Europa, Stati Uniti, Africa e Cina.