

Tra mainstream e underground

"L'anno scorso abbiamo festeggiato i due anni di vita della rivista con un grosso evento artistico e psico-geografico, "Alma Dromestica", a cui hanno preso parte più di mille persone tra cui tantissimi abitanti del quartiere, dal critico d'arte alla vecchietta con i nipotini".

Così racconta Rosanna Gangemi, direttore di Drome magazine. "Drome parte dall'arte contemporanea, e dalle arti in senso trasversale, per raccontare la storia di oggi". Un'intervista "patinata" che non vuole prendersi troppo sul serio..

Intervista a Rosanna Gangemi

Direttore responsabile ed editoriale di DROME magazines

a cura di Silvia Maria Rossi

Solitamente è in una stanza che prende vita una rivista, stanza intesa come dimensione comunitaria, confidenziale e intima, spazio con dei confini ben precisi che partorisce idee... nel vostro caso, come nasce DROME, chi è la mente ideatrice ?

DROME: nasce dalla forte sinergia esistente tra Stefan Pollak, direttore creativo della rivista e me, alla direzione editoriale, supportati da alcuni professionisti con competenze culturali e tecniche molto diverse e di alto profilo, provenienti da varie parti d'Italia e del mondo. Pertanto, Stefan e io siamo la sorgente primaria nella costruzione di un numero ma, essendone anche gli editori, ci occupiamo di coordinare e supervisionare tutti gli aspetti logistici che sono alla base di DROME, compresi tutti i progetti paralleli intorno al periodico.

Poi, ovviamente, ogni uscita si avvale di un team fisso che, comunque, è sempre soggetto a eventuali annessioni, e di numerosi collaboratori - giornalisti, critici, fotografi, illustratori, ... - che offrono il loro contributo ispirati da un determinato tema e poi magari scompaiono per alcuni numeri, per poi riapparire sedotti da un altro tema... In ogni caso, avendo DROME un taglio monografico, cerchiamo di avere dei contributi che siano più specialistici possibile.

Anche perché nel vostro caso ogni numero ha vita a sé...

Sì, esatto. E questa è una sfida intellettuale e ideativa fortissima e ha un valore aggiunto per il lettore, spesso vero e proprio collezionista di DROME.

Esistono chiaramente degli elementi comuni che caratterizzano il format della rivista, che la rendono riconoscibile, però, è anche vero che di numero in numero ci sono delle varianti, impianto grafico compreso.

Ogni DROME è pure un esercizio di stile con un lato ludico che intende lanciare degli stimoli al lettore anche creativamente. Il font dei titoli, ad esempio, cambia sempre; si individua, di volta in volta, un font che rappresenti la nostra idea del tema.

Cosa vi sembrava mancasse nel panorama editoriale contemporaneo delle riviste d'arte quando avete iniziato ?

DROME parte da una necessità improcrastinabile e prima di tutto molto personale: quella di creare la rivista che Stefan e io volevamo leggere. Da una parte, le riviste d'arte in

circolazione ci sembravano un po' "paludate": trovavamo, ad esempio, che mancasse la mescolanza tra mainstream e underground, e il tutto con uno sguardo realmente internazionale.

Il che, in breve, significa dare rilevanza a nomi già conosciuti così come a quelli che non lo sono; perché fare una rivista di soli artisti emergenti non ha senso, mentre i nomi noti, a parte il concreto interesse esistente per il loro lavoro, sono anche un imprimatur per poter dare visibilità a chi conosciuto non lo è.

Dall'altra parte, ci consideriamo portatori (curiosi ed esigenti) di interessi artistico-culturali a vasto spettro, per cui la sfida è anche quella di effettuare una selezione di ciò che riteniamo il meglio nell'ambito delle arti visive come di quelle performative, dell'architettura come della letteratura, ... e il tutto partendo da un tema e arrivando a raccontare il mondo di oggi. Avendo un'idea dell'arte a 360 gradi, quindi senza paletti, senza mitizzazioni settoriali, trovavamo mancasse proprio un'attenzione profondamente e sinceramente trasversale e un approccio più emancipato rispetto alle tante sfumature presenti in campo artistico e al modo di approcciarle: anche la moda, ad esempio, ha un suo spessore concettuale, una sua rilevanza artistica, persino una sua carica antagonista (certo poi cooptata e neutralizzata dal mercato) che, secondo noi, non può non essere sviscerata, specie nell'incessante dialogo con le altre forme d'arte.

E oggi è cambiato qualcosa ?

Trovo che il panorama italiano sia molto più dinamico di qualche anno fa e questo chiaramente ci rende contenti e ci inorgoglisce pensare che vi abbiamo contribuito. Il pluralismo è sempre un bene.

Considerando che, soprattutto negli ultimi due anni, ci siamo rapportati sempre di più con il mercato internazionale - attraverso il passaggio alla versione bilingue, la partecipazione a fiere, eventi e una distribuzione in vendita in costante crescita -, abbiamo cominciato a ragionare maggiormente in termini europei, e la sensazione di una mancanza tutta italiana è andata affievolendosi.

Ma, comunque, oggi in Italia c'è una scelta crescente, sembra che tutti abbiano voglia di fare una rivista, un magazine, un free-press, piccolo o grande che sia: questo è molto importante visto che non c'è un sostegno da parte delle istituzioni rispetto all'editoria indipendente e di ricerca, quindi è ancora più coraggioso e lodevole che ci sia la voglia di lanciare nuovi progetti, anche se magari alcuni non superano i tre numeri..., ma questo fa parte della spietata selezione naturale che esiste anche nel mondo editoriale.

Quali sono i fattori che possono influenzare l'orientamento di un magazine ? O, al contrario, cosa limita in qualche modo la libertà di scelta di una rivista ?

Penso che i fattori siano diversi: da una parte ci sono dei vincoli di forma e contenuto legati alla necessità di uniformità di un prodotto editoriale volti a conferirgli una personalità forte, a renderlo riconoscibile, a farlo amare.

E poi ci sono anche dei vincoli commerciali che ogni mezzo a stampa gestisce in maniera diversa.

Noi cerchiamo di non permettere che lo sponsor, l'inserzionista, invada i nostri contenuti, e questo è un fattore che ci limita economicamente e quindi limita in parte le nostre possibilità d'azione. Ma DROME ha innanzitutto un approccio ideale, vocazionale, per cui se fossimo legati strenuamente solo ai contenuti proposti da entità che operano nel mondo dell'arte probabilmente DROME non sarebbe quello che è (perché la pratica corrente è anche un po' quella dell'appoggio redazionale e non solamente dello strumento dell'inserzione pura e semplice, da cui si prendono le distanze... benché anche su questo siamo esigenti e non pubblichiamo, ad esempio, pubblicità di artisti né inserzioni che non ci piacciono).

Quindi, esistono, certo, dei vincoli commerciali con cui fare i conti e che sono indispensabili per andare avanti, ma non ci vincolano. Tutto sta nel giocare di equilibrio, nel non accettare tutto.

Probabilmente anche il fatto di essere una pubblicazione trimestrale ci permette di gestire questo aspetto con maggiore cura e cautela.

Qual è il rapporto con il territorio su cui operate ?

DROME nasce e cresce senza alcun finanziamento pubblico da non romani a Roma, al Pigneto - in via Perugia, per l'esattezza -, oggi in irrefrenabile ascesa e, sin dall'inizio, per noi molto stimolante, anche se quando lanciammo DROME non c'erano ancora le librerie, i locali, i festival, ... Il Pigneto, quartiere popolare e fino ad una decina d'anni fa anche piuttosto pericoloso, è una zona multietnica ricca di proposte culturali che possiede un fermento del tutto particolare. E' una sorta di 'riserva indiana' che spinge ad osare e ad intraprendere percorsi creativi. Non è un caso che nel 2006 abbiamo festeggiato i due anni di vita della rivista con un grosso evento artistico e psico-geografico, "Alma Dromestica", a cui hanno preso parte più di mille persone, tra cui tantissimi abitanti del quartiere, dal critico d'arte alla vecchietta con i nipotini, per capirci. Dunque, si è instaurato sicuramente un rapporto speciale con il quartiere e, più in generale, con la città di Roma.

... e per quanto riguarda i contenuti ?

Per quanto riguarda i contenuti, viene sempre data attenzione a quanto succede a Roma, ma non vi si accorda una preferenza, perché DROME nasce con un respiro internazionale, non legato a localismi. Abbiamo la vocazione da talent-scout e ovviamente si dedica particolare riguardo a quello che abbiamo sotto gli occhi, ma non c'è comunque una predilezione di base: può capitare che scopriamo il buon illustratore che abita all'Eur ma anche quello che risiede nella periferia di Oslo: dipende sempre da tutta una serie di magici incroci...

In che modo una rivista può porsi come strumento di critica e riflessione ?

Io penso che una rivista possa porsi come momento di riflessione innanzitutto nella sua integrità. Da questo punto di vista noi, per quanto a volte possiamo sembrare provocatori, ironici e controcorrente, in realtà crediamo molto nell'integrità del progetto editoriale, nel cercare, per quanto possibile, di evitare compromessi che vadano ad influire sul contenuto, e questo secondo me è un esempio del tentativo di proporre un buon giornalismo e una buona critica.

DROME parte dall'arte contemporanea, e dalle arti in senso trasversale, per raccontare la storia di oggi, la società contemporanea e le sue contraddizioni. Scomodando temi di un certo rilievo, vuole mettere in gioco questioni piuttosto complesse e controverse: basti guardare il n. 11, sulla Frontiera - che sicuramente è il più *engagés* tra quelli che abbiamo prodotto finora -, per rendersi conto che non siamo per niente neutrali, che non vogliamo esserlo e che prendiamo delle posizioni, per quanto molto variegate, scomode e discutibili perché riteniamo giusto agire così. Vogliamo mescolarci alle cose del mondo e cerchiamo di farlo dando il massimo.

Può una rivista arrivare addirittura ad influenzare il sistema dell'arte ?

Lo spero, anche se non è questo il nostro obiettivo primario. Credo che se ci limitiamo solamente all'*arte per l'arte*, allora mi auguro che la nostra rivista possa contribuire a dare visibilità a ricerche artistiche che magari non ne hanno, o ad aspetti inediti o sommersi di ciò che si conosce già...

E' importante per voi riuscire a raggiungere anche un pubblico di non addetti ai lavori ?

Sì, assolutamente, è uno dei principi base della costituzione di DROME quello di non parlare esclusivamente al pubblico specializzato del mondo dell'arte.

L'idea primigenia era di dar vita ad un periodico di successo che rappresentasse la nuova generazione dei lettori di riviste d'arte: che sapesse coinvolgere sia coloro i quali si caratterizzano per una certa curiosità culturale ma che sono lontani dal mondo dell'arte contemporanea in senso stretto, che gli "addetti ai lavori", il pubblico dei vernissage, ... Per far questo abbiamo optato per un'immagine curata, elegante, patinata, per un impianto

trasversale e tematico e per dei testi approfonditi, ma accessibili. In altri termini, una rivista rigorosa e accattivante, capace di non prendersi troppo sul serio.

E cosa comporta essere entrati nella community di UnDo.Net con Magazines ?

Ne siamo lusingati. Immagino che UnDo.Net sia consultato da persone con interessi culturali vari che usano il vostro network per avere informazioni sulle mostre in corso piuttosto che per approfondimenti di vario tipo e quindi ci aiuta in questo senso.

Come valutate la vostra partecipazione a Magazines? Cosa vi ha spinto a partecipare ? Qual è l'aspetto più interessante di questa collaborazione ?

La valutiamo in senso più che positivo. Ci ha spinto a partecipare, chiaramente, la voglia di essere visibili anche attraverso il vostro canale ma, soprattutto, la volontà di sostenere progetti che, partendo dal web, diano visibilità al mondo editoriale italiano in tutte le sue sfumature, a tutto il suo sottobosco esistente. Mi sembra un'iniziativa coraggiosa ed è importante che voi proseguiate su questa strada, ne battete tante ma questa è particolarmente rilevante perché, probabilmente, il mondo dell'editoria non è tenuto abbastanza in considerazione dai media e dai new media in particolare.

Quello che ci piace è, inoltre, che per ogni numero di tutte le riviste partner ci sia un articolo proposto gratuitamente al vostro utente. Questo è molto nelle nostre corde perché gli articoli di DROME sono *copyleft* - ossia vengono liberamente diffusi, senza bisogno di permessi, purché si citino le fonti -, e anche voi contribuite all'idea di una divulgazione della cultura davvero all'ennesima potenza... prospettiva molto coerente con la nostra filosofia, che non è solo nostra, ovviamente. L'iniziativa di proporre un articolo per ogni nuova uscita è assolutamente lodevole, non solo per il periodico - l'utente viene a sapere del numero in corso e poi magari lo va a comprare -, ma proprio in generale come divulgazione di cultura, perché magari quel numero non lo acquisterà nessuno tra coloro che hanno letto il pezzo da voi pubblicato, ma quell'articolo può essere utile per un qualsivoglia motivo, o semplicemente può far piacere leggerlo e va bene così, è proprio a livello ideale che funziona.

DROME magazine

Via Riccio da Parma, 18 00176 Roma
tel./fax +39 06 299972
drome@dromemagazine.com
<http://www.dromemagazine.com>

Silvia Maria Rossi è laureata in Scienze dei beni culturali, indirizzo storico artistico, all'Università di Brescia, specializzata in Comunicazione e organizzazione dell'arte contemporanea all'Accademia di Belle arti di Brera. Ha collaborato con i servizi educativi della GAMeC di Bergamo e con l'archivio Guglielmo Achille Cavellini di Brescia. Dal 2006 collabora con UnDo.Net come curatrice del progetto Magazines

staff@undo.net