PANEL 23

I magazine di storia nella sfera pubblica

PANEL COORDINATO DA **FRANCESCO FILIPPI** (DEINA)

ABSTRACT

I magazine rappresentano un prodotto longevo e popolare nella cultura contemporanea – David Sumner, studioso di giornalismo, si è spinto a definire il Novecento come “the magazine century” –, che ha provato la sua tenuta anche nella modalità digitale. I magazine sono modi di acquisire conoscenza, ma anche strumenti di intrattenimento che occupano il nostro tempo libero, quello interstiziale quotidiano tra un’attività e l’altra, e sono infine anche un fattore importante di costruzione delle nostre identità sociali. Questo discorso vale anche per le riviste di storia? Quale logica le sottende, come vengono costruite e a chi vogliono parlare? Quali professionalità sono coinvolte nella loro realizzazione? E quale spazio occupano nell’attuale dibattito sulla Public History?

Attorno a questi interrogativi si struttura la proposta di questo panel che mette a confronto tre realtà editoriali molto diverse per strategia e contenuti, budget e finalità, target di riferimento, stile divulgativo e piattaforme distributive. Le esperienze invitate a discutere di come fare oggi informazione storica sono: “Focus Storia”, rivista cartacea e online della galassia Focus, sul mercato da quasi vent’anni con una forte vocazione a fare divulgazione storica accessibile (e piacevole) a tutti; “lastoriatutta”, un blog che prova a “ridefinire l’orizzonte pubblico della storia” e ruota attorno a un gruppo di storici e storiche mobilitatisi “in difesa di Eric Gobetti, del lavoro degli storici e di una memoria civile e onesta”; e infine “History Lab Magazine”, una nuova rivista digitale sulla comunicazione della storia che uscirà in primavera, ideata dalla Fondazione Museo storico del Trentino, un’istituzione museale che ha già una lunga esperienza in ambito espositivo e di produzione audiovisiva.

A essere messe a confronto saranno non solo tre realtà ma anche mondi professionali diversi (dal giornalismo alla storia, dalla sociologia alle comunicazioni), considerati i background e gli attuali ruoli di relatori e relatrici.

Lo storico Francesco Filippi faciliterà infine la discussione, invitando ciascuna realtà a interrogarsi sulla propria missione, sui nuovi linguaggi adatti ai contenuti storici (podcast, video, dirette social, ecc.) in relazione ai diversi pubblici (multiple audience), ma anche sulle difficoltà che si trovano ad affrontare questi compositi team redazionali.

Scoprire il passato, capire il presente. Il caso “Focus Storia”

PAOLA PANIGAS (REDAZIONE “FOCUS STORIA”)

“Focus Storia” è un mensile nato nel 2004 come costola di “Focus”, giornale di divulgazione scientifica creato da Gruner und Jahr Mondadori, esattamente 30 anni fa. La rivista si è distinta fin da subito per il suo taglio divulgativo, volto a intercettare un pubblico di appassionati e anche di addetti ai lavori, come insegnanti di storia e accademici. Questo mix di lettori obbliga a vigilare sulla formula editoriale affinché risulti accattivante e comprensibile per un pubblico generalista ma allo stesso tempo seria, ben documentata e non banale.

L’intervento intende: ripercorrere la storia del magazine attraverso il più generale cambiamento dei gusti di lettura e l’introduzione di contenuti multiplatforma; discutere la formula editoriale – il metodo Focus diremmo, adottato anche da Storia, ruota attorno all’idea di curiosità, quella che si ha e quella che non si sapeva di avere; analizzare il modo in cui viene costruita la scaletta di ogni numero (dossier monotematico, rubriche, articoli sciolti); riflettere sulle regole base di selezione dei contenuti (l’equilibrio fra diversi periodi storici, l’alternanza fra filoni, la varietà di stili di scrittura e l’attualità storica misurata su eventi in corso, anniversari, uscite cinematografiche o editoriali, ecc.). Infine, sarà descritta la squadra di lavoro che gravita intorno al magazine e il lavoro sulle fonti, primarie e secondarie, svolto da giornalisti con formazione classica/storica, molti dei quali autori di saggi o di pubblicazioni per l’editoria scolastica. Raccontare un’operazione editoriale finalizzata alla commercializzazione significa in ultima istanza interrogarsi sulle preferenze di lettori e lettrici e sulle modalità più efficaci per garantire al discorso storico un pubblico ampio, anche di fascia scolare.

La storia tutta: bilancio di un'esperienza

CARLO GREPPI (CURATORE DELLA SERIE LATERZA "FACT CHECKING: LA STORIA ALLA PROVA DEI FATTI")

La storia tutta (LST) compie i primi passi nel febbraio 2020 quando un gruppo di studiosi e studiose impegnati nella ricerca, nell'insegnamento e nella comunicazione, legati da rapporti di amicizia e collaborazione e da una comune visione del sapere, decide di prendere posizione per rivendicare l'importanza della funzione della storia nel dibattito contemporaneo e nella costruzione della memoria pubblica.

L'esperienza che si intende raccontare è nata dunque con uno specifico riferimento al dibattito sul calendario civile e alle dinamiche di uso pubblico ad alto tasso ideologico su alcuni temi che riguardano la percezione del fascismo nella nostra attualità in un momento di preoccupante ascesa delle culture antidemocratiche; un fenomeno che si riflette in processi di semplificazione, manipolazione, misconoscenza delle regole fondamentali del metodo, prima ancora che nei contenuti.

Poiché crediamo nella natura dinamica e processuale del passato, oggetto culturale continuamente ricostruito da chi ad esso si rivolge dal presente, è nostra convinzione comune che la storia pubblica prima di essere raccontata e insegnata, vada in qualche modo 'fatta'. La nostra idea di Public History è che finché resta esclusivamente 'racconto pubblico', non sia davvero 'storia pubblica'. Pur riconoscendo il racconto come utile strumento per costruire orizzonti di cittadinanza, la storia pubblica che immaginiamo – e che proviamo a fare con un costante lavoro di studio, ricerca e scrittura, ragione per cui LST è stata momentaneamente 'congelata' – non vede i destinatari semplicemente come audience ma come segmento attivo di una collettività ragionante. Una collettività composta di soggettività plurali che vedono nel sapere e nel metodo storico una dotazione cognitiva fondamentale per la costruzione di una società democratica e socialmente avanzata. Più persone provano a 'fare storia' e si cimentano con i ferri del mestiere, più c'è storia pubblica.

“History Lab Magazine”: storia di una redazione museale

SARA ZANATTA E MICHELE TOSS, CON ALICE MANFREDI (FONDAZIONE MUSEO STORICO DEL TRENINO)

La presentazione intende problematizzare il dietro le quinte della creazione di un magazine che ha l'obiettivo di portare il racconto della storia a un pubblico ampio e diversificato. Si tratta di una pubblicazione online incentrata sulla divulgazione storica ma che intende anche riflettere sui modi in cui la storia viene oggi rappresentata, veicolata, fruita e finanche strumentalizzata nella sfera pubblica, dai media agli eventi pubblici, dalle mostre ai monumenti.

La Fondazione Museo storico del Trentino è un'istituzione museale che si occupa di storia e memoria attraverso diverse modalità di divulgazione (educative, espositive, audiovisive, ludiche, ecc.). Da dieci anni cura anche i contenuti di un canale tematico, History Lab, disponibile sia sul digitale terrestre regionale sia sul web (in streaming e on demand). Alla luce di questa esperienza produttiva e a fronte del passaggio al digitale terrestre DVB-T2 (che rende incerto il futuro del canale), si è deciso di lanciare un nuovo progetto editoriale, “History Lab Magazine”, che si occupi di divulgazione e comunicazione della storia attraverso numeri monotematici a cadenza mensile. La redazione che lo coordina è composta da professionalità con competenze diverse, negli ambiti di ricerca, formazione, conservazione e valorizzazione del patrimonio storico, comunicazione, grafica e informatica. L'obiettivo è di dare vita a un nuovo strumento di comunicazione dove, attraverso un mix di contenuti testuali, fotografici e audiovisivi, approfondire il tema del rapporto tra storia, linguaggi e cultura visuale.

In vista del lancio nella primavera 2022 e con alcuni numeri già nel cassetto, si intende proporre un doppio livello di riflessione: da una parte, le questioni di contenuto e di metodo, ovvero la linea editoriale fissata, la selezione dei temi, l'articolazione delle rubriche e una riflessione sui linguaggi utilizzati (video educativi, gallery fotografiche, videointerviste, podcast, ecc.); dall'altra parte, le modalità di lavoro e quindi la costituzione di un gruppo di redazione (interno all'istituzione e quindi non impiegato full time nel progetto), le difficoltà di trovare uno stile comunicativo proprio, le discussioni rispetto al target di riferimento e il continuo lavoro di scouting per aprire il progetto a partnership e collaborazioni.