

RECENSIONE

Sfatare i falsi miti di un Medioevo barbaro e oscurantista

La tesi nel saggio di Marco Brando

di MARINO PAGANO

Lil medioevo come metafora, spesso del male o indicante arretratezza. Una storia tanto vecchia quanto con chiare radici ideologiche. Fenomeno distortivo sempre più diffuso, specialmente nei media. Marco Brando, giornalista e studioso attento alla relazione tra il medioevo storico e il suo impiego nei media, si è dedicato a indagare il problema, evidenziando come la visione storicamente poco accurata del medioevo sia propagata attraverso i mezzi di comunicazione, dai giornali ai social network.

L'ultimo suo libro, *Medi@evo. L'età di mezzo nei media italiani*, pubblicato da Salerno editrice (pp. 176, euro 17), offre una panoramica ampia dei cliché, stereotipi che si intrecciano e si riproducono, creando una narrazione unilaterale che caratterizza l'uso mediatico del concetto storico di medioevo. Il saggio cerca di svelare il processo attraverso cui si amplifica e perpetua questa visione deformata: del medioevo, sì, ma in generale della storia, costruita e, talvolta, manipolata per rispondere a esigenze contemporanee. Il libro è «il tentativo - spiega l'autore in un'intervista - di svolgere una prima analisi della narrazione utilizzata dai numerosissimi giornalisti e comunicatori che accennano al passato al medioevo in modo routinario; cioè, durante il lavoro quotidiano, soprattutto quando affrontano temi che non c'entrano affatto con quel lontano passato. Diciamo che scrivono o parlano di storia in modo subliminale e quasi sempre inconsapevole».

Brando ha, invece, un approccio analitico e critico. Il lettore è abilmente introdotto al tema del rapporto tra giornalismo e storia, fulcro del testo. La «fabbrica dei luoghi comuni» è una immagine che Brando usa per descrivere il processo con cui i media trasformano la complessità storica in semplici etichette. Lo scrittore fa poi riferimento all'opera di Umberto Eco, semiologo affascinato dal medioevo ma senza l'ossessione che l'autore de *Il nome della rosa* ravvisava nei media per un'epoca utilizzata come specchio per criticare o esaltare aspetti della società contemporanea.

Il «lessico dei mass media» (titolo di un paragrafo) è intriso di espressioni che evocano una visione negativa del periodo, spesso senza alcuna base storica reale. Questo crea una frattura tra la realtà storica e l'uso che se ne fa nel discorso pubblico, portando a interpretazioni errate e distorsioni. Nel suo particolare «abecedario», Brando si concentra su come concetti legati al medioevo vengano utilizzati anche nel contesto dell'economia, del gossip e persino della cronaca rosa. Il problema è la corretta formazione del «giornalista che scrive di storia», tra fake news da schivare e scrupolosità verso le fonti da assicurare. Brando riflette sul ruolo degli storici e dei giornalisti: i primi hanno talvolta mancato di comunicare in modo efficace il medioevo al grande pubblico; i secondi, magari con le distorsioni di cui si è detto, hanno avuto il merito di portare la storia all'attenzione di un numero meno limitato o specialistico di lettori.

Questa attenzione merita maggior correttezza di metodo. Brando insiste: serve una alfabetizzazione storica per i giornalisti, per contrastare il «trionfo dei non storici», ovvero la presenza di persone non qualificate che parlano di storia senza preparazione.



PASSATO E PRESENTE La copertina del libro

