



Quel Medioevo immaginato dai media

di Marco Brando

«Secoli bui»: quante volte viene usata quest'espressione in tv e sui giornali? «Medi@evo», un libro insignito con il premio di «Italia Medievale» analizza il ruolo degli stereotipi nella percezione dell'età di mezzo. E spinge a riflettere sul perché, nonostante decenni di studi scientifici, continui a prevalere il pregiudizio su un'epoca «brutta, sporca e cattiva», dominata dall'oscurantismo

Qual è il nesso del Medioevo con il WiFi mal-funzionante, Donald Trump o il Covid? Cos'hanno a che fare quei mille anni di storia col divieto di esibire a scuola look da spiaggia, con le cosche mafiose, con le cattive maniere di Lady Gaga o come i talebani in Afghanistan? Il Medioevo c'entra, eccome. Il nesso c'è non soltanto perché l'Associazione culturale «Italia medievale» ha ritenuto (grazie!) di conferire il suo XXII Premio 2025 al mio libro *Medi@evo. L'Età di mezzo nei media italiani* (Salerno editrice, 2024). In realtà, come provo a illustrare nel piccolo volume (con l'aiuto della prefazione di Marina Gazzini, medievista all'Università degli Studi di Milano), la connessione tra l'età di mezzo studiata dagli storici e quella immaginaria è strettissima; tanto che questo legame offre molte indicazioni su uso, abuso e riuso della storia, a cominciare dagli organi d'informazione.

Lotta agli stereotipi

Quella esaminata nel libro è, appunto, la visione esibita dalla maggior parte delle persone, giornalisti e politici inclusi, quando evocano, ad esempio, «ritorno al Medioevo» o «ai secoli bui» come sinonimi di regressione, miseria, oppressione, sofferenza, prepotenza, oscurantismo, eccetera.

Nel dibattito pubblico, vince lo stereotipo secondo il quale quell'epoca è stata «brutta, sporca e cattiva»; capita nonostante la bellezza di cattedrali e castelli e personaggi come Carlo Magno ed Eleonora d'Aquitania, Ildegarda di Bingen e Matilde di Canossa, san Francesco e Dante, Costanza d'Altavilla e suo figlio Federico II di Svevia, Giovanna d'Arco e Lorenzo il Magnifico, Giotto e Boccaccio. Il pregiudizio negativo è così pervasivo nell'immaginario occidentale, e soprattutto in quello italiano, da essere usato quotidianamente dagli organi d'informazione e sul Web, social in testa. Gli stereotipi negativi dilagano, dimostrando che il mondo mass mediatico italiano vive una fase di profonda contraddizione interpretativa

L'ottagono del cortile di Castel del Monte (Andria), il più famoso tra quelli legati a Federico II, cui sono attribuiti, infondatamente, «poteri esoterici». Castello e imperatore sono tra le principali «vittime» di percezioni errate relative al Medioevo.

nei confronti della storia medievale. Quest'ultimo fenomeno non va sottovalutato, né dai medievisti né dai giornalisti. Perché dietro tanta negatività ci sono questioni importanti. Per esempio, le radici culturali dell'odierno pregiudizio; la crisi della conoscenza della storia, che passa anche per la didattica scolastica e il mondo dell'informazione; la carente connessione tra ricerca storico-scientifica e cultura di massa; il ripiegamento sulla banalità determinato dall'uso superficiale della marea di informazioni che arriva da media e Web; la necessità di scaricare le nostre paure contemporanee su un passato medievale immaginario. Sono tutte questioni che possono essere fatte rientrare nella branca della medievistica definita da alcuni anni «medievalismo», che studia la percezione del Medioevo dopo la sua fine, in particolare nell'epoca contemporanea.

La ricerca vuole proporre un'indagine storica e socio-culturale sulla persistenza di una «seconda realtà», in cui il millennio medievale è ridotto a un contenitore simbolico di ansie collettive e strumentalizzazioni politiche. Sulla base di un'ultraquarantennale esperienza giornalistica e di oltre un ventennio di studi dedicati alla percezione del Medioevo nella cultura di massa, mi inoltro dunque nel territorio del medievalismo mediatico, evidenziando come l'immaginario abbia generato un simulacro privo di riscontri scientifici ma dotato di una forza pervasiva straordinaria.

Tra fake news e cultura di massa

Tutto si appiattisce sull'oggi; la società contemporanea, schiacciata da un presente ipertecnologico, utilizza il passato non come chiave per comprendere, ma come termine di paragone peggiorativo. In questo contesto, il Medioevo cessa di essere un periodo storico racchiuso (per convenzione culturale) tra il 476 e il 1492 e si trasforma in una categoria semantica universale. Serve per indicare il non-funzionamento di qualcosa, l'arretratezza di qualcuno o la prevalenza della barbarie (termine che a sua volta è un cliché). Questa tendenza non è nuova. Già nel 1977 la storica francese Régine Pernoud pubblicava un pamphlet per denunciare i luoghi comuni francesi (minori rispetto a quelli italiani) sui «secoli bui»; eppu-

Cos'è il «Medievalismo»

Studiare il Medioevo e la sua percezione (spesso sbagliata)

Il termine «medievalismo» anche in Italia negli ultimi 15-20 anni è usato dagli storici per indicare un branca della medievistica. Il medievalismo si occupa della rappresentazione del Medioevo, dei suoi contenuti storici e delle sue ricezione e rappresentazione a partire dalla fine dell'Età di mezzo, con particolare riferimento all'epoca contemporanea. Il medievista Tommaso di Carpegna Falconieri

(docente all'Università degli Studi di Urbino), tra i primi a occuparsene nel nostro Paese, nel 2011 l'ha definito «la rappresentazione, la ricezione e l'uso postmedievale del Medioevo in ogni suo aspetto»: dall'arte alla letteratura, dall'architettura alla politica, dal giornalismo alla religione, dai videogiochi al «folcloreivalismo». Negli ultimi anni si è cominciato a dedicare al medievalismo una parte

della didattica universitaria. Sono nati anche diversi gruppi di studio di carattere scientifico; per esempio, all'interno dell'Istituto storico italiano per il Medioevo (Isime) e della Società italiana per la Storia medievale (Sismed). Il libro di Marco Brando, *Medi@evo. L'età di mezzo nei media italiani*, si colloca proprio in questo campo della medievistica.

re, a distanza di quasi cinquant'anni, la situazione sembra essersi aggravata a causa della pervasività del Web, dei social, dei chatbot di intelligenza artificiale.

Un conformismo di «comodo»

Su tutto domina, non solo in campo medievale, un conformismo che cristallizza idee «storiche» errate, nella convinzione della loro fondatezza. Tra queste ci sono anche «stereotipi colti», nati in ambito scientifico tra Ottocento e primo Novecento, smentiti da molto tempo grazie alla ricerca storiografica, però presenti ancora nell'insegnamento scolastico: uno per tutti, la mai esistita «piramide feudale», che gli storici hanno smantellato da più di mezzo secolo ma resiste inossidabile sui manuali e nella didattica.

L'uso della chiocciola nel titolo del libro *Medi@evo* serve proprio a denunciare la diffusione di un virus concettuale che scardina la correttezza filologica per sostituirla con un repertorio di immagini distorte, introiettate in modo subliminale da tanti professionisti della comunicazione: ricorrono a «simulacri di conoscenza», preferendo la scorciatoia del luogo comune alla verifica delle fonti.

Nel mio breve saggio si prova a documentare come il termine sia usato dai giornalisti in ogni ambito della cronaca, alimentando un abisso di banalità che si scontra frontalmente con la complessità documentata dagli storici. Questo fenomeno prima viene contestualizzato nella storiografia e nel medievalismo. Nella parte centrale si offrono tantissimi esempi di stereotipi giornalistici divisi per settori della cronaca. Alla fine, sono proposte alcune possibili soluzioni per gettare qualche sassolino nell'ingranaggio della banalizzazione. Come? Attraverso una migliore formazione storica dei docenti, degli studenti e dei giornalisti.

La questione è molto seria. Però gli esempi giornali-

«ITALIA MEDIEVALE»

Un premio per ricordare Maurizio Calì

Al libro *Medi@evo. L'età di mezzo nei media italiani* (Salerno Editrice, 174 pp., 17,00 euro) e all'autore Marco Brando (giornalista e saggista, socio della Sismed) il XXII Premio «Italia Medievale» per l'editoria è stato conferito il 14 febbraio 2026, al termine di una Giornata di studio svolta all'Università Cattolica di Milano. L'iniziativa è stata promossa dal Dipartimento di Studi Medioevali, Umanistici e Rinascimentali dell'Università Cattolica e dall'Associazione culturale Italia medievale (ACIM).

La giornata - intitolata *Il Medioevo tra storia e divulgazione*, aperta da una *lectio magistralis* del medievista Franco Cardini - era dedicata a Maurizio Calì, fondatore dell'ACIM nel 2002 e suo presidente, scomparso nel settembre 2025.

Nell'occasione sono stati conferiti altri sei premi: per l'arte, Sergio Verna, liutaio (Biella); per lo spettacolo, Compagnia del Saltarello (San Possidonio, Modena); per i gruppi storici, Associazione White Company; per le istituzioni, Dipartimento di Studi Medioevali dell'Università Cattolica; per il turismo, Palio di Feltre; infine per il multimediale, La Macchina del Tempo (Bologna).



La «selva oscura» di Dante in un'incisione di Gustave Doré che illustra il primo canto della *Divina Commedia*: può essere letta, oggi, come una metafora della percezione dell'Età di mezzo.

stici proposti nel libro offrono un vantaggio: riescono persino a farci sorridere. Capita quando si dà la colpa al Medioevo per il divieto di indossare minigonne a Terni, per l'invasione di cinghiali in Liguria o per la metropolitana in tilt a Torino.

Viene in mente il film *Non ci resta che piangere*, dove Massimo Troisi e Roberto Benigni sono Mario e Saverio, catapultati dal 1984 al 1492, ultimo anno del Medioevo. «Ricordati che devi morire», ingiunge un predicatore a Troisi, che, un po' sorpreso, replica: «Sì sì... No, mo' me lo segno. Non vi preoccupate». Di fronte a certi titoli involontariamente esilaranti sull'evo di mezzo, per ora forse, nonostante la preoccupazione per l'ignoranza dilagante, «non ci resta che ridere». 

Un vero cavaliere della divulgazione

Il mondo della medievistica italiana ha perso nel settembre scorso uno dei suoi «paladini» più instancabili e appassionati: Maurizio Calì, fondatore e presidente dell'Associazione Culturale Italia Medievale (ACIM), che ha dedicato oltre vent'anni a sfatare i miti sui «secoli bui» e a promuovere il patrimonio medievale del Paese, rendendo la Storia accessibile *online* quando la divulgazione digitale muoveva i primi passi, fino a creare una rete di migliaia di appassionati.

CONVERSIONE SULLA VIA DI SAN GALGANO

Nato a Milano nel 1952, Maurizio si era costruito una carriera nel mondo della pubblicità. Fu nel 1994 che ebbe la sua «conversione sulla via di Damasco»: giunto per lavoro nella campagna senese, incappò casualmente nell'Abbazia di San Galgano e nell'eremo di Montesiepi. Lì, tra le pietre della chiesa scoperchiata e la vera spada nella roccia, scoccò la folgorazione per il Medioevo. Seguirono febbrili letture, studi e la consapevolezza che le testimonianze del Medioevo in Italia erano capillarmente diffuse in ogni borgo, cattedrale, archivio e paesaggio: un patrimonio immenso e meraviglioso, spesso ignorato o frainteso, che attendeva di essere recuperato e raccontato alla gente nella sua vera e affascinante complessità. Questa la missione che Maurizio si scelse.



LA GRANDE CAVALCATA: UN NETWORK PER LA STORIA TRA CULTURA E PUBBLICO

Dopo il primissimo evento nel 1995 con Franco Cardini, che forse già intravedeva un prezioso «anello di congiunzione» tra accademia e società – nel 2001 partì a Milano la rassegna *Medioevo in Libreria*, poi fermata solo dalla pandemia. Nel 2002 nasceva l'Associazione e il Premio Italia Medievale. Seguirono collaborazioni con Università ed editori, con il *Medievalismo* e, nel 2015, il contributo alla nascita del *Festival del Medioevo* di Gubbio. Nel 2016 partiva la rivista *Italia Medievale* e nel 2018, la rassegna *Medioevo in Archivio*. Non si contano poi, in quegli stessi anni, gli eventi di rievocazione storica ideati e promossi un po' in tutta Italia. In un quarto di secolo Maurizio ha costruito un network culturale di respiro nazionale portando il dibattito storiografico tra il pubblico e dando alle iniziative – perlopiù gratuite – il tratto distintivo dell'accessibilità. Era un catalizzatore capace di far dialogare mondi diversi sul terreno condiviso del Medioevo: così sono nate amicizie con medievisti, rievocatori, artisti e – in un legame cresciuto negli anni – con la rivista *Medioevo*.

PELLEGRINO, VIANDANTE, ESPLORATORE

Come il cavaliere Galgano piantò la spada per cambiare vita, in un certo senso Maurizio la riestrasse cambiando vita per farsi «cavaliere» della divulgazione. Una cavalcata generosa tra avventure e disavventure, intuizioni e invenzioni, incontri e amicizie. È stato definito «pellegrino, viandante, esploratore», un «seminatore» che spesso non ha raccolto tutto quel che avrebbe meritato. Chi lo ha conosciuto ricorda la sua tenacia e la presenza instancabile sul web e alle manifestazioni, in cui univa rigore, passione e umanità, con i suoi difetti e le sue debolezze. La sua scomparsa lascia un vuoto profondo. Ma lascia anche, in tantissimi «viaggiatori del tempo», la scintilla che Maurizio aveva acceso e che continua a brillare: quella di un Medioevo liberato dalla patina di oscurità e barbarie, e ancora vivo e pulsante nella sua eredità di intramontabile bellezza. E per quella scintilla di bellezza, per quella generosa semina, merita un'immensa, affettuosa gratitudine.

Giuseppe M. Bianchi
Associazione Culturale Italia Medievale