

RICCARDO MORRI, *Pratiche di Public Geography. Un anno con il Touring Club Italiano alla riscoperta della geografia*, Bologna, Pàtron Editore, 2020.

Il volume di Riccardo Morri, che si arricchisce della preziosa collaborazione di Sandra Leonardi, è il resoconto di un'importante esperienza di *Public Geography* nata da un protocollo d'intesa stipulato nel 2019 tra il Touring Club Italiano e l'Associazione Italiana Insegnanti di Geografia. Questo protocollo è un documento di grande interesse per tutti coloro che hanno a cuore le sorti della geografia: sancisce infatti quella che può essere definita una naturale affinità elettiva tra due entità che combattono (con risorse, mezzi e strutture differenti ma complementari) una battaglia comune. Il Touring, associazione privata di lunga storia – nasce nel 1894 – si prefigge il compito di divulgare la cultura geografica, la cura del paesaggio e del territorio come beni comuni, l'educazione e l'informazione relative ai paesi e alle culture del mondo; l'AIIG – fondata nel 1954 da Elio Migliorini – ha tra le sue finalità statutarie l'educazione alla cittadinanza come educazione geografica e la promozione dell'aggiornamento scientifico e didattico degli insegnanti di geografia. Esistono quindi dei punti di contatto tra le *mission* perseguite da queste due associazioni, e questo consente di definire con una certa facilità un comune terreno di azione e interazione. Punto di arrivo e al tempo stesso di partenza, il protocollo siglato nel 2019 definisce così il quadro di riferimento di una comune azione pubblica volta a divulgare e valorizzare il sapere geografico come strumento indispensabile per leggere criticamente il mondo attuale. Questa progettualità si è recentemente condensata nella creazione di una rubrica curata dallo stesso Morri e ospitata, tra settembre 2019 e settembre 2020, sulla rivista ufficiale «Touring – Il nostro modo di viaggiare» e, nello stesso arco temporale, nella pubblicazione sul sito del TCI di testi redatti da Sandra Leonardi.

Il volume edito dalla Pàtron ci permette quindi di seguire passo per passo l'evolversi di questa collaborazione: un percorso nel quale, per citare il titolo di uno dei paragrafi iniziali del cap. 3, si passa «dagli enunciati alla prassi», ossia dalle questioni teorico-metodologiche e dalla definizione di obiettivi comuni alla paziente costruzione, numero per numero, di un'efficace comunicazione geografica sulle pagine della rivista (i cui testi

sono qui raccolti). Come mettono in evidenza Angelo Turco e Gino De Vecchis – rispettivamente autori della Prefazione e della Postfazione che, insieme alla Presentazione di Franco Iseppi (Presidente del TCI) incorniciano il lavoro – fare *Public Geography* significa prima di tutto ripensare nei loro elementi costitutivi le nostre pratiche comunicative, scansando la tentazione di vedere in esse un mero esercizio di traduzione e travaso di contenuti già dati. Come scrive Turco, «non si tratta semplicemente di “adattare” qualcosa (le forme della comunicazione scientifica) a qualcos’altro (le forme della comunicazione “pubblica”)» (p. 18). Un “agire comunicativo consapevole” – pensato (e orientato) in funzione dei bisogni sociali di conoscenza territoriale, dunque capace di parlare volta per volta la lingua dei diversi pubblici a cui è indirizzato – è, a conti fatti, l’unica arma di cui disponiamo per contrastare «il diffuso analfabetismo geografico, di cui purtroppo – annota De Vecchis – non vi è piena consapevolezza istituzionale» (p. 148).

Questi presupposti ritornano, amplificati, nel testo di Morri. Il quale mostra che nella partita della (e per la) *Public Geography*, e quindi del ruolo pubblico, insieme collettivo e sociale, del sapere geografico, la posta in palio è veramente molto alta. Tutto sta nel tenere aperta la sfida: perché ragionare sulle finalità, le esigenze, le aspirazioni, ecc. di questo sapere non è un mero esercizio retorico fine a se stesso, né questione secondaria, che si può come non si può affrontare. Abbiamo cioè a che fare con qualcosa che viene da molto lontano e che ci tocca molto da vicino: il bisogno di praticare *l'autoscopie d'une discipline*, per riprendere il bel titolo di un lavoro di Rémy Knafo di ormai qualche decennio fa. Vale a dire, l’esigenza di un esercizio di riflessività che proprio sul banco di prova del “public” scopra, trovi, ritrovi o inventi le ragioni della propria esistenza e, con queste, le proprie condizioni di possibilità.

Il forte deficit di conoscenze geografiche che attraversa la società italiana cui fa riferimento De Vecchis, da un lato, e la necessità di promuovere e praticare in tal senso efficaci strategie disseminative invocata da Turco, dall’altro, appaiono da questo punto di vista come le due facce di un unico problema la cui risoluzione richiede una visione olistica e integrale, tale cioè da superare i limiti delle risposte episodiche e parziali. L’impegno pubblico del geografo è, di fatto, molto di più che una formula astratta o una posa intellettuale: implica lo sporcarsi i piedi nel fango (per usare una formula cara ad Armand Frémont) e

l'impegnarsi per la società (per dirla ora con Lucio Gambi); e, quindi, il confronto diretto con quello che lo stesso Morri chiama "analfabetismo geografico diffuso". Il quale è un fenomeno complesso che agisce su almeno tre differenti livelli di realtà. Il primo, il più elementare, è quello per così dire "letterale": «l'incremento e la diffusione di ignoranza in geografia» (p. 24). Siamo nella dimensione del puro non-sapere, della carenza o deficit di conoscenze relative al mondo, ai territori, alle culture che lo abitano, ecc. – vera e propria piaga sociale favorita dalla riforma Gelmini che di punto in bianco ha sostanzialmente estromesso, come sappiamo, la geografia dalla scuola italiana. Accanto a questo primo significato, l'analfabetismo geografico consiste nell'ignorare che si ignora: ha cioè a che fare con una diffusa minimizzazione di questo stato di cose (che i numerosi e meritori appelli che si levano in difesa della disciplina non riescono pur tuttavia a scalfire). Questo secondo livello è forse ancora più insidioso del primo: perché inibisce una netta presa di coscienza del problema e, così facendo, disincentiva la ricerca di soluzioni. C'è infine un terzo livello in cui l'analfabetismo geografico si manifesta (ma di cui a sua volta è una manifestazione): se il primo ignora e il secondo ignora di ignorare, questo a sua volta ignora che la geografia è utile. Detto altrimenti, un terzo fronte con cui chiunque voglia fare *Public Geography* deve necessariamente fare i conti è costituito dal misconoscere le virtù del ragionamento geografico: il fatto cioè che determinati problemi, per essere non dico risolti ma anche solo correttamente affrontati, richiedono un approccio che tenga conto della dimensione spaziale e territoriale dei fenomeni.

Va da sé che quando parliamo di "ignoranza" in relazione alla nostra disciplina, dobbiamo interpretare questo termine in almeno due modi: si ignora ciò che non si sa e si ignora di ignorare, certo; ora, nella misura in cui conoscere è ri-conoscere, si ignora anche ciò che si vuole deliberatamente tralasciare, ed escludere. Fortunatamente, il pur diffuso analfabetismo geografico non riesce a oscurare del tutto l'innegabile interesse sociale per la geografia che si manifesta in mille modi nei diversi contesti della vita associata. Come scrive Morri, «non è la richiesta o la domanda di conoscenza geografica a mancare o a rimanere inespressa» (p. 25). Lo attestano i festival, i media, i social, ecc. nei quali questo bisogno emerge in maniera molto netta. Il problema, semmai, è l'assenza dei geografi dal dibattito pubblico; assenza che va ad aggiungersi

all'assenza della disciplina dall'ordinamento scolastico vigente. Legittimità sociale: tasto dolente.

È pertanto meritoria e del tutto degna di attenzione la narrazione che *Pratiche di Public Geography* fa della collaborazione tra i geografi e il TCI. È proprio in questa sinergia che è potuta maturare e arrivare a realizzazione l'idea di una rubrica ospitata per un anno intero sulla rivista del Touring dall'inequivocabile titolo "Riscopriamo la geografia" – il che è un invito a guardare a questa materia come a uno strumento essenziale per capire il presente. Ed è importante che l'impegno portato avanti da Riccardo Morri e da Sandra Leonardi non si sia accontentato di inseguire un successo "facile" ottenibile spingendo l'acceleratore sull'inconsueto, l'esotico e l'eccezionale. Come precisa lo stesso Morri, l'intento seguito nella creazione e stesura di una rubrica "geografica" su una rivista non accademica è stato quello di «far emergere il posizionamento storico della nostra disciplina e di studiare/i su grandi temi e questioni della società contemporanea» (p. 57). Lo testimoniano sia gli argomenti scelti – paesaggio, Antropocene, mappe, ecc. – che il taglio dato alla trattazione: «semplificare senza banalizzare». Insomma, dopo la lettura di questo libro nessuno può più nutrire dubbi sul fatto che fare *Public Geography* significhi rendere un servizio essenziale alla società, disseminando al suo interno informazioni utili per migliorare la qualità della vita di tutti.

(*Marcello Tanca*)