



QUELLO DEL CLUB

Cos'era e cos'è l'alpinismo per uno qualunque

di lorenzo merlo - 060418

Quattro pensieri che cercano di contenere tutto e tutti. Dunque tanto fallaci quanto insopprimibilmente veri.

Quattro idee come pennellate distratte destinate a gocciolare macchie di un sentimento che forse ha sciamato nei cuori di tante generazioni e ora, per un qualche cambiamento climatico delle emozioni, non vibra più in quelle più giovani.

Si dice, si parla, si discute. Tavole rotonde, blog, interviste. Esperti, Guide, professionisti, amatori, volontari. Scrittori, alpinisti, giornalisti, convegni, tavole rotonde. Il tema è l'alpinismo, la sua vitalità, la sua natura, la sua voce, il suo spirito, la sua identità e verità.

L'audacia della lotta, l'eroismo temerario della sfida assoluta, l'estasi della conquista, il misticismo delle vette, la solidarietà e il suo rovescio, l'indifferenza, la riduzione a sport e lo spensierato sfruttamento della tecnologia. La dimensione amatoriale e pura e quella commerciale e professionale impura. Il desiderio del duvet con la pubblicità e la soddisfazione dell'uomo sandwich. I pettorali di lycra e le graduatorie che teniamo occulte agli altri ma ben precise in noi. Il Merchandising, l'advertising, il franchising. E tra un po' il gratta e vinci una scalata. Il doping, la meditazione, l'impegno, il divertimento. La scalata usa e getta, da vantare più che per crescere. Quello mordi e fuggi per il prossimo mordi e fuggi di tutt'altra specie. La maestria di fondo valle, un morbo che appesta tutti. Sempre capace di consigli retorici e vuoti per aiutare chi è in azione; e così via a parti invertite. La sicurezza venduta e garantita. E quelli che credono di acquistarla davvero. I decreti, le leggi regolamentative sulla wilderness. La montagna scuola di vita. *Tutti* bocciati. I biglietti per salire l'Everest. E quelli per il concerto di vetta. La montagna da protagonista al centro del palco a sfondo e quinta. Da canali e diedri, da ghiaccio effimero e bufera a eliporto



A volte, per certe cose, ci si sente estranei senza bisogno di trovare un perché.



QUESTO ARTICOLO È COPYLEFT, SI CHIEDE DI RIPORTARE AUTORE E FONTE.

per telecamere e attori. La collezione di cime e salite come misura di sé. L'alpinismo sconosciuto, quello esplorativo e quello pre-venduto, con l'acconto. Le bugie, le verità non credute, la diffidenza, il dubbio, la sincerità, gli interessi, la malafede e le salite epiche mai sapute e quelle mai avvenute. Facilmente, sempre invidiate. La vigliacca censura di certi giornalisti, la loro pilatesca logica. La protervia di certe guide. Le classifiche volute, richieste come un bisogno d'ordine, di uomini e scalate e quelle semplicemente riconosciute e anonime da chi comprende e sente. Si lotta per avere otto colonne o anche solo un trafiletto (il gergo è superato ma l'idea è sempre quella). Pare che nel silenzio accada poco.

Tutte le opinioni scorrono nell'unico fiume umano dei commenti, degli argomenti, degli articoli, dei libri e delle trasmissioni.

Posizioni personali e discorsi si domandano se è tutta e solo dialettica o viscerale esigenza di un incompressibile discorso d'amore. Un'oscillazione permanente pendola, rapida o lenta che sia, tra quegli estremi. La si vorrebbe fermare con gli argomenti razional-intellettuali, dimentichi della natura olistica e viscerale dei sentimenti, della sua incompressibilità alla logica. La si vorrebbe fermare per trovare la verità ultima, che ci dia ragione.

Ma nel torrente vorticoso, dell'insieme delle opinioni, rotola giù di tutto. Come per i massi, ogni opinione accarezza o travolge la passione di ognuno. Molti dei punti di vista che da esse [le opinioni] sgorgano sorgive, non chiedono di poter combattere, è la loro stessa natura che li obbliga a sopprimere le altre. In quel modo soddisfano la sete di dignità e legittimità a suon di autoreferenzialità eletta a sapere. Ognuna pensando al suo proprio maggior diritto, avanza indomita. Ma tutte, sono accettabili e sostenibili per il solo fatto d'essere pronunciate. Per loro siamo disposti a erigere muri e a portare argomenti d'attacco. La disputa per arrivare al vero e farne parte è una brace sempre rovente.

Ma oltre a questo circolare insieme di verità dove a turno si passa dal vero, esiste in noi una dote che tutto scavalca, è il piano di lettura emozionale. Anche se culturalmente spesso mortificato dalla mannaia scientifica della logica e della sua morale, vive e ci fa sentire la vita. Quando è lasciato libero di esprimersi, quasi senza difficoltà ci porta oltre e supera quello razionalistico e i suoi miseri dilemmi, spesso ridicibili alle due colonnine di *Pro* e *Contro*. È quello che fin dai banchi di scuola, vestiti col grembiule, ci avevano insegnato



Per certe altre, è diverso. Le si fa come fosse giusto farle.



QUESTO ARTICOLO È COPYLEFT, SI CHIEDE DI RIPORTARE AUTORE E FONTE.

a impiegare come unico strumento di scelta e conoscenza, che si avevano inculcato, superbamente privo di concorrenza.

La dimensione emozionale tiene conto di tutto, ben più delle poche cose che un bel ragionamento è in grado di ordinare. È un piano che riesce a valorizzare l'entropia, danno collaterale di ogni organizzazione, soprattutto se inconsapevolmente messa in campo, come il solo modo per interpretare il mondo, per fare conoscenza della realtà.

Con quel piano nel petto, con certe emozioni addosso, l'alpinismo ora sì che è morto. È morta la sua anima vitale. In sordina è stata sostituita da una posticcia, quella mediata. Non solo dagli interessi, quelli c'erano anche prima seppure in quantità più umana. Piuttosto da un filtro prima inesistente o non percepito: la reificazione e la mercificazione, ovvero la tentata vendita.

L'anima di un tempo, con cui si correva per i pascoli, era di aspetto evanescente e imprevedibile. Quella con la quale ci affrettiamo ora ha un fondo artificioso, *obbligata* da questi tempi ad essere materica e misurabile.

L'alpinismo è stato assunto dai media. Le *testate* hanno bisogno di documentazione adatta a fare audience, di gopro, soggettive e droni. Diversamente è destinato ad altri circuiti, di seri *B* e *C*, il cui raggio d'azione, al paragone, non è più che quello famigliare.

L'alpinismo non ci rappresenta più. Non so per chi parlo, non so chi voglia unirsi al club di un alpinista qualunque.

Per le imprese, che erano quasi ciclistiche, alzavamo le braccia. Quelle salite muovevano popoli di valli, di Alpi e di nazioni. E ora aggregano chi? Il vento del clean-climbing, ancor più di quello del free-climbing aveva nutrito di spirito ascendente tutti i poppanti della roccia, mentre per quelli in fasce oggi non c'è altro che il bello di un montaggio e la comunicazione di una regia.

L'alpinismo non fa più parte di noi, come non la fanno via della Spiga e via Condotti, il Rolex, il turismo gratuito e la settimana bianca. Però lui esiste ed è in salute, anche in evoluzione. Il punto è che è passato dall'altra parte. Non è più *nostra* proprietà. Se cerchi, non lo trovi più nel nostro cuore. Batte altrove, dove i riflettori sono accesi e i polpi del commercio fanno come allungare i tentacoli verso le menti dei giovani spiriti, tanto entusiasti quanto ignari delle regole del gioco. *Giustamente* entusiasti e ignari in quanto giovani, ma per *noi del club*, sono soprattutto persone in attesa di svegliarsi, di comprendere che il



"Non si potrebbe aumentare il dosaggio?
Ho ancora qualche emozione".

La riduzione dei rapporti umani diretti porta lontano dalla natura, dai noi stessi.



QUESTO ARTICOLO È COPYLEFT, SI CHIEDE DI RIPORTARE AUTORE E FONTE.

brodo culturale, fosse anche ormai solo alpinistico, in cui sono nati e cresciuti, è una piscinetta che a loro sembra un oceano di luccicose verità.

Così come ci si nutre, che se solo sapessimo cosa mangiamo non crederemmo ai traguardi degli uomini, i giovani digeriscono alpinismo senza distinguere se proviene da una catena di cibo spazzatura o da una cucina genuina.

Basta alpinismo. Basta di quell'alpinismo che ci arriva in casa come intrattenimento e spettacolo, che ci insegue nei dispositivi come intermezzo e novità permanente. Basta di quello raccontato da chi non distingue crepaccio da seracco, frana da valanga, spaccatura da fessura, piccone per piccozza, a mani nude per arrampicata. (Battaglia persa perché sono proprio loro a comandare la comunicazione.) Da chi non ha idea alcuna di cosa sia l'alpinismo, ma con quella ben chiara di cosa venda o non venda. Che siano gusci e ramponi, quanto trasmissioni e audience. Basta quel fastidio delle fiction e dell'isola dei famosi in formato verticale. Basta con quelli che per denaro si prestano a raccontare o tradurre l'alpinismo senza mai voler scappare alla retorica sensazionalistica. Basta all'alpinismo per impressionare chiunque abbia più esperienza con il telecomando della tv che con qualunque altra cosa al mondo. È anche a loro che finisce in pasto la montagna, tanto in forma di gossip o fiction, quanto di affare da superman, senza che *nessuno* dica nulla. Né un intellettuale che rammenti il riflesso satanico della mercificazione; né un grande alpinista che possa farlo oggi con più voce di quanto ci provò Bonatti, prendendosi dell'arretrato; di quanto ripete da sempre Messner, con poco seguito di popolo; di quanto non tralascia mai Gogna, quasi da solo nella battaglia.

La corrente mescola le opinioni, il vento della postmodernità porta via le voci anziane, le sue eco non risuonano più tra le pareti. Per i nativi digitali è preistoria.

Oggi l'alpinismo è altro. E sia. Vogliamo risolvere tutto con un semplice e personale calo di motivazione? Con l'idea che il fuoco sacro della passione si sia banalmente spento? Sta bene anche così. Sta bene non sia più uno stile di vita; che terminata una salita non si pensi già a quella dopo; che non si ripensi a quanto fatto per riviverne la soddisfazione o la fortuna.



Sopra, le vette del commercio.
Sotto, quelle della bellezza.





QUESTO ARTICOLO È COPYLEFT, SI CHIEDE DI RIPORTARE AUTORE E FONTE.

In ogni caso, l'alpinismo era grande. Ora, degradato a genere di consumo e a selfie, non lo è più. Parlo per me, per quelli del club della mia generazione e di chi vuole starci. Forse l'ultima che ha visto tutta la parabola. Era partita dal cielo e ora è arrivata a terra a gonfiare gli alvei, un tempo aridi, delle mode.

Ma oltre alle semplicistiche ragioni della disaffezione, è anche vero che il mito di un tempo aveva un'altra faccia, un altro corpo e un altro spirito. Il suo volo si è infranto sui piatti monitor dei tablet, è rimasto impigliato sulle frequenze dei satellitari, si è sbriciolato come merende sulle pantofole degli zapper.

Quelli del club delle lacrime per l'alpinismo, con il cuore pulsante guardavano le montagne e si muovevano secondo la stella della bellezza, mai in onda su alcun canale tv.



L'etica ha rotto gli argini. A qualcuno interessa, ad altri no.