



BIT.ALPINISMO

lorenzo merlo - 220611/030317

Le imprese ai tempi di Cassin e Bonatti avevano le doti sociali per rappresentarci tutti. Salvo eccezioni, quantitativamente decrescenti, già dalle ultime di Messner, e a maggior ragione per quelle via via più recenti, non risuonavano più nel comune sentimento. Acquisivano invece una nascente indifferenza comunitaria. Contemporaneamente limitavano alla stretta *élite* specializzata la fredda emozione di stimare - nel bene e nel male - la dimensione alpinistica della salita o della vicenda. Infine venne l'indifferenza o peggio, il timore d'essere trattati da consumatori.

Assunto

1. Telefoni satellitari, collegamenti al web, meteo in tempo reale, contiguità virtuale con la civiltà e gli affetti, e concreta per mezzo di elicotteri e soccorsi sempre più efficienti.
2. Chiodo a pressione, superdirettissime, goccia d'acqua.
3. Ossigeno per le salite in alta quota.
4. Sponsor: vincoli di libertà e degrado etico.

... una invasività crescente, un occulto momento coercitivo della creatività.

Quattro diverse espressioni parzialmente assimilabili. Tutte scaturiscono dall'impiego strumentale della tecnologia in funzione del successo.

Banalità

La crescente, capillare mediatizzazione esaltata e oppressa dall'assolutistico *dogma* del tempo reale - germe e scheletro della globalizzazione - collusa al capitalismo liberista, implica una invasività crescente, un occulto momento coercitivo della creatività. Il mondo che ci viene offerto e il tempo - poco - che ci lascia, sono un'ottima base per ridurre, calmare o mettere a tacere considerazioni critiche.

Chi nasce in un certo ambiente, cresce credendo sia il solo e il vero. Il tempo necessario affinché se ne emancipi, può durare anni e per molti, una vita non basta. Considerando che l'energia necessaria a qualunque sommossa non può che essere giovane, prendere coscienza di quella coercizione nella

seconda parte della vita, non comporta il rischio di una rivoluzione. Sono i giovani che si identificano agli ideali, che devono costruire il loro avvenire, che non hanno nulla da perdere.

Diversamente da quanto si è tenuti a credere, la messe di dati, che ci hanno abituato a chiamare informazione, di fatto non lo è, e non è nemmeno sapere. Crea invece luoghi comuni. E questo accade a tutti, eruditi professori inclusi, semplicemente perché non possiamo sapere tutto di tutto.

Il luogo comune non è un *trait-d'union* ma un muro nei confronti della verità comunque la si intenda. Nessuna compassione - in senso laico - può avvenire tra chi detiene il luogo comune e ciò che il luogo comune copre. Così, la tsunamica quantità sempre disponibile di informazione implica la spinta a distanziare *fatto* e destinatario, a ridurre la critica in sede di alimentarla, a far digerire attraverso il suo rapido metabolismo anche l'evento più indigesto alla dignità.

Una specie di esorcizzazione. Così come il comico, continuando la sua satira politica, partecipa - in modo direttamente proporzionale alla sua *audience* - a rendere via via più ordinario e accettabile ciò che all'origine era deriso, straordinario e ripugnante.

Non solo. Tornando all'alpinismo. La fagocitante mediatizzazione non può che limitarsi a sottolineare i valori tecnici e sportivi di un'impresa, nel contempo incapace di *dimostrare* l'esigenza storica e sociale di quell'impresa stessa. La spettacolarizzazione di tutto, pur di far crescere i click, ci lascia con un senso di superfluo, in quanto *già visto*, con un senso di assuefazione occulto che però si rivela nella famelicità con la quale reiteriamo quegli stessi click. Colpi di mouse ormai edonistici, non più sentimentali. Individuali non più comunitari. Figli dell'opulenza, rinnegatori della frugalità.

Una dinamica eticamente e moralmente pauperizzante sulla quale Bonatti aveva spesso richiamato l'attenzione con la sua ferma critica all'alpinismo mercificato.

Uno per tutti

La dimensione, l'estensione tribale, *clanica*, di vallata, di regione, di popolo e di nazione dell'alpinismo conteneva, esprimeva e risuonava esigenze di identità, appartenenza e rappresentazione condivisa. Ognuno viveva, quell'impresa come propria, come direttamente scaturita dal terreno sociale dal quale egli stesso traeva il senso delle cose e di se stesso. Ora non più, il terreno ha perso i solchi che marcavano le tradizioni. Peggio, sono spariti in quanto ricolmi del primo prodotto del consumismo, gli scarti. Quel solco era il caldo supporto di un'intima architettura psicologica. Polarizzati dai luccichii degli specchietti che ci mostravano, abbiamo tralasciato di proteggerlo e mantenerlo. Svanito con il wireless, perso nello spazio della comunicazione satellitare, quasi non se ne trovano più tracce sociali. E i singoli che lo professano passano facilmente per passatisti e disadattati.

Come un tempo, oggi un record muove il palmares personale, gli elenchi di biografi e storiografi, ma non ha più un popolo - se non personale e commerciale - di sodali ammiratori che *sentono*, che hanno *voluto*, anch'essi come il protagonista quell'impresa.

Nessuna compassione
- in senso laico - può
avvenire tra chi detiene
il luogo comune e
ciò che il luogo comune
copre.

Esponenzialmente più di quanto non potesse avvenire in passato, non si può più neppure essere certi di quanto viene diffuso. Con abilità più commerciali che etiche gli uffici stampa - gemelli siamesi degli uffici marketing - dello sponsor generano e diffondono notizie per il loro diritto istituzional-commerciale, solo secondo logiche che riguardano il business. Coprendo perciò l'eventuale pochezza dell'impresa o viceversa, esaltandone aspetti che possono *convincere* solo il profano.

Comici, Solleder e Cassin uscirono dalla famiglia della montagna per raggiungere quella più ampia del nazionalismo

...

Se la cosa non è una novità da addebitare ai giorni d'oggi, diversamente da un tempo, è la dimensione, la frequenza, la quantità, la ridondanza che diviene sostanza, è il medium che è il messaggio. In questo caso però, non più da intendere e limitare all'hardware che lo diffonde ma da estendere e concepire nel *mainstreaming* globale. Un essere vivente persuasivo e soddisfacente, con una missione coercitiva e una forza indolore, non una semplice, innocua rassegna di informazioni. Con le sue doti naturali ci risucchia e trasferisce in contesti di suo interesse, senza la nostra consapevolezza, a chiedere ed accettare ulteriori dosi di desideri, ulteriori prodotti *imperdibili*.

Whimper risuonò negli ambienti inglesi e tutti trovarono ovvio che fossero ancora *loro*, gli inglesi, a dominare il mondo. Comici, Solleder e Cassin uscirono dalla famiglia della montagna per raggiungere quella più ampia del nazionalismo, all'epoca governativo. Bonatti entrò nelle case di ognuno perché presentato dalla sua prorompente, intrepida forza ingenua e leale e perché *quelli* erano i valori facilmente rintracciabili nei solchi di ogni biografia. Messner affermò la dimensione professionale dell'alpinismo senza dimenticare però di rendere merito alla storia che lo aveva preceduto, né di rassegnare a noi tutti le sue debolezze. Per ambo i gesti ha rispettivamente avuto accesso a menti e cuori di ammiratori e invidiosi, due condizioni umane comunque lontane dall'indifferenza e dalla distanza che domina nei confronti dell'attuale alpinismo di vertice.

Uno per sé ... e lo sponsor

Con tutta la tolleranza necessaria, dopo Reinhold, venne la tecnologia del tempo reale ove il sacro è esorcizzato al punto da perdere la sua voce umana per sostituirla con quella del codice a barre.

Conosciamo i contesti storici che hanno provocato certe tendenze, senza sforzo dobbiamo dare a quelle espressioni tutta la legittimità che pretendiamo per le nostre, dobbiamo togliergli qualunque fronzolo di gratuità e colpa.

Chi sosteneva che impiegare i chiodi a pressione fosse del tutto ordinario e condivisibile; chi si autolegittimava all'impiego dell'ossigeno, *lo ha detto la scienza*, perché mai avrebbe dovuto abbandonare le proprie convinzioni?

E così oggi, che siamo nel pieno della luce della comunicazione permanente, perché mai dovremmo allontanarcene? Perché mai dovremmo rinunciare, questa volta sostenuti dall'inconfutabile principio che pararsi le chiappe è prioritario.

È una domanda alla quale una risposta razionale non dà soddisfazione. È umanamente che si può

trovare una risposta. Umana è stata la risposta che ha evitato di finire nel *vicolo cieco* di un alpinismo ginnico e a pressione, comunque snaturato. Umana è stata la dimostrazione dell'Everest senza ossigeno. Solo umana sarà la spinta di coloro che vorranno tornare a valutare una prestazione anche in funzione degli ausili tecnologici impiegati. Esattamente come umano è attenersi ad un'etica piuttosto che lasciarla ad altri.

... impiego strumentale della tecnologia in funzione del successo.

AL DI LÀ DEI LUCCICHI

Sono molte le opportunità che la letteratura alpinistica ci offre sul tema dell'impiego della tecnologia ovvero sull'etica per un alpinismo meno produttivistico e mercificabile.

Se gli storici - dal 1970 - interventi di Messner, Cozzolino, Dorigatti e Gogna, dedicati a criticare un uso gratuito del chiodo a pressione, sono più noti e frequentemente citati, questo a seguire, di Giuliano Giongo, sebbene successivo, è stato forse inopportuno dimenticato. In poche righe riesce a radunare gli aspetti umani, i luoghi comuni, le meschinità e le evoluzioni che mettiamo in gioco quando scegliamo.

Il brano è tratto da *In due sulla Torre Egger*. Un articolo dedicato all'allora recente salita alla Torre Egger compiuta insieme a Bruno De Donà, pubblicato su *Scandere* nel maggio 1981. Disponibile sul web [qui](#).



Torre Egger, 1980.

«Quando da noi, sulle Alpi, qualcuno si azzarda ad attrezzare una parete prima di salirla come hanno fatto ad esempio gli spagnoli alla nord della Lavaredo, viene criticato aspramente e senza pietà e la sua salita viene svalutata; mentre invece, chissà perché, anche forti alpinisti, quando sono a dieci o ventimila chilometri lontani da casa, si ritengono autorizzati ad usare tutti i mezzi possibili ed immaginabili anche su montagne facili.

Solo che per loro non ci sono critiche. In questo modo sono state fatte le più importanti salite in Patagonia: il Cerro Torre da sud est e da ovest, la Torre Egger dal Colle della Conquista, il Fitz Roy per le pareti sud, est, e per il Pilastro nord est. Ben altra cosa è stata l'impresa di Maestri e Egger nel 1958.

Personalmente penso che ognuno in montagna può usare i mezzi che vuole ma dato che oggi, con il sistema delle corde fisse, con i collegamenti radio ed un ricambio di uomini in parete, una spedizione non troverebbe forse l'impossibile nemmeno cercandolo su tutte le montagne della terra, mi sembra che solo agire in stile alpino abbia ancora valore alpinistico. Se invece di questo non ci importa, ma vogliamo fare un altro tipo di esperienze, allora anche i mezzi per farci arrivare in cima a tutti i costi possono essere leciti; però mi sembra che a questo punto non abbia più senso mirare alle cime.»