

# L'ALPINISMO È GIOCO?

**Sicuramente sì, purché ci si intenda sul significato di "gioco". La teoria di J. Huizinga. "Gioco come cultura". La montagna è per la vita, per l'amicizia, per la gioia dell'uomo**

**Nell'agosto dello scorso anno, una notizia del mondo alpinistico occupò sei colonne della prima pagina del più autorevole quotidiano italiano. Non succedeva una cosa simile – penso – dal 1954 quando fu raggiunta la vetta del K2; ma stavolta non si trattava di una spedizione vittoriosa, ma di una sciagura. Il titolo era: "Montagna tragica: altri otto morti".**

L'ormai tristemente famosa estate del 1997, con tutte quelle vittime nella catena alpina, ha saturato i giornali di anatemi contro la montagna: "tragica" è stato l'aggettivo più benevolo, "assassina" quello più becero e gratuito. Per non parlare dei giudizi su coloro che la frequentano.

A me, e ritengo anche agli altri alpinisti, questi epiteti fanno l'effetto di un pugno nello stomaco. E mi dico: "sono giornalisti che cercano la sensazione. In mon-

tagna non ci vanno, non sanno che cosa è. Si ricordano che esiste l'alpinismo solo quando ci rimette la pelle qualcuno. Come succede del resto con la storiella dell'uomo che morde il suo cane; l'inverso non fa notizia".

Però i morti restano; se le sciagure avvengono in certe circostanze, dando ai media il destro di classificare l'alpinismo come un esercizio da folli, la colpa è anche nostra. Di noi che sappiamo che cosa è la montagna, o almeno dovremmo saperlo.

La montagna è per la vita, per l'amicizia, per la gioia dell'uomo. Diceva Mummery, che non era proprio un sentimentale: "La sensazione di indipendenza e di confidenza in se medesimi che ci donano i grandi precipizi e i vasti campi di neve silenziosi ha qualcosa di assolutamente incantevole. Ogni passo reca la salute, la fantasia e la gaiezza".

Ci siamo dimenticati che l'alpinismo è un gioco; stiamo disimparando a giocare, a rispettare le regole del gioco, a tener conto del terreno di gioco. Il termine "gioco" – che paradossalmente è una cosa molto seria – troppo spesso viene usato con leggerezza da chi scrive di montagna, trascurandone i significati più profondi. C'è chi lo pensa come un equivalente a "sport" e chi lo accosta all'idea di azzardo, di incoscienza; c'è chi lo considera come faccenda poco seria, e chi non vede differenza fra gioco e avventura. E così via.

Il vero gioco, il gioco degno dell'uomo, creatura razionale, è un fatto culturale.

**Homo ludens**, è il titolo di un celebre saggio di Johan Huizinga, storico delle idee ed antropologo olandese, spentosi come ostaggio dei nazisti nel febbraio del 1945. Egli pone come fondamento del suo libro lo studio della nozione di "gioco" come costante dei comportamenti culturali; e fa una minuta analisi delle costumanze dei popoli arcaici sparsi in tutto il mondo, dimostrando come la cultura di ciascuno di essi si sia nutrita di atteggiamenti ludici;



gioco è danzare, fare musica o teatro, ma anche sfidarsi agli indovinelli o a “singolar tenzone”: come pure lo sono i riti magici, certe procedure del diritto, determinate forme d’arte, persino talvolta darsi battaglia, e naturalmente i giochi olimpici di Atene e i “ludi” di Roma.

Il gioco, l’atteggiamento ludico e agonale è per Huizinga una peculiarità propria dei viventi (chi di noi non ha visto i camosci giocare a rincorrersi su un nevaio?) e che nell’uomo raggiunge appunto il suo vertice di produttore di cultura. Egli ne dà una precisa definizione: “gioco è un’azione o una occupazione volontaria, compiuta entro limiti definiti di tempo e di spazio, secondo una regola volontariamente assunta e che tuttavia impegna in maniera assoluta; che ha un fine in se stessa; accompagnata da un senso di tensione e di gioia e dalla sensazione di essere diversi dalla vita ordinaria”.

Il fenomeno “alpinismo” analizzato in base a questa definizione di Huizinga – che peraltro non si interessò mai di scalate – ci appare in una luce più netta, quasi scientifica, scevra da visioni personali; quanti illustri scalatori hanno versato fiumi di inchiostro cercando il “perché” della loro passione e dando implicitamente ragione a Mazzotti che affermava esserci tante forme di alpinismo quanti sono gli alpinisti!

Huizinga ci aiuta a liberarci di luoghi comuni di ieri e di oggi, e a conciliare l’esperienza di montagna con la retta ragione evitando radicalizzazioni ed estremismi. Collocare l’alpinismo nella sfera del gioco come più sopra definito vuol dire anche sfrondarlo da aloni retorici ed eroici cari ai tempi del nazionalismo e dalle melensaggini poetiche del romanticismo; ma altresì sottrarlo all’indebita riduzione ad una specie di culturismo all’aria aperta ed alla pura competizione agonistica.

**Regole del gioco:** elemento fondamentale perché un gioco sia tale è dunque l’esistenza di regole che vanno osservate lealmente impegnandosi “in maniera assoluta” anche se non sono scritte, ma solo tramandate; esse obbligano volontariamente tutti coloro che prendono parte al gioco perché il gioco abbia senso e riuscita, cioè porti a quell’arricchimento – psicofisico e spirituale nel nostro caso – per

ottenere il quale il gioco è posto in essere. Appare evidente qui la forte connotazione culturale e morale insita nel concetto hui-zinghiano di gioco; gioco come libertà e gioia, ma anche come serietà di impegno per non uscire dai limiti e autosqualificarsi.

Come conosciamo bene, la regola essenziale del nostro gioco è di sapere quali sono i propri limiti e valutare di conseguenza le difficoltà che si possono affrontare”. Ma per quanto sia la più elementare, è quella più violata nei fatti, e concretamente nel tempo che stiamo vivendo per una serie di circostanze che alterano il corretto giudizio della ragione umana sulle proprie possibilità. Le circostanze più gravi si rifanno alla tecnica e al mercato.

Le tecniche di allenamento consentono di raggiungere – in palestra o nelle falesie – risultati strabilianti. Nuove attrezzature e materiali vengono messi continuamente a punto; le procedure di arrampicata ne traggono ulteriori vantaggi. La tecnologia produce mezzi di comunicazione e di soccorso sempre più efficienti: telefoni cellulari ed elicotteri sembrano poter contrastare ogni imprevisto. L’uomo pensa di aver acquisito una specie di invulnerabilità e spinge la temerarietà a limiti impensati; le



cronache di alcuni mesi fa hanno riferito di un francese che si è lanciato da 7000 metri, senza respiratore, planando ed aprendo il paracadute a poche centinaia di metri da terra.

Ma non c'è scienza o tecnologia alcuna che ci possa fornire i dati di tenuta di uno scivolo di ghiaccio, o la probabilità di resistenza di un appiglio di granito sollecitato dalla nostra presa; e fra i 3000 metri dei Pirenei e i 4000 del Monte Bianco, per chi sta arrampicando, c'è una differenza che va ben al di là di mille metri di dislivello... La tecnica o la tecnologia non potranno mai nell'alpinismo supplire l'esperienza culturale e psicofisica del terreno, che è una variante entusiasmante del gioco ma anche la più instabile ed insidiosa.

L'altro elemento che tende ad inquinare l'equilibrio raziocinante dell'alpinista è la commercializzazione dell'impresa alpinistica.

Nel maggio del 1996 l'International Herald Tribune informava che per 60000 dollari un'agenzia si impegnava a farvi arrivare in cima all'Everest, e si chiedeva: *"Is it right that an average climber can order an ascent of Everest out of a catalogue?"*



L'articolo continuava descrivendo le pietose condizioni degli "alpinisti medi" che avevano abboccato e si aggiravano stravolti fra i campi base della montagna più alta del mondo.

Ma anche scalatori di valore possono perdere il senso della misura nella valutazione del rischio, se c'è di mezzo il mercato con tutti i suoi miraggi: il mondo alpinistico piange la perdita di una protagonista eccezionale quale Alison Hargreaves, ma non si sono dissolti i dubbi che sulla sua ostinazione nel voler raggiungere nel 1995 la vetta del K2 in condizioni di tempo proibitive abbia influito un sostanzioso contratto di sponsorizzazione. Terribile ma ammonitore il puntuale titolo giornalistico: "Alison scalava una montagna di soldi". Con lei perirono sei compagni che la seguivano.

Importanza capitale del terreno di gioco sottovalutata e regola della prudenza e della misura troppe volte violata, dunque, alla radice di molte tragedie. E studiando Huizinga scopriamo – e dobbiamo onestamente riconoscere che è vero – che "il gioco comandato – e quindi, pagato – non è più gioco". Non è più cultura, non è più libertà, non è più gioia: non è più alpinismo.

Il progresso dei materiali, delle tecnologie e delle conoscenze in medicina contribuisce certamente ad aprire il meraviglioso mondo dell'alta montagna ad un numero sempre maggiore di appassionati; ciò non può che rallegrare chi – come il sottoscritto – ha molta fiducia nelle potenzialità formative dell'alpinismo. Il progresso sarebbe però zoppicante e addirittura pernicioso, se non fosse accompagnato da una parallela maturazione culturale, radicata nella riflessione sui fenomeni della montagna e nello studio della tradizione alpinistica. Fra i saggi non alpinistici da considerare, mi permetto di consigliare "Homo ludens" del vecchio Huizinga; gli devo riconoscenza, perché mi ha fatto capire che potrò "giocare" in montagna fino in tarda età. E questa non è l'ultima delle gioie dell'alpinismo.

Lorenzo Revojera