

SI È PERSO IL SENSO DEL LIMITE

di Massimiano Bucchi
Quest'estate le cronache della montagna sono state una sorta di bollettino di guerra, registrando continui incidenti e disavventure tra gli escursionisti sulle montagne del Nord Est e del resto d'Italia. Alcuni di questi incidenti e disavventure hanno avuto purtroppo esiti tragici, altri si sono risolti solo grazie all'intervento tempestivo dei soccorsi. Uno degli aspetti che più colpiscono

nelle testimonianze e nei messaggi che i protagonisti danno ai media o postano sui social è una sorta di mutazione antropologica caratteristica dei nostri tempi. Vi è, infatti, la sempre più diffusa convinzione che tutto sia alla portata di tutti. Che chiunque, a prescindere dalla competenza, dalla preparazione, dall'età, dalle condizioni di salute e da quella meteorologiche, possa fare qualsiasi cosa, perfino imbarcarsi in imprese che una volta sarebbero state prerogative di pochi ed esperti alpinisti.

Oggi qualunque impresa ci sembra sempre a portata di mano, e nessuno e nulla deve permettersi di ostacolare la nostra volontà

e i nostri desideri, neppure l'ostilità delle condizioni meteorologiche o ambientali o il rischio concreto di mettere a repentaglio la vita altrui. La coppia di escursionisti spagnoli recuperata l'altro giorno da un elicottero del Soccorso Alpino sulle Tre Cime di Lavaredo aveva rifiutato per ben due volte i soccorsi, convinta di potercela fare con i propri mezzi pur essendo in evidente difficoltà.

continua a pagina 8

⬇ L'editoriale

Si è perso il senso del limite

SEGUE DALLA PRIMA

Questo senso di onnipotenza si specchia nella comunicazione e sui social. «Se puoi sognarlo puoi farlo» recita una delle frasi postate più di frequente. La consapevolezza e l'accettazione dei propri limiti, tratto caratteristico dell'intelligenza umana oltre che fattore chiave per la sopravvivenza, è divenuta ormai un ferreo conservatorio per pavidetti conservatori.

Eppure anche e proprio a questo, tradizionalmente,

servirebbero i media. A permetterci di accedere a luoghi, esperienze ed emozioni che in vita nostra ci sarebbero state inaccessibili perché al di là delle nostre possibilità. Così, per un attimo, leggendo il giornale o guardando la televisione, potevamo sentirci intrepidi come Messner o veloci come Mennea, forti come Muhammad Ali o maghi del pallone come Maradona o Van Basten. Ma non per questo ci si sognava di buttarsi su un ring a prendere cazzotti, di arrampicarsi in montagna, di avventurarsi in solitudine su sentieri impegnativi in ciabatte da mare o scarpe da ginnastica.

Oggi invece tutto deve

essere vissuto in prima persona per essere poi esibito in foto o video all'approvazione e ammirazione degli altri. Che poi naturalmente vedendo quelle foto o video cercheranno di fare altrettanto, anzi ancora di più: d'altra parte, che ci vuole, se l'ha fatto l'amico o l'amica posso farcela anch'io!

È con questa mutazione e con queste idee diffuse che si deve fare i conti, sul piano della comunicazione, se si vuole tentare di capire e di prevenire la diffusione di questi incidenti. Lo slogan potrebbe essere semplice e di buon senso: «Se puoi sognarlo, non farlo».

Massimiano Bucchi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 1-9%, 8-14%