

MENDIA ETA KONTSUMO- GIZARTEA



MONTAÑA Y SOCIEDAD DE CONSUMO

Politikoki zuzena den garaietan, botere publikoaren inguruan mendiarekin lotutako hainbat gairen presentzia gero eta handiagoa da. Formatuak anitzak dira: talde-txangozaletasuna, balizatutako ibilbideak, zuhaitz eguna edota natur inguruneari ematen zaion garrantzia; mendia eszenatokitizat duten ekimen publikoko jarduerak guztiak ere. Natur ingurunearen ontasunak eta alde onak erakusten dira, ongi batzuetan eta ez horren ongi besteetan. Erakunde publikoek arlo honetan deitzeko duten ahalmena, gure bizitzako beste arloetan bezala, areagotu egiten da eta bere helburu bakarra parte-hartzaileen kopurua gehitzea eta mediatikoki eraginik handiena lortzea dela ematen du. Mendia, eszenatoki huts edo atze-oihal bat bihurtzen da, maratobietan kaleak diren moduan. Alabaina, alpinismoaren sorreran, asoziazionismoa gizarte zibilaren ekimenetik sortu zen, beti ere mendi-taldeen eskutik. Erregimen totalitarioak salbuetsik, ez zegoen botere publikoen esku-hartzerik, eta horrela, mendia protagonista bihurtuz, berezko inguratze bat ematen zen, askatasun indibiduala ardatz, eta ahalegin pertsonala beharrezko zen prestakuntza eskuratzeko helburuz.

Halere, egun, badira mendizaletasunaren ikuspegia guztiz desitxuratu duten sektoreak. Natur Parkea produktu turistiko gisa erabiltzen da, edota naturan egiten den edozein jarduera abentura-hiritar moduan. Mendia aitzakia moduan erabiliz, adrenalina erraz kontsumitzeko eskaintzak egiten dira, noiz edo noiz zoritxarreko ondorioak izaten direlarik. Mendia eszenatokitizat hartuta, asteburuko jolasean gertatutako galtze arrunt bat larrialdietara egiten den dei arrunt batekin konpontzen da. Agian, jarrera hauen arrazoia beste lekuren batean bilatu beharko dugu, itxura eta irudia materia eta funtsaren aldean nagusitzen den dinamika soziokultural batean behar bada. Ongizate gizarte batean dena egina, esfortzurik gabe eskuratu behar dugula uste dugu eta horrek, mendiarekin ez du balio.

Eta honetaz guztiaz hausnartu eta gero, ezin dugu saihestu geure buruari galdetzea mendia kontsumoko gizarte batera bideratzen ari ote garen ala ez.

En los tiempos de lo políticamente correcto, asistimos en los últimos años a una presencia de aspectos relacionados con la montaña en la esfera del poder público. Los formatos son múltiples: excursionismo colectivo, rutas balizadas, días del árbol o puestas en valor del medio natural; actividades insistimos debidas a la iniciativa pública que tienen por escenario la montaña. Se trata de enseñar las bondades del medio natural, con mayor o menor acierto. El poder de convocatoria del sector institucional en este campo, como en todos los órdenes de nuestra vida, se incrementa más y más y da la sensación de que su único objetivo es aumentar el número de participantes y buscar el impacto mediático. La montaña se convierte en un simple escenario o telón de fondo, como lo son las calles en una maratón colectiva. En el origen del alpinismo, sin embargo, el asociacionismo partía de una iniciativa de la propia sociedad civil, canalizada a través de los clubes de montaña. Con la excepción de los regímenes totalitarios, no había intervención del poder público, lo cual implicaba un acercamiento más espontáneo con la montaña como protagonista, la libertad individual como eje, y el esfuerzo personal como medio para llegar a la preparación necesaria.

Hoy, sin embargo, hay sectores en los que se ha distorsionado mucho el enfoque del montañismo. Se confunde parque natural con producto turístico, o actividad en la naturaleza con aventura urbanita. Con la montaña como excusa se ofrece consumo fácil de adrenalina, con las fatales consecuencias que de cuando en cuando se producen. Con la montaña como escenario, el juego de fin de semana se resuelve con una llamada de emergencia ante un simple extravío. Quizás haya que buscar la explicación más allá, en una dinámica sociocultural que prima la forma sobre la materia y la imagen sobre el fondo. En la sociedad del bienestar creemos que hay que recibirlo todo hecho, sin esfuerzo, y eso con la montaña no vale.

Y después de reflexionar sobre todo esto, no podemos evitar preguntarnos si lo que se está consiguiendo realmente es un acercamiento de la montaña a la sociedad... de consumo.