

Montañismo y cambio social. Elementos para un programa de investigación en sociología del deporte

■ **MANUEL GONZÁLEZ FERNÁNDEZ**

Departamento de Sociología.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Universidade de Vigo

■ *Palabras clave*

*Sociología del deporte, Cambio social,
Montañismo*

Resumen

Las actividades de montaña (montañismo, escalada, alpinismo...) representan un caso peculiar en el panorama de las especialidades deportivas. No sólo por su carácter difusamente competitivo, o por ser las periferias más remotas su terreno de juego, sino sobre todo porque desbordan el marco estricto de la práctica deportiva, tanto en la tradicional

divulgación de las actividades de base como por las connotaciones aventureras –por tanto escasamente reguladas– de las realizaciones extremas.

La aparición del montañismo –su inclusión aproximada en los cánones de la concepción reciente del deporte– es un fenómeno cuyo origen puede situarse en paralelo al despliegue del mundo moderno. Es, con todo, un producto extraño de la sociedad en la que nace, porque su apuntada peculiaridad lo hace ser refugio de los grupos sociales decadentes y marginales unas veces, anticipo de los actores emergentes otras. Observar la economía y la sociedad moderna desde la montaña, tal y como ilustra la historia social del montañismo, nos ofrece una nueva, sugerente y particular perspectiva del objeto del oficio sociológico.

Introducción

“Vosotros miráis hacia arriba cuando queréis elevaros; yo miro hacia abajo porque estoy en las alturas. ¿Quién de vosotros puede reírse y al mismo tiempo estar en las alturas? Quien escala las cimas mas altas se ríe de todas las tragedias, ya sean reales o ficticias” (Nietzsche, 1988, p. 164)

“Por tanto, ¿qué valor tiene el estudio académico (es decir, no práctico, alejado-de-la-vida) de un tema? También la gente se hace esta pregunta. Estas preguntas son difíciles de responder porque los que se las plantean nunca han escalado un monte y no tienen interés por ningún tema. Mi opinión es que están muy alejados de la vida” (Richard Emerson, 1960. Cit. en Ritzer, 1995, p. 559)

No cabe duda de que, si existe un deporte singular, ese es el montañismo. Se atribuye a Hemingway la frase “sólo los toros y el montañismo son deportes. Lo demás son

juegos”. Los deportes de montaña tienen mucho de experiencia vital total, de compromiso, llegando incluso a implicar la supervivencia de quienes los practican. Además, frente a la práctica totalidad de los deportes, la competición formal sólo afecta a ámbitos y especialidades muy restringidas de modalidades como la escalada, y ello desde tiempos relativamente recientes. También es cierto que la práctica de los deportes de montaña no se circunscribe a una edad o etapa vital de los individuos, sino que la actividad puede adaptarse a sus distintas capacidades físicas, quizás como resultado de que no impere en ella una lógica competitiva. Experiencia total, romántica, fácilmente novelable –no en vano el alpinismo es uno de los deportes que mayor número de relatos literarios ha inspirado, sino el que más–, podríamos suponer que a través del estudio de la práctica del montañismo, el sociólogo interesado en lo socialmente “patológico” y “anormal” accedería a un objeto interesante en su excepcionalidad.

Pero en estas páginas se va a exponer una idea bastante diferente. Aquella que entiende la práctica del montañismo como expresión de algunos de los agentes, tendencias y conflictos claves en la historia moderna de las sociedades occidentales, si bien es cierto que no sólo de aquellos mas arquetípicos, sustantivos o, si se quiere, “normales” dentro de estas sociedades. Con lo que la historia social de este deporte nos muestra, frente a las visiones reduccionistas o maniqueas, el carácter irreductiblemente complejo, dinámico y plural de lo social, al tiempo que la consideración del montañismo como objeto sociológico nos puede ayudar a entender las claves del cambio social en la actualidad.

Abstract

Key words

La montaña como un espacio simbólico universal

La importancia atribuida a la montaña es un elemento presente en la gran mayoría de las culturas humanas. En ocasiones, sus condiciones a menudo hostiles a la supervivencia humana la convierten en un lugar aterrador, siniestro. Sin embargo, otras veces, el esfuerzo ascético que su culminación requiere la hacen escenario de lo trascendente. Los arquetipos dualistas de la montaña maldita frente a la montaña mágica reflejan, por tanto, esas dos vertientes a través del pensamiento mítico.

El temor a aquello que no se controla, el sobrecogimiento que desde siempre sentimos los humanos ante lo que no nos es familiar, explican el primero de los atributos míticos de las alturas. Del segundo existen muchos más ejemplos notables, y las montañas aparecen como hitos claves en el origen de la cultura judeocristiana occidental: el Monte Sinaí, el Olimpo, el Monte de los Olivos...¹ De ahí que durante el despliegue y consolidación de la cultura cristiana los lugares elegidos para la ubicación de monasterios fuesen a menudo montes o colinas, hecho este por otro lado fácilmente constatable también en los lugares de culto y veneración de otras creencias desde el origen de nuestra especie.

Las dos caras de la modernidad

En los albores del mundo moderno se reconoce también la doble faz de la montaña: la montaña sagrada, la montaña maldita. La trascendencia de este hecho en cuanto expresión de las tensiones culturales e ideológicas que dan forma a la Modernidad y, por extensión, a nuestro presente, es más que notable. El macizo del Mont Blanc, en los Alpes, es un terreno perfectamente ejemplificador de esas tendencias. Por un lado, es un lugar que la Modernidad no puede dejar de coronar y comprender, para ser así domesticado e integrado en un

mundo que se considera regido por un orden racional. Horace Benedict de Saussure, figura destacada de la ilustración ginebrina –y a la sazón impulsor de la primera ascensión a los 4807 m del Mont Blanc por parte de Balmat y Paccard, a finales del siglo XVIII– es la quintesencia de esa tendencia científica, racionalista, desmitificadora.

Pero también encontramos su contrapunto en el movimiento romántico. Un ejemplo nítido de ello es la obra de Mary Shelley “Frankenstein, o el Moderno Prometeo”, cuyo argumento es de todos conocido –en el fondo, una recreación del mito de pigmalión–, aunque no lo sea tanto su mensaje: la crítica de la creencia en el poder absoluto de la ciencia y la técnica, en el fondo, una llamada de aviso para la humildad de la especie humana, embebida de triunfalismo modernista. Así, en la novela, el ser creado por el doctor Frankenstein –como si fuese una materialización del lema goyesco “el sueño de la razón produce monstruos”– busca refugio precisamente en el macizo del Mont Blanc.² Más concretamente, en “La Mer de Glace”, el más largo glaciar del continente. El glaciar, Monteverns –hoy un enclave turístico–, la cara Oeste de la Aiguille du Dru –en la actualidad uno de los mayores retos alpinísticos del macizo– resultan perfectamente reconocibles en la descripción que la autora hace del lugar, la cual destila toda la esencia del sobrecogimiento, en cierta medida, fascinante, que provoca la montaña.

En definitiva, la montaña se resiste a ser un coto más en el empuje moderno. Su hostilidad y grandiosidad la convierten, como otras tantas veces en la historia, en reducto indómito. Con todo, los Alpes comienzan a ser explorados, coronadas sus cumbres, mejorados sus accesos. Mas tardía es esa tendencia en los macizos de la Península Ibérica, pero igualmente ilustrativa desde el punto de vista sociológico. Así, a finales del siglo XIX, comienza la exploración sistemática de los Pirineos y los Picos de Europa, las cordilleras más abruptas y repre-

sentativas del Norte Peninsular. Y en ese descubrimiento, la montaña vuelve a desempeñar el papel de tablero donde se contraponen –a veces incluso se entremezclan– las dos caras contradictorias de la Modernidad: por un lado, ingenieros, geólogos, cartógrafos... como Casiano de Prado o Schulz en los Picos de Europa, quienes forman parte del grupo que, más allá de su gusto por las alturas, buscan definir el territorio jurisdiccional de sus países, a causa de la puesta en valor de la montaña como fuente de mercancías –minerales, fundamentalmente–; por otro, representantes de una clase social antaño hegemónica en términos absolutos, pero entonces decadente y acosada por el empuje burgués: la nobleza. Algunos personajes notables destacan entre los segundos: el conde Henry Russell en los Pirineos, el conde de Saint Saud en Picos de Europa... No parece casual que los primeros descubridores de ambas cordilleras perteneciesen a una nación paradigmática de la Modernidad y pionera por decantarse por la forma republicana como modo de gobierno, con lo que esto supone para la nobleza: Francia. Pero también en España disponemos de un personaje destacado en ese sentido: Pedro Pidal y Bernaldo de Quirós, Marqués de Villaviciosa de Asturias. Empresario, político, escritor, cazador... pero también escalador, y a la sazón primero en coronar el mítico Picu Urriellu, más conocido como Naranjo de Bulnes, de la mano de Gregorio Pérez Demaría “Cainejo”.

Tras una espeluznante escalada, el 15 de Agosto de 1904 Pedro Pidal y el “Cainejo” construyeron sobre la cima del Picu tres pirámides de rocas, con el fin de dejar una señal inequívoca de su “hazaña”:

¡Vosotros testificaréis nuestra subida, ni para halago de necia vanidad, que no sentimos, sino como ejemplo y emulación a los esfuerzos, y como timbre de gloria para hacernos acreedores a una inmortalidad en el Paraíso e los Picos, en el verdadero, genuino y varonil Olimpo de los dioses!... (P. Pidal, cit. en Fontán, 1986, pp. 80-81)

¹ En *Las Leyes*, Platón, refiriéndose al diluvio dirá: “Los que escaparon entonces de esta desolación universal, debieron ser los habitantes de las montañas [...] Era una necesidad que esos montañeses ignorasen completamente las artes y todas las invenciones, que la ambición y la avaricia habían imaginado en las ciudades, y todos esos recursos de que los hombres civilizados se han valido para dañarse los unos a los otros [...] en toda sociedad en que no se conocen la opulencia, ni la riqueza, las costumbres deben ser muy puras, porque ni el libertinaje, ni la injusticia, ni los celos, ni la envidia pueden tener allí cabida” (Platón, 1970, pp. 52-54)

² La propia obra es escrita, en muy pocos días, tras una visita a la zona del Mont Blanc –al valle de Chamoni–, realizada en compañía de dos figuras destacadas del romanticismo literario: su propio esposo, el poeta Shelley, y Lord Byron.

Realización personal trascendente, reivindicación de valores simbólicos y morales frente al creciente materialismo y mercantilismo del mundo moderno, un componente importante de nacionalismo... son los ingredientes básicos de la motivación que personajes como Pidal expresan a la hora de ascender montañas:

¿Qué idea me formaría de mi mismo y de mis compatriotas si un día llegase a mis oídos la noticia de que unos alpinistas extranjeros habían tremolado con sus personas, la bandera de su Patria, sobre la cumbre virgen del Naranjo de Bulnes, en España, en Asturias y en mi cazadero favorito de robazos? (Ibid., pp. 68-69).³

Crítica e integrada a la vez, la nobleza recoge así el elemento más espiritual del orden burgués, el nacionalismo, sumándose a los esfuerzos ideológicos y de delimitación del territorio de los nuevos estados nacionales. Lo que es coherente con el creciente interés por los recursos que se hallan en áreas de difícil acceso como las montañas, cuya soberanía se encontraba hasta entonces relativamente indefinida.

En España, por tanto, la actividad nobiliaria, el interés científico y minero, las cacerías reales... irían difundiendo el gusto por la montaña –antño envuelta en un halo romántico y considerada refugio de bandidos y bandidos–, con lo que, poco a poco, comenzará a aumentar el número de visitantes a los macizos peninsulares. Casi siempre, al principio, representantes de las clases más acomodadas acompañados por guías locales –a menudo pastores–. Cada vez más gente, pero con mucha frecuencia marcados por el rasgo de la peculiaridad: fundamentalmente, además de nobles, burgueses ilustrados a menudo imbuidos de la mentalidad higienista⁴ y regeneracionista que se desarrolla en el primer tercio del siglo XX de la mano de figuras como Giner de los Ríos y la Institución Libre de

Enseñanza. Este contexto daría lugar a una de las más pioneras e importantes sociedades montaÑeras del Estado: la “Real Sociedad Española de Alpinismo Peñalara”.

Élites sociales, al fin y al cabo, si bien pertenecientes a una subcultura particular, relativamente distinta de los principios y valores hegemónicos del industrialismo. Las cuales proponen un espiritualismo ascético, bien diferente al materialismo mercantil emergente entre otros grupos de las élites económicas y políticas. Con lo que la montaña se convierte, para ellos, en un lugar simbólico y representacional,⁵ esto es, un espacio para poner en práctica modos de vida y relación de tipo alternativo, reivindicándolos así como modelo para el conjunto de la sociedad, para su regeneración. Precisamente el carácter particular de estos agentes sociales les hace, a muchos de ellos, estar entre los perdedores de la guerra civil, con lo que la contienda y sus consecuencias políticas, sociales, ideológicas, se dejarán sentir también en la montaña.

La difusión de los deportes de montaña en la madurez de la sociedad industrial

El paisaje social del montañismo en España después de la guerra se habría venido anunciando ya, con anterioridad, en otros países europeos. Precisamente las consecuencias en los países germánicos de otro conflicto bélico, la Primera Guerra Mundial, habían comenzado a variar la composición social de aquellos que se dirigían a la conquista de cumbres. A los ya conocidos se comienzan a sumar jóvenes de las clases populares, si bien con un concepto totalmente diferente de la práctica alpina, que sería a menudo criticado por la “aristocracia alpinística”: frente a la pura persecución de la cumbre, se comienzan a buscar entonces las vertientes más abruptas o

difíciles de las montañas. Nace así el concepto contemporáneo de escalada, vinculado a la verticalidad, a lo “extremo”. Una práctica cuyos detractores calificarán, con ciertas resonancias despectivas, como “alpinismo acrobático”. La colisión de distintas maneras de concebir la práctica del montañismo evidencia, por tanto, un cierto choque social. Las obvias diferencias de poder e influencia arrojarán un cierto halo de “malditismo” sobre los primeros alpinistas extremos, provenientes de fuera de las élites burguesas y nobiliarias. El hecho de que el alpinismo extremo sea mucho más peligroso que la práctica convencional es uno de los arietes fundamentales de las críticas que se vierten contra aquellos.

Sin duda, la conquista de la Cara Norte del Eiger, en los Alpes Suizos, es el episodio que más a las claras revela el despliegue y consolidación de este tipo de prácticas. A causa de los desprendimientos, los cambios meteorológicos... los intentos de escalar la sumamente peligrosa pared cóncava del “Ogro” o “La Araña Blanca”, de casi dos kilómetros de altura, se contarían por tragedias hasta que dos cordadas germano-austríacas –Heckmair, Vorg, Kasperek y Harrer⁶ lograsen su primera ascensión en 1936. El hecho tuvo un notable efecto nacionalista y fue utilizado como acto de propaganda por el régimen nazi. Tal reconocimiento serviría como expresión de la alianza fraguada en Alemania entre la aristocracia burguesa más tradicionalista y las clases bajas –precisamente los grupos sociales de los que históricamente habían provenido los montañeros y alpinistas–, frente a los sectores burgueses más innovadores.

Hechos como este anticiparían lo que sería, tras la Segunda Guerra Mundial, el panorama social de la vanguardia alpinística. Estamos ante un fenómeno de jóvenes, por lo general poco integrados en los modos de vida más convencionales, con lo que la montaña

³ Esta obra reproduce íntegro el artículo de Pedro Pidal publicado en el diario *La Epoca* el martes 20 de Diciembre de 1904. Más adelante aparecería también en el libro que el propio Pidal escribe con José Zabala en 1918 y que lleva por título *Picos de Europa*.

⁴ “Somos los alpinistas buscadores de salud para el cuerpo y para el alma. En el monte encuentra el cuerpo los agentes sanitarios que el hacinamiento de la urbe le niega y el espíritu se agranda y fortalece blindándose contra las bajas miserias humanas” (“Editorial”, *Pyrenaica*, vol. I, n.º 1, 1926).

⁵ La montaña es un “espacio representacional”, ya que en él se despliegan “complejos simbólicos y nociones que encierran oposición u hostilidad a las concepciones dominantes”, esto es, un espacio en el que, a través de formas de vida alternativas, se fundamenta una crítica social más amplia. (Urry, 1995, p. 228). Para el origen de este concepto ver Lefebvre (1974).

⁶ Autor también del *best seller*, recientemente llevado al cine, *Siete años en el Tibet*, que narra sus propias peripecias en aquel lejano país al que se había desplazado con motivo de una expedición al Himalaya, precisamente como recompensa a la ascensión del Eiger. El estallido de la Segunda Guerra Mundial le haría caer prisionero de los ingleses, de los que huiría durante el período que se relata en el libro.

se convierte, de nuevo, en un escenario alternativo, uno más de los que anticipan el movimiento contracultural de los años sesenta y setenta. Sobre todo británicos –como Chris Bonington, Whillans, Scott...–, aunque también norteamericanos, como Robbins y todo el movimiento generado en torno al valle de Yosemite, en California. Mientras, en el principal país alpino, Francia, la regulación institucional del montañismo y la importancia de la figura del guía, la cual proporciona un medio de profesionalización a los alpinistas, dibuja un escenario más tradicional y encorseado, en el que destacaría la figura de Gastón Rebuffat, guía y uno de los principales escritores alpinos.

El fenómeno de la escalada y la búsqueda de la dificultad en las ascensiones conoce también una importante difusión una vez que España se recupera de la posguerra. La naturaleza agreste, el esfuerzo y las “montañas nevadas” encajaban perfectamente en los iconos de la ideología del fascismo, incluso en su orientación franquista, como también se ha comprobado respecto al Eiger. Así, una institución del régimen, el Frente de Juventudes, sería un importante vivero de estas prácticas. En el participarían –posiblemente no podría ser de otro modo– Alberto Rabadá y Ernesto Navarro, las figuras más representativas del alpinismo extremo español, quienes contribuirían a forjar, con su primera escalada de 1962, el principal mito y símbolo montañero español: la cara Oeste del Naranjo de Bulnes. Precisamente, alguno de los accidentes que se producirían en esa pared, en el empeño de lograr su primera escalada invernal –como el de Ortiz y Berrio, o el que costaría la vida a S. Arrabal–, colocarían a la montaña en el centro del interés de una naciente industria de medios de comunicación, con la casi recién estrenada televisión a la cabeza.⁷

Por lo que respecta a la práctica más popular, se produce un incremento continuo en el número de practicantes, tanto en Europa en general como en España, lo que conlleva, a priori, el desdibujamiento de los nítidos perfiles sociales de los montañeros,

aunque esto será matizado más adelante. Un fenómeno destacado es el crecimiento de sociedades y clubes de montaña –las cuales no tienen ya el carácter elitista de antaño–, a menudo vinculadas o surgidas en el seno de las grandes empresas industriales, fenómeno este bastante frecuente en el norte.

Tras la Segunda Guerra Mundial se consolida también una actividad de relativa importancia en la historia social del montañismo: las expediciones himaláyicas. Constituyen estas un fenómeno justificado socialmente en su vertiente nacionalista, iniciado primero por alemanes y británicos antes de la Segunda Guerra Mundial. En general, es una práctica de las principales potencias coloniales, la cual tiene un significado simbólico, de reafirmación de la capacidad nacional de conquista, antes que práctico. Un fenómeno que resultará tardío y en ocasiones polémico en España, donde comenzaría también con una relectura colonial de carácter ideológico, como muestra el lema de la primera expedición española a los Andes en 1961: “Quinientos años después”. Sin embargo, pronto se convertiría en síntoma de algunos de los conflictos de la España actual. Porque las primeras expediciones de nuestro país a los Andes y al Himalaya servirían de expresión a la tensión entre el nacionalismo españolista y los nacionalismos periféricos. Quizás el caso más ilustrativo sea la primera expedición vasca a los Andes en 1967, que acabaría en la cárcel por haber colocado –según denunciaría una carta anónima– una “bandera separatista”⁸ en el Campamento Base de Quebrada Honda, en la Cordillera Blanca peruana (Iturriza, 1996). Algunos de sus miembros, como Angel Rosén, formarían parte de la primera expedición española que corona el Everest, la expedición vasca de 1980 que solo portará la ikurriña en la “conquista” de la cima. Martín Zabaleta, autor de la ascensión, al hollar la cumbre gritará “*Egin dugu, egin dugu. Gora Euskadi Askatuta*”. En sentido contrario, se denunciaba que hasta los noventa “la bandera española no había ondeado en el techo

del mundo”, a pesar de haber sido alcanzado por vascos y catalanes. Una expedición financiada en parte por el ejército lo lograría, con todos los honores, en 1992.

Anécdotas como estas revelan que, tras el Frente de Juventudes, en España también la montaña se había convertido en un contexto contracultural y refugio de la oposición al régimen franquista, a veces en un lugar al que acudir para hablar de política en un entorno “discreto” y confidencial. Anticipando, así también, el escenario sociopolítico contemporáneo.

Alternativos y/o integrados: la montaña en la sociedad postindustrial

Curiosamente, el alpinista más emblemático surgido en el entorno de las instituciones del franquismo, César Pérez de Tudela, sería el principal responsable de la difusión pública de este deporte en nuestro país; en muchos sentidos, sería un adelantado a su época: no sólo por su labor divulgadora en distintos medios, sino también por ser un pionero en el patrocinio comercial de sus actividades, algo entonces denostado –hablamos de los años sesenta y setenta– y hoy completamente generalizado.

La esponsorización y la difusión literaria de las vivencias alpinas serían también las principales herramientas del Sud-tiroles Reinhold Messner, el principal divulgador del alpinismo a escala internacional. Unos y otros contribuyen a que se produzcan así una serie de hechos que cambian radicalmente la faz del montañismo, con la universalización de sus practicantes, unida a una profunda diferenciación de las actividades que el montañismo engloba: excursionismo, escalada de bloque, escalada deportiva, escalada de grandes paredes, escalada en hielo y mixto, alpinismo, himalayismo... cada una con contenidos y reglas bien distintas, así como practicadas por un perfil social particular, que podríamos decir es aproximadamente creciente –en sentido estructural, de más bajo a más alto– en el orden apuntado.⁹

⁷ Los propios Rabadá y Navarro fallecerían en accidente de escalada, pero no en el Naranjo, sino intentando la ascensión del otro gran mito del alpinismo internacional: la cara N. del Eiger.

⁸ Evidentemente se refería a una ikurriña.

⁹ Aunque existen excepciones, como la del excursionismo, que si bien es la faceta más “popular” del montañismo, su práctica entre las clases superiores ha conocido un notable crecimiento reciente. Como ejemplo de ello citaré las frecuentes ascensiones pirenaicas de Jordi Pujol, quien fuera presidente de la Generalitat catalana.

Con todo, esta última no deja de ser una conjetura que habrá de ser contrastada por la vía empírica. Pasaría, así, a formar parte de un programa de investigación que perseguiría la definición de los rasgos sociológicos de la práctica del montañismo en la actualidad, entendiéndolos como expresión de algunas de las grandes tendencias de la sociedad contemporánea. Considerando por tanto a la montaña como un observatorio, fundamentalmente a nivel micro, del cambio social.

Para ello partiría de la comprensión y constatación del proceso a través del cual las actividades de montaña, aparentemente alternativas y marginales según las representaciones de sentido común, se van insertando e integrando perfectamente en la sociedad de consumo. Ya que conocen, como se ha planteado, el inicio de su práctica comercial más o menos masiva: con la multiplicación del número de empresas y guías profesionales; con la formación de estos en el marco de la enseñanza reglada; con la definición de productos turísticos como las rutas de senderismo o el barranquismo, llegando incluso a convertirse en negocio la escalada de la montaña más alta de la tierra: el Everest o Chomolungma:

El ejemplo más llamativo de cómo el proceso de escalar montañas ha pasado a formar parte del turismo de masas se halla en relación con el Monte Everest. Escalar el Everest está ahora en varios itinerarios turísticos, tanto que en un día de los primeros noventa 32 escaladores alcanzaron la cumbre [...] Incluso se sugiere que hacer un "trekking" al Everest ha pasado a ser parte de la identidad de Hollywood, una especie de rito de paso para las estrellas más genuinas (Macnaghten y Urry, 1998, p. 206).

Sin embargo, la iniciativa personal sigue predominando en las actividades montañosas, lo que explicaría su alto nivel de difusión. Este hecho lleva aparejada la importancia económica que adquiere la fabrica-

ción y comercialización de los materiales que se utilizan en su práctica, configurándose, con el esquí, en actividad puntera en generación de negocio para las firmas de material deportivo.¹⁰ Ello se debe a que el consumo de material no sólo se produce para la práctica estricta de la actividad deportiva, sino también en la vida diaria, ya que la vestimenta y el calzado de montaña –botas de trekking, forros polares...– se han convertido en un icono del *ethos* postmoderno, como expresión del reencuentro con la naturaleza. Lo que explicaría que las grandes multinacionales del sector, como Nike, Adidas y otras, no solo apostasen fuerte por la consolidación de líneas propias de productos para el montañismo, sino también acabasen adquiriendo algunas de las empresas especializadas punteras en este campo.

Pero la importancia comercial del montañismo no acaba ahí, sino que se reconoce en uno de los sectores claves en las economías postindustriales: las llamadas industrias culturales. Con audiencias antaño impensables en los medios de comunicación de masas, en casos como el del programa *Al Filo de lo Imposible* en nuestro país; con el seguimiento de expediciones por las televisiones o sitios en la red, incluso por *Marca* –primer diario español en número de lectores–; con el auge de revistas y editoriales especializadas...

Por tanto, el interés del estudio sociológico del montañismo en la sociedad contemporánea radica en que, a través de estas prácticas deportivas, se muestran con nitidez los valores y arquetipos hegemónicos –aquellos de carácter más convencional, como el logro, la orientación de la acción por objetivos, la maximización, mercantilización, competencia, el consumismo...–, coexistiendo estrechamente con los que para algunos¹¹ están pasando a ser los valores genuinos de las sociedades postindustriales o postmodernas: autonomía, flexibilidad, individualismo...

Como resultado, en el ámbito estrictamente alpinístico comienzan a manifestarse las críticas que denuncian hasta que punto algunas modalidades o prácticas alpinas se han convertido en hipérbolo del espíritu competitivo orientado al logro de un objetivo concreto: la cumbre, una ruta de una dificultad determinada. El alpinista y escritor Joe Simpson pone en evidencia casos reales en los que los anhelos de coronar la cumbre del Everest llevan no solo a –literalmente– “pasar por encima de cadáveres” de alpinistas, sino también, en casos documentados,¹² a hacerlo sobre moribundos a los que se abandona a su suerte para no poner en peligro el éxito que pasa, necesariamente, por la cumbre. La ascensión al Everest convertida así en un juego de millonarios donde se llega a “pagar decenas de miles dólares para subir con jumars por una cuerda fija, respirando oxígeno suficiente como para ir a la luna y volver” (Simpson, 2002, p. 52).¹³

Quien pueda permitirse pagar las tarifas de un buen equipo comercial, si está decidido y suficientemente en forma, tiene posibilidades razonables de alcanzar hoy la cumbre del Everest, aunque su experiencia sea poca o ninguna [...] El Everest no es sino otro destino de vacaciones, con la única diferencia de que es más caro que el resto, como corresponde a su tamaño (Simpson, 2002, pp. 66-67).

En definitiva, un estudio de la sociedad contemporánea a través del montañismo, concebido en clave pluralista, habrá de mostrar como en la montaña se contraponen, como en un tablero de ajedrez con múltiples piezas, tendencias, agentes y rasgos muy diferentes. Algunos inteligibles en clave modernista –racionalizadora, instrumental, desencantadora, utilitaria...–, mientras que otros se acercan más al modelo postmodernista –trascendente, mágico, sentimental, personal...–. Unos consecuentes, como se ha visto, con la legitimidad económica y

¹⁰ Para una panorámica general de la importancia socioeconómica de estas prácticas, que se detiene también en su taxonomía y entramado organizativo ver David Moscoso (2003).

¹¹ Me refiero a las diferentes tradiciones que realzan el carácter de ruptura que adquiere el cambio societal contemporáneo, como es el caso del postmodernismo (Lyotard, Derrida, Lipovetsky...) o la modernización reflexiva (Beck, Lash...), entre otros.

¹² Entre otros, el de Deepak Kulkarni, miembro de una expedición india, quien moriría en las proximidades del Collado Sur, a 8000 m, ante la pasividad de varias expediciones asiáticas y occidentales. Ello ocurriría en la primavera de 1992, cuando yo mismo me encontraba también intentando la escalada del Everest. Simpson recoge también el testimonio del escalador japonés E. Shigekawa, quien tras abandonar a su suerte a al menos dos alpinistas moribundos en su camino a la cumbre por la vertiente norte, diría que “por encima de los ocho mil metros la gente no puede andarse con moralidades” (Simpson, 2002, p. 50)

¹³ Concretamente la tarifa por participar en una expedición comercial al Everest ascendía a 65.000 dólares en 1996.

mercantil hegemónica, otros con la defensa de una legitimidad alternativa, de tipo vivencial, fundamentada en el compromiso y en la autorregulación de individuos y agentes colectivos, en una ética reflexiva. Ello se relaciona con nuevos modos de estructuración social más multidimensionales y dinámicos, que hacen de la montaña un escenario más de nuestra sociedad de consumo al tiempo que también se convierte en “espacio representacional” .

Por ello un programa de investigación en los términos apuntados habrá de cuestionarse hasta que punto la universalización, mercantilización, diversificación y especialización de las distintas facetas del montañismo coexiste con su componente romántica, ética, regeneracionista. Esta última es puesta en evidencia por el hecho de que las profusas reglamentaciones del juego competitivo de los otros deportes sean sustituidas aquí por autorregulaciones éticas –estilos de ascensión, empleo o no de medios artificiales...– y ecológicas –tipos de equipamiento para las rutas con mayor o menor impacto, lugares y épocas en las que se puede o no escalar para no molestar a las aves, formas de tratar los residuos...–.

Un dato relevante en el estudio de la sociedad contemporánea “desde la montaña” lo constituye que, paradójicamente, pese a tales autorregulaciones y a que los montañeros han sido a menudo los principales reivindicadores de un estatus de protección para las montañas –ver el caso de los Picos de Europa (González Fernández, 2002)–, también son, a menudo, sus primeras “víctimas”. Las normas informales y éticas, propias de la práctica montañera, chocarían así con las formales, propias de los espacios protegidos; las normativas legales, los regímenes de protección se traducen en problemas de acceso a las montañas, como en una revancha burocrática por parte de los gestores hacia los menos “integrados” de los usuarios de la naturaleza. Tal vez por su desafío a la concepción mercantilista de los Parques Naturales, como espacio normalizado y, por tanto, construido como objeto apto para el consu-

mo masivo. Porque la tendencia más genuina del montañismo, sobre todo en su práctica más extrema, y a pesar de la trascendencia económica que se le ha reconocido más arriba, parece seguir conservando, a los ojos de los gestores institucionales, cierto halo de marginalidad, de carácter ascético, de malditismo indómito:

Un rasgo de la marcha y de la escalada es la idea del esfuerzo. Se presume que solo si una entidad natural implica esfuerzo para escalarla o conseguirla puede ser propiamente apreciada; el término ‘travel’ [viajar] después de todo viene de ‘travail’, trabajo (Macnaghten y Urry, 1998: 206).

Y quizás no les falte razón, porque la escalada, el alpinismo... para muchos sigue manteniendo el sentido romántico de los pioneros: alternativo, desafiante, representacional... en cuanto propuesta de relación con el mundo que pone en cuestión las bases de lo establecido. Una peculiaridad social que, empíricamente, habría advertido ya en parte Pierre Bourdieu en *La Distinción*, al afirmar:

La forma más ascética de la disposición estética y las prácticas más culturalmente legítimas y menos económicamente costosas, como, en materia de prácticas culturales, la frecuentación de museos o, en materia deportiva, el alpinismo o la marcha, tienen todas las probabilidades de encontrarse con una frecuencia particular en las fracciones más ricas (relativamente) en capital cultural y más pobres (relativamente) en capital económico (1988, p. 266).¹⁴

Habría que investigar, por tanto, si estamos ante una práctica que, en su vertiente más “genuina”, y de forma tal vez no consciente, se sitúa y toma partido, como lo hacen toda una serie de movimientos contemporáneos de carácter alternativo –ecologistas, “antiglobalización”...–, en el gran debate contemporáneo, el auténtico dilema de la Modernidad Tardía: el que se establece entre la legitimidad vivencial y la lógica mercantil dominante; entre diversidad y pluralismo como síntoma de la libertad, y la lógica de la “razón imperialista”

que subyace tras la homogeneización defendida por el “pensamiento único” (Bourdieu y Wacquant, 2001). Defendiendo, por tanto, el espiritualismo romántico en versión postmoderna frente a la hipermodernidad mercantilista e instrumental. Proponiendo que, del mismo modo que la esencia de las cosas no se agota en su forma tangible, el sentido de la existencia tampoco se basa en el puro logro de lo material, sino a menudo en “la conquista de lo inútil”, que diría Terray.¹⁵ Como bellamente lo expresaría el alpinista francés Guido Magnone, tras superar la temible cara Oeste de los Drus –en el macizo del Mont-Blanc–, allá por el año 1952:

Mis dedos desollados acarician suavemente el granito... estas piedras pesadas, terribles y sin alma, lo son todo para nosotros: el manantial de nuestro sentimiento de plenitud.¹⁶

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2000). *Las argucias de la razón imperialista*. Barcelona: Paidós.
- Fontán de Negrín, (1986): *En los Picos de Europa*. Oviedo: Editores.
- González Fernández, M. (2002). *Sociología y Ruralidades. La construcción social del desarrollo rural en el Valle de Liébana*. Madrid: MAPA.
- Iturriza, A. (1996). *Biografía sentimental del montañismo vasco*. San Sebastián: ORAIN.
- Lage, X. y González Fernández, M. (2003). Los usos deportivos y recreativos del monte en la sociedad postindustrial. En VVAA: *Deporte y postmodernidad*. Madrid: Esteban Sanz.
- Lefebvre, H. (1974). *La production de l'espace*. París: Anthropos.
- Macnaghten, P. y Urry, J. (1998). *Contested natures*. Londres: Sage.
- Moscoso, D. (2003). *La montaña y el hombre*. Huesca: Barrabés.
- Nietzsche, F. (1988). *Así habló Zaratustra*. Madrid: Popular.
- Platón (1970). *Las leyes*. México: Porrúa.
- Pyrenaica* (1926). Editorial. n.º 1, vol. I.
- Ritzer, G. (1995). *Teoría sociológica contemporánea*. Barcelona: MacGraw Hill.
- Simpson, J. (2002). *La vertiente oscura*. Madrid: Desnivel.
- Urry, J. (1995). *Consuming places*. Londres: Routledge.

¹⁴ La vinculación entre ascetismo y montaña se encuentra en uno de los precursores del pensamiento postmoderno, como es Nietzsche, quien en *Así habló Zaratustra* dirá: “¡Bendito sea lo que nos endurece! Nunca alabaré el país en el que corre leche y miel. Para ver mucho hay que empezar por apartar la vista de uno mismo: todo el que haya de escalar una montaña precisa de ese endurecimiento” (F. Nietzsche, 1988, p. 164)

¹⁵ Alpinista, escritor y cineasta francés de la generación de postguerra.

¹⁶ Del libro *La cara Oeste de los Drus*, Juventud, Barcelona. Cit. por E. Martínez de Pisón en Desnivel.com “El sentimiento de las montañas”, febrero de 2000.