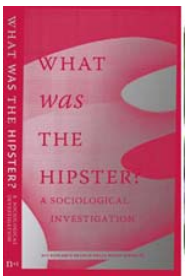
Jueves 18 de Noviembre de 2010

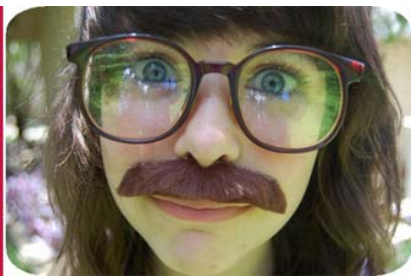
Oh! You Pretty Things

por Allison MacKenzie

La revista sobre política, literatura y cultura **n+1** acaba de publicar un libro sobre el fenómeno hipster, su auge y caída, sus pulsiones más íntimas y también sus miserias. De American Apparel a la revista Vice, de los fans de Wes Anderson a los hinchas del filósofo Zizek, del barrio de Williamsburg y los cafés del Lower East Side a las discotecas limeñas donde los pijos de última generación bailan cumbia. Nadie se salva.

"What Was The Hipster?" cuenta con la aportación de mentes tan respetables como **DJ /rupture**, Christian Lorentzen (el editor del New York Observer que saltó a la fama por su artículo *"Why The Hipster Must Die"*) y Mark Greif, el fundador de la revista, un intelectual de izquierdas educado en Yale, Oxford y Harvard (inciso: desde que vi **"La Red Social"**, cada vez que escucho "Harvard" sólo puedo pensar en el Porcellian y en sus musculosos remeros, ¿a alguien más le pasa?). El libro, vayamos al grano, está francamente bien. El título podrá despistar, pero que nadie se equivoque: no es un tratado de estilo (aunque también hable del bigote setentero pseudoporno de **Dov Charney**), sino que aspira a construir una especie de ensayo sobre el fenómeno hipster sin eludir las variantes macroeconómicas, geopolíticas y urbanas que lo alumbraron.





El marco temporal que abarca es una década y un poco más: desde 1999 hasta la actualidad, ante lo que cabe plantearse, por lo menos, dos preguntas. ¿Es posible estudiar un fenómeno cuando todavía se está produciendo? Y la segunda, que daría para otro ensayo entero: ¿de verdad puede existir algún tipo de subcultura en un mundo globalizado e interconectado cuando la red aborta (o, según como se mire, sacia) los motivos por los que alguien se inclina a pertenecer a alguna?

Sea como sea, ahí van tres o cuatro cosas sobre los hipsters que quizá, queridos lectores, ustedes desconocían hasta la fecha:

1. Uno de los primeros en utilizar la palabra hipster fue **Norman Mailer** en su ensayo titulado *"The White Negro"*, en el que describe de un modo casi místico a los jóvenes blancos que, en los años 30 y los 40, descubrieron la cultura negra. Amaban tanto el jazz y el swing que llegaron a rechazar todo lo que oliera a *wasp* y alzaron entorno a sí mismos un aura de secretismo: eran escurridizos y asociales, cultivaban una manera de vestir propia y fueron los que se inventaron la palabra hippie, un diminutivo no especialmente cariñoso para definir a todos esos imitadores de segunda que se pasaban el día colocados, bailando y no tenían ni idea de política o poesía.

2. Hoy, los hipsters vendrían a ser (cito de memoria) *"un tipo de subcultura generada por el neoliberalismo"* cuyos valores *"exaltan la reacción política enmascarada de rebelión bajo una fachada de 'vicio'"*, que es la palabra hipster por antonomasia. Según "What Was The Hipster", el arte hipster practica *"la repetición, vanagloria la infancia, el primitivismo y las máscaras de animales"*. Y su aura de "antiautoritarismo" tranquiliza a todos esos chicos de clase media que, aun rechazando todo tipo de contracultura (ya sea punk, anticapitalista, anarquista o de los 60), siguen en posesión del *"factor cool que proporciona una subcultura"*. Dicho así suena sesudo, pero es verdad: piensen en todos esos grupos de aspecto inofensivo con nombre de animal. O en la imparable y algo preocupante expansión del ukelele como instrumento de buenrollismo masivo.

Share
Mi piace 0

Most read

1 Sasha Grey
From porn star to pop icon

2 Numbers
Ten out of ten

3 Vs. The (Pop) World
By Juan Manuel Freire

4 PG Podcast 025
Kenton Slash Demon

5 Sónar 2011
Line-up almost complete

6 Marta Hurtado de Mendoza
Salem

7 PG Podcast 026
Solar Bears

8 Shackleton
The Gaze of the Abyss

9 PG Podcast 031
Badawi

10 Cocooning
By Javier Blánquez

11 PG Podcast 028
A1 Bassline

12 PG Podcast 034
Objekt

13 PG Podcast 029
Frivolous

14 L'Altra
Streaming of "Telepathic"

15 Kode9
Bass mutator

16 PG Podcast 030
Algodón Egipcio

17 PG Podcast 033
Eleven Tigers

18 Radiohead
We love them / We hate them

19 Vivian Girls
The girls who kicked the hornet's ...

20 Princesses of the hood
Or, how commercial dance invaded ...

21 The Wave Pictures
"Beer In The Breakers" ...

22 PG Podcast 032
Slackk

23 Vs. The (Pop) World

By Juan Manuel Freire

3. Entre los pecados capitales cometidos por los hipsters en la última decada está el de la *gentrificación*. No es broma. El desplazamiento masivo de veinteañeros uniformados de Urban Outfiters sin oficio ni beneficio a Brooklyn y el Lower East Side ha generado una subida de los alquileres y del precio de la vida que ha acabado por echar de esos barrios a sus residentes desde hace décadas, especialmente a los hispanos y a los judíos (la comunidad ortodoxa de Williamsburg ha manifestado su rechazo frontal a los anuncios de American Apparel, probablemente la marca que más se ha beneficiado del movimiento y que en su momento de apogeo llegó a abrir 200 tiendas en un año). Que cada uno establezca un paralelismo con su ciudad y los barrios que más han revalorizado su metro cuadrado en la última década. En Europa se ha dado el mismo fenómeno.

4. Leyendo el libro es inevitable pensar que los hipsters tienen bastante tontería encima. El sitio en el que se visten (American Apparel) y su biblia (la revista Vice) desprenden un sospechoso tufillo machista disfrazado de rebeldía hormonada. El capítulo dedicado a los hipsters limeños, por ejemplo, es de lo más ilustrativo: explica cómo a través de Pitchfork y del sello supermolón de Brooklyn **Barbès** se ha puesto de moda la cumbia peruana, gracias al recopilatorio **"Roots of Chicha: Psychedelic Cumbias For Peru"**. De repente, ese género tradicional peruano suena en las discotecas más chachis de Lima y todos los hipsters ricachones limeños lo bailan, vibrando con sus raíces indígenas. Lo que para Jace Clayton (DJ /rupture) viene a significar que la mayoría de esos jóvenes tienen un *"cerebro neocolonizado"* y que sólo cuando su propia cultura pasa por el filtro oficial de la modernidad (ergo, sello con sede neoyorquina) y vuelve empaquetada como algo guay desde la metrópoli, la ven con bueno ojos, como si fuera algo cool.

Conclusión: si se toma el hipsterismo como factor para analizar los problemas poscoloniales de muchos países, el resultado es siempre el mismo: el fenómeno hipster es *"americo-céntrico"* y *"muy eurofílico"*. Resumiendo: el nacimiento del fenómeno fue en 1999, justo cuando los primeros antiglobalización despertaron en Seattle y el ecologismo empezó a ser tomado en serio. Pero parece que el credo de los hipsters estriba en no tomarse nada demasiado en serio, excepto a sí mismos. Por algo su filósofo de cabecera es **Slavoj Zizek**, postmoderno y teórico de la cultura popular (a pesar del trasfondo marxista y anti-burgués de su discurso). Y ser vegano no cuenta a la hora de salvar la tierra. Ironía + ombliguismo = zzzzz.

5. Cómo saber si es usted un hipster en dos minutos, según el ensayo de n+1: ¿Es **"The Royal Tenenbaums"** una de sus películas favoritas? ¿Lleva gafas Aviator? ¿Lee el Vice? ¿Se ha dejado alguna vez bigote o algún tipo de vello capilar de forma irónica? ¿Tiene los últimos discos de Johnny Cash producidos por Rick Rubin? ¿Y los de Belle & Sebastian? ¿Algún tatuaje? ¿Es fan de **Dave Eggers** y del **"Believer"**? ¿Se considera a sí mismo un *"consumidor rebelde"*, ergo más listo que la media? ¿Ha contestado a más de cuatro preguntas con un "sí"? Entonces ya sabe la respuesta. No se deprima. Nunca es tarde para intentarlo.

Y ahora, unas cuantas píldoras sobre lo que ha dado de sí el panorama *fashion* en las últimas semanas.

El hype: la colección para Fred Perry de Amy Winehouse. Sí, Amy está viva y le ha dado su toque a una minicolección para la firma del laurel. El resultado no esconde demasiadas sorpresas: todo un catálogo de básicos (pantalones capri, cazadoras, vestidos con escotado cuello halter) con un leve toque retro, siguiendo el rollo pin up cincuentero que la caracteriza. Atención a las pequeñitas: al parecer, Amy ha insistido en ampliar el tallaje para que ella misma pueda lucir la colección. Inexplicablemente, en la presentación versionó a Oasis. Luego afirmó que le encanta vestir *"como un negro viejo y judío"*. Ansiamos su tercer disco.

El hype del que no nos cansaremos: lo de **H&M y Lanvin** es el sueño húmedo de cualquier fashionista. ¡Ya solo falta Galliano! ¿Cuál será la próxima? ¿Prada? Lo malo: el colosal eco mediático que desatan este tipo de colaboraciones hace que medio planeta sea capaz de detectar visualmente los vestidos de la colección, que además no son precisamente discretos. Y a nadie le hace gracia entrar en una fiesta con un vestido de Lanvin para H&M y que todo el mundo piense para sus adentros: "ajá, otra que consiguió uno de los Lanvin amarillos que volaron como churros". ¿O acaso alguien sigue poniéndose el vestido con estampado de pavo real de Matthew Williamson?

El hype del que no nos cansaremos (2): Marc Jacobs ha abierto una librería en su incansable cruzada para ser el diseñador más molón de la faz de la tierra.

El yuyu: la deriva freak y egotripera que está cogiendo **Anna Dello Russo**, cada día más vigoréxica y con unos estilismos que hacen parecer a Roberto Cavalli un monje minimalista. La editora del Vogue japonés dice sentirse como *"la Barbie de la red"* mientras prepara el lanzamiento de su perfume y anuncia desde su web un

El malri: la que se ha liado con la publicación simultánea de dos biografías (con la misma foto en portada) sobre la fallecida estilista **Isabella Blow**, íntima de Philip Treacy y de Alexander McQueen, al que descubrió y encumbró desde Tatler. Una la ha escrito Detmar Blow, marido de Blow durante las dos últimas décadas, y la otra Lauren Goldstein. El intercambio de acusaciones, con familiares de Blow de por medio, ha sido, digámoslo así, muy triste. Isabella no se merece algo así.

El notición: en esta columna somos fieles defensores de la a veces algo incomprendida y muy envidiada **Tavi**. Ya os contamos la adoración que nuestra bloguera favorita siente por la revista Sassy. Pues bien, al parecer, Tavi y su fundadora, Jane Pratt, se han conocido, se han gustado y planean lanzar una nueva revista *teen* que herede el espíritu inconformista y rebelde de Sassy. Tres hurras por ello.

La portada: el primer número de **Industrie**, la revista sobre la ídem de la moda, llevaba como declaración de intenciones a **Anna Wintour** en portada. Todo el contenido era interesantísimo, muy documentado y realmente refrescante. Esperamos con ansia tener en nuestras manos el segundo número, que lleva a Marc Jacobs travestido en portada. Con el poder de influencia que tiene, igual hasta se pone de moda el muslamen masculino.

Share

0

Comentarios

#2 **Hyper Hyper** 20-11-2010 12:24
MacKenzie ha vuelto, y vaya si lo ha hecho! Muy buen artículo! Queremos más!
Citar

#1 **enpunto** 18-11-2010 20:50
"Lo que para Jace Clayton (DJ /ruptura) viene a significar que la mayoría de esos jóvenes tienen un ?cerebro neocolonizado? y que sólo cuando su propia cultura pasa por el filtro oficial de la modernidad (ergo, sello con sede neoyorquina) y vuelve empaquetada como algo guay desde la metrópoli, la ven con bueno ojos, como si fuera algo cool." Idéntico al fenómeno Delorean. El concepto neocolonialismo es muy acertado. Buen artículo aunque, como La Red Social, leer sobre estas cosas pone un poco de mala ostia. Por la superficialidad y demás.
Citar

Refrescar lista de comentarios

Escribir un comentario

Nombre (requerido)

E-mail (requerido)

Sitio web

Refescar

Enviar

Contactar | ¿Quiénes somos? | PlayGround ® y © PlayGround Comunicación S.L., 2008-2011