EL PAIS.com La Comunidad

- Login
- Crea tu Blog

Maras, pandillas, bandas, tribus urbanas, barras bravas y otros

- Blog

« Protectora de pandilleros, narcotraficantes, sicarios, depredadores sexuales, asesinos y ladrones: La Santa Muerte | Inicio

22 May 2011

España: Barcelona es la capital de la tribu urbana “los gafapastas”, "modernillos" o "hipsters"

Escrito por: Ivette Durán Calderón el 22 May 2011 - URL Permanente

Historia de una tribu urbana que se convirtió en emblema de la cultura más moderna | Aspecto: gafas de pasta, barba o bigote, camisas de cuadros, tejanos ajustados, gorra... | El movimiento hipster ha sido la cultura juvenil de los años 2000 | La fiesta: es el ritual básico, y a él se acude para dejarse fotografiar de manera warholiana | Música y medios: Van al Sónar y al Primavera Sound y leen revistas como 'Vice', 'H' o 'Metal'

Los modernillos, los gafapastas, los hipsters... como quiera que se llamen, y aunque no reconozcan serlo (que no lo reconocen), ya han hecho historia. Las universidades norteamericanas y las revistas de medio mundo los estudian, los analizan hasta el mínimo detalle, y su estética, su filosofía y sus gustos culturales han pasado a formar parte del mainstream, de lo aceptado por la mayoría. Han triunfado, y en el triunfo llevan inscrita de forma indeleble su futura decadencia. La tribu urbana que mejor ha definido lo que significa ser joven y enrollado en la década de los 2000 es hoy objeto de especial interés. La editorial Alpha Decay –uno de sus referentes, junto a otros sellos como Blackie Books o Melusina– acaba de publicar el ensayo colectivo ¿Qué fue ‘lo hipster’?, coordinado por Mark Greif, profesor de la New York School University y fundador de la revista n+1. Si Greif se centra, sobre todo, en los hipsters de Nueva York, un recorrido por Barcelona permite establecer notables paralelismos entre Manhattan y el Raval. Es “un fenómeno cultural cuyo interés radica en que no procede de la televisión ni ha sido predigerido”, como dice Greif.

Lo primero que identifica a un hipster es su aspecto, por el que se preocupa muchísimo. Con la salvedad de que todo intento clasificatorio debe contemplarse con la dosis justa de distancia e ironía, existen estos elementos definitorios: gafas de pasta (modelo Ray Ban Wayfarer), barba o bigote (caso de ser hombre), camisas de cuadros (u otros motivos ardillistas), tejanos ajustados, gorra, zapatillas deportivas, algo colgando del cuello (la Gameboy, el iPod...), ropa interior visible, leggins, detalles infantiles, camisetas con eslóganes llamativos, tatuajes que puedan ocultarse fácilmente con un traje o un vestido en una entrevista de trabajo, tablas de skate y bicicletas como medios de transporte habitual. Ellos, chaqueta de traje encima de su camiseta; ellas, labios pintados de rojo, chaquetas de piel, vestidos de segunda mano y sandalias ortopédicas. De hecho, un test infalible para saber si la ciudad donde uno vive es lo suficientemente hipster es: ¿tiene una tienda de ropa de la marca American Apparel? Barcelona, sí, en la calle Avinyó, y allí los hipsters alimentan su armario, como también lo hacen en Holala, en la plaza Castella, en Retro City de la calle Tallers o en otras tiendas del Raval y Gràcia. Una publicidad de Holala dice: “Vístete de pies a la cabeza como las celebrities con auténtica ropa vintage (años 40 a 80): vestidos 70’s-80’s a partir de 9€ , botas y zapatos de tacones altos de calidad a partir de 12€ (...), auténticas trencas de la US Navy y de la marina francesa por 28€ , parkas del ejército sueco por 14€ , cazadoras 50’s réplica nuevas en piel y napa al 50%...”. También hay creatividad local: los diseños de Krizia Robustella o Roberto Piqueras.

Lo importante, no obstante, como en tantas otras cosas, es la

actitud. El hipster no forma parte de la masa, sino que se anticipa a ella. “En el fondo, se trata de la versión moderna del enterado de toda la vida –explica Jesús Brotons, periodista de la revista Vice–, es aquella persona que se entera antes que nadie de un grupo musical, o de una tendencia de moda, o de cualquier otra cosa”. Aunque el término –como el de modernillo– cobra a menudo un matiz despectivo, en realidad “son los que abren caminos, porque quieren estar a la última”, apunta Toni L. Querol, jefe de redacción de Vice. Un trabajo nada fácil, como dice Greif: “Cada vez es más difícil disfrutar de algo, de una música, por ejemplo, a la que otro no pueda tener acceso inmediato vía internet, con lo que el hipster de hoy hace suyas las últimas novedades en materia de consumo que tiene a su alcance en la calle, no en internet”. Vayan estas palabras en defensa de unos chicos que tienen mala fama porque, como dice Querol, “Barcelona es la ciudad española con más modernillos por metro cuadrado, pero a la vez es donde generan un mayor rechazo”.

Las fiestas son muy importantes. Si en los 90 el club o discoteca fue el centro de lo cool, ahora lo han sido las celebraciones puntuales, organizadas por una marca, una galería, una revista... “Desde el 2006 no ha abierto ningún club de referencia”, apunta el fotógrafo Coke Bartrina, coeditor del fanzine Fuego. Lo más parecido a un club hipster son las sesiones Nasty Mondays que se celebran los lunes en la sala Apolo. La figura del dj profesional es reemplazada por el pinchadiscos amateur –un diseñador, fotógrafo, publicista... que se pone a los platos, como la ilustradora Silvia Prada, también organizadora de las fiestas Tropicana–, y han vuelto a ocupar el podio los grupos que tocan música en directo. Una hipotética banda sonora hipster iría desde Belle & Sebastian hasta The Strokes, pasando por Björk, Nouvelle Vague, Los Planetas o los barceloneses El Guincho, Dorian o

Fuckin' Bollocks.

Se trataría, según los expertos, de una generación desacomplejadamente frívola, hedonista, que rehúye el compromiso aunque aluda a la realidad sociopolítica con una mirada irónica y descreída que pudiera interpretarse como una crítica. Para Brotons, "no creen en nada, pero no son cínicos". Para Greif, "lo hipster es una subcultura fruto del neoliberalismo, sus valores ensalzan la política reaccionaria pero lo enmascaran todo de rebelión. Son jóvenes de clases media y alta que quieren seguir siéndolo, pero adquiriendo el atractivo de la contracultura". Otros, sin embargo, apuntan una vertiente ecologista y antiglobalización donde el compromiso no sería ninguna militancia sino que se manifestaría según los productos que se consumen.

Sus medios de comunicación son, básicamente, revistas y webs. La más internacional es Vice, que nació en 1994 en Toronto "como un fanzine hecho entre tres amigotes con ganas de hablar de sexo, vicio y punk", después llegó a Nueva York y ahora se encuentra en unos treinta países con una tirada global de un millón de ejemplares. Si una ciudad es modernilla, tiene que tener su delegación de Vice, como la tienen Barcelona, Tokio, París, Milán, Londres, Moscú, Pekín o Estocolmo. Gratuita y mensual, se distribuye "en los lugares que frecuenta nuestro target", explica Dan Perry, su director en España. En sus últimos números, encontramos un reportaje sobre el único grupo de metal que queda en Bagdad o la irónica guía Vice de Corea del Norte. Un nutrido equipo –más de veinte personas– circula por las dependencias que la revista tiene en Poblenou, justo en el mismo edificio que los organizadores del Sónar, gran referencia hipster junto al Primavera Sound, también con sede en el barrio.

Vice, además, organiza fiestas, vende publicidad, crea actos y produce vídeos (vbs.tv), con Spike Jonze como director artístico. Junto a Vice, hay una panoplia de cabeceras locales, como Metal (centrada en la moda y dirigida por Yolanda Muelas),HMagazine (que nació en los 90 y sigue el fenómeno desde sus inicios), Apartamento, Barcelonés... Además de nutrirse de prensa propia, una característica hipster es que se apropian de barrios de clase baja para reconvertirlos en zonas cool. Lo llaman gentrificación: un barrio humilde se llena de hipsters y se vuelve trendy. Sucedió así en EE.UU. en los barrios negros que, merced a estos chicos, volvieron a ser blancos. Y ha sucedido en Barcelona, de modo más matizado, primero en el Raval y ahora en Poblenou, dos zonas que hace unos años nadie hubiera identificado con ningún tipo de vanguardia artística. El equivalente madrileño sería el barrio de Malasaña, y la especificidad barcelonesa, que "aquí está todo más centrado en la moda y la música", a decir de Bartrina.

Los filósofos hipsters de cabecera son el esloveno Slavoj Zizek, apóstol de la no acción, y el hiperindividualista francés Gilles Lipovetsky. Entre los últimos libros que los hipsters están leyendo, Richard Yates, de Tao Lin, o recuperaciones de clásicos del humorismo español como Jardiel Poncela. Los norteamericanos adoran las novelas de Dave Eggers y las películas de Wes Anderson, mientras que los europeos prefieren a Michel Houellebecq y los ciclos de cine asiático. Varios se han pasado al vegetarianismo, y sobre todo prima la comida exótica, de acceso difícil, la que no se encuentra en el supermercado sino en tiendas especiales. El arte hipster es la fotografía. Una fotografía warholiana, espontánea, en la que la gente anónima se comporta como si fuera famosa. Es el espíritu de la cámara instantánea Polaroid, que algunos usan directamente, aunque la mayoría emplea aparatos digitales con la misma filosofía: dinamismo, desorden, disparo de flash en la cara... La autofoto y el blog fotográfico son dos de los géneros más exitosos.

En los blogs, “la gente explica lo que le pasa directamente, no necesita a un intérprete”, explica Paul-Simon Geddis, editor on line de Vice. Si en EE.UU. fue Cobra Snake el fotógrafo que, asistiendo a las fiestas, se convirtió en el mejor escaparate gráfico del fenómeno, en Barcelona ese papel lo tuvo Gerard Estadella, quien, a través de su web www.icanteachyouhowtodoit. com, retrató el mundo de las juergas hipster. “Ahora trabaja para las marcas de moda en París, Nueva York... fotografiando lo que hay más allá de los desfiles. Fue nuestro gran coolhunter, detectaba qué personajes eran trendsetters y al colgar las fotos en su web los señalaba como tendencia. Tuvo más olfato que nadie”, apunta la diseñadora Elena Gallén, coeditora de Fuego y también coolhunter. Los hipster son, en principio, niños bien, de clase media alta. “Tienen dinero para gastar en fiestas”, dice Geddis. “No puedes llevar ese ritmo de vida social, de salir de noche, si trabajas de ocho a ocho”, apunta Gallén.

El apoyo económico familiar es citado por varios como clave para sostener su estilo de vida. Con el tiempo, dice Greif, “cumplirán 30 años, se pondrán un traje y tendrán una hipoteca”. Christian Lorentzen, el periodista autor del mítico artículo ¿Por qué lo hipster debe morir? (2007), apunta otro rasgo: “Disfrutan relacionándose con personas de nivel socioeconómico inferior al suyo”. El infantilismo es otra característica clara, y se traduce, en ocasiones, en un retorno a los años 70 y 80 y un gran surtido de complementos y adornos nostálgicos. Uno de los lugares donde más hipsters pueden detectarse en la ciudad es la Ras Gallery, en la calle Doctor Dou. Su librería es un catálogo casi perfecto de las editoriales y las revistas que la tribu consume, y asistir a una de sus inauguraciones, esquivando las tablas de skate aparcadas en el suelo, es una plataforma de observación privilegiada.

La encargada, Corina Lipavsky, superado el disgusto por que vayamos a identificarles con el fenómeno (aunque ella misma tiene unas gafas de pasta rojas), explica que “en los últimos diez años hemos evolucionado hacia las propuestas más jóvenes, es un público con mayor intensidad y deseo. Lo que hacemos no tiene cabida en el circuito tradicional de galerías más museísticas”. La Ras es uno de los puntos de encuentro –como Mutt– donde dialogan estas mentes creativas, con botellines de cerveza en la mano. Por allí encontramos a Marc Mascort (barba y gafas de pasta), promotor de printitgallery.com, una pionera galería en internet inaugurada hace seis meses y que ya cuenta con 200 artistas y 2.000 obras, que se pueden comprar haciendo clic. Mascort, veterano de la escena cool de la ciudad, cree que en los últimos diez años –los del hipster– “en Barcelona se han creado muchas microescenas, se ha fragmentado lo que antes era una escena global, y se han multiplicado publicaciones, tendencias y galerías. El gran fenómeno es el de los artistas que han pasado de la calle a la galería, los grafiteros. Ahí tenemos a Sixeart, que salta de los muros del Raval a la Tate Modern londinense, o Zosen y Kenor, que acaban de exponer en París”.

Lo hipster, en EE.UU, nació como un producto de la subcultura blanca, al igual que el rap lo es de la negra. Sigue lo que preconizaba Norman Mailer en su libro El negro blanco: inyectar en los blancos el dinamismo y las ganas de vivir de los negros. Y, aunque todo tenga sus matices y vueltas de tuerca, es una subcultura heterosexual en la que se reivindican estéticas como la de la caza o incluso ese aire, digamos, casero del porno de los 70. No es casual que Vice acabe de editar el libro –muchas fotos y algo de texto– de Sasha Grey, que se define como actriz porno existencialista. ¿Una coartada intelectual para adornar los instintos? A decir de los expertos del ensayo de Greif, se trata de la tribu urbana que más ha practicado el sexo.

El fenómeno carece de la solidez grupal de las tribus urbanas tradicionales. Un punk o un mod se definían como tales “y matarían por ello”, advierte Brotons, mientras que nadie acepta la etiqueta de hipster e incluso los casos más palmarios aluden a diferencias de matiz para justificar su exclusión del grupo. “Negar que eres hipster es la mejor prueba de que lo eres –certifica Greif–, los que no lo son jamás se plantean esa pregunta”.

La cronología es variable. Los estudiosos sostienen que va del 1999 al 2010, empezando su declive hacia el 2004, mientras que en el caso barcelonés “el auge fue en el año 2007”, según Gallén, cuando “hubo un grupo de gente muy activa, muy cohesionada a nivel cultural y social. Después, entró mucha más gente a participar del movimiento, y hoy ya solo han quedado los nuevos que se subieron al carro”. ¿Por qué no se quedaron los pioneros? “Justamente, al extenderse, ha perdido interés –señala Gallén–, ahora vivimos los coletazos, un vacío a la espera de lo siguiente. Cuando era incipiente algunos fantaseamos con que fuese un fenómeno cultural y compartimos referencias de vanguardia y en círculos reducidos se manifestaba su profundidad”. Sea lo que sea lo hipster, o gafapasta, o modernillo, no hay vuelta atrás. Los años 2000 han sido suyos.La Vanguardia/LIVDUCA

COMO SER UN BUEN GAFAPASTA:

LOS DIEZ PUNTOS BÁSICOS PARA SABER SI ERES MODERNO

1- Los skins llevan sus bomber, sus botas militares? Los heavys sus mallas apretadas y camisetas negras? Como moderno, tú eres distinto a los demás, con personalidad. Y eso se ve en la forma de vestir. Al ser moderno, serás el único que lleve chapas, gafas de sol de policía o de vista de pasta negras, zapatos Camper, pantalones anchos que dejen ver tus calzoncillos de Calvin Klein y chanclas para salir por la noche rollo ?paso de todo?, chaquetas de chandal con las mangas a rayas? Y si eres chica, serás la única en llevar merceditas, medias de rayas, cinturones de perra, camisetas a rayas de ?donde está Wally?, una corbata, bolsos de ir a la compra?

2- Está claro que para ser moderno, es muy importante tener un weblog. De esta forma, puedes contarle al mundo todas tus moderneces. Los weblogs son páginas web personales que pueden servir de escaparate de todas tus fantasías y reflexiones más variopintas. Aprovéchate de él para contar todas las fiestas a las que vas, qué malo es el mundo en guerra, por qué no vas al festival de Benicàssim, cuáles son las últimas canciones que ponen en Siglo 21 (programa de Radio 3 que debes oír, por cierto, IMPRESCINDIBLEMENTE para ser moderno)?

Mejor aun es un fotoblog, en el que poder poner fotos de todas tus fiestas, las caras de tus coleguis, y la ropa que te vayas comprando y rompiendo.

3- Para ser moderno, no te puedes perder un sarao, tienes que estar en TODOS: conciertos, inauguraciones de exposiciones, de restaurantes; festivales de música, de arte, multidisciplinares (mezcla de arte, videoarte y djs, ¿se puede ser más moderno?),? Todo se basa en enterarte de esos saraos, ir sin avisar a nadie, y luego encontrarte a tus coleguis allí. Qué cool es eso?

4- El avance de las últimas tecnologías ha hecho que cada día sea más fácil ser moderno. Da igual que en tu pasado hayas repudiado de los ordenadores, y hayas pensado que lo de Internet era para friquis. Ahora quieres ser moderno, y necesitas un ordenador conectado a Internet. Ahora, gracias a las redes P2P, puedes bajarte más y más música, toda la que sale en esas revistas que te compras y en siglo 21, aunque luego no la oigas.

5 - Hasta hace nada, le ponías cara de asco a tu madre cada vez que te ponía pescado para cenar. A ti te gustaban las hamburguesas, los macarrones y los espaguetis a la carbonara? Pero ahora que eres moderno, las cosas cambian: te gusta el sushi. Te encanta el sushi. Si oye tu madre que comes pescado crudo, te mata por chaquetero, pero es que ella nunca entenderá lo cool que resulta distinguir, delante de tus amigos, entre sashimi, sushi maki y nori maki.

6- Al igual que sucede con el sushi y el pescado, cuando eres moderno, hay términos que cambian de

valor. Siempre has pensado que a tu padre le gustaban cosas antiguas, pero ahora tú has despertado un especial gusto por lo oldie . Hace unos años, te reías de la gente mayor que oía a los Smiths, New Order, etc. (vaya carcas), y ahora a ti te encantan. Tampoco es lo mismo cuando en la 4ª planta del Corte Inglés dicen ?moda joven?, que tú, que sabes lo que es la ropa trendy y cool. Los ruidos que dan por culo, ahora se llaman click?n'cuts. Y el sonido que sale del Casiotone que te regalaron al tomar la primera comunión, ahora es electro, y sirve incluso para dar conciertos. Un sitio con olor a vómito, gente ciega con los ojos en blanco, un tío que se parece al Humberto Janeiro bailando a las 10 de la mañana, es un after (cuando toda la noche no es suficiente para ser moderno). Lo que tú bebes no es ginebra con limón, ¡es ginlemon!

7 - Uno de los puntos fuertes de ser moderno es la intolerancia que te debe caracterizar. Con lo que mola ser moderno, quien no lo es, ¡es que es gilipollas! A ti te gusta Miss Kittin, porque es lo que toca, pero es que gente como Bisbal o Andy y Lucas ¡deberían estar muertos! No entiendes cómo la gente puede ser tan vulgar, ¿verdad?

Tú, como moderno que eres, tienes tu flequillo, tus chapas, tu mochila rollo mod? Pero la gente, ¿cómo pueden comprarse la ropa en Zara? No se dan cuenta de que van todos iguales? ¿Por qué no van, como tú, al Pull & Bear? Un moderno es de los pocos especímenes que es capaz de acudir a manifestaciones anti-globalización con zapatillas Nike, e irse luego a comer sushi al piso (de Ikea).

8 - Ante todo, tiene que quedar claro que tú no respondes a las estrategias de marketing destinadas a la gente normal, tú respondes a las estrategias de marketing destinadas a los modernos.

Ahora te gustan las zapatillas Puma, las Adidas Originals,? esas zapatillas que se ponía tu padre para recoger tomates, y le costaban cinco veces más baratas que a ti ahora?

Si el grupo Entre Ríos se hubiera dado a conocer en el Gran Hermano, no los podrías ni oír, pero como lo han hecho por el Soulseek, Spanishpop y por Siglo 21, ¡son la caña, tío!

9 - Ya sabes que el pelo es una de las partes más importantes de un moderno, ya que te caracteriza a primera vista. Debes dejarte un gran flequillo que te permita tener algún ojo tapado para cuando te fotografíes con tu gato para salir en tu weblog.

Una práctica muy utilizada por los modernos es cortarse el pelo tal y como lo hacen las grandes estrellas, pero 3 años más tarde. Por ejemplo, Beckham ya llevaba cresta años ha, y ahora aparecen los más modernos del lugar con cresta. Y qué decir del corte de pelo del Vaquilla, corto por arriba y largo por detrás?

10- Mucha gente piensa que lo más moderno y cool es cenar y comprar ropa en sitios fashion, pero están equivocados. Lo más cool ya no es acudir a estos sitios, sino trabajar en ellos.

Trabajar los viernes y los sábados de 12 a 8 poniendo cubatas en una discoteca es, hoy por hoy, uno de los puestos de trabajo más solicitados por los modernos. Cómo mola tener una camiseta de Custo para mancharla de aceite sirviendo foie con caramelo, mientras suena de fondo el disco de Saint Germain./Fuente:arthamforo.com/LIVDUCA

Compartir

Mi piace

Di' che ti piace questo elemento prima di tutti i tuoi amici.

0