La moda no está de moda

Por Quintín

14/01/12 - 11:34

Recomendar 3 Twittear 4

Compré un libro que se llama ¿Qué fue 'lo hipster'?, de la curiosa editorial española Alpha Decay. No sé por qué lo compré, tal vez porque tenía una tapa atractiva. No conocía a Mark Greif, el compilador, ni a ninguno de los autores. El lector debe estar pensando lo mismo que yo: No sé lo que es lo hipster ni me importa. Pero como lo había comprado, lo leí. Y confirmé que siempre se aprende algo aunque no sirva para nada. ¿Qué fue 'lo hipster'? viene con el subtítulo: Una investigación sociológica (tal vez no lo haya advertido cuando lo compré...) y parte de un coloquio organizado por Greif, uno de los editores de la revista cuatrimestral neoyorquina n+1, una publicación de izquierda que se dedica a la crítica cultural. Greif y sus panelistas discuten un fenómeno social cuyos antecedentes se remontan a los años 50, cuando un grupo de intelectuales negros quiso revertir la dominación de la cultura blanca. Con distintas mutaciones en sectores blancos y negros, la palabra reapareció a fines de los 90 como identificación (muchas veces peyorativa) de una tribu urbana de blancos que adoptaron el aspecto, la vestimenta y las costumbres de trabajadores provincianos de veinte años atrás (pantalones ajustados, grandes bigotes, gorras de camioneros). Fueron parte de la nueva clase media ascendente que invadió los viejos barrios proletarios de Nueva York y desplazó a sus antiguos ocupantes.

La estética hipster, que además del seguimiento de ciertas modas y ciertos hábitos de consumo incluye una connotación antiintelectual, es parte de la tendencia de los grupos sociales a diferenciarse por el gusto. De eso se ocupa La distinción, el clásico ensayo de Pierre Bourdieu (1979) que relacionó el consumo cultural con la clase social y despojó al gusto de su inocencia. Pero de hacer explícita la existencia de un semáforo que aprueba ciertas elecciones y condena otras se ocupó Landrú en Tía Vicenta unos años antes de Bourdieu cuando creó a María Belén y Alejandra, las dos tilingas que le decían a la asombrada clase media argentina qué era mersa y qué era gordi y establecía una ambigüedad que fue todo un hallazgo sociológico.

La dualidad que generaban María Belén y Alejandra en los lectores era enorme: por un lado, su frivolidad y su elitismo inspiraban rechazo, pero sus recomendaciones se seguían escrupulosamente (¿cuántos hombres abandonaron entonces la musculosa temiendo ser objeto de escarnio?). Pero con lo hipster, cuyas pautas divulgaban a Internet y la revista Vice pasó algo parecido. Cada intervención del libro constata que nadie quería ser reconocido hipster aunque lo fuera. Tal vez porque toda moda que se hace explícita es ya una moda del pasado, ya que el proceso de generar adhesiones en el gusto es continuo y las tribus de la burguesía en ascenso buscan desmarcarse de la tendencia del mes anterior.

Acaso la belleza de toda la situación resida en esa expresión matemática: n+1. La revista se define como de vanguardia y su línea es más o menos frankfurtiana. Sumar uno a lo que hay es superarlo, salir del statu quo vigente. Pero la matemática puede ser muy expresiva y la fórmula representa igualmente el proceso de diferenciación que la revista y el libro denuncian como retrógrado. Respecto de él, el n+1 puede entenderse como una divisa (la de cultivar lo nuevo) pero al mismo tiempo es la metáfora de que todo n, es decir toda moda, anticipa la moda que la habrá de suceder. El sistema de la moda tiene la misma dinámica y se mueve en la misma dirección que el pensamiento crítico: ambos presuponen un progreso y una superación de lo existente. Aunque la moda admite la ironía y eso es lo que se extraña en un libro que, paradójicamente, trata de anclar sus premisas en la inmovilidad del progresismo.

domingo 15/1/2012

Lea esta edición en formato digital tal como fue impresa

Ver demo

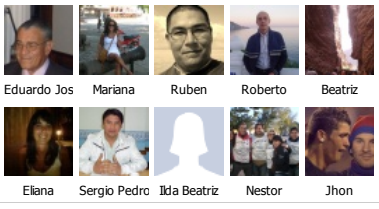
Suscriptores

Registrarse

Perfil.com en Facebook

Me gusta

A 21,630 personas les gusta **Perfil.com**.



Plug-in social de Facebook

© Perfil.com 2007-2012 - Todos los derechos reservados.