

NO

SUPLEMENTO JOVEN DE Página 12

JUEVES 28 DE JUNIO DE 2012.

AÑO 20. N°1066.



Retro. Vintage. Llamalo como quieras.
Lo único cierto es que es algo que ya pasó.

Y, a la vez, la gran cosa nueva.

Por lo menos, eso es lo que dicen en
entrevistas exclusivas Simon Reynolds y
Thomas Frank, los más lúcidos analistas
de la cultura pop, la contracultura y la
música juvenil de las últimas décadas.

A revolver...

“Nos imaginamos rebeldes... y no lo somos”

Considerado uno de los escritores más lúcidos de la Generación X, Frank se inmiscuyó en el mundo de la publicidad de los '60 para buscar entender la manera en la que el mercado de masas se apropió de la contracultura, la vació y entregó productos que se gastan y se rompen, pero siguen vigentes.

POR F. L.

“Estoy viviendo mis días como si no hubiese mañana, porque no lo hay”, asegura Don Draper, el personaje principal de *Mad Men*. Pese a haber escrito un libro sobre el mundo de la publicidad en los '60, Thomas Frank asegura no haber visto ni un capítulo de esta serie. Y es por un simple motivo: “Me haría muy infeliz. ¿Cómo te sentirías si publicas un ensayo y después aparece un programa centrado en esa época, que toca los mismos temas que vos, y nunca te consultaron?”, dice entre carcajadas. Al leer *La conquista de lo cool* (Alpha Decay), uno se da cuenta de que la publicidad sí tuvo un mañana. Frank lo explica con films, revistas, bandas y spots. Lo jugoso es que para Frank, el aliado más notable de la publicidad vino del bando contrario: la contracultura. Todas las banderas levantadas por la cultura rock fueron cooptadas por el marketing, al punto que una y otra convalidan el conformismo. Considerado uno de los críticos más lúcidos de la Generación X, Frank reservó algunos cartuchos en esta charla con el NO.

—Siempre he sido un poco escéptico con Bob Dylan, pero hubo gente que cruzó los límites, como MC5. Aparecieron en medio de las grandes revueltas de la convención demócrata del '68, tenían su manifiesto y demás. En el otro extremo, hay bandas como The Monkees, fabricados por una cadena televisiva, pero que tenían que ver con ese mentado espíritu de cambio. Y, de hecho, ¡tenían buenas canciones!

—En los últimos años retornó un término que trabajás en tu libro: *hipster*. ¿Cuántas diferencias hay entre el de ayer, que describió Norman Mailer en *El negro blanco*, y el de hoy? En tu libro no parecen tantas...

—Hoy el *hipster* está en todos lados. Y es cierto, tiene una fortísima relación con el consumo. Hoy tienen sus lindos vegetales y sitios web como Tumblr. Lo interesante de Norman Mailer es que los exaltaba, para él eran algo muy especial y bello. Lo que continúa permanente es esa idea de falsa vanguardia.

—¿Qué conceptos son los que más aparecieron durante la in-

se necesitan canciones cultura juvenil.

retromanía. ¿Qué es lo más molesto y lo mejor del fenómeno?

—Lo peor son estas bandas como Alabama Shakes, The Black Keys o The Cribs, que hacen música en el siglo XXI, pero atascados en el pasado. Para mí es un error que un grupo actual suene como del '72. O Adele. A nadie se le ocurriría definirla como artista de la nostalgia, pero no pertenece a su época. Hace música de cincuenta años atrás. El pop siempre miró hacia adelante. Lo mejor: disfruto de YouTube como una máquina del tiempo. Eso y que puede que, incluso, el bagaje de la *retromanía* nos vuelva más astutos.

—Leyendo el libro, se nota que vas de la angustia al horror, de la reflexión a la fascinación. ¿Qué otra sensación te tomó por asalto?

—Un poco de nostalgia, tristeza y decepción. Sobre el final estaba fascinado con la idea de lo que pasaría con la música, cómo es que hemos terminado en este lugar extraño. Descubrí la *hauntología* como género, y el llamado *hypnagogic pop*, que es algo muy intrigante, de claras referencias al pasado, pero que nunca se había escuchado. Creo que es la música de este tiempo; la celebro, me encanta. Es estimulante a todo nivel, incluso al intelectual. Hay gente haciendo cosas muy interesantes, mezclando videos con audio. Ese fue un momento esperanzador. Sin dudas, hubo diferentes emociones. Me hubiese encantado hacer otro capítulo sobre la gente que está manufacturando el futuro. Todavía hay un futuro allá afuera... creo.

—Recientemente entrevistaste a Greil Marcus, quien acaba de editar *El basurero de la historia*. ¿Qué opina sobre la *retromanía*?

—No está interesado en ello. De alguna forma, lo que está haciendo es re-trabajar el pasado en una suerte de memorias. Las raíces musicales o el modo de evolución de la música que a él le gusta. Como Bob Dylan, que crea desde el blues y el country. No está a la caza de cosas como la *hauntología*, no es un adicto como yo al futuro.

—¿Hasta qué punto tu análisis sobre el tema no está cruzado por tu historia personal?

—En el libro hablo sobre ir creciendo, tener hijos. Me han dicho que estoy envejeciendo, que estoy atravesando la crisis de la mediana edad, y puede que así sea. Pero veo lo que escribía a mediados de los '80, cuando tenía veintipico, y era mucho más taxativo y negativo de lo que soy ahora. Es más mi personalidad que la edad. Soy un maniático. Y consistente. Si lees lo que escribí sobre la música electrónica en *Energy Flash* y sobre el post punk en *Rip it Up and Start Again*, muchos de los valores y miradas sobre el futuro siguen siendo iguales. Es lo que soy y así voy a reaccionar a lo que sigue; en este caso, la *retromanía*. Puede que la negatividad del libro esté relacionada con la positividad que había en los otros libros. Mi editor los ve como una trilogía, van juntos, son de la misma persona, hay una unidad... hablan tanto del mundo como de mí, claro.

—¿Escuchaste la idea de James McCartney de reunir a los hijos de Los Beatles? ¿Ese sería el pináculo de la *retromanía*?

—¿En serio? ¡Dios! Tendría material para un capítulo entero de *Retromanía*. Es tremendo todo lo que sucedió con el fenómeno tras editarse el libro: desde Adele hasta el recital con el holograma de 2Pac. Hay cosas nuevas, pero se demanda también lo viejo. A ver: la *retromanía* no surgió de la nada, se ha ido construyendo a través de los años. En el libro analizo este proceso desde los '60. Es parecido al calentamiento global; con los años es peor, pero ahora se está al tanto de su efecto. Que en los '70 preexistiese en algunas formas, no significa que sea lo mismo que en el presente. Internet, sin dudas, afectó todo. ■ ■ ■



—¿Cuál es el punto exacto en el que la contracultura se encuentra con lo cool?

—Creo que se trata de eso: lo cool es anterior a la contracultura, que está muy ligada a los '60, pero una y otra se fusionaron más que bien.

—¿Cuáles fueron las emociones que motivaron el libro?

—Todos los libros vienen del presente. Y ese presente era lo alternativo de los primeros '90. Estaba muy metido en el indie rock. ¿Querés escuchar algo simpático? Yo dirigía la radio de la universidad a la que iba, en Chicago. Tenía un programa sobre punk y llegué a conocer a Nirvana. Poníamos *Bleach*, íbamos a verlos cuando tocaban cerca, tengo muy presente cuando salió *Nevermind*. Voy a la radio y veo la grilla de los discos más vendidos: Nirvana había desbancado a Michael Jackson del número 1. Algo grande había pasado. En ese momento no sabía bien qué. Porque era gente que conocíamos y Michael Jackson no era concebible siquiera como humano. ¿Cómo carajo había pasado eso? Era muy emocionante para todos los involucrados: bandas, seguidores, periodistas. Y terminó siendo un completo desastre. Cada ciudad quiso convertirse en Seattle, algo completamente ridículo. Y ahí lo tenías: cooptación. Me intrigó comprender la forma en que aquello de lo que yo había sido parte estaba siendo aceptado sin problemas por el mercado. Así que empecé a averiguar sobre la historia de la cooptación y me focalicé en el cooptador, más que en el cooptado: la industria publicitaria. No me interesó verla como un villano sino comprender cómo es que tomó las ideas de contracultura para su provecho.

—Bajo esa lógica, ¿el rock fue sólo la banda de sonido de los '60 o fue algo más?

—Buena pregunta. Obviamente que la contracultura fue más que música. El rock es una de las partes más importantes, pero no es toda la historia. Ir a Woodstock no fue lo mismo que participar de la lucha por los derechos civiles, por más que muchísimos estadounidenses se confundían.

—¿Qué músicos son significativos para entender ese momento?

—investigación?

—La figura del rebelde. Y toda una serie de frases pegajosas como “sé vos mismo” o “no te conformes”. Esa es una de las cosas más interesantes: la publicidad abrazó ideas que iban contra ella misma. Lo hizo muy inteligentemente, porque al fin y al cabo te siguen vendiendo sus porquerías.

—Analizás films como *Forrest Gump* para dar con los '60, pero desde otro momento. ¿Ha cambiado el enfoque sobre esa década en los últimos años?

—La idea de *Forrest Gump* con el militante es tremendamente conservadora, lo muestran como un monstruo. Pero al mismo tiempo la película se conmueve por sus figuras y la música de esa era. De allí en más, Estados Unidos se volcó a la derecha. El otro día estaba en Kansas, una parte muy conservadora del país, y en cada lugar sonaban las radios de rock clásico. Salía de las casas, de los shoppings y de los autos. Aunque en un sentido político todo sea diferente, se escucha la música de entonces. Una clase de contradicción muy estadounidense: nos imaginamos rebeldes y no lo somos.

—En el libro se nota el respeto que tenés por los '60. ¿Qué fue lo mejor y lo peor del período?

—Por supuesto que no soy despreciativo. Hubo gente honesta que trató de cambiar el mundo a su alrededor. Pero el poder económico les ganó. Lo de la música es muy interesante. ¿Cómo es posible que sigamos escuchando esos temas? Vuelvo a lo de Kansas, las fábricas están cerrando, hay bastante pobreza, pero suenan los '60. Es como estar preso de esa época. Las radios de rock clásico tienen un playlist fijo y no pasan otra cosa: Led Zeppelin, The Who, Rolling Stones, The Eagles, Grand Funk Railroad. Nada de Buddy Holly, ni música de los '80, ni punk rock. Es un perímetro muy fijo del que no se mueven. Es como una pesadilla, un paisaje del que no podemos escapar. En los '60 se sentaron las bases para lo que vino después en creatividad y también en conformismo. Tenemos esta ilusión de que la libertad es escuchar rock clásico y comprar tal o cual producto. Esa es la gran tragedia. ■ ■ ■