Columnas

¿Ha matado la ironía la creatividad?

Consideraciones sobre el cinismo, la práctica del remix, la creatividad y lo hipster en la cultura contemporánea y la era de internet

Por: Carolina Velasco jueves 29 de noviembre de 2012

Twittear 30 Like 59 3

La pasada semana, la periodista Christy Wampole abogaba en una polémica columna por la muerte de la ironía, de cuyos males culpaba a los hipsters. Poco antes, el mismísimo Simon Reynolds atacaba la cultura de la reinterpretación (eso mismo que en muchos círculos se ha dado en llamar cultura del remix en los últimos años). Desde acercamientos distintos, los dos venían a defender la misma tesis: el fin de la creatividad. Pero ni la creatividad ha muerto, ni la ha matado la ironía, ni la culpa de todo la tienen los hipsters ni la cultura del remix nació ayer.

Empecemos por lo primero: la ironía. Parece que de un tiempo a esta parte ser irónico fuera patrimonio exclusivo de los "hipsters", pero la realidad es que es tan vieja como la vida misma. Basta con echar un vistazo a novelas como **"Emma"** de Jane Austen o movimientos como el dandismo (magníficamente retratado en **"Prodigiosos Mirmidones"**, el ensayo coordinado por Leticia García y Carlos Primo publicado este mismo año en Capitán Swing). No, la ironía no es patrimonio exclusivo de la modernidad, es inherente al ser humano. Tratar de hacer creer que la ironía es lo que representa a un colectivo sería tan absurdo como decir que la indignación es cosa del 15M y que no había tenido relevancia hasta entonces. Me atrevería a aventurar que son los propios medios de comunicación quienes han adjudicado la ironía a los hipsters, y que 9 de cada 10 modernos que adoptan una moda determinada no lo hacen pensando en las implicaciones sociales o críticas de ponerse tal o cual tipo de gafas, por poner un ejemplo, sino porque es lo que se lleva, lo que toca lucir si se quiere estar a la última y ser parte de la "tribu" (el borreguismo, más que la ironía, es lo que en realidad define a los "hipsters": su obsesión por ser aceptados a toda costa).

Ilustración de Leif Parsons

El segundo punto a tener en cuenta: es importante matizar qué y quién es un "hipster". El concepto surgió en las décadas de los años 40 y 50 y hacía referencia no sólo a los conocedores del jazz, sino también a creadores como los beatniks. Ahora ha quedado para denominar a lo que aquí llamamos modernos, pero no nos engañemos: un hipster no representa al grueso de la juventud, ni aquí ni en Estados Unidos, por más que la opinadora Christy Wampole demonizara a toda la generación de los "millenials" (la generación nacida en los 80) en su columna del NY Times del pasado 17 de noviembre identificándola con los hipsters. Ese reduccionismo es el primer sitio por el que hace aguas la columna de Wampole, que obvia por completo movimientos como Occupy y que acusa a los jóvenes de vivir inmersos en la ironía y de estar obsesionados por cuidar su bigote de actor porno o comprar el regalo más kitsch del mundo. Wampole parece olvidar la pirámide de las necesidades de Maslow: ¿quién tiene

tiempo para pensar en bigotes cuando tiene que buscar un trabajo que le dé para vivir y salir adelante?

"¿Qué Fue Lo Hipster?"

Wampole acusa a los hipsters de estar tan preocupados por su propia mismidad, asegurando que es *"una generación que tiene poco que ofrecer en términos culturales"*. Lo dicho: reduccionismo, tópicos e ideas preconcebidas. Ni los lloricas que retrata Meredith Haaf (miembro de esos "millenials") son extrapolables a todos los alemanes ni los hipsters de Christy Wampole suponen un retrato verídico de la juventud norteamericana, entre quienes no sólo hay gente con conciencia política y social, sino creadores con ideas innovadoras. Y ojo, porque ni siquiera las ideas de Wampole son originales: Douglas Haddow ya expuso una tesis parecida en Adbusters... ¡hace cuatro años! No es de extrañar que a Wampole le hayan llovido críticas desde Gothamist a NPR pasando por Big Think y Flavorwire. ¿Y qué decía Haddow? Básicamente lo mismo que Wampole, que con tanta ironía la contracultura ha mutado en *"un vacío estético obsesionado con sí mismo"*. De nuevo, una acusación que no sirve para definir a toda una generación. Basta con mirar alrededor para ver que sí hay creatividad en los 2000, de Crystal Castles a revistas como Rookie pasando por el "mumblecore", un género cinematográfico de cuño reciente hecho por "millenials" y que lejos de quedarse en la obsesión con la estética mira de frente a grandes cuestiones como las relaciones interpersonales, el lugar en el mundo de cada uno o cómo sobrevivir en una economía más de guerra que de crisis, que después de todo, no deja de ser la realidad de miles de jóvenes en todo el mundo. Pero meter leña al hipster vende, y si no que se lo digan a Mark Grief, editor de *n+1* y que sólo necesitó unos días con debates dirigidos para sacarse de la manga **"¿Qué Fue Lo Hipster?"** (Alpha Decay, 2011) y que de nuevo acusaba a los hipsters de no crear nada, sino de limitarse a reciclar conceptos y modas.

Grief y Wampole no son los únicos que se apuntan a las críticas a la cultura del "reciclaje", la "copia" y la "inspiración" o "reinterpretación" de viejas ideas. Simon Reynolds publicaba hace poco una columna en Slate contra la cultura del remix y atacaba con saña a quienes prefieren tomar como punto de partida conceptos existentes y a quienes se refugian en el 'está todo inventado'. Lo primero que me vino a la cabeza cuando lo leí, lo confieso, es la célebre máxima de Picasso: "Los malos artistas copian, los grandes roban". El arte, efectivamente, no sólo es una representación, emulación o distorsión de la realidad, sino que ha evolucionado gracias a una serie de creadores que han dado vueltas de tuerca a cosas que otros simplemente se han atrevido a insinuar. Hasta cuando alguien ha inventado, como lo hacía Rimbaud, que creaba sus propios términos, o como lo hicieran los dadaístas en los años 20, han tenido que hacerlo tomando como base ideas ya existentes, aunque sólo fuera para destruirlas o echarlas por tierra. Para Wittgenstein algo que no se podía nombrar no existe, y para el artista, la tabula rasa tampoco es real. Se crea lo que se crea, tiene que crearse a partir de algo, por muy abstracto que sea. Hasta los bisontes que pintaban en cuevas nuestros antepasados, y a los que nadie puede acusar de "plagio", estaban basados en esos bisontes reales que veían, ¿no? ¿Qué es un collage de Kurt Schwitters? Exacto, un remix. ¿Y un mash-up? ¿Qué hay de los "cut and paste" de William S. Burroughs, del arte pop o de los samples que se han usado durante años en el hip hop y en la música electrónica? Dejemos de mezclar churras con merinas y disfrutemos la ironía en paz.

¿Te ha gustado este contenido?

Suscríbete a nuestra newsletter.

Suscríbete a nuestro RSS.