Impreso por María Dolores Fernandez Hernandez. Prohibida su reproducción.

Si lleva falda a media pierna, feminista. Si hace manualidades, especialmente las de las abuelas, feminista. ¿Se viste de lolita? Feminista, sin duda, y de la facción irónica. ¿Toca la batería en un grupo solo de chicas? No puede ser otra cosa que feminista: hasta lleva camiseta de Bikini Kill. Va a escribir un libro sobre cómo han influido los *outlets* en la vida de las mujeres: tendrá inevitablemente un punto feminista. Cocina, además escribir un blog de crítica musical, lo que la convierte instantáneamente en feminista: son mundos muy misóginos. Le sobran los kilos y le interesa más el sexo que la ropa: feminista radical. Es fea y vegana: ecofeminista. Lleva el pelo rosa, es lesbiana y fotógrafa: feminista *fashion* a la vista. Si tiene muchas tetas y son naturales, eso es que es feminista. Pero si va a las manifestaciones, está en paro y ha pasado los 30, es *feminazi.* Usted, amable lectora de edad y condición indeducible, tenga cuidado si se deja las perlas, las mechas rubias o los tacones de ocho centímetros en casa. Puede que la tachen de feminista, sin ser nada de eso.

El extraño caso de la multiplicación de las feministas recuerda un poco al de las presuntas albóndigas de ternera que, en realidad, llevan carne de caballo. No nos van a matar, pero a los que nos las comemos nos gustaría que llamaran a las cosas por su nombre. En esta carrera de reducciones al absurdo, no sé qué chirría más: que dejemos de distinguir entre una carne y otra (que es lo que ya parece hacer parte de la industria alimenticia) o que dejemos de distinguir entre lo que piensan (jamás entre lo que se ponen) unas mujeres y otras. Este proceso de desactivación lingüística parece responder en ambos casos a idéntico propósito: hacernos comulgar con un producto final más digerible para el mercado y menos vitaminado para el consumidor. Cuanto más usamos la palabra en cuestión para referirnos a una cosa distinta de lo →

No se había visto tanta celebración del 'girl power' desde las Spice Girls. Se come
Girls) y hasta el telediario (Femen). Y, sin embargo,

FEMEN
Grupo feminista ucraniano fundado en 2008. Sus acciones a pecho descubierto denuncian el sexismo, la homofobia y la prostitución.

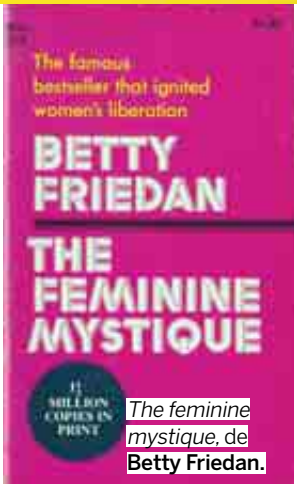
El feminismo contra el imperio hipster

nta el factor femenino en la tele ('Girls'), el cine (Diablo Cody), la música (Dum Dum la lucha política de las mujeres, más criticada que nunca, retrocede. Aquí hay truco.

Texto *Lola Fernández*

Impreso por Maria Dolores Fe

Portadas de la revista **'Vice'.**



The feminine mystique, de **Betty Friedan.**

Campaña de la firma **American Apparel.**

que es, más se desdibuja esta y desaparece su realidad. Así, por puro y duro desgaste, acabarán desapareciendo tanto las verdaderas lasañas de ternera como el feminismo. Solo quedarán salchichas de cadena de montaje.

La maniobra tiene que ver con las prácticas de la neolengua política, esa que se construye a fuerza de eufemismos que disfrazan la realidad de otra cosa: *mejorar la competitividad* por *congelar el salario* o *reformar* por *recortar,* por ejemplo. Así pasamos de reivindicar la igualdad salarial, de exigir presencia en los centros de decisión, de señalar la inaguantable violencia machista o de rechazar la ya natural cosificación de la figura femenina y el gran timo de la feminidad (quizá la última cadena al cuello), a celebrar que, sencillamente, nos dejan existir. Regocijémonos, *sisters:* ya no tenemos que ser tan ideales como en *Sexo en Nueva York.* Ahora hasta nos permiten lucir algún kilito de más, siempre que lo acompañemos de una personalidad debidamente chispeante y un *look* considerado interesante. ¡Viva! ¡Viva el feminismo!

Desafortunadamente, la fiesta es pan para hoy y hambre también para hoy. Porque lo que nos están colando es, en terminología Bauman, un feminismo líquido. Gaseoso, diría yo. O la liquidación del movimiento. Lo explica Sonia Reverter Bañón en su artículo *Feminismo institucional. ¿Un feminismo líquido?,* publicado por Grupo Kóre en el libro *Ritmos contemporáneos. Género, política y sociedad en los siglos XIX y XX.* Dice esta filósofa e investigadora de la Universidad Jaume I: «Hay que recuperar la solidez de la agenda feminista por la igualdad, y ello quiere decir no diluirse en estrategias y objetivos de mercado que despolitizan a las mujeres convirtiéndolas en meras clientes, usuarias o consumidoras». Cuanto más se vacía de contenido el feminismo y se convierte en mera visibilidad, menos molesta. Y cuanto menos político, más *hipster. Girl power,* pero sin el *power.*

Versión del cartel realizado para el desafío de arte ***Pabst Blue Ribbon,*** en Filadelfia, que patrocina la marca de cerveza.

Lo malo (lo peor) es que funciona. Sobre todo, entre una generación de mujeres jóvenes que, en vez de enrabietarse con la desigualdad rampante, se refugia en el victimismo, las redes sociales, la compra compulsiva de ropa hecha bajo condiciones de explotación y la frivolidad en todas sus posibles frecuencias. Las define bien la ensayista alemana Meredith Haaf en su *Dejad de lloriquear; sobre una generación y sus problemas superfluos* (Alpha Decay, 2012). En una entrevista de Kiko Amat para su blog, *Bendito atraso,* la ensayista alemana se autoinculpa así: «Somos una generación extremadamente pragmática y materialista. Los de los 80 no ven el sentido a estar enfadados; no les proporciona gozo alguno. Hemos sido condicionados para creer que el orden actual es estupendo. Si eres de clase privilegiada, se te educa para pensar que es perfecto y, si no lo eres, para que creas que es culpa tuya y que tienes que trabajar más para acceder a esos privilegios».

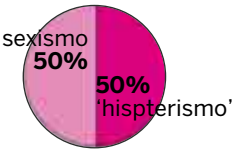
Precisamente en la cúspide del éxito social de esta generación se encuentran las *hipsters,* autoetiquetadas mujeres libres, concienciadas y hasta feministas. «No hay una idea detrás de lo *hipster,* más allá de demostrar que puedes ganar dinero», aclara Haaf. «Son solo símbolos y estética sin significado alguno. Basan su prestigio en nombrar muchas referencias culturales, pero sin relacionarse demasiado con su significado real o su contexto. En Estados Unidos, todos los *hipsters* beben Pabst Blue Ribbon, una cerveza asociada a la clase trabajadora, y también fuman cigarrillos baratos, pero no conocen ni les interesa nadie de la clase obrera. Es pura cosmética. Algo bastante repugnante, la verdad.»

Sobre este despojo absoluto de lo político (da mucho miedo, a pesar de los 30, lo político), Meredith comenta un ejemplo máximo; la que es, probablemente, la Biblia *hipster* por excelencia: la revista *Vice.* «Es un ejemplo perfecto de vaciado completo de significado y contexto. Y, además, increíblemente misógino. Las mujeres allí son putas o *perras.* Hay *perras,* que son las putas guapas, y luego hay *putas,* que son las feas. Muchas leen la revista y se identifican con todo esto. Por supuesto no puedes criticar esa actitud, porque la excusa que dan es que todo es *irónico:* no piensan eso de las mujeres, en realidad las aman.» La ironía, otro gran timo.

→

'GIRLS'
Serie escrita, dirigida y protagonizada por Lena Dunham, la única chica con michelines de la tele a la que los kilos de más no le importan.

DIABLO CODY
Sus guiones –*Juno*, *Young Adult*– subvierten los estereotipos femeninos típicos en Hollywood. Fue *stripper*.



ZOOEY DESCHANEL
Actriz, cantante y musa *girlie* para chicas que se visten como lolitas hiperfemeninas y no suelen expresar sus opiniones.

DUM DUM GIRLS
Una de las pocas bandas *indies* femeninas que pasan la criba de la crítica musical machocentrista. Suenan a los 60 en clave 90.

Impreso por Maria Dolores Fernandez Hernandez. Prohibida su reproducción.

ACTIVISMO VS. HIPSTERISMO

La formalidad cosmética del feminismo *hipster* no resiste el algodón del activismo. En un contexto de represión violenta como el ruso, la irreverencia de Pussy Riot les valió la cárcel. Las francesas La Barbe se manifiestan, con barba postiza, donde el poder es cien por cien masculino: consejos de administración, la Asamblea Nacional o el Festival de Cannes. En el Reino Unido, las feministas de Women's Room se disfrazan de británicas ilustres para disuadir al Banco de Inglaterra de que elimine la efigie de la única mujer (Elizabeth Fry) que aparece en los billetes. Efectivamente: hacer cola para comprar la última colección de autor de H&M no cuenta como activismo.

Activistas de Amnistía Internacional se encadenan frente a la embajada rusa en Londres vestidas como las Pussy Riot. Piden su liberación de la cárcel.

Entonces, ¿hemos perdido el mojo feminista? ¿Queda alguna mujer ahí fuera defendiendo lo que nos corresponde? ¿Cómo identificarlas entre tanta confusión? Encuentro la respuesta en un artículo publicado en *The Guardian* y titulado *Feminist can be sexy and funny, but it's anger that change the world (Las feministas pueden ser* sexies *y divertidas, pero es la rabia la que cambia el mundo).* En ese escrito, firmado por Ellie Mae O'Hagan, y en la cara de horror de mi propio padre al ver unas imágenes de las activistas de Femen, absolutamente enrabietadas por la presencia pública de ese insulto andante a la mujer que es Silvio Berlusconi. Todo en Femen respira furia, y eso escandaliza. En su propia estrategia de desnudarse denuncian lo perverso de un sistema que solo las enfocará si muestran el pecho: por eso escriben sus proclamas sobre él. Arrastrándose, resistiéndose, gritando *como histéricas* (otro clásico en el comentario misógino a la mujer que exige), son el reverso furioso y esperanzador del feminismo *hipster,* tan filtrado y tranquilo como sus adoradas fotos de Instagram.

Jean-Luc Hess, presidente de Radio France, en la entrega del premio *Personalidad Cultural 2010* en París. Tras él, protesta del grupo feminista ***La Barbe.***

Entre la furia de Femen y la realidad filtrada *hipster* hay, menos mal, una escala de grises. Por ejemplo, la que pinta Caitlin Moran en *Cómo ser una mujer* (Anagrama), un acercamiento lleno de irreverencia típicamente británica a asuntos endosados a las mujeres (la depilación, la ropa interior *sexy,* los kilos, los tacones, la moda...), en el que todos los mandamientos pueden resumirse en uno, expresado por la misma Moran: «Lo que digo en estas páginas es que no te preocupes por todos los supuestos problemas

Manifestación de mujeres frente al Banco de Inglaterra en Londres (2013). Piden restaurar los billetes con icono femenino.

FOTOS: GETTY IMAGES/D.R./CORDON PRESS

de ser mujer. Intenta ser buena persona y diviértete». Parece un buen consejo para la ciudadana de a pie, esa que debe pensar más en salvarse a sí misma que en salvar al mundo. En el proyecto *Everyday Sexism* (Sexismo cotidiano: www.everydaysexism.com) ambas tareas marchan juntas. Más de 30.000 casos de sexismo (tocamientos en transporte público, alusiones sexuales indeseadas, comentarios sobre el cuerpo, miradas escrutadoras...) posteados por mujeres de todo el globo sirven de exorcismo personal y, también, de denuncia social. Muchas de ellas no tienen otra manera de rebelarse (ni de revelarlo) más que a través de la web: en el mundo *real* su queja no solo sería ignorada sino, probablemente, ridiculizada.

O'Hagan recuerda en su texto el libro *Feminine mystique,* un clásico en la literatura feminista anglosajona del que ahora se celebran los 50 años. Su autora, Betty Friedman, denunciaba el profundo malestar e infelicidad de esas mujeres de clase media y alta atrapadas en el rol de la perfecta madre, esposa y ama de casa que les tenía reservado la sexista sociedad de la época (años 60). Hace unas semanas, Friedman, con 82 años, escribía en *The New York Times* que aquel libro la ayudó a darse cuenta de que no era una *freak* por sentirse tan infeliz, tan mal.

Hoy, las mujeres aún tenemos miedo de que nos tachen de locas, de histéricas, si nos sentimos mal porque nos minusvaloran, nos desacreditan, nos avergüenzan o nos cosifican. Como escribe O'Hagan, el feminismo debe alentar esa rabia, que no es sino una fuerza transformadora. No reprimirla para que el mundo se sienta más cómodo. Para que todo continúe tal y como está.■

Arrastrándose, resistiéndose, las activistas de Femen son el **reverso furioso y esperanzador** del feminismo 'hipster', tan filtrado y tranquilo.

¡Dale la vuelta a tus platos!

El sabor **de siempre,** en un formato **más práctico** para tu mesa.

Unilever

LIGERESA

La vida no está hecha para contar calorías.

Únete al **www.clubligeresa.es**