



Charros contra *hipsters*

Por Edgar Krauss



Ilustraciones: Gustavo Contreras

UNO

Rodeado por fábricas a orillas del Río Este, en la esquina de River y Grand, se esconde en Brooklyn el Grand Ferry Park, que mide unos 300 metros cuadrados y era un muelle. En sus márgenes, los paseantes contemplan las siluetas puntiagudas de Manhattan mientras ensayan en sus libretas dibujos y versos. A la izquierda se encuentra el puente de Williamsburg y al sur el de Brooklyn, de mayor belleza y fábula. Este rincón de artistas nació cuando el empresario Richard M. Woodhull compró, en los primeros años del siglo XIX, un puñado de hectáreas y las nombró Williamsburg, por su amigo el coronel Jonathan Williams, sobrino de Benjamin Franklin. Woodhull estableció una línea de ferry para cruzar el río, un símbolo de prosperidad, y al poblado fueron llegando migrantes polacos, rusos, alemanes, italianos e irlandeses. Para 1870 su población ya censaba 31000 habitantes y se le declaró ciudad. Su auge derivó en su anexión a la vecina ciudad de Brooklyn,

que a su vez fue devorada, en 1898, por la aún más voraz Nueva York, bestia que gobierna la cadena alimenticia mundial. Comenzando el siglo XX llegaron los puertorriqueños, dominicanos y cubanos, enriqueciendo aún más la diversidad lingüística de sus calles. El músico y cineasta cubano Fabien Pisani (*Siete días en La Habana*) dice que Nueva York es la isla más nortea del Caribe.

Aquel viejo ferry terminó derrotado por los puentes y la empresa cerró en 1918, tras cien años de cruzar migrantes por aquel río. Su muelle fue abando-

nado a la corrosión y maleza hasta que en 1974 la ciudad lo remodeló y bautizó como Grand Ferry Park. Entretanto, el caserío que creció con el ferry se convirtió en un intrincado ecosistema de sinagogas, reguetón y empleados de la isla de la manzana. El actual epicentro de Williamsburg nace en el triángulo que conforman las avenidas Bedford, Graham y Grand. Allí, entre numerosas fruterías, cafés, bares, librerías con poesía en catorce lenguas y tiendas con toda suerte de trebejos, son comunes los dibujantes e improvisadas bandas que juegan con tonadas que no son *jazz*, *salsa* o *hip-hop*, pero coquetean con todos. En los bares se habla de literatura y cine mientras se bebe cerveza revuelta con jugo de frutas. Sobreviven del *free-lance* sin jubilación, celebran la música indie (independiente) y reciclan la ropa de sus abuelos. Desde hace siete décadas se autodenominan *hipsters*.

DOS

Jack Kerouac nunca se imaginó la tremenda influencia que ejercería su libro *On the road* sobre los jóvenes asfixiados por el conservadurismo del *american way of life*. Ser hipster en los años cuarenta y cincuenta era vestir desgarrado y practicar el erotismo sin documentos, al *beat* del *jazz*. El talante hipster se propagó rápidamente por San Francisco, Chicago y Nueva York, casi por las mismas carreteras de Neal Cassady. Los hipsters maridaron *jazz* y *blues* con contracultura, filosofías orientales y la persecución de libertad sexual. Los nuevos gurús sin turbante se llamaron William Burroughs, Aldous Huxley y Timothy Leary, a quien el *stalker* Richard Nixon denominó “el hombre más peligroso de América”.

La insurrección hipster no vino sola, otras rebeldías la acompañaron: los movimientos por los derechos civiles y las luchas feministas tomaron las calles. Las libertades individuales que hoy nos parecen normales fueron materializadas por aquellas mujeres insumisas, esos jipis, por los afroamericanos y latinos, así como por homosexuales; todos plantaron cara al sistema de discriminación legalizada. Las Panteras Negras y los jipis tuvieron un enemigo en común: el poderoso FBI, ese imperio policiaco que a Torquemada le hubiera encantado dirigir.

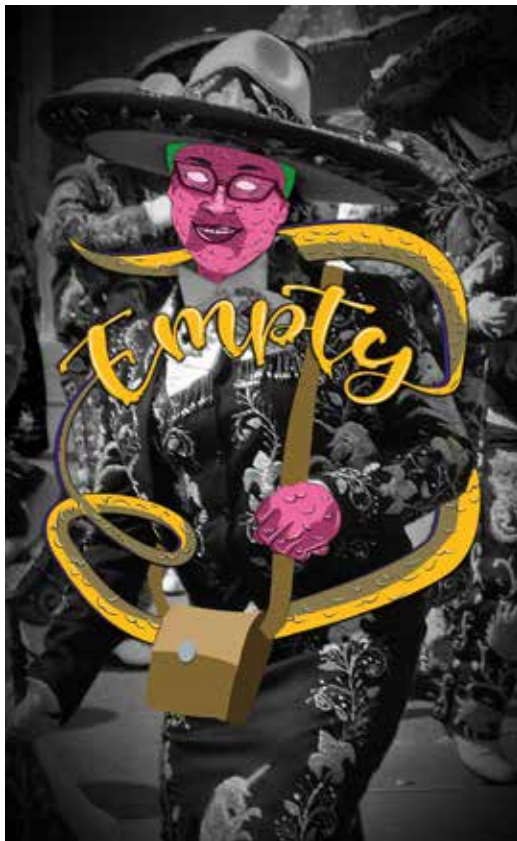
TRES

La extrema elasticidad del capitalismo incluye su capacidad camaleónica para devorar y regurgitar casi todo en la esfera del mercado, incluyendo los propios movimientos que lo quieren desbaratar, y ha logrado transfigurar en producto de consumo las ideologías, al pasteu-

rizarlas de su germen crítico y venderlas como *tendencias*. El mercado de las ideas es tan vertiginoso como un *mall* en fin de semana. Las modas *filosóficas* son parte ya del torbellino de las novedades de temporada, aunque compiten en clara desventaja frente a Eminem o Calle 13. Mario Vargas Llosa escribió en *La sociedad del espectáculo* que la desacralización mercantilista materializa el triunfo categórico de las efímeras representaciones del espectáculo sobre la escuela de la utopía.

Las doctrinas políticas y la contracultura son ya productos de mercado, por ejemplo, el movimiento *punk*, que surgió en los barrios marginales de Londres en los años setenta como rechazo al conservadurismo británico y dedicó violentas letras a la reina de Inglaterra. El grito *punk* escandalizó a *whigs* y *tories* hasta que los medios de comunicación descubrieron cómo hacer dinero con grupos como Sex Pistols y Los Ramones, los pelos erizados se expandían como llamarada en la pradera adolescente occidental. La cirugía consistió en extirpar a la música su contenido anarquista y ponerla en el mismo escaparate que Pokémon.

Ahora, de los *punks* sólo queda la vestimenta y, más dramático aún, ya son tema de museo: en 2013 se exhibió una exitosa muestra de “outfit punk” en el MET de Nueva York, en el pabellón contiguo a las momias faraónicas. Sid Vicious habría enfurecido, aunque Iggy Pop cabe perfecto en el salón egipcio. Los nuevos *punks* que gustan a las mayorías ya no convocan a la anarquía ni vomitan frente a palacios de gobierno. No es distinto lo que han hecho numerosas transnacionales que venden camisetas con la imagen del Che Guevara, Bob Marley y Nelson Mandela



como figuras *pop*. Esto mismo ha sucedido con los hipsters, que ahora son tendencia en las grandes ciudades del mundo. Ya hay revistas de moda que incluso ofrecen decálogos para ser un buen hipster en París o Tokio. En Berlín es muy hipster hacerse *selfies* en el memorial del Holocausto, injuriando a la memoria colectiva. En la mexicana, beber en *hookah*, con sombrero Fedora, camisa a cuadros y pantalón arremangado. Los mostachos a lo Dalí requieren aún más gel que Peña Nieto. Es una pena que estos manuales no den consejos para drogarse

se ni salgan en defensa de la poesía de callejón y el sexo de automóvil. Si los hipsters nacieron como contracultura en los suburbios neoyorkinos, los imitadores son su caricatura. A los nuevos hipsters les interesa más el sombrero que el contenido.

CUATRO

No es ningún secreto que en México la influencia cultural estadounidense es predominante en la música, el cine, los deportes o la ropa. Millones de mexicanos comprometen su quincena con los Óscar, Grammy, Globos de Oro, Supertazón y Serie Mundial. Es más fácil encontrar vida en otro planeta que alguien que desconozca a Madonna, Brad Pitt o las series de Netflix. Esta influencia alcanza a doctos y a iletrados, asalariados y empresarios. Con frecuencia los intelectuales saben más de Kim Kardashian que los taxistas. Así, los “hipsters” que deambulan por la Condesa o la Roma imitan modos de vestir, pero con ropa nueva de marcas conocidas, y no pertenecen a ningún movimiento insurrecto. Estos personajes poco tienen que ver con literatura, música o arte, mucho menos con cualquier rebelión. La paradoja es que en Estados Unidos los hipsters son intelectuales y en México los intelectuales son antihipsters. Estos iluminados por becas estatales no los aceptan y se amparan en los libros de Roberto Bolaño y Papasquiaro, al tiempo que lanzan impetuosas diatribas por una literatura *indie*, aunque terminan exaltando lo campirano. Lo notable es que muchos de esos críticos coinciden con los hipsters de Brooklyn, San Francisco o Montreal: huyen del *mainstream* ideológico. Pero es más fácil tener banderas que ideas; los lugares comunes son la sabiduría de los tontos. Lo que presenciamos, por tanto, es una comedia de charros contra hipsters, en donde los papeles están al revés. Juan Orol ya estaría filmando la película. 



Edgar Krauss es editor, escritor, traductor, historiador y librero. Autor de los libros de aforismos *La droga de los profetas* y *Clarividencia en ayunas* (Editorial Cuadrivio). Colaborador también del diario *Reforma* y de las revistas *Letras Libres*, *Casa del Tiempo* y *Libros de México*, entre otras. Actualmente se desempeña como Gerente Editorial de HarperCollins México.

