

GENERAZIONE Hipster 2.0

Il loro look bizzarro si impone da Londra a New York, da Berlino a Barcellona. In un libro, i nuovi protagonisti della scena giovanile e le loro radici

DI LEONARDO CLAUSI
FOTO DI VALERIO BERDINI



Ragazzi con barbe ottocentesche e curatissime. Fanciulle con acconciature meticolosamente stropicciate. Tutti sono diversamente abbigliati: un patchwork di colori ed epoche differenti. Accessori rigorosamente vintage. Prendere la metropolitana nella zona di Shoreditch, nella vecchia East End, ed entrare in uno dei vagoni dell'Overground, la ferrovia leggera costruita per meglio connettere la nuova zona olimpica al resto di Londra, significa trovarsi improvvisamente in mezzo al set di un servizio fotografico per "Vice Magazine",

rivista-breviario degli adepti di un fenomeno culturale insieme nuovo e antico.

A mano a mano che il viaggio procede verso Ovest, la loro presenza comincia a rarefarsi, fino a scomparire quasi del tutto. Gli hipster, questo il loro nome, sciamano infatti operosi soprattutto nella parte est della città, corrispondente grosso modo al vasto "borough" di Hackney (di cui fanno parte, oltre a Shoreditch, Dalston, Hackney Wick e, ormai da qualche anno, anche quello a sud di Peckham, solo recentemente divenuta sede di una folta comunità di artisti). Vent'anni fa, Shoreditch era un posto putrescente dove la working class bianca si prendeva a bicchierate nei pub

ogni due per tre. Oggi è pieno di loft e caffè biologici subentrati alle case, occupate o meno, dove negli anni Settanta si erano trasferiti artisti in erba: come Gilbert & George a Brick Lane, quando l'unica attività sociale della zona erano i raid degli skinhead a caccia d'immigrati asiatici.

Un fenomeno come questo, di cambiamento di un'area socioculturale, detto di gentrification, non è naturalmente limitato a Londra, anche se qui ha raggiunto livelli parossistici, incoraggiati dal sindaco Boris Johnson. La globalizzazione culturale delle aree metropolitane terziarizzate del pianeta ci tutela dal rischio di imbatterci in qual-



SOPRA, RADUNO NELLA ZONA EST DI LONDRA. A SINISTRA, DETTAGLIO DEL TIPICO ABBIGLIAMENTO HIPSTER

cosa di particolare, che sia anche esclusiva di quel luogo. Ed essendo la capitale britannica trampolino d'irradiazione del capitale culturale statunitense in Europa, va da sé che la stessa popolazione di baffi, mocassini, dolcevita beige, occhiali esistenzialisti, borse da corrieri ecc., sia più o meno la stessa in quartieri come Brooklyn a New York e Mission a S. Francisco, o in quelli di Parigi, Berlino, Milano, Bologna, Barcellona.

Se questa cultura ha preso largamente piede anche in Italia, è soprattutto perché il gap che fino almeno agli anni Ottanta ci condannava a scoprire con svariati anni di ritardo mode e tendenze anglosassoni è andato riducendosi fino a scomparire quasi del tutto, grazie a una socialità digitalizzata (soprattutto Twitter) appannaggio degli stessi giovani consumatori abbienti che fanno da bacino di riferimento agli hipster

contemporanei. Schizzati fuori da un'incubatrice culturale nella quale sono rimasti per poco tempo, gli hipster sono ormai, come le mille subculture che li hanno preceduti, oggetto plateale di sentimenti che vanno dalla curiosità allo scetticismo, dal sarcasmo all'aperto disprezzo, non tanto da parte degli adulti, ma dai loro stessi coetanei, che utilizzano l'epiteto in chiave apertamente denigratoria. ▶

“Hipster,” a Londra come a Portland, a Milano come a New York, ormai identifica un venti-trentenne estetizzante, dalla sessualità esteriormente incerta, al quale si rimprovera più o meno consapevolmente il lusso di poter buttare via il proprio tempo alla ricerca di un’autenticità che crede esistere solo in oggetti fatti e pensati nel passato.

La cifra principale del suo look non è lo sfarzo, ma lo sforzo: quello di spingere il proprio aspetto sempre più sul crinale dell’inattualità, nella febbrile ricerca di una combinazione di stili accattivante perché caotica. Ma soprattutto, è nella ricerca di quella chimera divenuta obbligatoria da quando è andato imponendosi il totalitarismo soft della società di massa: l’anticonformismo dei consumi culturali della classe media, analizzato da Pierre Bourdieu.

Si dirà, niente di nuovo sotto il sole: distinguersi dagli altri attraverso le proprie scelte estetiche è un’esigenza sociale che, nelle classi dominanti, ha cominciato a manifestarsi sin dall’alba della civiltà materiale e che trova nella

figura ottocentesca - smaccatamente elitaria - del dandy e addirittura già nel rinascimento (la “sprezzatura” di Baldassarre Castiglione) le proprie prime codificazioni.

Ma in questo caso c’è di più. Alla base della “crisi hipsterica” di oggi sembra esserci la ricerca frenetica di una via per sfuggire all’appiattimento felice del capitalismo contemporaneo e alla conseguente sua depoliticizzazione. Non fu sempre così. E “hipster” non è un termine che sbuchi dal nulla. Viene coniato negli anni Trenta negli Usa per descrivere gli appassionati bianchi del be-bop, il jazz più ricercato dei Parker, Monk, Gillespie. A mettere il fenomeno nella giusta prospettiva storica provvede ora un agile e-book di Tiziano Bonini (Hipster, Edizioni Doppiozero), che si presta non solo come hipster-detector - buono per l’osservazione ravvicinata dell’esemplare nella giungla d’asfalto - ma funge anche da ottimo prontuario per chi effettivamente voglia capirne la complessità.

Attraverso un’intelligente lettura di testi, da Norman Mailer a Mark Greif,

I loro antenati americani sono i neri ribelli degli anni Quaranta. Ma oggi la rivolta estetica fatica a trovare un legame con proteste sociali

da Ted Polhemus a Dick Hebdige, l’autore descrive la dialettica culturale tra oppressori bianchi e oppressi neri d’America e soprattutto l’atteggiamento di questi ultimi. Per i neri americani, l’affermazione sociale poteva prendere la forma del disprezzo della rispettabilità borghese bianca attraverso la costruzione di un universo estetico e culturale autonomo, tipico dell’hipster. Oppure, all’opposto, del cosiddetto passing, ovvero l’appropriare occasionalmente del tono chiaro della propria pelle per vivere una legittima vita da bianchi, come fece il critico letterario Anatole Broyard cui Bonini dedica un’interessante digressione (viene in mente il vate del romanticismo russo Puskin, il cui bisnonno materno era uno schiavo africano).

Si tratta di un capitolo importante dell’eterno sfruttamento della cultura nera da parte della controcultura prima, e della cultura dominante bianca poi. I primi hipster americani erano ovviamente neri e sconvolgevano l’abbigliamento elegante bianco in una pratica che sembra anticipare di svariati decenni il détournement dei situazionisti. La loro diversità ostentata non simboleggiava un banale anticonformismo fine a se stesso, ma il lucido e ostentato rifiuto di un’assimilazione peraltro non offerta, retaggio della segregazione su cui era strutturata la società americana. L’hipsterismo black si affiancava alla spregiudicatezza sessuale implicita nel jazz, terrore dei benpensanti razzisti, ma incantesimo per i giovani bianchi bohémien.

Questi ultimi si appropriarono degli stilemi della ribellione afroamericana per diventare quello che Mailer definì i bianchi neri (white negroes), che con i neri condividevano l’emarginazione e l’impossibilità di assimilazione (si pensi alla fine di “Easy Rider”). Allo stesso tempo, arrivava lo sdoganamento del

Prima regola, stupire e divertirsi

Pantaloni a righe, bluse morbide, occhiali da sole psichedelici (meglio se a forma di cuore), hijab sbarazzini, borsette in tinta. Questo è l’armamentario Mipsterz acronimo di muslim hipsters. La regola è quella di sempre: stupire e nel frattempo anche divertirsi. Da Roma a Beirut, da Minneapolis al centro della Big Apple le ragazze musulmane non ci stanno più ad essere viste come povere sottomesse senza scampo. Sono belle e lo sanno. Ed ecco che il velo tanto bistrattato diventa per loro absolutely glamour. Questo pezzo di stoffa si trasforma nelle mani della mipster, ed ecco che viene arrotolato come se fosse un kebab o innalzato al cielo come la corona della regina di Saba. Anche i maschietti mipster non scherzano. Dal loro armadio spuntano fuori camice hawaiane, giacche alla coreana, pantaloni stile rapper. La barba non è mai incolta, ogni pelo viene analizzato al microscopio, ogni dettaglio curato fino allo sfinimento. Il fenomeno è diffuso in tutto il Medio Oriente e in Europa. Ma è nella patria di Obama che i mipsterz sono usciti allo scoperto. Il video “Somewhere in America” diretto da Abbas Rattani e Habib Yazdi su una canzone di Jay-Z ha fatto furore nel web. Nel video ragazze mipsterz velomunite si arrampicano su muretti improbabili e scivolano come le ballerine del Bol’šoj su skateboard. Siti internet e gruppi Facebook stanno creando una community trasversale che cerca un proprio modo di essere musulmano del XXI secolo, bei vestiti certo, ma anche una certa vicinanza ai mistici sufi come Rumi. In Russia sono i Stilyagi invece a tenere banco. Tutto il loro guardaroba è un omaggio all’America degli anni ‘50. I Stilyagi sono coloratissimi e stravaganti come pochi. Nati per contrastare la morale sovietica, oggi si trovano nella paradossale situazione di essere sia consumatori folli, ma anche aspri critici del sistema capitalistico. Sugli stilyagi è stato realizzato un musical, diretto da Valery Todorovsky, che si è guadagnato l’amore incondizionato di critica e pubblico. Il film è sbarcato di recente in Usa con il titolo (indovinate un po’?) di “Hipster”.

Igiaba Scego



UN NEGOZIO DI OGGETTI USATI
ANCORA NELL'EAST LONDON

capacità e del rifiuto dell'assimilazione, l'hipster vive il suo secondo avvento negli anni zero. Solo che ora è un ribelle dimezzato: pur con nuove istanze ambientaliste (ecologia, vegetarianesimo), ma privo di un'identità che non sia solo la negazione di tutte le altre, postpoliticizzato eppure ancora combattuto tra forte individualismo, rimpianti sovversivi e sensi di colpa per il proprio privilegio (perché contrariamente ai punk, skin e mod di fine XX secolo, che erano anche frutto della decadenza socioeconomica, gli hipster del XXI lo sono dell'aumento del tenore di vita medio occidentale), l'hipster 2.0 passa con disinvoltura, appunto, da uno stile all'altro. Appartiene solo alla sua non appartenenza.

Eppure, in questo scorcio di ventunesimo secolo, i momenti di rivolta non sono mancati e non mancheranno. A Seattle, a Genova, a Occupy Wall Street, ci saranno stati senz'altro degli hipster, in potenza o in atto. La storia delle subculture ci mostra che c'è un nesso tra l'urgenza di sovversione

blues e del soul nel rock, com'era già successo per il jazz e sarebbe successo poi per l'hip-hop: musica nera spesso deliberatamente sbiadita per poter essere meglio venduta ai bianchi: da Ella Fitzgerald e Billie Holiday ad Amy Winhouse, insomma.

Da qui parte un fiume che, attraverso la beat generation, si divide nei mille rivoli di altrettante subculture, a cui la Gran Bretagna darà il suo cospicuo contributo dagli anni Settanta in poi: hippies, surfers, rockers, bikers,

mods, teddy boys, punks, rastafarians, skinheads, ravers. Nel frattempo, l'evolversi di queste tendenze viene sempre più cannibalizzato dai brand commerciali. Fenomeno ciclico la cui meticolosa descrizione - e spesso lagnosa quanto sospetta deprecazione - diventa il principale leitmotiv di ogni critica della cultura contemporanea, sia di destra che di sinistra.

E così, dopo essere risorta dalle ceneri di Kurt Cobain, ultima icona ribelle a vivere sulla sua pelle il dramma dell'in-

soziale e l'innovazione stilistica. Oggi è proprio l'apparente mancanza della prima a banalizzare la seconda. Il saggio di Bonini si chiude con l'esortazione a non disprezzare il povero hipster, perché si annida in ciascuno di noi e dunque "ci fa sentire nella media". Nonostante tutto, dalla contro-cultura non siamo passati ancora alla "procultura." I ribelli o hanno una causa, o non ce l'hanno. Forse gli hipster risultano un po' fastidiosi proprio quando credono di non averla. ■