

# ‘Normcore’, la tendència que pretenia esborrar els ‘hipsters’ del mapa

El moviment que va sorgir com una actitud contra l’elitisme i exclusivitat que professa la cultura ‘hipster’, perd força i influència per les contradiccions que presenta.

Reportatge de Nil Cañellas

Que la cultura *hipster* s’ha instal·lat en les principals capitals del món, és una evidència. Hamburgueseries, restaurants i bars de *sushi*; supermercats amb productes exclusivament biològics –tres vegades més cars, ja sigui dit, que els que no ho són–, tendes de roba de segona mà –*vintage* o retro, que no vella–; coexistència massiva de camises de quadres amb ulleres de pasta –graduades o no– i pèrdua de l’ús dels mitjons, són només alguns dels exemples d’una subcultura urbana explotada des de fa més de sis anys. Ara, però, el hipsterisme sembla que palesa un desgast provocat des del centre del moviment mateix, en favor d’un altre que a què la massa fa costat, és a dir, tot allò *mainstream* que els *indies* tant rebutgen. De la mateixa manera que els *hipsters* pertanyen –tot i les seves reticències a acceptar que conformen una massa– a un moviment que es va iniciar entre els anys 80 i 90, però que va ressorgir al voltant de l’any 2010, hi ha una altra tendència que sembla que busca tot el contrari i que va néixer amb una voluntat d’ésser filosofia de vi-

da. Es tracta del *normcore*, però la seva voluntat de no ser moviment el contradiu.

El concepte va ser definit per primera vegada per K-Hole, un col·lectiu dedicat a la predicció de tendències, i la revista *New York Magazine* va publicar-ne el primer article sobre el tema, que ràpidament es va convertir en viral. Arran d’una acceptació del moviment *hipster*, que en molt pocs casos es va posar en dubte, la tendència definida com *normcore*, que pretenia abraçar aspectes més amplis, semblava que podia parar-li els peus. Res més lluny de la realitat.

En un article de Xavier Aliaga publicat a EL TEMPS, “Desmantant la cultura ‘hipster’”, el periodista desmembra aquesta subcultura contemporània i en defineix els trets característics. És, doncs, un moviment elitista i classista en gran mesura, que menysprea l’intel·lecte de la massa i els gustos que se’n desprenen, però que alhora consumeix de manera massiva. Això sí, el que consumeix són productes aïllats del *mainstream*, dels grans circuits culturals, de les grans marques i que creuen que els configu-



ra una estètica única, personal, diferent de la massa, original, però especialment estudiada. El *hipster* té uns trets físicament superficials, tals com l’ús d’ulleres de pasta, llargues cabelleres en les noies i barbes en els nois, camises de quadres i uns gustos culturals suposadament superiors als consumits per la massa. Alhora, busquen una voluntat d’elevat la individualitat per sobre de la resta establint-se ells mateixos com a referent estètic, musical i cultural. El problema rau en aquest desig de despuntar i ésser referent. És a dir, aquestes peculiaritats que estan tan definides i que els *hipsters* adopten al peu de la lletra, els converteixen en una massa visiblement identificable, que és justament allò de què fugen.



Les marques de l'estil *normcore*: Carrefour, Eroski o Lidl en són un exemple.

Per la seva banda, el *normcore* neix amb una voluntat completament diferent. Partint de la premissa en què avui dia tots els humans neixen individualitzats i han de trobar la seva comunitat, el moviment dóna importància a aquesta capacitat d'adaptació, en lloc de l'ostentació de la individualitat que tant adoren els *hipsters*. Es tracta d'utilitzar la llibertat personal de cadascú per trobar un grup d'individus amb els quals poder viure en comunitat. El *normcore* no fuig del *mainstream*, simplement l'abandona. No creu en l'exclusivitat que tan fidelitza els *hipsters*, i identifiquen la llibertat de cada individu amb el fet de no ser especials. Per als seguidors, el consum és temporal, de manera que fer una

elecció diferent d'una altra anterior no et converteix en hipòcrita, sinó en complex. Per tant, rebutgen la crítica a l'elecció individual de cada individu, com sí que fan els *hipsters* quan l'elecció no escau al que pretén el moviment.

Alhora, revistes com *Vogue* –la Bíblia del món de la moda– van establir ràpidament el *normcore* com el contrapunt als *hipsters* i, com a tal, en van definir les característiques d'estil. L'explicació d'aquest estil bé pot ser contradictòria, ja que en el moment en què el *normcore* rebutja un codi comú per als individus, no es pot definir específicament. Amb tot, els trets bàsics són vestir amb roba de marques blanques –és a dir, adquirida en els supermercats de grans su-

perfícies– o amb roba de segona mà vella –que no *vintage*–, una exaltació dels gustos individuals per ells sols –lluny de centrar l'atenció en si són *mainstream* o no– i la idea que el consum mai no serà una oportunitat per a l'autorealització. És a dir, deixar de donar importància a l'aspecte físic però amb un estil perfectament estudiat per denotar aquest fet. És a dir, característiques que defineixen un moviment que no vol ser tendència.

Un consum amb el qual sí que combreguen els *hipsters*. Entre ells hi ha una predilecció pels grups musicals anglosaxons –Bon Iver, Kasabian–, els nacionals però de parla anglesa –Russian Red– i el ressorgiment de grups com Nirvana –segur que el darrer documental sobre el seu líder, Kurt Cobain: *Montage of Heck*, està centrant múltiples converses en el món *hipster*–. En literatura qui triomfa és Jack Kerouac, Charles Bukowski o Haruki Murakami; mentre que en el món del cinema són les cintes d'autor les més ben vistes, simultàniament amb una veneració per directors com Michael Haneke –*La cinta blanca*, *Amor*– o Wes Anderson –*Moonrise Kingdom*, *El gran hotel Budapest*–. Com explica Aliaga, el món *hipster* és una subcultura nascuda a la Gran Bretanya dels anys 80, com a actitud combativa contra les grans discogràfiques i els seus productes dirigits a grans públics –la massa–, però que amb el temps es va convertir en un “monstre mercantilitzat”. Un subcultura que, ara com ara i gràcies a les revistes musicals i de moda, s'ha simplificat en una estètica i gustos determinats –musicals i culturals– aliens a la realitat de crisi econòmica, ideològica i de valors que pateixen moltes societats.

En un inici semblava que el *normcore* es menjaria d'arrel la cultura *hipster*, gràcies a un apropament a aquesta realitat social. Finalment, però, el *normcore* ha estat una tendència que ha mort amb el seu propi naixement; una subcultura que no vol ser tendència, no es pot imposar a una altra que es mostra orgullosa del que és i planta cara. ●