

Starbucks, desde Manhattan a Barcelona

La cadena multinacional de cafeterías Starbuck's –que acaba de abrir en París y está en fase de crecimiento en muchas otras ciudades europeas, entre ellas Barcelona- es como la película Rashomon de Kurosawa, una cosa distinta según quien lo mire.

ANDY ROBINSON - 19/01/2004 - 07.45 horas

Para la gran masa de estadounidenses de la América interior, Starbucks es territorio progre, frecuentado por las clases "latte" profesionales que piden cafés con nombres más italianos que el mismo italiano, charlan con pasión, y bucean por Internet con su portátil Wi Fi. A diferencia del diner "bluecollar" de toda la vida con sus gofres de ataque cardíaco y café aguado, ese sabor a quemado del café "comercio justo" de Starbucks es el "progreso".

Las alianzas empresariales del presidnete de Starbucks Howard Schultz ayudan a crear esa impresión. En las cadenas de mega librerías Barnes & Noble suele haber un Starbucks donde uno puede llevar "Huis clos" de Sartre y leer un poquito, lo suficiente, con un "machiato". Starbucks es socio también del festival de cine independiente de Sundance, la alternativa "hip" y underground de la horterada de los oscar.

Pero en muchos segmentos de la sociedad urbana y disidente de Estados Unidos Starbucks es la manifestación más siniestra del capitalismo de "mall" y de salario mínimo, que arrolla los bares y cafeterías independientes y arrasa la cultura del barrio. Esto ya ha pasado en barrios "auténticos" de Nueva York como Astor Place, dice Bill Talen alias el Reverendo Billy, un artista de performance y activista, y el peor enemigo de Starbucks en el hemisferio occidental. El reverendo Billy y su coro del stop shopping, que realizan actuaciones "performance" de protesta en las cafeterías de Starbucks, estarán pronto en Barcelona.

Lo peor de Starbucks para el Reverendo es que pretende ser lo que no es: "Es inconsciente de la contradicción entre su anodina estética corporativa y la historia glamorosa de la vida de "café parisino" que usurpa ahora hasta en París, dice. "Cuando un representante de Starbucks llega al barrio abre las orejas buscando el sonido de risas. "¿Dónde hay gente contando anécdotas... dónde se cuentan chistes por esta zona?", dice el buscador de neuvois mercados de Starbucks", según se imagina Talen en su nuevo libro "What should I do if the reverend Billy enters in my store (New Press 2003). (El título es de un comunicado circulado por la dirección de Starbucks.) "Luego van al dueño del diner -cafetería tradicional- o la tienda de donde salen estos sonidos y si no pueden ya hacerse con el lease, ocupan el local de al lado", dice. "Absorberán las pérdidas mientras haga falta... sólo hace falta restarles el 5% de sus clientes, los menos dedicados, los turistas...". Estos "cafés ataque" suelen funcionar porque los bares o los "diners" -cafeterías antiguas- independientes no tiene márgenes de beneficios muy grandes" dice, y son vulnerables.

Quizás en el interior suburbano de EE.UU. Starbucks hace un servicio publico, exporta una cultura de cafetería que falte en los strip malls de Burger King y Taco Bell. Pero fíjate en el extraño proceso posmoderno en el cual Starbucks y otras cadenas de cafeterías franquicia –café di Roma, Café y te- ya llegan a Nueva York, Barcelona, Madrid, París, Viena y pronto Milán vendiendo el "concepto" de la cafetería "europeo" mientras desplaza a las cafeterías europeas de verdad. Por supuesto, la raíz de la sustitución de la cafetería auténtica por la copia corporativa no es una demanda por parte de la ciudadanía deseosa de tomar su capuchino de un vaso de plástico sino una función de la inflación inmobiliaria en las grandes ciudades. El socio de Starbucks en España Vips ya ocupa el local del viejo Café Lion en la calle Alcalá de Madrid.

Talen -que visitará Barcelona en abril- responde con sus "misas" espontáneos de protesta contra el avance implacable de los Starbucks. En su libro describe un "performance" en el cual irrumpe con su coro del stop shopping -ellos cantan sobre la sirena sin pezones que es el logo de la cadena- en un Starbucks de Astor Place. El reverendo -con el alzacuellos de su alter ego puesto- suelta su sermón: "Estáis en el infierno definido como estar aquí sentado con drogas menores y rodeados de papel de pared falsamente avant garde. ¿Mira estas paredes, estos tonos "tierra" tan imposiblemente "hip". ¿Se trata de Jean Michael Basquiat? Pues no, no exactamente... pero él sí vivía en este barrio... y este interior "collage" ¿no recuerda a Robert Rauschenberg? Pero no... esto es "casi" Rauschenberg pero no exactamente... Él también vivía aquí en este barrio... pero en este sitio ya no estamos en el barrio porque estamos en Starbucks o sea estamos en NINGUNA

<http://pub177.ezboard.com/fcinexiliofrm5.showMessage?topicID=992.topic>