

NOVOCAÍNA PARA EL ALMA

¿Cómo traducir la angustia adolescente en un universo *naïf* y colorista? La respuesta, en el nuevo libro retrospectivo sobre Mike Mills, cineasta y artista seminal sin el que no se puede entender el ascenso de la cultura *skate* en Los Ángeles y el declive del *underground* neoyorquino.

TEXTO: BORJA BAS

CUANDO Mike Mills (Berkeley, California, 1966) se portaba bien de crío, su premio era una visita a Disneylandia. Un mundo artificial de evasión para niños y adultos donde abrazó sus primeros iconos estéticos. Aún hoy vive fascinado por el influjo de esta fábrica de sueños, aunque su perspectiva es bien diferente: “Es uno de mis imperios del mal favoritos. No hay nada más poderoso en el mundo, su estética es más fuerte que cualquier gobierno. Cuando se habla de la *americanización* o el exceso de influencia de EE UU se suele citar a Hollywood, pero yo creo que Disney es mucho más potente, más sospechosa”. Así es como personajes como Winnie The Pooh —“es como el medicamento que todos los niños del planeta toman sin rechistar”— o el propio Walt Disney —“un maniaco depresivo”— se han convertido en protagonistas recurrentes de las creaciones de Mills.

Su obra hoy se ve recopilada en el libro *Graphics/Films*, que recoge trabajos esenciales de sus últimos 15 años. “No es que piense que ha llegado el momento para una retrospectiva, pero a uno no le ofrecen publicar un libro todos los días”, se ríe. Aunque para buena parte de sus seguidores sí tiene sentido esta edición. El volumen revela todas sus facetas: sus diseños de portadas de discos y pósters para artistas musicales (de Beastie Boys a Beck), sus colaboraciones con marcas de *skate* (Subliminal o Supreme) y de moda (Marc Jacobs o X-Girl), exposiciones (en Alleged Gallery, Colette o el Mu Museum), *videoclips* (Pulp, Air, Yoko Ono, Zoot Woman o Blonde Redhead), cortos, documentales, piezas audiovisuales y proyectos multimedia en defensa del medio ambiente o la fauna local. Todos ellos tienen como denominador común un gusto por la simplicidad formal y las reminiscencias de los años infantiles, “cuando se levantan los pilares emocionales de nuestra casa”, en palabras del artista.

Mills realizó en 2007 un documental, *Does your soul have a cold?*, que refleja la tipificación y tratamiento de la depresión en Japón (donde no estaba reconocida como enfermedad hasta el año 2000). Pero antes se hizo notorio ante el mundo con el estreno de su primer largometraje, *Thumbsucker* (2005), un tratado esteticista sobre las inseguridades adolescentes que bien podría servir como reflejo de su propia experiencia vital. “Creo en la psicoterapia [risas], y también en contar lo que uno conoce de cerca. La adolescencia es un periodo en el que aprendemos a disimular, a ser menos vulnerables. Pero tus traumas de los 8, los 14 o los 17 años te acompañan toda tu vida”. En su caso, conserva al niño que creció en la segura, apacible y aburguesa-

da Santa Bárbara y que un día descubrió un mundo más allá del jardín de su casa, donde sonaba punk y los chavales perdían el miedo a estamparse contra la vida subidos a un monopatín.

EP3. ¿Recuerdas tu primer contacto con la escena *skate* de Los Ángeles?

Mike Mills. Tenía 13 o 14 años. Era el final de los setenta, un momento increíble, cuando aún era una ciudad donde la vida era dura y el conflicto de clases estaba mucho más presente. Descubrí a grupos como Black Flag, The Circle Jerks, Sex Pistols o The Clash, y conocí a chicos que venían de entornos más conflictivos y eran mucho menos conformistas que yo. Y mucho más estilosos. Aún recuerdo a algunos supercarismáticos.

EP3. Estudiaste arte en Nueva York. ¿Cambiaron entonces tus referentes?

M. M. Estudié en una escuela del Lower East Side [la prestigiosa Cooper Union], antes de que [el ex alcalde] Giuliani limpiara la ciudad, cuando la zona empezaba a encarecerse por el trasiego de artistas y algunos de sus epicentros artísticos estaban en su momento culmen, como la galería Mary Boone, en el Soho. Muchos de

“Imagina a un chaval de 19 años que entra a la escuela de arte y lo primero que aprende es que el arte apesta, que es un animal domesticado”

mis amigos trabajaban como asistentes de David Salle o rompiendo platos para Julian Schnabel [con los que luego él componía sus célebres cuadros]. Ahí fue cuando aprendí que todo en el arte giraba en torno al dinero. Era asqueroso.

EP3. ¿Se convirtió el arte callejero en la única salida?

M. M. Imagínate, un chaval de apenas 19 años que va a la escuela de arte y lo primero que aprende es que apesta, que el arte es un animal domesticado. Así que mis amigos y yo empezamos a trabajar de la manera más barata y pública posible. Igual que los *skaters* convertían su manera de vestir en toda una declaración de principios, para mí lo que tenía sentido era que el arte invadiera la esfera pública.

EP3. ¿Cuándo pasaste de luchar contra el sistema para integrarte en él como diseñador gráfico?

M. M. Cuando mis padres me dijeron: “Haz el favor de buscarte un trabajo” [risas]. Su infancia había transcurrido durante la Gran Depresión e insistían mucho en la

idea de salir adelante. Así que me propuse encajar en el mundo normal. Pero fue imposible. Vivía rodeado de gente cuya vida iba en una dirección diametralmente opuesta. A los 28 años ya colaboraba asiduamente con discográficas, pero seguía sin tener un ordenador en casa y la máquina Xerox más cercana me quedaba a 15 minutos de casa en monopatín. Mi vida era cualquier cosa menos normal.

EP3. ¿Pensabas ya en ser cineasta?

M. M. El cine parecía la mejor fórmula para desarrollar ideas en un formato lo más público posible. Yo no había estudiado cine, así que tuve que aprenderlo todo por mi cuenta. Empecé con esas bandas a las que hacía pósters o carátulas. Les insistía: “Te hago un video gratis”, hasta que algunas me dijeron que sí.

EP3. Internet ofrece aún más posibilidades que el cine. ¿Se ha convertido en el mejor territorio para cometer actos subversivos?

M. M. Yo diría que lo auténticamente revolucionario de la Red es que, si quiero, mi *web* puede ser más grande que la de IBM. Pero, como cualquier otro medio, lo controla quien lo posee; no creo que esencialmente genere una mayor libertad.

EP3. Obama se ha convertido en todo un icono, también para el arte. ¿Estamos ante el primer presidente pop?

M. M. Para mí lo auténticamente pop de Obama ha sido su omnipresencia *online*. Antes y después de cada debate, enviaba a la gente que apoyaba su campaña un *e-mail* personalizado. Y aun en plena fase de transición, su gabinete se ponía en contacto contigo para contarte en qué estaban trabajando y proponerte colaborar con ellos.

EP3. Una última pregunta: ¿cuántas veces te han confundido con Mike Mills, el componente del grupo R.E.M.?

M. M. No tantas. Pero las suficientes. Siempre hay algún gracioso que nos presenta cuando coincidimos en una fiesta. A finales de los ochenta estaba de paso por Athens, donde se formó el grupo, y quisieron retirarme la tarjeta de crédito en una tienda pensando que se la había robado. Tuve que decir: “No, no, ¡hay otro Mike Mills en el mundo!”. ■

El libro *Mike Mills Graphics/Films* está editado por Damiani. www.damianieditore.com



UN 'HERMOSO PERDEDOR'

A principios de los noventa, Mike Mills vivía a la vuelta de la esquina de la galería Alleged, regentada por Aaron Rose, que pronto se convirtió en uno de los epicentros de la cultura urbana en el *downtown* neoyorquino y sirvió de cuna a nombres hoy tan reconocidos como Harmony Korine, Terry Richardson o Ed Templeton. Los artistas adscritos a este espacio, hoy extinto, fueron bautizados como *Beautiful losers*, un movimiento recientemente retratado por el propio Aaron Rose en un documental y una exposición itinerante. “La zona era un hervidero de creadores y grupos musicales”, cuenta Mills. “Yo recuerdo en mi primera exposición a Money Mark, que compró algunas piezas; los Beastie Boys, Jon Spencer, Kim Gordon y Thurston Moore [de Sonic Youth], Sean Lennon o Roman Coppola [junto a quien Mills fundaría la productora The Directors Bureau]. Con todos ellos he acabado colaborando de alguna forma. No tenías que salir a buscar gente afin, bastaba un paseo por el barrio para encontrarla. Casi inconscientemente, formamos una comunidad muy activa... Porque es mucho más fácil atreverse a romper las reglas si hay alguien más rompiéndolas contigo”.