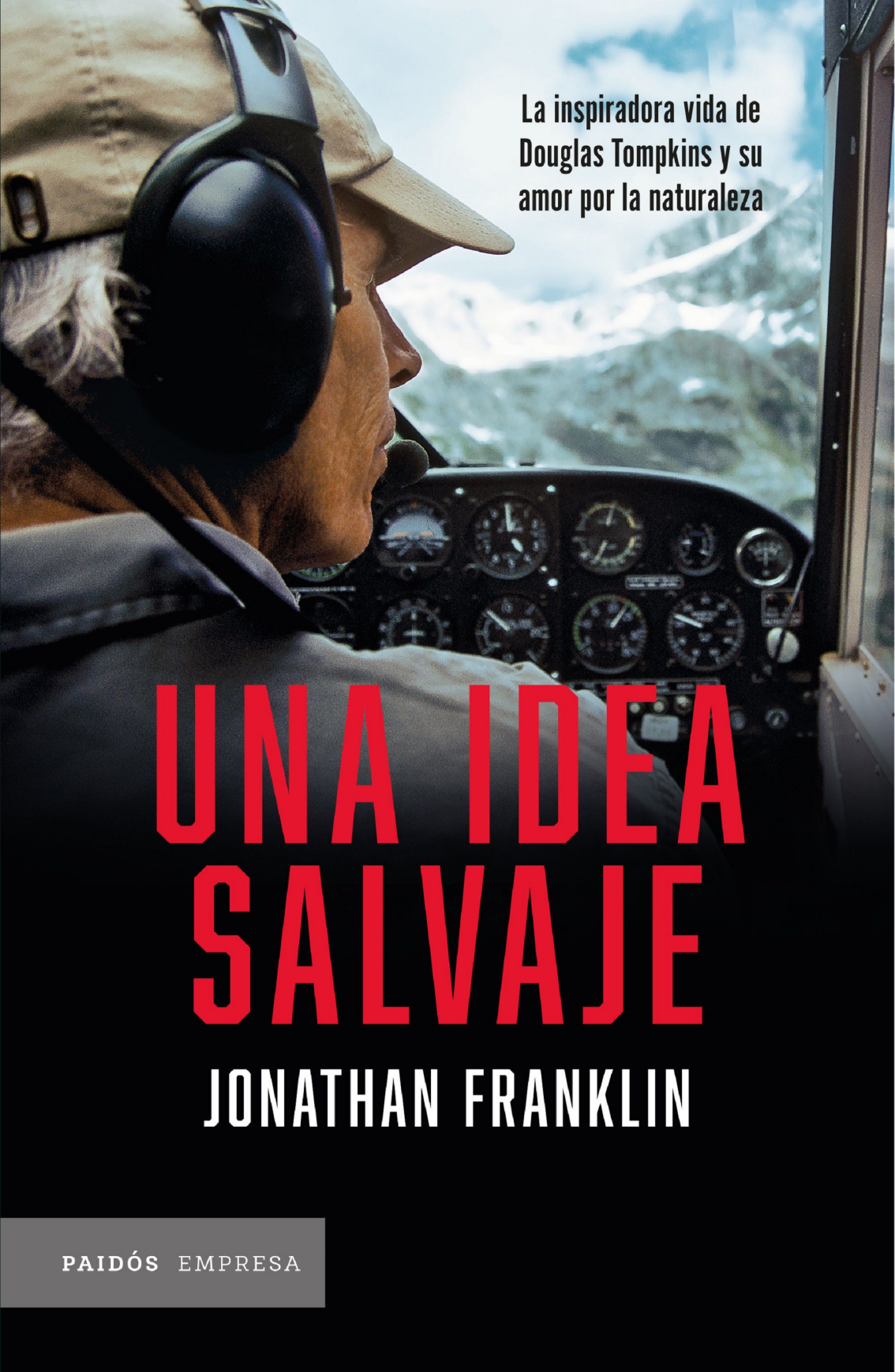


A close-up, profile view of a man wearing a tan flight cap and large black headphones. He is looking out of a cockpit window at a vast, snow-covered mountain range under a blue sky with light clouds. The cockpit's instrument panel, featuring several analog gauges, is visible in the foreground.

La inspiradora vida de
Douglas Tompkins y su
amor por la naturaleza

UNA IDEA SALVAJE

JONATHAN FRANKLIN

PAIDÓS EMPRESA

UNA IDEA SALVAJE

JONATHAN FRANKLIN

PAIDÓS EMPRESA

La Revolución mochilera

Doug es el tipo de persona que uno podría arrojar desnudo con solo una rama en el desierto y, en un par de semanas, tendría un imperio propio. Creo que es el ser humano con mayor astucia que he conocido en mi vida. Sea donde sea que aterrizara, cualquiera fuera la situación en que se hallara, era capaz de encontrar la forma correcta de actuar más rápido que cualquiera. Y aunque no siempre lo hacía siguiendo las reglas, ni dentro de lo legal, sí que lo lograba.

—DICK DORWORTH, esquiador más rápido del mundo en los sesenta

Doug Tompkins solía pasearse de un lado a otro, subiendo y bajando por las calles de San Francisco, vendiéndole esquís a *beatniks* y marineros magullados. De pies rápidos y respuestas veloces, el joven de veintidós años dominaba como nadie el tejemaneje de vendedor ambulante experimentado. Ese carismático desertor del colegio acosaba a los transeúntes, instándolos a entrar en su ecléctico negocio, que incluía desde herramientas de escalada hechas a mano hasta suéteres de pesca traídos de Escocia que prometían ser resistentes contra el viento más salvaje. Como un campeón de esgrima, Tompkins esquivaba y abordaba como nadie a los peatones desde su tienda. Su misión era una sola: vender, vender y vender. “¿Necesita un saco de dormir? ¿Pantalones de lana? ¿Un piolet de montaña?”, graznaba a los turistas que paseaban sin prisa frente a su pintoresco escaparate en North Beach.

Era 1965. La tienda había abierto apenas hacía un año y el dinero era escaso en el pequeño emprendimiento. El presupuesto completo de \$5.000 dólares con el que Doug contaba se había acabado —invertido en una renovación completa de la tienda y una pequeña pila de equipos—. Los salarios se redujeron convenciendo a unos cuantos compañeros de escaladas para que lo ayudaran con el ajetreo propio de la venta callejera. A cambio, y a modo de compensación, les ofrecía asientos en primera fila en la escena callejera más movida de San Francisco, además, por supuesto, de cerveza gratis.

Doug Tompkins disfrutaba mucho también vistiendo en su propio y particular estilo. Casi como un artista circense, solía cambiar de disfraces frecuentemente; ya fuera llevando su sombrero de copa negro o su chaqueta felpuda que le llegaba a los tobillos, siempre conseguía verse elegante y audaz a la vez. Lo mismo ocurría con su tienda. Cuando los clientes le preguntaban por qué decidió bautizar su negocio como “The North Face”, Tompkins respondía con el aire desfachatado de un

hombre al que le encanta lanzarse montaña abajo sobre esquís de madera a casi 140 kilómetros por hora: “La ladera sur es la que se escala más a menudo, la nieve es más blanda, y la luz del sol la hace más cálida”, sentenciaba con un suspiro. “Yo en cambio prefiero el lado más difícil. La cuesta más dura y helada. La ladera norte (*The North Face*) es un desafío más difícil y es la ruta que yo tomo en la vida”.

Pese a que faltaban décadas para que se convirtiera en una marca reconocida, la tienda original llamada The North Face, creada por Douglas Tompkins cuando apenas tenía veintiún años, fue la primera de sus tres grandes marcas que se convertirían luego en conceptos de reconocimiento mundial. La disrupción era el juego que a Tompkins le gustaba jugar y, según su mejor amigo, Yvon Chouinard, fundador de la marca de equipos Patagonia, no había nada que Doug disfrutara más que quebrar las reglas. “Si quieres entender al emprendedor, estudia al delincuente adolescente. Ese bandido que dice mediante sus acciones: ‘¡Esto apesta! ¡Voy a hacer las cosas a mi manera!’”. Así era Doug. Por eso desertó del colegio, porque, como un montón de chicos, no podía tolerar quedarse sentado en su escritorio mientras le decían qué hacer. Tenía demasiada energía, demasiadas ideas flotando en su cabeza como para eso”.

Frente a la vitrina donde destacaba un póster gigante de Bob Dylan, Tompkins y Chouinard arengaban a los transeúntes que paseaban por el barrio de North Beach —algunos rumbo al barrio chino, otros subiendo a los cerros desde el muelle—. Yvon cargaba a Quincey (la hija pequeña de Doug) sobre sus hombros como una manera de atraer clientes y comenzar una conversación. Cuando Quincey se cansaba, la ponía a dormir una siesta en la vitrina. La tierna bebé, desnuda como el día en que nació y durmiendo sobre un montón de alfombras de piel de reno, se convirtió en un éxito dentro de las conversaciones del barrio.

Además de vender esquís novedosos, equipamiento y ropa de montaña de última generación, la tienda de Doug se hizo conocida como “el lugar donde una bebé duerme sobre alfombras de reno”. Algo excepcional, considerando que dentro de la misma tienda se llevaban a cabo bulliciosos encuentros e intensos debates entre una muchedumbre ecléctica que se alimentaba de lo que rápidamente se convertiría en “La escena de The North Face”.

Tompkins y Chouinard solían parlotear en plena calle como un dúo cómico, al mismo tiempo que molestaban a los transeúntes, manteniendo continuas discusiones sobre la naturaleza ridícula de su negocio. ¿Quién le vendía largas cuerdas austríacas de 40 metros hechas de nylon hilado a marineros semiborrachos que buscaban festejar y divertirse?

La calle donde estaban ubicados tenía bastante movimiento. A la derecha de The North Face se encontraba Big Al's Saloon, famoso por sus bailarinas en *topless*. A la izquierda, otra tropa de bailarinas apostadas en la calle se encargaban de seducir a hombres de negocios para que entraran a The Condor Club, un novedoso bar con *strippers* donde cada día, al atardecer, la música retumbaba y un piano de cola blanco descendía desde el techo con la voluptuosa Carol Doda tímidamente tendida encima. Al lado, las tablas del suelo de The North Face se estremecían con la reverberación, provocándose un leve terremoto dentro del local. Como si fuera poco, entre los distintos espectáculos, las *strippers* se daban el tiempo de disfrutar de la buena compañía y bromear con los escaladores. Así entonces, de tribu a tribu, todos compartían la excitación de romper con las tradiciones y la rutina. “Tompkins, sin embargo, parecía totalmente fuera de lugar en esa tienda. Los pregoneros de los shows de *topless* afuera de los clubes eran una horda de gente de baja ralea deambulando por Broadway”, sentenciaba Chris Jones, un escalador que conoció a Doug mientras compraba un par de esquís. “Aun así, siempre Doug estaba desbordado de energía”.

Encajonado entre locales de baile y una seguidilla de bares de navegantes, The North Face era el escenario central de la explosiva agitación cultural del barrio North Beach. Cruzando la calle, el poeta Lawrence Ferlinghetti tenía la librería City Lights, quien solía provocar a los moralistas de avanzada de la nación publicando poesía y ficción que rompía con los géneros: el poema *Howl* de Allen Ginsberg enfureció a los censores, quienes echaban espuma por la boca con sus referencias celebratorias a drogas ilícitas y a sus dichos ardientes sobre el buen sexo. El escándalo, por supuesto, hizo que se volviera un poema aún más delicioso para aquellos que sentían un apetito por rebelión.

Mientras la carnicería de la Guerra de Vietnam descuartizaba la psique nacional, Doug estaba absorbiendo todo a nivel callejero, “las drogas eran una parte del círculo social y cultural completo de ese tiempo: drogas, música, sexo permisivo”. Tompkins escribiría luego: “En ese momento era un cambio total de sistemas de valores y una experimentación tremenda. Por supuesto, fue una oscilación muy amplia dentro del péndulo social. Se estaba formulando una nueva moralidad. Y yo me encontraba en el ojo mismo de la revolución social”.

North Beach, un barrio de inmigrantes italianos en los cincuenta, en los sesenta no era tan contracultural como Haight-Ashbury, que quedaba varios kilómetros hacia el oeste. A diferencia de “The Haight,” con su marejada de jóvenes que buscaban refugiarse de la vida convencional de los Estados Unidos, North Beach representaba más la formalidad de

los cincuenta, que a los revolucionarios de los sesenta. Pero el cambio estaba en el aire y en North Beach tomó la forma de turistas que se salían del camino conocido y de poetas revolucionarios de paso. A lo largo de la Bahía, el movimiento por la libertad de expresión de la Universidad de California en Berkeley, y el apasionado discurso del líder estudiantil Mario Savio “pongan sus cuerpos sobre el engranaje” encendieron el fuego entre los jóvenes a nivel nacional. En Oakland, el Partido Pantera Negra luchaba por la causa de la liberación afroamericana. Los agentes del FBI (bajo el liderazgo infame de su director J. Edgar Hoover) trabajaban a sobretiempo para sabotear, sofocar y suprimir ilegalmente las revueltas incipientes.

A nivel callejero, en North Beach, Doug e Yvon lo vieron todo, enfrentándose cada día a la marea y el flujo creciente de beatniks, turistas y borrachos. Les encantaba el ajetreo. La esposa de Doug, Susie Russell Tompkins, le agregaba su propio toque, comprando bikinis en Francia para luego venderlos a sus amigas adineradas de San Francisco.

Cuando necesitaban descansar del caos, Tompkins y Chouinard solían escabullirse al fondo de la tienda, descendiendo por una escalera a la que le faltaban peldaños, pasada una muralla con los cables eléctricos expuestos. En ese sótano comían algún bocadillo y descansaban. La habitación, construida dentro de la ladera del cerro, tenía piso de tierra. El aire era fresco y húmedo, alumbrado apenas por a una bombilla desnuda. El suelo disparejo daba al sótano el aspecto de estar torcido, incluso cuando no se estaban fumando un porro.

Allí, Chouinard almacenaba cajas de equipos de escalada que forjaba en su fragua junto al mar en Ventura, California. Un genio de la mecánica y un artesano preciso: Chouinard martillaba hierro forjado y era experto en crear herramientas para escalar rocas. Cuando viajaba al parque nacional de Yosemite, la maleta de su auto iba repleta de piolets y mosquetones, dando por sentado que la tribu de escaladores que ahí encontraría estaría dispuesta a gastar sus pocos dólares arrugados en las herramientas confiables de Chouinard Equipment. Doug desde siempre ayudó a su amigo con los encargos al por mayor, sobre todo cuando Yvon quedó atrapado en un servicio militar de tres años que le impidió administrar el negocio mientras estuvo asignado en Corea. Cuando ya casi salía del ejército, Chouinard se mantenía en el limbo y pasaba los días limpiando la cancha de béisbol de Presidio Army Base, en San Francisco.

Pese a que tenía poco dinero para el inventario y nada para publicidad, Doug anticipó la popularidad al alza de los deportes de aventuras al aire libre, proponiéndose proveer a su pequeña tienda de artículos

innovadores y diseños vanguardistas. Un puñado de clientes frecuentes echó a correr la voz: The North Face era especial. “El gran éxito fueron las alfombras de piel de reno, que eran un artículo novedoso y se vendían como pan caliente”, dice Duncan Dwelle, el primer encargado del local. “Luego, los suéteres de pescador a rayas, y los bikinis. ¡Tres cosas sin relación alguna!, pero bastante ilustrativas de la visión de mercado de Doug. Su mirada era que estábamos intentando presentar un estilo. Aunque él no podía articularlo. No creo que lo haya entendido del todo en ese entonces. Pero lo que él estaba vendiendo era un sentido del estilo. Yo era mucho más explícito en cuanto al aspecto del montañismo. El concepto era: si viajas ligero, lo pasarás mejor”.

Siendo escaladores y exploradores de primera categoría, tanto Doug como Yvon se burlaban de los adictos al equipamiento. Despreciaban la proliferación de artículos no esenciales. Según su credo, cualquier cosa que no fuera práctica era peso muerto. No eran aficionados; eran escaladores obsesos: miembros valerosos y barbones de una tribu conocida afectuosamente como “caras sucias” o “*dirtbags*”. Eran entusiastas acérrimos de las actividades al aire libre, tanto así, que incluso utilizaban cuchillos para afinar el mango del cepillo de dientes, todo con tal de reducir la carga en un par de gramos.

Pese a su ubicación inusual entremedio de bares y clubes de *strippers*, la tienda The North Face atraía multitudes. Los muros estaban adornados por fotografías dramáticas de carreras de esquí; los carteles de madera, tallados a mano, sugerían un toque personal. Los clientes paseaban sobre una alfombra de lana verde y entre conjuntos de esquí dispuestos contra las vetas antiguas de los estantes de secuoya. Un escaparate exhibía de manera rotulada los piolets hechos a mano de Yvon como si fueran artefactos de una cultura milenaria. Los sacos de dormir colgaban del techo. Los transeúntes se asomaban a mirar boquiabiertos. Este lugar tenía un *aura*, y muchos de los visitantes estudiaban los escaparates donde estaban expuestos los productos como si estuvieran paseando por un museo. El poeta Allen Ginsberg era un visitante regular. Vivía en el barrio, recurría la librería City Lights y se sintió arrebatado por la belleza de la tienda. Parecía hechizado por una fotografía gigante del Parque Nacional Yosemite, tomada por Ansel Adams. “Ginsberg miraba y miraba las fotos de El Capitán”, dice Lito Tejada-Flores, un instructor de esquí que trabajaba a medio tiempo en The North Face. Lito concluye: “Ginsberg nunca entendió cómo alguien podía atreverse a escalar eso”.

“Éramos todos rechazados socialmente, Chouinard y esos tipos. Éramos los que no queríamos encajar en la preparatoria”, dice Joe McKeown, un escalador de Yosemite. “Yo no jugaba fútbol americano ni

hacia lucha grecorromana. Yo volvía a clases, a principios de los sesenta, tras un verano escalando en Yosemite, y el entrenador de fútbol se me acercaba y me decía cosas como ‘¿Qué pasa, McKeown, cobarde, no te vas a probar en el equipo de fútbol?’”.

“Éramos más escaladores que hippies de los sesenta. Estaban pasando cosas interesantes, pero esos no éramos nosotros. Nosotros estábamos en nuestro propio viaje”, dice Lito. “Escalar es una pasión obsesiva. Es más que un deporte. El tenis es un deporte, pero cuando eres un escalador, te entregas a ello con todo, porque es emocionante y atrevido como nada en el mundo”.

Yvon, Doug y Lito pasaban varios días seguidos en el valle de Yosemite. Dormían en Camp 4, un campamento bullicioso para escaladores y un dolor de cabeza para los administradores del Servicio de Parques Nacionales. Escalando de día y escabulléndose de los guardabosques por la noche, se sentían como forajidos y se hacían llamar “The Valley Cong”, un pequeño guiño ideológico en alusión a los campesinos vietnamitas que resistían la invasión estadounidense y el bombardeo constante que mató a más de un millón de civiles. “Escalar es el alborozo de estar sanos”, dijo Tompkins en una entrevista. “La sangre circula y cuando uno siente eso, es fortificante y lo puedes hacer de nuevo. Entrás en un ciclo”.

Pese a que estaba lejos de ser un miembro a tiempo completo, Tompkins se ganó el respeto de la tribu del Camp 4 durante un ascenso de cuatro días al Salathe Wall de Yosemite, donde siguió el liderazgo de Yvon. Era la cuarta vez que alguien escalaba el muro de 900 metros de altura.

Dentro del valle de Yosemite, mientras navegaba por losas de granito lisas, Doug se sentía energizado. Los desafíos provocadores y potencialmente fatales de escalar rocas aunaban su coordinación y balance excepcionales con un amor por la espontaneidad. Resolver problemas en tiempo real y encontrar por primera vez una ruta hasta la cima era estimulante. “Doug e Yvon solían hablar de caminar a lo largo de los 350 kilómetros del sendero John Muir con tan solo un abrigo y la comida que pudieran llevar en sus bolsillos”, dice Dwelle, el encargado de local de The North Face, quien frecuentemente se quedaba en North Beach realizando pedidos e inventarios para mantener el negocio en marcha.

Yvon y Doug viajaron juntos extensamente. Escalaban en Columbia Británica, en los Alpes suizos y en los Cairngorms escoceses. Perpetuamente sin dinero, hacían autostop y acampaban; rara vez tenían fondos para pagar alojamiento. Yvon pasó diecisiete días en la cárcel en Winslow, Texas, cuando la policía local lo bajó de un tren de carga

y descubrieron que no tenía trabajo, ni dinero, ni planes resueltos. “Solíamos dormir en las cajas de donaciones de Goodwill”, dice Yvon riéndose. “Era bastante abrigado, con toda esa ropa, pero uno se despertaba cada vez que le arrojaban una carga nueva encima”.

“Yvon es una persona tranquila, reflexiva e introvertida”, dice Dwelle. “Doug es exactamente lo contrario: un líder natural, una persona entre millones. Extremadamente carismático, energético, lleno de imaginación e ideas. No creía que las reglas le concernieran. Una vez, mientras paseaba en bicicleta con varios amigos, se pasó una luz roja y un policía lo persiguió y le preguntó: ‘¿Por qué no te detuviste?’. Doug respondió, ‘Pensé que no me alcanzarían’”.

Douglas Rainsford Tompkins fue bautizado y criado para ser cualquier cosa menos un sucio escalador de rocas. Nacido de descendientes del Mayflower y criado en Greenwich Village en Nueva York, cuando niño su mundo estaba repleto de bellas artes y antigüedades. Su padre, John “Jack” Tompkins, había sido piloto de planeadores en la Segunda Guerra Mundial, y era propietario de una tienda de muebles antiguos de lujo. Jack viajaba por Estados Unidos en su pequeño aeroplano y, cuando joven, Doug se sentaba sobre un cojín en el asiento del copiloto. En la secundaria ya era capaz de descifrar cartas de navegación. Manejando unos pocos minutos por vez, Doug voló con su padre a campo traviesa mientras examinaban, evaluaban y compraban muebles de madera dignos de un museo.

Bajo el alero de su padre, Doug desarrolló un ojo para descubrir tesoros ocultos. En una iglesia de Nueva Inglaterra, Jack inspeccionaba una preciada mesa de refectorio mientras el pastor no paraba de hablar sobre el valor de la pieza. Jack sacudió su cabeza, en señal de negación, luego miró al clérigo y le dijo: “Usted no sabe cuánto cuesta esta mesa, y yo sí. Y lo que usted está pidiendo no se acerca a su valor. Debo pagarle más. Esto es lo que voy a pagar por esta mesa, y aun así, será un buen negocio para mí”. El pastor, atónito, aceptó una suma mucho más alta de lo que él pedía. Mientras viajaban de regreso a Nueva York, el Tompkins mayor le dio una lección a su hijo “los únicos buenos negocios son aquellos en que ambas partes salen ganando”.

Con un ojo fino para identificar la obra maestra en una colección, Jack Tompkins ahorró el dinero suficiente para mudar a su familia a los bucólicos bosques y campos del Hudson Valley, al norte de Manhattan. Se establecieron en Millbrook, Nueva York, en un vecindario que incluía al profesor de Harvard Timothy Leary y sus legendarios experimentos con LSD. Inquieto y emprendedor, el joven Doug era un niño difícil. Su madre, Faith Haskell Tompkins, lo amarró en una ocasión a

un árbol en la playa para evitar que se escapara mientras que la familia disfrutaba del paseo costero. Doug demostró tener facilidades para inventar proyectos: no solo le encantaba criar animales, sino que a la edad de ocho años ya estaba convirtiendo su gallinero en su primer negocio de la venta de huevos. Aparte de sus gallinas, también criaba ovejas con tanta dedicación y atención a los detalles, que regularmente quedó en el primer lugar en las ferias del condado. En su sangre corría un talento innato para los negocios, así como un espíritu competitivo sin igual. Asimismo, en el campo del atletismo destacó como un deportista estelar.

La granja Tompkins tenía gansos, caballos, cabras y conejos. Alejada de la calle y rodeada por hectáreas de pastizales y bosques de pino, el hogar campestre al estilo de Nueva Inglaterra estaba amoblado con antigüedades, las cuales estaban disponibles para que los invitados pudieran comprarlas. Los amigos de la familia y las personas de confianza entendían que la secuencia de números y letras al pie de cada artículo, un poco como los numerales romanos, eran en realidad un código para su precio. De hecho, durante las veladas ofrecidas en la casa, y luego de los cócteles, Jack y Faith remataban los muebles sin ningún reparo.

El padre de Doug era un capataz calvinista. Y aunque nunca fue bueno para los elogios, Jack estaba orgulloso de su estilo de vida elegante, como lo demostraba su chaqueta roja de montar donde parecía un lord inglés en una cacería de zorros. Su avión privado y el largo acceso de autos de la entrada de la casa representaba su tendencia a abrazar la ilusión de tierras sin fronteras. “Nunca compres una casa donde puedas ver a tus vecinos”, le solía advertir al joven Doug, sin comprender cómo esa lección moldearía el destino de su hijo y el destino de Patagonia.

Jack le enseñó a Doug los secretos para evaluar antigüedades, quien solía regularmente citarle a su hijo un libro que ilustraba ejemplos de muebles y usaba fotografías para mostrar cómo cada antigüedad podía ser clasificada dentro de tres categorías: las buenas, las malas y las excepcionales. Doug no solo devoró el libro, sino que a una temprana edad memorizó largos pasajes de él, en los cuales iría afinando el ojo para la composición y la belleza, un gusto estético que esculpiría muy pronto los contornos de su vida.

El lucrativo negocio familiar de antigüedades cosechaba beneficios, incluyendo renovaciones permanentes del auto y el avión familiares, con suficiente dinero extra como para mandar a Doug, de nueve años, a Indian Mountain, un internado en las cercanías de Connecticut que ofrecía una educación renacentista, acorde a los lineamientos e ideales de la Antigua Grecia. En esta escuela Doug leía en francés, escribía en latín, analizaba la prensa y debatía temas de actualidad. En su graduación de

octavo grado, recibió honores como atleta sobresaliente, dentro de una academia fuertemente enfocada en los deportes. Para la preparatoria, sus padres matricularon a Doug en Pomfret, un internado en Connecticut con una trayectoria bien encaminada hacia las universidades de la *Ivy League*.

La crianza aristocrática de Doug había permanecido en regla hasta que un viaje a escalar rocas desbarató los planes tan bien dispuestos por sus padres. “Alguien me llevó a escalar cuando niño”, explicó. “Fue una mujer, de hecho. Estaba teniendo un romance extramarital con un instructor de esquí en las Montañas Catskill. Me llevó con ella como señuelo”, agregó. “Dijo que me estaba llevando a escalar, pero en realidad estaba yendo a ver a este tipo. Como yo estaba allí, ¡estaba obligado! Y luego me encontré con todos los escaladores del lugar. Eran progresistas en lo social, todos de izquierda. En algunos aspectos eran como ‘ecologistas’ tempranos. “Escalar, sin dudas, me había sacado al aire libre y silvestre, conectándome con la tradición de la naturaleza de un modo excepcional. Una experiencia que me empujaría en otra dirección, cambiando el curso de mi vida por completo”.

La escalada también le presentó a Yvon Chouinard, a quien conoció cuando era estudiante de preparatoria y los dos se encontraban escalado en las montañas Shawangunk, en el la zona norte del estado de Nueva York. Tompkins se encontró con un grupo de escaladores rebeldes que se volvieron adictos a la vida en los “Gunks”. Se hacía llamar The Vulgarian Mountain Club o “Club Vulgar de Montaña” en honor a su tendencia por perturbar las normas sociales locales.

Una vez enganchado al grupo, Doug empezó a pasar todos los fines de semana posibles escalando rocas en rutas cada vez más difíciles. Aprendió a reparar sogas, a descender en rápel por un acantilado y a enterrar clavijas en la superficie de la roca. En el colegio, Tompkins faltaba a clases los lunes; fines de semana de tres días se volvieron cada vez más frecuentes para él, que se tomaba un día extra para escalar o esquiar; promoviendo cada vez más su eventual expulsión de la escuela.

En las pistas de esquí era un talentoso temerario: ya fuera en línea recta cuesta abajo por la ladera de la montaña, zigzagueando entre las puertas, en pruebas de descenso o slalom, Doug ganaba carrera tras carrera. Les dijo a sus compañeros que iba a participar en las Olimpiadas de Invierno de 1964. La escuela, declaró él después, era lo único que lo frenaba. ¿Para qué ir a clases si podía escalar rocas o descender en esquí? Doug se ganaba el título de infame por ser el único de su clase en haber conducido a campo traviesa, y sin licencia, cuando se escapó con amigos mayores a escalar Las Torres del Diablo en Dakota del Sur.

Un viaje de 5.000 kilómetros cuando ni siquiera cumplía los dieciséis años.

Semanas antes de su graduación de la preparatoria, Doug fue expulsado del colegio. Los rumores sugerían que había empeñado muebles antiguos pertenecientes al establecimiento y se había quedado con el dinero. Sus padres estaban estupefactos. Tompkins quedó con la misma sensación, era libre.

“Mis padres querían que yo fuera a la universidad”, dijo. “Pero para ese entonces ya era muy tarde. Yo tenía más ganas de ver el mundo que estar sentado en una sala de clases. Simplemente abandoné la escuela. Entonces tomé empleos que pagaban buenos sueldos, lo que llamábamos *booming*. Yo era un boomer. Trabajaba duro por un periodo corto de tiempo en equipos de leñadores, como talador. Ahorraba dinero y luego partía”.

Tompkins se pasó tres veranos cortando árboles gigantes. Se amarraba un aparato de cuero a la parte inferior de cada pierna y, usando zapatos con clavos, trepaba por el tronco hasta que se encontraba a 30 metros de altura. Aserraba las ramas y cortaba la copa del árbol. Con sogas y sierras revoloteando a su alrededor, rebotaba de una rama a otra, encantado por la oportunidad de realizar acrobacias en el aire. Una vez que el tronco estuviera limpio de ramas, tumbaba el gigante árbol sobre los arbustos. Era sobresaliente cortando árboles. En varias formas, este desafío era un eco de las habilidades que empleaba para escalar. La tala garantizaba una vista aérea de los bosques —en ese entonces “bosques vírgenes”— y metía, de paso, fajos de billetes en su bolsillo. Cuando sus supervisores se dieron cuenta de su agilidad en los árboles, lo contrataron para plantar explosivos. A veces necesitaban instalar cargas de dinamita para volar formaciones de rocas y construir caminos. Descubrieron que la temeridad de Doug le permitía llevar a cabo las misiones de dinamita con gusto. “Su padre y yo pensamos que volvería cuando no aguantara más de hambre”, confesó Faith, su madre. “Dijimos, ‘Muy bien, haz lo que tengas que hacer, pero no te vamos a pasar un solo centavo. Si vas a la universidad, te pagamos todo’. ¡No funcionó! Nunca puso un pie en la universidad”.

Haciendo fardos de paja en Montana por una temporada, Doug aprendió a arrojar los bultos de 20 kilos de un lado para otro, dejando sus brazos y pecho recubiertos por una capa muscular envidiable. Permanentemente bronceado y entrecano, el atractivo de Doug se hacía notar cuando cambiaba su traje de leñador por ropa de fiesta. Cualquier trabajo que pudiera acercarlo al aire libre valía la pena. Trabajó también como conserje en el famoso Jerome Hotel cuando Aspen era aún un lugar

remoto en Colorado, y tuvo acceso a las laderas y al circuito invernal de carreras de esquí que iba de las Montañas Rocosas al Squaw Valley en California. “Era un gran esquiador. Cuando se proponía hacer algo, se enfocaba totalmente en ello”, dice Billy Kidd, el esquiador olímpico que compitió contra Tompkins a finales de los cincuenta y principios de los sesenta. “En los veranos solíamos ir a Portillo, en Chile, donde era invierno y entrenábamos durante meses”, dice Kidd, quien compartió festivos paseos en motocicleta con Tompkins por los Andes chilenos justo antes de ser coronado ganador del campeonato mundial y convertirse en el primer estadounidense en ganar una medalla olímpica en esquí.

Durante un descanso en su entrenamiento, Tompkins y Kidd convencieron a una tienda local de la BMW de que les prestara dos motocicletas. Anduvieron a toda velocidad hasta que tuvieron un accidente y huyeron para ocultar la evidencia. “Estuvieron toda la noche limpiando las motos y usando betún de zapatos para cubrir los rasmillones”, dice Tom Brokaw, el periodista norteamericano al que le encantaba viajar con Doug. “Llevaron las motos a la concesionaria y luego se marcharon. Al día siguiente se emitió una orden de búsqueda en su contra. Doug conocía a una familia influyente en Chile, y lo sacaron de ahí”.

Luego de completar su entrenamiento en Chile, Doug viajó en avión por Sudamérica. En vez de regresar en un vuelo comercial a casa, el joven desertor escolar se plantaba en los pequeños aeropuertos municipales de Sudamérica y conversaba con los controladores de tráfico aéreo. Cuando salía un avión que no estaba lleno, Tompkins se vendía como un navegador experimentado. Con este truco, voló gratis en vuelos de Chile a Perú, y luego a Colombia, mientras saltaba de un lugar a otro antes de volver a casa. En la selva amazónica, cerca de Iquitos, Perú, trabajó para un equipo de investigación que valoraba sus habilidades como escalador y donde incluso lo enviaron a trepar árboles para capturar monos.

“Si de verdad se hubiera propuesto llegar a las Olimpiadas como esquiador, hubiera tenido que pasar algo como una lesión de rodilla para evitar que cumpliera su cometido”, dice Kidd, quien conocía a Tompkins de algunas competencias en Nueva Inglaterra. “Desafortunadamente, en las carreras de esquí uno sufre un montón de lesiones, sobre todo en aquellos días donde teníamos esquíes de madera, botas de cuero y fijación con tornillos. La única manera de soltar los esquíes era cuando los tornillos se salían de cuajo”. Claude Suhl, otro compañero escalador, cuenta que Doug sufrió una vez una lesión que lo detuvo en su trayectoria y lo dejó fuera de la competición de elite. En ese momento Tompkins aún podía esquiar, pero no al nivel que le daba una oportunidad en las Olimpiadas de 1964. No recibió la invitación para unirse al

equipo estadounidense de descenso en esquí. Motivado por su inmenso talento atlético, y una obsesión por ganar, Tompkins se enfocó en la escalada de rocas y fundó el *California Mountain Guide Service* (CMGS), un precursor de programas de educación al aire libre tales como el *National Outdoor Leadership School* (NOLS), formado tres años después.

Los instructores en el CMGS eran escaladores altamente valorados, incluyendo a Chuck Pratt, Tom Frost, Royal Robbins, y a su mejor amigo, Yvon Chouinard. Para promocionar el CMGS, Tompkins diseñó un catálogo en el que se exhibían fotografías de las montañas que pensaban escalar. A pesar del elegante folleto, sus clientes eran los típicos *dirtbags* que un amigo describió como “poco más que estudiantes de preparatoria metidos dentro de un furgón”. Mientras Tompkins promocionaba su escuela de escalada, eran tantos los amigos y clientes que lo llenaban de preguntas sobre equipamiento que decidió abrir su propio pequeño negocio. Desde el interior de un garaje en Berkeley, Doug vendía equipos de campamento y escalada. “No se podía quedar quieto”, dice Yvon. “Era muy emprendedor y siempre se le estaban ocurriendo ideas. No sé si habrá sido un gran empresario, pero siempre estaba dispuesto a correr riesgos y probar cosas nuevas. No aceptaba consejos con mucha facilidad, nunca le gustó que le dijeran lo que tenía que hacer y odiaba a la autoridad, por lo que muchas de las cosas que hacía, las hacía básicamente solo”.

En otoño de 1962, Tompkins salió del bosque cerca del Parque Estatal de Emerald Bay, a las orillas del lago Tahoe en las montañas de Sierra Nevada, California. Se veía muy atractivo, musculoso, pero estaba totalmente desfinanciado y con la necesidad urgente de que alguien lo llevara a San Francisco. Comenzó entonces a hacer autostop. Un auto se detuvo. Tompkins se subió, y la conductora, Susie Russell, pensó que su apariencia era la de un apuesto bandido, con su ropa rugosa y los rollos de sogas para escalar cruzadas como bandoleras sobre el pecho. Cuando se sentó, Susie preguntó, “¿De dónde eres?”. Sin demorarse un segundo, Doug replicó la pregunta con un arrogante “De allá, del este. La mejor costa”.

Susie, que era una trabajadora independiente de diecinueve años y que ganaba cientos de dólares atendiendo en un casino de Reno, no le dio demasiadas vueltas cuando dejó a Doug en San Francisco, y se alegró de no tener que seguir soportando a este “leñador arrogante”. Una semana después, estando en el trabajo, recibió un mensaje. Doug, el tipo al que había recogido en el camino, estaba en aprietos. Estaba en prisión por haber robado un bistec de un supermercado Safeway. ¿Podía pagarle la fianza? Susie le prestó los 65 dólares que tenía en su billetera,

sin esperar volver a saber de Doug nunca más. Pero él le devolvió el préstamo y le regaló flores que había rescatado de un basurero en una funeraria al lado de su departamento en San Francisco. Al poco rato, Doug invitó a Susie a cenar. Todo salió bien, e hicieron planes para escapar a México en un furgón Volkswagen. “Me pasó a buscar a la casa de mi madre”, dice Susie. “Yo tenía un par de pantalones cortos, una camiseta, un bikini, y no tenía zapatos. Y así nos fuimos”.

En menos de un año se casaron en la residencia Tompkins en Millbrook, Nueva York. Luego de la boda, empacaron un par de piezas del negocio de antigüedades en la parte trasera del viejo furgón y emprendieron rumbo al oeste, primero a entregar los muebles, luego a establecerse al norte de California. El furgón tenía ventanas rotas, por lo que viajaban metidos en sacos de dormir. Era 1963 y vivían sin cuidados, de manera nómada, en las vísperas de una revolución. El estruendo del movimiento hippie, de la psicodelia y de la insurrección política que comenzó en California estaba a punto de expandirse por todos los Estados Unidos.

La joven pareja se instaló en un hospedaje en Squaw Valley, California, donde Doug trabajaba en las patrullas de esquí y Susie era camarrera. Vivían en un sótano arrendado, intentando subsistir de las ventas de “Doug’s Rugs”, uno de sus muchos esfuerzos por lanzar una marca, en este caso, de alfombras persas finamente tejidas. “Doug tenía una gran motivación y un montón de energía, y estaba muy orientado hacia lo físico”, dice Susie. “Pero creo que mucho de eso venía del hecho de que su padre había sido tan injusto y cruel con él. Nunca lo felicitó por nada. Nunca reconoció nada de lo que hizo. Era muy duro”. Consciente de no poseer títulos académicos, Tompkins sentía el peso sobre sus hombros del diploma escolar que nunca recibió. “Le solía decir a la gente que era un estudiante de Yale”, dice Susie. “Estaba creando este personaje que quería ser, y armando el escenario”.

En la medida en que se expandía su negocio de ventas de equipos de esquí y de suministros para escalar, Tompkins movió su pequeña tienda desde el garaje en Berkeley a un lugar más barato en San Francisco. En la primavera de 1965, los dueños de la Swiss Ski Shop, cuyo sótano había arrendado para montar su tienda, cerraron durante el verano, permitiendo a Doug por un breve periodo de tiempo tener acceso al primer piso también. Pese a solo tener permiso de noventa días, Tompkins se embarcó en una renovación completa del local. Explorando hacia el norte de San Francisco, en el condado rural de Sonoma, Doug descubrió unos gallineros abandonados forrados por un entablado desgastado de secuoya. Al observar la forma de las vetas y admirando sus tintes,

recordó los muebles antiguos que su padre tanto valoraba. A Tompkins se le ocurrió entonces usar la secuoya para armar los paneles de los pasillos de su tienda. Los criadores de gallinas veían las estructuras a medio colapsar como un potencial foco de incendios y una vista poco placentera, por lo que agradecieron la llegada del enérgico joven de San Francisco que no les cobró ni un centavo por llevarse una camionada entera de ese desastre. “Yo encontraba extraño que invirtiera tanto tiempo en una tienda que solo arrendaríamos por tres meses, pero él tenía esta pasión por hacer las cosas en grande”, dice Steve Komito, uno de los primeros empleados de The North Face. “Su actitud era la de ‘¡Por supuesto que va a funcionar! ¡A toda máquina y al diablo con los riesgos!’”.

Tompkins carecía de dinero para publicidad, algún truco tenía que idear para darse a conocer... ¿Y si un empleado de The North Face descendía a rápel por el frontis de un rascacielos de San Francisco y recibía una taza de café de manos del dueño mismo del edificio, en el sexto piso? Sin pensarlo dos veces, Dwelle amarró una soga de 180 metros al penthouse en la cima del edificio del Pacific National Bank en San Francisco y, junto a Galen Rowell, un compañero de escalada de Doug, Dwelle entonces se deslizó hasta el piso seis, se detuvo y bebió su café. Le habían dado aviso a algunos fotógrafos y, para su fortuna, los medios se volvieron locos con la inusual intervención. Esta forma rebelde de publicidad sin lugar a dudas funcionó, ya que luego el *San Francisco Chronicle* escribió una historia completa al respecto. Para seguir promocionando su nuevo negocio, Tompkins decidió entonces publicar un aviso en las Páginas Amarillas y mandó a confeccionar 5.000 cajas de fósforos, cada una con una leyenda impresa que dijera “The North Face, 308 Columbus Ave”.

“Compró 5.000, pensando que estaba encargando 5.000 fósforos, pero llegaron 5.000 cajas de libros de fósforos”, explica Dwelle. “Había realizado una tremenda inversión, y la gente de la Swiss Ski Shop le dijo, ‘Nos vamos a mudar al centro; si quieres, puedes venir con nosotros’. Doug respondió, ‘No me puedo mover; acaba de comenzar la temporada. Tengo toda la publicidad desplegada acá; la gente está empezando a venir’. Y le respondieron: ‘Si quieres quedarte acá, puedes hacerlo y usar todo el espacio’. Y así es como The North Face se volvió una tienda viable”.

Edgar Boyles, un amigo de Doug que vivía cerca y estudiaba fotografía y cine, visitaba la tienda de su amigo para maravillarse con las mejoras que le iba haciendo. Todo estaba trabajado a mano, había más sudor que capital. “Era difícil de entender lo que estaba realizando”, dice Boyles. “Todo en la tienda alcanzaba el nivel de una pieza artística”.

Para cuando The North Face entraba en su segundo año, Doug fue testigo de un giro cultural profundo en la sociedad. Cada vez eran más los residentes urbanos y suburbanos que estaban viajando a las montañas. Los estadounidenses de clase media vieron un aumento en su tiempo de ocio, mientras que la capacidad masiva de tener un auto les permitió como nunca antes a las familias realizar viajes y acampar en parques nacionales. Ir de campamento se volvió un pasatiempo nacional muy en boga en esos años. Las visitas a los parques nacionales estadounidenses se dispararon, de 58 millones en 1958, a más de 130 millones en 1968. Tompkins adquirió entonces los derechos de distribución de nuevas tecnologías de esquí, incluyendo la bota plástica de Lange y pantalones elásticos ultra ajustados. Así entonces, machos escaladores, chicas sexys y esquiadoras, poetas errantes y turistas extravagantes: todos convergían en The North Face, garantizando un nuevo escenario lleno de vida. La tienda, en efecto, parecía a menudo más un salón de cóctel que una local comercial. A Doug le encantaba el espectáculo. Le fascinaban los actos circenses; veía su pequeña tienda como un teatro que había que adornar, y jamás se aburría de ser el maestro de ceremonias.

Tompkins sabía que sus productos eran atractivos, pero estaba limitado por las dimensiones de su pequeño establecimiento. Yvon manejaba un catálogo de venta por correo para Chouinard Equipment, y era él quien le describía a Doug cómo despachar caja tras caja de equipos de escalada. Con Dwelle trabajando sin parar, Doug organizó su propio catálogo de venta por correo. En vez de la típica apelación a la billetera, esta era una apelación al corazón. Impreso en pliegos tamaño oficio, el catálogo de The North Face contenía dibujos hechos a mano. No tenía fotos ni modelos y abría con una carta escrita a mano, firmada por Douglas Tompkins. Era elegante y presuntuoso, proyectando una actitud rebelde con un contradictorio mensaje: “Empaca menos y disfruta más”.

Cuando el catálogo de The North Face estuvo listo, Tompkins imprimió 10.000 copias y las envió por correo. Dos días después, un camión del servicio postal paró frente a la tienda y dejó quince bolsas de correo. El cartero no estaba contento. “Tiene que ordenarlas por código postal”, dijo y se largó. Tompkins ignoró el consejo. “No vamos a hacer eso”, le dijo a Dwelle. “Formemos unas pilas, ordenemos las que están encima, y así va a parecer que están todas ordenadas”.

Tompkins y Dwelle ordenaron los primeros catálogos por código postal, y metieron los 10.000 catálogos desordenados de nuevo al buzón. Dos días después apareció nuevamente un camión del servicio postal y dejó las quince bolsas con los 10.000 catálogos. El mensaje era claro: si no hacían caso, la próxima vez serían destruidos. “Esto ocurrió

un viernes, por lo que durante el fin de semana fuimos al Washington Square Park de San Francisco, esparcimos los 10.000 en el suelo, y ordenamos a mano las direcciones,” explica Dwelle: “Éramos nosotros dos caminando entre sobres, mirando los códigos postales, hasta que los pusimos en orden. Hacía un día soleado, y nos tomamos la mitad del parque. La gente se detenía y nos preguntaba, ‘¿Qué están haciendo? ¿Puedo llevarme uno? ¿Es un evento promocional?’ No. Pero terminó siéndolo. Finalmente los catálogos fueron al buzón, pero probablemente nuestro alcance fue mayor al esperado gracias a haberlos esparcido por el parque ese soleado día”.

Gracias al llamativo catálogo y a los consejos de Yvon, The North Face prosperó. Los pedidos entraban a caudales. Las ventas de los equipos para escalar de Yvon también crecieron. Dwelle manejaba regularmente al sur de California, y regresaba con el furgón hundido en sus amortiguadores bajo el peso de cientos de kilos de productos de Chouinard. Como subcultura, repentinamente, los escaladores se hicieron populares y, como los músicos, atraían *groupies*. Rick Ridgeway, un amigo de Doug, se encontraba en la tienda un día cuando de repente un Porsche amarillo se acercó a la vereda frente a la tienda, y resonó la voz de una mujer: “¡¡¡¡Doooooooooooooooouuug!!!! ¡¡¡¡Vamoooooooo!!!!”. Era una voz estrepitosa y profunda. “Doug se subió al auto y partieron a toda velocidad,” dice Ridgeway. Luego de varias cuerdas, Tompkins estaba aterrado. Siempre se había vanagloriado de manejar rápido, pero esto era demasiado. Saltó del Porsche en un momento en que la conductora había bajado la velocidad, y regresó caminando a la tienda. Ante sus amigos, juró nunca volver a subirse a un auto con Janis Joplin.

Luciendo barba y un cabello largo y oscuro, Tompkins buscaba tener un amplio entendimiento del amor libre, en la medida que rockeaba con Jefferson Airplane en el Fillmore y se juntaba con Jann Wenner, quien lo urgía a financiar una revista de rock and roll a la que quería bautizar *Rolling Stone*. Durante los fines de semanas, Doug se unía a conversaciones en torno a la fogata en la casa en Berkeley de los escaladores de montañas Francis y Mary Farquhar, junto al activista David Brower, quien como presidente del Club Sierra dirigía campañas para la creación de parques nacionales como Redwood National Park y la costa protegida de Point Reyes. Brower era un orador talentoso con una voz de barítono resonante y una personalidad magnética que predicaba la necesidad de que los montañistas compartieran el espíritu del viaje. “No es la variedad lo que condimenta la vida”, decía Brower. “La variedad está en la carne y las papas. *El riesgo* es la especia de la vida. Quienes escalamos montañas o navegamos ríos entendemos eso”.

Sentado en una sala de estar escuchando, Doug sentía que estaba “a los pies del Archidruida y el círculo elegido”. Él sentía una profunda afinidad por las frases de una línea y los eslóganes que Brower tenazmente proclamaba. “Era bueno reduciendo los temas a lo medular. Podía identificar rápidamente las estrategias para lograr que se cambien ciertos parámetros o para detener algo: una represa poco prudente, malas prácticas forestales. Perseveraba y mantenía la presión puesta. No se rendía y odiaba tirar la toalla”.

Pese a que cada uno había decidido formar una familia por su cuenta, Yvon y Doug solían huir frecuentemente de las responsabilidades de administrar Chouinard Equipment y The North Face. Salían a escalar y a acampar por semanas, incluso meses de corrido, desapareciendo en la naturaleza. Luego de cada expedición extrema, el dúo regresaba quejándose de los equipos de pacotilla. ¿Por qué, se preguntaban, era tan difícil conseguir equipamiento de buena calidad? ¿No había nadie que pudiera crear un saco de dormir que se secase con rapidez? ¿Qué hay de una carpa que no recibiera el viento como una cometa?

Chouinard se dio cuenta de que el piolet estándar era defectuoso. Cuando picaba en un bloque de hielo, la mitad de las veces rebotaba. ¿No había nadie que pudiera crear una cabeza curva que siguiera el movimiento del golpe de un montañista? Soñaban con tener herramientas que no les fallaran.

En octubre de 1966, Tompkins pretendía inaugurar la temporada de invierno de The North Face. Necesitaba una estrategia publicitaria que tuviera impacto, por lo que le pidió a Jerry Mander, un mánager musical amigo suyo, que animara la velada. ¿Por qué no hacer una fiesta? Música en vivo, abundante marihuana y cervezas heladas podrían hacer el truco. Habían oído hablar de una banda prometedora, un cuarteto desgarbado que incluía a un guitarrista barbón llamado Jerry. “Se hacen llamar The Grateful Dead. ¿Quieres que intente conseguirlos?”, preguntó Mander. Tompkins respondió con una sonrisa. “The Grateful Dead: eso suena bien”.

The Grateful Dead instalaron su escenario frente a una fotografía de dos metros y medio de un paisaje en Yosemite, tomada por Ansel Adams, y tocaron una serie de canciones. Susie recibía a cada persona que llegaba, y posaba para una foto con Ron “Pigpen” McKernan, el cantante de blues que lideraba la banda. Joan Baez apareció. Su hermana Mimi Fariña cantaba. La muchedumbre se desbordaba hacia la calle. Para mantener un ojo puesto sobre posibles desórdenes, Tompkins contrató a los Hell’s Angels, una pandilla de motociclistas que lucían barbas enmarañadas, cadenas transformadas en armas, y una reputación

de forajidos y matones. Al terminar el concierto, Tompkins invitó a los Hell's Angels y a los Grateful Dead a Vanessi's, un restaurante elegante de mantel largo. Doug y Susie no podían parar de reírse del choque cultural entre los camareros italianos con corbata de moño y la pandilla de motociclistas grasientos con chaquetas de cuero sin mangas.

Luego del concierto de los Grateful Dead, The North Face quedó firme dentro del mapa cultural de San Francisco. Tompkins expandió su negocio de ventas por correo y abrió sucursales en Berkeley y Palo Alto. El catálogo recibía buenas críticas, y la tienda The North Face se convirtió en una atracción cultural, como una galería de arte, con un público repleto de beatniks, escaladores, y el círculo de amigos de Doug y Susie.

A principios de los sesenta, la predicción que el escritor Jack Kerouac había hecho de una "Revolución mochilera" se había hecho realidad, y Doug consolidaba un nicho dentro del creciente mercado de vestimenta y artículos para el aire libre. Las ventas de catálogo crecían mes a mes, y a él lo asediaban con solicitudes para abrir una franquicia. Pero cada vez que lograba abandonar la ciudad y escaparse a la playa de Point Reyes, llevaba a su hija al bosque o iba a escalar al parque nacional Yosemite, terminaba siendo acosado por amigos e incluso desconocidos que necesitaban una respuesta a sus preguntas sobre equipamiento. Todos sabían que Doug estaba al tanto de las últimas innovaciones y tendencias. "Me estaba volviendo loco", decía. "Y pensaba: ¿Qué estoy haciendo? Aquí estoy, practicando un deporte que me encanta, pero termino hablando de equipamiento con todo el mundo".

Tompkins decidió vender The North Face. Tenía algunas deudas, pero lo más importante, necesitaba una nueva misión, una expedición, un escape. Añoraba un proyecto que rompiera todas las reglas, y buscaba un nuevo camino. En 1967, Tompkins vendió The North Face por la irrisoria suma de \$50.000 dólares. Había lanzado un concepto brillante, había inyectado la marca con adrenalina, y ahora se encontraba listo para saltar a algo totalmente diferente. Tompkins dividió el dinero en dos proyectos. Iba a financiar la compañía de vestidos Plain Jane, que su esposa Susie y su amiga Jane habían estado construyendo lentamente. Con sus propias energías creativas, un poco de dinero y algunos consejos publicitarios de Doug, podrían expandir su incipiente negocio de ropa. Quizás incluso contratar a alguna diseñadora modista. El negocio claramente estaba funcionando. Jane había modelado en París y traído de vuelta lo último en boga. Junto con Susie copiaron los diseños, adaptaron las medidas al cuerpo de las mujeres estadounidenses, y vendieron los vestidos en ferias de las pulgas. Doug invirtió la segunda parte del dinero en su sueño de convertirse en director de cine. Podría filmar sus

propias aventuras si lograba que le pagaran por trepar, realizar excursiones y explorar el mundo, ¿qué podría ser mejor?

El director de documentales Bruce Brown acababa de dirigir *Endless Summer*, una cinta que era una oda al surf y que, habiendo costado \$50.000 dólares, terminó recaudando \$30 millones. En todo Estados Unidos *Endless Summer* rompió los récords de taquilla para un documental de viajes. En Lawrence, Kansas, entre medio de los maizales y lo más lejos que un surfista podía estar del Edén, los estudiantes universitarios y los jóvenes granjeros hacían fila para imbuirse en la fantasía surfista de Brown. ¿Quizás, pensaba Tompkins, el público para la adrenalina es ilimitado? ¿Podría él documentar su pasión por la escalada extrema con la misma irreverencia y humor que Brown le había otorgado al surf? Cuando puso *The North Face* a la venta, el precio que pidió fue el presupuesto de *Endless Summer*: \$50.000. Ahora Tompkins podía reinventarse como director de cine; lo único que necesitaba era una idea salvaje.

En la primavera de 1968 Doug se enamoró de una foto, y el compás de su vida pasó de estar en el hemisferio norte al hemisferio sur. No podía quitar sus ojos de encima de esa silueta escultural que vislumbró por primera vez en blanco y negro. Doug contemplaba la imagen: no había duda de que esas eran unas líneas perfectas. Una belleza singular. Tenía entonces su motocicleta Triumph negra e, incapaz de contener su regocijo, la hizo rugir a través de la pintoresca Ruta 1 californiana. Dejando San Francisco detrás, el viento azotando su cabello, se marchó zigzagueando como un esquiador. Tomaba las curvas a toda velocidad: el bosque de secuoyas a la izquierda, un acantilado a la derecha, y el océano Pacífico reventando contra las rocas abajo, Doug se dirigió hacia el sur a compartir la noticia con Yvon. Había descubierto su nuevo amor.

Encontró a Yvon en su choza junto al mar al sur de California, martillando pitones en su taller. Surfearon y festejaron en Ventura Beach. Doug hablaba apasionadamente de su última atracción. Le mostraba la foto a Yvon; ambos se miraron. Doug estaba obsesionado. No podía sacarse la imagen de la cabeza: el monte Fitz Roy, una cumbre de 3.400 metros que se elevaba por sobre los pastizales argentinos estaba esculpida como la punta de una flecha. Las cumbres que la rodeaban eran tan inclinadas que parecían agujas de tejer haciendo equilibrio. Los muros de granito eran casi verticales. Golpeado por vientos brutales y enterrado en nieves profundas, el monte era extremadamente desafiante. Solo dos expediciones habían alcanzado la cima. Ningún escalador estadounidense había tocado la cumbre del Fitz Roy. La revista *Alpine*

lo resumía como “buena escalada sobre hielo, clima inestable, vientos feroces”.

La foto que ahora inspiraba a Doug y a Yvon era la tapa trasera de una revista de montañismo. Solo mirándola, ambos entendieron el desafío. Puntas de granito, similares a las condiciones de escalada que conocían tan bien en Yosemite, pero aquí, en el extremo sur de América, estarían más cerca de la Antártica que del Ecuador, literalmente al fin del mundo. La belleza del Fitz Roy era tan impresionante como su desafío técnico. Seis puntas en forma de aguja formaban un paisaje que cualquier escalador amaría.

Pese a tener apenas un tercio de la altura del monte Everest, el Fitz Roy es presumiblemente más desafiante. Los últimos 600 metros de subida son tan empinados como el Empire State. El abultado muro de granito tenía la masa de la icónica montaña de Río de Janeiro, el Pan de Azúcar, pero arropado por glaciares, martillado por vientos huracanados, y vestido de hielo. La montaña estaba cubierta por un velo de misterio. Hasta 1908, los cartógrafos asumían que las nubes arremolinadas en torno a la cumbre eran bocanadas de humo, y diligentemente anotaron en sus mapas el “Volcán Fitz Roy”.

Situado en el extremo sur de la cordillera de los Andes en Sudamérica, el Fitz Roy pertenecía a la Patagonia, una tierra tan mítica como tentadora. Doug sabía que Yvon se encontraba entre los pocos escaladores lo suficientemente experimentados para escalar el Fitz Roy, pero ¿sería capaz de liderar una expedición entera, incluyendo un camarógrafo, hasta la cima? ¿Serían capaces de filmar en condiciones tan extremas? Ambos dejaron de lado todos sus planes y esa misma mañana empezaron a planear su viaje épico. ¿Como escalar lo *inescalable*? ¿En qué época del año sería mejor hacerlo? ¿A quién más necesitarían para llevar a cabo este desafío? Yvon estaba dentro. Hacía unos meses habían leído una crónica por el escalador francés Lionel Terray, en la que describía el primer ascenso al Fitz Roy. Terray relataba la subida como una noble búsqueda por existir fuera del reino de la razón y la sensibilidad. Los escaladores, decía, eran “Conquistadores de lo Inútil”.

El Fitz Roy, sugería Terray, era singularmente difícil. Los fuertes vientos sobre la cima de la montaña hacían que las carpas fueran inservibles, y durante días él había tenido que vivir dentro de cuevas cavadas a mano en la nieve. Un escalador, Yvon había leído, perdió su audición debido al rugido constante del viento durante el ascenso al Fitz Roy. No fue sino hasta tres meses después de la expedición que pudo volver a escuchar del todo. Otro escalador francés murió: Jacques Poincenot cayó a las aguas furibundas cerca del campamento base y murió ahogado en

el río, bajo una roca. Sus compañeros de equipo bautizaron una cumbre espectacular en su honor y lamentaron que durante la parte más fácil de la expedición, que consistía tan solo en cruzar un río, la Patagonia les hubiera arrebatado a su compañero. Terray sostenía que, de todas las montañas que había escalado, el Fitz Roy era una de las dos a la que nunca querría volver a enfrentarse.

Surfear y planificando al calor de Ventura Beach, Yvon y Doug diseñaron una expedición de seis meses. “Nos acercamos a nuestra montaña por tierra, manejando desde California, surfear por la costa oeste de América Central y Sur América: esquiamos por un mes en Chile y luego continuamos hacia la Patagonia”, le comentaba Doug desafortunadamente a Yvon. “Vamos a disfrutar lo más que podamos durante seis meses”. Tompkins bautizó su grupo “The Fun Hogs” o “Cerdos Felices” y la aventura llevó el título de *The 1968 California Fun Hog Expedition to Patagonia*.

El Fitz Roy solía estar sumido en tormentas de nieve entre junio y octubre, por lo que Doug e Yvon planeaban llegar en noviembre, antes de que aumentaran los vientos de verano. Pero la ventana entre las últimas tormentas primaverales y los primeros vendavales veraniegos era breve y peligrosamente impredecible. Planearon su partida para el mes de julio y, dado que las estaciones se invertían en el hemisferio sur, llegarían manejando directamente a la primavera. “Unos planes se amontonaban sobre otros planes, la fantasía sobre la fantasía; para cuando cayó la noche habíamos confeccionado el viaje de los viajes”, dijo Tompkins. “Éramos como niños pequeños que se meten a una tienda de helados de noche para hacerse un postre gigante; todo es gratis, y los vendedores siempre han sido tan tacaños con la salsa de chocolate...”.



Douglas Tompkins (izquierda) con el medallista olímpico de esquí Billy Kidd (derecha). Ambos “tomaron prestadas” las motocicletas de un concesionario BMW para un viaje de prueba que duró hasta que se emitió una alerta policial para aprenderlos.
Crédito: archivos de la familia Tompkins