

MODA Y BAILE EN EL MUNDO *RAVE* ¹

Sobre el concepto de mimesis en el estudio de las identidades juveniles²

LEONARDO MONTENEGRO MARTÍNEZ

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH)

lmontenegro@unicolmayor.edu.co

Artículo de Reflexión

Recibido: julio 10 de 2003

Aceptado: octubre 15 de 2003

Resumen

El presente artículo expone una reflexión sobre la noción de «mimesis» en los estudios antropológicos sobre la juventud urbana. El autor introduce este concepto en las actuales discusiones académicas respecto a la identidad, la globalización y el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, y analiza las nuevas formas identitarias en torno a la moda, la música electrónica y las drogas —sintéticas o no—. La noción de «mimesis» es útil en el estudio de la reproducción de *habitus* corporales a través de la imitación y la resignificación. Este texto hace parte de una investigación sobre la cultura *rave* en Bogotá.

Palabras clave: Mimesis, *rave*, identidad, culturas juveniles, consumo urbano.

Abstract

The article presents a reflection on the concept of «mimesis» in anthropological studies of urban youth. The author introduces this concept in current academic debates about identity, globalization and the development of mass-media technologies. He also examines new forms of identity around fashion, electronic music and drugs —synthetic or not—. The concept of «mimesis» is useful in the study of reproduction of corporal *habitus* through imitation and re-signification. This text forms part of a research project on *rave* culture in Bogotá, Colombia.

Key words: Mimesis, *rave*, identity, youth cultures, urban consumption.

¹ Agradezco a las personas que compartieron conmigo sus trabajos de campo sobre el *rave*, entre ellas a Nicolás Rico, Eva Echeverri, Ángela Jiménez y Paola Tarazona, así como las entrevistas que tuve con ellas.

² Agradezco la introducción al concepto de mimesis que he recibido del profesor Carlos Alberto Uribe y a los aportes y reflexiones sobre el mismo de la investigadora María Teresa Salcedo. Este escrito hace parte de mi monografía de grado de la Maestría en Estudios de Género de la Universidad Nacional de Colombia y es producto de mi trabajo de campo de un año y medio en el mundo *rave*.

En el baile hay una imitación, también del vestido, de la forma de ser... yo no sé de la forma de ser porque es que la gente es como quiera ser. Es con el baile... pero también con las pintas, claro. Pero con el baile yo sí lo he visto así. Cuando yo empecé a ir a fiestas en el 96, había unas personas que tenían un paso que era como quieticos y con las manos así como al nivel de la cabeza moviéndolas, ahí quieticos. ¿Sí te has pillado ese pasito? Era un niño el que hacía ese paso y nadie más lo hacía. Y la gente empezó a ir allá y después yo me lo voy pillando en otros bares y es la hora que todavía hay gente que baila así. Hay un paso que a mí me imitaron cuando yo empecé a bailar, así las manos, varias empezamos a bailar así, pero fue más por reverberación que por imitación. Éramos varias ahí jugando que empezamos a bailar así; ahora hay mucha gente que yo no conozco y que nunca jugó a eso, que bailan así. Y muchos pasos: el del carrito... Hay ahora un paso de moda que es como las mujeres manejando carro y hay un juego de Play Station que es jugar a bailar, son gente bailando ritmos y uno es flechita-flechita y tin, uno tiene que coger el ritmo. Eran niñas que empezaron a bailar así como bailan los muñequitos de ese juego de video, y ese es un paso que se puso de moda ahorita. Yo he visto quién empezó un paso y después veo mucha gente haciendo ese paso, porque igual uno está buscando eso, bailar con la gente bien rico. Yo bailo rarísimo, a mí no creo que me imiten mucho. Y es muy rico encontrarse con gente que baila raro y a su manera porque es una mamadera de gallo deliciosa bailando, haciendo coreografías ahí improvisadas, jugando, eso es rico. Esta otra gente no se pone en esas sino que se pone a bailar ahí a su pasito y a mirar pa' todos lados, a ver qué, a chismosear y que la miren, que es otra manera de disfrutar la cosa, de pronto (En entrevista con Ángela, 2001).

El análisis de la dinámica de las culturas juveniles urbanas en la actualidad debe comprender distintas perspectivas teóricas que propendan por una mirada más holística sobre el fenómeno. La diversidad identitaria de la población juvenil —en tanto parte activa y fundamental de la sociedad colombiana— necesariamente nos lleva a reflexionar sobre los procesos y elementos que integran la Nación, las dinámicas de conformación de las identidades de los sujetos sociales, la especificidad de los mundos culturales de los jóvenes, los contextos internacionales y locales en que estos se desarrollan y los ejes fundamentales de conformación

societal, tales como el género, la clase, la localidad, además del mismo aspecto etario.

En el artículo «Diferencia, Nación y modernidades alternativas», Arturo Escobar alude a la idea de los Diálogos de Nación impulsados por el Ministerio de Cultura «que se formulan como un proceso de reconstrucción de nación desde una interculturalidad concebida a partir de una nueva noción de políticas culturales» (2002: 53). Tal propuesta indica un escenario primordial en la construcción de la nación que queremos, sustentado en la necesidad de un acercamiento a la realidad social en donde se reconozca la *otredad* interna, constituida por las mujeres, los indígenas, los negros y, por supuesto, los jóvenes (Escobar, 2002), entre muchos otros y otras. Sin embargo, dicho reconocimiento no se ha llevado a cabo, sino que, por el contrario, se ha quedado en lo que Cristina Rojas ha denominado «regímenes de representación» (citada por Escobar, 2002 y por Martín-Barbero, 2002), en donde se ha suprimido la voz de esos otros. En otras palabras, no hay un reconocimiento de la alteridad.

Acercarnos a esos otros es, entonces, una prioridad. Pero, ¿cómo? ¿desde dónde? Esos y otros muchos interrogantes son los que surgen al acercarnos a actores sociales como los hombres y las mujeres jóvenes de las urbes, contexto en el que se centra mi investigación. Estos personajes y, en particular, quienes están insertos en lo que se ha llamado «cultura de los *mass media*» en sus diferentes manifestaciones discurren en un mundo ligado a la música, la moda y las nuevas tecnologías. Tal situación permite la generación de «culturas juveniles» de carácter global que se sirven de estas tecnologías para expresarse, comunicarse y plantearse nuevas formas de vivir. Así, aglutinan su relación con el mundo y con los demás a través de las fiestas y otros elementos propios del mundo moderno como las máquinas electrónicas y las «drogas inteligentes» (Dery, 1995).

Esta dinámica se presenta esencialmente en la vivencia cotidiana y gracias a los procesos miméticos, de imitación. Agnes Heller nos dice: «No hay vida cotidiana sin *imitación*. En la asimilación del sistema consuetudinario no procedemos nunca meramente “según preceptos”, sino que imitamos a otros; ni el trabajo ni el tráfico social serían posibles sin mimesis. La cuestión estriba, como siempre, en si somos capaces de producir un campo de libertad individual de movimiento *dentro* de la mimesis o, en el caso extremo, de *deponer* completamente las costumbres miméticas y configurar nuevas actitudes» (Heller, 1972: 63). Uno de los aspectos teóricos que me interesa apuntalar en mi investigación sobre las identidades juveniles es, precisamente, la relación entre la mimesis y los procesos (cotidianos) de configuración y re-creación de la identidad entre los jóvenes del mundo *rave*, asunto sobre el cual me referiré a continuación.

Mímesis en el *rave*

La mayoría de los elementos que se mencionan en el relato del comienzo hacen parte de lo que podríamos ver y escuchar sobre la escena *rave* en lugares tan disímiles —y, al mismo tiempo, tan parecidos— como lo pueden ser las ciudades de Santiago de Chile, Buenos Aires, Berlín, Barcelona, Chicago o Londres. Podríamos remitirnos, por ejemplo, al libro de Alfred Steffen, *Portrait of a generation. The Love Parade family book* (1997), y observar la estética de las personas allí fotografiadas: sus retratos podrían bien haber sido tomados en alguna fiesta *rave* en Bogotá —como la que tiene lugar en el relato—, ya que la estética, si no es idéntica, es muy similar. De hecho, cuando nos acercamos a mundos distintos del *rave* como el *punk*, el *ska*, el *grunge* o el *power*, podemos observar el mismo fenómeno.

La estética que vemos y que se refleja en lo que llamaríamos «diacríticos corporales» nos permite, al igual que en otras regiones del mundo, identificar a quién le gusta qué música y qué tendencias puede tener. En otras palabras, son elementos que nos indican la identificación social de una persona (Restrepo, 1999a; 1999b). Sin embargo, este asunto debe ser considerado con cierta reserva, ya que cuando tenemos un elemento de juicio —como puede ser el tipo de vestimenta— para entrar a «clasificar» a qué grupo pertenece una persona, debemos recordar que éste carece de sentido si no se lo liga con el contexto al que está asociado.³

Ejemplo de ello son las observaciones que he efectuado durante algún tiempo con respecto a este asunto. He podido apreciar múltiples estudiantes en universidades y colegios que tienen *exactamente* la misma estética de los denominados «Hello Kitty» o «candy kids»⁴, tan populares en la escena *rave*, pero que no pertenecen a estratos socioeconómicos altos como ellos y, algo bien importante, ¡no escuchan *techno*, ni van a fiestas *rave*! De esta manera, podemos estar de acuerdo con Zandra

³ De la misma manera, Clifford Geertz reitera este planteamiento cuando habla del guiño para definir la *descripción densa* (1993), en donde afirma que, desarticulado de su contexto, un elemento determinado puede adquirir muchos significados.

⁴ Este grupo será descrito más adelante.

Pedraza cuando indica: «No bastan las apariencias del deportista, del *dandy*, de la mujer elegante o de la prostituta si no tenemos a mano el soporte de un discurso que enuncie su significado. Con todo y su concreción y materialidad, y su incontrovertible presencia, el sentido del cuerpo no es evidente» (Pedraza, 1998: 166, cursivas en el original).

Debemos, además, tener en cuenta que estamos hablando de dos asuntos diferentes que están interrelacionados. De un lado, tenemos una estética igual o similar que se

maneja dentro de una cultura juvenil específica a escala global: l@s ravers europe@s

comparten estéticas, gustos, aficiones y consumos con sus pares latinoamericanos o norteamericanos, por supuesto, con las limitaciones y posibilidades propias de cada medio. Ahora bien, de otro lado tenemos una estética igual o similar que comparten personas adscritas a escenas diferentes; podríamos decir, incluso, que hacen parte de culturas juveniles diferentes. En este punto, he considerado relevante en el análisis de este fenómeno el concepto de «mímesis», dado que éste atraviesa aspectos como la moda y los movimientos del cuerpo, en el sentido en que existen «técnicas corporales» —una forma de moverse, de nadar, de caminar, etc.— que se aprenden y que son producto de una construcción social, tal como lo plantea Marcel Mauss (1991).



Tomado de *Portrait of a Generation*, Steffen, Taschen 1997

Como bien lo explica este etnólogo francés, el *habitus* proviene de la sociedad, la educación, las reglas de urbanidad y la moda, aunque varía con los individuos y sus imitaciones, siendo lo individual aquí producto de lo colectivo. Para él, un acto corporal es un hecho que, aunque imitativo, es aprendido, vía la educación; según él, desde la niñez se imitan los movimientos que se ven en las otras personas y que se consideran eficaces. En este sentido, el acto es impuesto desde afuera, no

es natural, se aprende. Pero este aprendizaje se logra a partir de un acto imitativo, en donde se hace uso del cuerpo como principal vehículo de la imitación y de las técnicas corporales, las que varían —siguiendo a Mauss— según la edad y el sexo. Es así como la educación y un entorno social específico moldean los movimientos corporales de hombres y de mujeres, lo cual es atravesado por condiciones como la edad y la clase social.

Este fenómeno lo vemos con claridad en el baile. Cuando Ángela nos habla, por ejemplo, de cómo su forma de bailar la música *techno* es diferente a como baila salsa, nos hace pensar sobre un asunto relacionado con varios elementos que se entrecruzan. Por una parte, tenemos una actitud mimética que es evidente en su narración: hay personas que bailan a partir de su propia forma de asumir la música, la cual consideran «original» y, a la vez, es retomada por otras personas. Sin embargo, puedo asegurar con base en mi observación de muchas noches de baile en fiestas bogotanas y de ver videos, películas y programas de televisión que esas formas «originales» de bailar no lo son tanto; en realidad son réplicas de diversos entornos que la persona en cuestión ha integrado a sus movimientos. Aquello no quiere decir que simplemente se «copie», sino que se asumen estas técnicas corporales en un proceso mimético que supone una apropiación y una reelaboración.

El baile no es sólo movimiento, no es sólo sentir la música. El baile se escenifica en un entorno social específico, además de que es recreado de una forma por las mujeres y de otra por los hombres —esto es muy evidente, por ejemplo, en ritmos como la salsa o el tango, en donde existen técnicas corporales masculinas y femeninas. Pero lo interesante en el *rave* es que estas técnicas se convierten en movimientos corporales andróginos en los que no sabemos qué movimiento corresponde al hombre o a la mujer. Al contrario de otro tipo de bailes en donde se baila *frente* a otro o *para* alguien, en el *rave* se baila *para sí* y *frente a sí*, aunque en determinados momentos se baile con otras personas —como cuando se baila en parches⁵—.

Lo anterior no quiere decir que el baile en el *rave* sea totalmente individual. Por una parte, quien baila lo puede hacer en un parche o, algunas veces, en un acto de seducción frente a otra persona. Pero, al contrario de otros bailes, en el *rave* los movimientos no corresponden a una secuencia establecida, a una forma de bailar «tradicional»; aquí entra ese dejarse llevar por los *beats* —de los cuales hablan algunos de mis entrevistados— que se apoderan del cuerpo, y éste sigue su movimiento sintiendo y vibrando con la música. En pocas palabras, se baila sin un patrón preestablecido. Sin embargo, ello no sólo implica una reacción frente a la música

⁵ Pequeños grupos selectos, generalmente de amigos.

al momento de escucharla, pues los danzantes también recurren a su «capacidad mimética», aquella que les permite asimilar formas de bailar aprehendidas a través del inconsciente óptico y que hace que efectúen movimientos corporales que son individuales y sociales a la vez. Para comprender más ampliamente lo que estoy planteando es necesario explicar, entonces, a qué me refiero con las nociones de «capacidad mimética» y de «inconsciente óptico».

Como podemos observar en la *Poética* de Aristóteles, la mimesis es imitación de la realidad. Para ser más preciso, señala que se llega al arte —*poiesis*— por imitación —*mimesis*— de la acción —*praxis*—, y lo que se imita son las acciones, los caracteres y hasta la propia naturaleza (Aristóteles, 1999). En este caso, con *poiesis* se está hablando de la creación artística en general, aquella que para los griegos era «concebida como imitación de la realidad sensible» (Goya y Samaranch, 1999: II). El objeto de la mimesis aristotélica, para estos autores, es la vida humana, la cual nos seduce además por su verdad, por su exactitud. Por otra parte, Aristóteles señala que es connatural al ser humano la tendencia a la imitación (Bozal, 1987; Aristóteles, 1999; Goya y Samaranch, 1999), lo que comparte Walter Benjamin al referirse a la «facultad mimética»: «(...) no hay más remedio que atribuirle al recién nacido la plena posesión de ese don (...)» (Benjamin, 1991: 86).

Es decir que la mimesis es una representación pero se convierte en una realidad. Quien imita, entonces, no está copiando o falseando la realidad, no está actuando; por el contrario, está viviendo y asumiendo como propia esta imitación. De este modo, la mimesis no es la acción de un actor que temporalmente encarna a otro personaje; aquí la imitación se vuelve realidad sensible, hace parte de sí mismo.

Debo aclarar que la teoría del gran pensador griego sobre la imitación —*mimesis*— tratada en el texto de la *Poética*, nos habla de lo que implican la épica, la tragedia, la comedia y la ditirámica, las cuales, para él, vienen a ser todas imitaciones que difieren entre sí en cuanto imitan diferentes cosas o utilizan diversos medios. Ahora bien, esta imitación no lo es tanto de los seres humanos sino, ante todo, de los hechos y de la vida: «Por tanto, no hacen la representación para imitar las costumbres, sino válense de las costumbres para el retrato de las acciones» (Aristóteles, 1999: 26).

La mimesis para Aristóteles viene a significar reproducción de acciones, aunque es necesario señalar que «nunca pierde de vista los límites que enmarcan el espacio escénico; es decir, la condición de la tragedia en cuanto *techné*, producto artificial, creado según normas precisas y destinado también a cumplir con determinados objetivos» (Cross, 1985: 59). Estas acciones a las que hago referencia son las acciones humanas. Por otra parte, para Aristóteles, el arte y la literatura tienen co-

mo fin específico producir placer. En el caso de las artes dramáticas como la tragedia, la perfecta imitación de estas acciones debe producir placer en el espectador y constituir la reproducción de la vida con todas sus particularidades (Cross, 1985; Aristóteles, 1999).

No obstante, en nuestra idea de mimesis, no se está actuando en un espacio escénico para un espectador con la clara conciencia de que no se es lo que se representa. Para el tema que me compete, la representación escénica es la vida misma; el actor es realmente el personaje que encarna y, por supuesto, es una representación para otro diferente, quien ve este acto escénico como lo que es: una realidad. Este hecho lo podemos apreciar claramente en la estética y los movimientos corporales. Las personas en el mundo *rave* asumen formas de vestir y de bailar que han tomado de otras y que están enmarcadas en lugares diferentes. No obstante, esta representación es *para sí mism@* y frente a *l@s* demás, es decir, *el acto mimético es al mismo tiempo alteridad*.

Como dice Michael Taussig: «Yo lo llamo la facultad mimética, la naturaleza que la cultura usa para crear una segunda naturaleza, la facultad para copiar, imitar, hacer modelos, explorar la diferencia, producir y volverse otro. La maravilla de la mentira de la mimesis es delinear en la copia el carácter y el poder del original, al punto que la representación puede asumir ese carácter y ese poder incluso» (Taussig, 1993: xiii, traducción mía). Algo bien interesante que encontramos en el caso al que aludo en mi trabajo es cómo las personas imitan, se vuelven otras, pero no para ser otras, no para homogenizarse o parecerse; lo que se hace es crear una singularidad, una diferencia. Lo que buscamos a través del acto mimético es tomar elementos con los cuales podamos construir nuestra identidad frente a un otro diferente, en lo que participa una percepción individual del tiempo y del espacio, fundamental para la creación de la identidad (Augé, 1994; 1996). Tal percepción espacio-temporal aparece en la fiesta. Es allí donde la identidad del ser «*raver*» se vuelve corporeidad, en la medida en que «el cuerpo en tanto construcción cultural es signifiicante y soporte de las relaciones sociales» (Restrepo, 1999a: 237).

Esta construcción cultural se refleja, en primera instancia, a través de los diacríticos a los que he hecho referencia, esencialmente en la ropa —cómo es, cómo se lleva— a lo cual se añade la gestualidad. En el caso «*raver*» encontramos que existe una especie de irreverencia ante lo que se considera como lo establecido, ante la sociedad hegemónica. Aquello se representa en una moda andrógina, es decir, tanto mujeres como hombres se visten con los mismos elementos: pantalones anchos, camisetas, tenis y, en general, prendas de estilo muy deportivo y de colores cálidos, fuertes o fosforescentes; a estos se añaden accesorios como cadenas visibles atadas del

cinturón al bolsillo y *looks* como el pelo muy corto tanto para hombres como para mujeres. Esta apariencia de indiferenciación sexual, unida a una forma de bailar similar, hace que a veces no se distinga, en el claroscuro producido por las luces de una fiesta, a un hombre de una mujer.

Tal situación es totalmente diferente para los llamados «*tecnomafiosos*» y «*tecnolobas*»⁶, personajes que también suelen aparecer en la escena *rave*, ya que en ellos encontramos una estética diferente. En su caso no podemos hablar de androginia, ya que, al contrario del caso anterior, las mujeres, por ejemplo, se visten con prendas corrientemente definidas como femeninas y sensuales en la sociedad hegemónica: minifaldas, pantalones muy ajustados y descaderados, *tops*⁷ o blusas ceñidas y escotadas, además predomina el pelo largo; los hombres, por su parte, llevan camisas de cuello abiertas, chaquetas de cuero y el pelo corto. A ello se suma el hecho de que hombres y mujeres tienen formas diferentes de bailar.

Lo que vemos en la escena *rave* es que hay varios estereotipos estéticos que con-

⁶ Las personas que son catalogadas como «posibles mafiosos» en la escena *techno* debido a su forma de vestir, las camionetas cuatro puertas de vidrios oscuros en que se movilizan, las armas que portan, aunadas a los elementos estéticos que arriba se describen, son llamadas «*tecnomafiosos*» (hombres) y «*tecnolobas*» (mujeres). Esto, por supuesto, implica un manejo del lenguaje que pretende discriminar a partir de las estéticas y comportamientos hegemónicos. En mi trabajo de tesis de la maestría de Estudios de Género del cual hace parte este escrito exploro este tema con mayor amplitud.

⁷ Brassieres tipocamiseta.

fluyen en ella. Por supuesto, esto es más notorio en las mujeres, aunque algunos hombres suelen tomar elementos considerados femeninos como faldas y sacos de colores pastel —rosado, lila, azul—. Pero, en general, los hombres mantienen vestimentas que les identifican como tales, mientras que las estéticas de las mujeres son diversas y antagónicas, desde las «*ravers*» que utilizan elementos andróginos hasta las «*tecnolobas*» que usan un estilo muy *flashing*. Incluso, la gente escoge las prendas de vestir en función del lugar en donde se realizará la fiesta y las personas con las que asistirá, entre otros elementos. Se puede percibir, entonces, cómo las personas se están comunicando a través de la ropa, cómo se marcan pautas de vestido y de expresión corporal que tienen un significado social. Aquí es muy importante el modo en que nos representamos frente a los demás, con lo que podemos remitirnos a la noción aristotélica de mimesis.

Siguiendo a Cross, encontramos que a Aristóteles le interesa «el arte como imitación de lo real» (1985: 59) y que esta imitación lo es del proceso creador de la naturaleza, no tanto de objetos externos, en donde dos de los requisitos básicos son la consistencia y la verosimilitud; para el pensador griego, no se debe perder la realidad «de vista porque es en ella y por ella que el arte cobra sentido» (Cross, 1985: 59). Ahora bien, lo que Elsa

Cross nos indica más adelante es que a Aristóteles le interesa más el *cómo* que el *qué*, y esto se traduce en una exigencia de realismo: es la realidad la que impone los límites y pautas de la imitación artística (Cross, 1985: 60). Para Aristóteles, la imitación artística debe representar las cosas más o menos como son, o como podrían o deberían ser (Aristóteles, 1999).

Como ya hemos visto, el concepto de mimesis tiene un origen dramático que deviene de los vocablos *mimos* y *mimēsthai* que significan «representar», en el sentido en que se remiten a las experiencias rituales que vivían determinadas personas al sentir que eran encarnadas por seres divinos o animales (Bozal, 1987). Esta idea nos lleva a considerar que la mimesis, antes que definición de la dramaturgia o elemento constituyente de esta, se refiere a algo más antiguo que es el ritual, en donde aparece junto a la *katharsis* (de la que no me ocuparé en este momento, v.gr. Bozal, 1987 y Aristóteles, 1999, p. ej.).

En esta definición se encuentra un elemento de gran utilidad para el análisis del fenómeno que compete a este trabajo: la mimesis «no identifica dos motivos — figuras, volúmenes, facciones, movimientos...— que necesariamente se parecen, sino, precisamente, dos motivos que pertenecen a ámbitos radicalmente diferentes, el mundo de los dioses y el de los hombres (sic)» (Bozal, 1987: 70). Aquí lo que nos interesa es el hecho de que la diferencia permite afirmar la identidad, sin que necesariamente se busque la igualdad, esto es que buscamos representar, no convertirnos en el objeto o el ser representado.

Ahora bien, como indica Bozal, la mimesis tiene un elemento importante que es la sugestión, lo que permite que la mimesis como representación sea una verdadera encarnación (Bozal, 1987). Por supuesto, Bozal establece una clara diferencia entre la mimesis ritual y la teatral, siendo esta última de carácter totalmente ficticio: el papel —la máscara— interpretado por un actor es una interpretación, mientras que en el rito «la presencia de una máscara era la presencia de otro mundo, ahora es la indicación de que otro mundo se dice presente» (Bozal, 1987: 73). El teatro es simulación, es una ilusión, pero si hablamos de las artes, lo central de la mimesis será la semejanza, la imitación.

Por el contrario, l@s jóvenes «*ravers*» no buscan imitar; lo que buscan son elementos identitarios para sí mismos y su grupo. No es una burda imitación; es readecuar elementos foráneos a su forma de expresión, a lo que quieren representar, no como teatro sino como realidad. Estas personas no quieren ser «*ravers*» europeos, quieren ser ellas mismas, lo que bajo una mirada superficial podríamos confundir con un querer parecerse a algo que no se es.

Esto último corresponde a la idea que se maneja de mimesis corrientemente, pero la mimesis no es sólo imitación; para Aristóteles, es lo que podría suceder, lo verosímil, lo necesario. Por otra parte, es representar y esto es construir (Bozal, 1987). Ahora bien, la mimesis es un lenguaje y posee un sentido, lo cual quiere decir que produce un significado. Además «es dinámica y creadora, su dinamismo no puede escapar de lo uno y lo otro, de la relación: es un testimonio que constituye, al realizarse, la realidad de lo testimoniado como una realidad anterior, y que lo hace en la implicación de un sujeto» (Bozal, 1987: 94).

Lo anterior puede observarse claramente en el mundo *rave*, en donde a través de la corporeidad que observamos en el baile y en la moda se está produciendo un sinnúmero de significados que se construyen a partir de elementos que son compartidos por jóvenes en distintas ciudades, pero que se reasumen desde una particularidad local, lo que «les permite no sólo una configuración particular, sino también una reinterpretación y unos sentidos específicos. La recomposición de objetos y la reinterpretación de sentidos globales en un espacio signifiante local explica la construcción de diacríticos de diferencia específicos retomando referentes exógenos y generales» (Restrepo, 1999b: 191). De esta forma, las personas de las cuales nos ocupamos se constituyen a sí mismas y son construidas a partir de otras.

La mimesis tiene como cuestión central el problema de la verdad. Esta no se da por la calidad de la representación, ni la encontramos en la capacidad de alguien para ver mejor: «(...) la garantía de la verdad de la *mimesis* radica en su propia naturaleza y en la naturalidad de ese dejar que las cosas sean y se ofrezcan siendo a nuestra contemplación» (Restrepo, 1999b: 158).

Esta última idea hace referencia a lo que Benjamin llamó la «facultad mimética», planteando que la naturaleza genera semejanzas, pero que son los seres humanos quienes poseemos la mayor capacidad para producirlas. Para este autor, la facultad mimética se inicia en la infancia: desde los primeros juegos, los niños y niñas tienen actitudes miméticas que les sirven de adiestramiento (Benjamin, 1991). Tal situación puede verse con claridad en el baile, en donde lo que hacemos es mirar cómo bailan las demás personas y retomamos sus movimientos, aunque esto no hace parte de una incapacidad para generar los propios movimientos; por el contrario, lo que se intenta es seguir movimientos que hacemos propios como una forma de compartir el baile con las demás personas.

La mimesis es, por otra parte, creación y acción. En este sentido, Benjamin considera la capacidad mimética en el juego de los niños y las niñas, en donde «la percepción y la transformación activa son los dos polos de la cognición del niño:

“Todo gesto infantil es un impulso creativo que corresponde exactamente a un impulso receptivo”» (Benjamin citado por Buck-Morss, 1995: 290).

Este hecho es de suma importancia pues, como señala Buck-Morss, la cognición infantil es táctil y, por lo tanto, se encuentra ligada a la acción. Los niños y las niñas llegan a conocer a través de asir y usar objetos de manera creativa, dándoles nuevas posibilidades (Buck-Morss, 1995). En su texto titulado «Acerca de la facultad mimética», Benjamin nos dice que «el mayor talento para producir semejanzas pertenece a los humanos. El don para ver similitudes que poseen es sólo un rudimento de aquel poderoso impulso previo de hacerse semejante, de actuar miméticamente. Tal vez no haya ninguna función humana superior que no esté decisivamente determinada, al menos en parte, por la capacidad mimética» (Benjamin citado por Buck-Morss, 1995: 293).

Debemos tener en cuenta el señalamiento de Benjamin frente al hecho de que la facultad mimética no ha permanecido invariable en el tiempo, sino que se ha transformado históricamente. Ahora bien, lo que antes se consideraba como una decadencia de la facultad mimética, es luego considerada como una transformación (Benjamin, 1991; Buck-Morss, 1995), en la que vienen a jugar un papel importante las nuevas tecnologías de la fotografía y el cine. La entrada en escena de la cámara se va a convertir en un elemento clave, en la medida en que permitirá escudriñar los gestos más sutiles: «A través de ella [de la cámara], experimentamos por primera vez un inconsciente óptico, como en el psicoanálisis experimentamos por primera vez al inconsciente instintivo» (Benjamin citado por Buck-Morss, 1995: 294).

Tal asunto es de gran relevancia, pues ahora nos enfrentamos a un nuevo método de trabajo en el que la cámara —de cine o fotografía— nos permite «disecionar» el movimiento, la gestualidad, ya que el camarógrafo «penetra operativamente en el material, sometiendo el movimiento del actor a una “serie de pruebas ópticas” (...) A través de los acercamientos a aquello que registra, por medio de la acentuación de los detalles ocultos en las figuras de objetos que nos resultan familiares, a través de la exploración de ambientes banales con la guía genial de la lente, la cámara, por una parte, aumenta la conciencia de nuestra dependencia respecto de los objetos cotidianos, y por otra nos garantiza un inmenso e inesperado campo de acción» (Benjamin citado por Buck-Morss, 1995: 295).

A partir de esta propuesta de Benjamin, Buck-Morss indica que así como la industrialización «ha sido la causa de una crisis en la percepción, debido a la aceleración del tiempo y la fragmentación del espacio, la cámara ofrece un potencial curativo al desacelerar el tiempo y, a través del montaje, construir “realidades sintéticas”» (Buck-Morss, 1995: 295). Como esta autora señala, así como el mundo

urbano actual nos bombardea con imágenes y estímulos inconexos que podrían producir el efecto de un shock, la conciencia actúa como amortiguador, registrando estas señales pero sin experimentarlas. Ahora bien, el cine nos permite acercarnos a esta realidad de un modo reflexivo, lo que permite reapropiarse de la realidad a través de la percepción. Sobre ésta, Benjamin señala que «la percepción de lo similar está siempre ligada a un reconocimiento centelleante. Se esfuma para ser quizá luego recuperada, pero no se deja fijar como sucede con otras percepciones» (Benjamin, 1991: 87).

Aquello podemos relacionarlo con la facultad mimética, la cual tiene un sentido muy claro: el comunicar. Pero esta comunicación tiene su base en semejanzas extrasensoriales, sobre las cuales Benjamin esboza el concepto de «similitud corporal», basado en la idea de un cuerpo que «deviene no similar a la *naturaleza*, sino a las *cosas*, en la medida en que “la primera materia donde la capacidad mimética se pone a prueba [es] el cuerpo humano”» (Weigel, 1999: 61, cursivas en el original). Benjamin ve el cuerpo como resultado y portante de la facultad mimética, pero al mismo tiempo nos señala que el cuerpo es un instrumento de diferenciación, como él mismo lo dice: «Pues toda reactivación vital se halla ligada a la diferenciación, cuyo más afinado instrumento es el cuerpo» (citado por Weigel, 1999: 62).

Para acercarnos a este cuerpo y a la mimesis que se representa en él, podemos recurrir, entonces, a ese método del camarógrafo: «De modo comparable al impacto del cine y de la nueva experiencia que la cámara torna posible, al hacer reconocible “lo ópticamente inconsciente” y hacer visible las posturas del individuo en centésimos de segundos, aparece ya en el espacio del cuerpo y de la imagen “en lugar de un espacio animado por el hombre con conciencia un espacio animado inconscientemente”» (Weigel, 1999: 64). Es decir, a través de esta técnica de la mirada —la que no incluye una cámara necesariamente—, podemos acercarnos a hábitos y técnicas corporales que nos permiten leer las expresiones del cuerpo: «En esto se trata de un lenguaje del cuerpo, en el que lo olvidado se torna visible; pero cuyo sentido, sin embargo, no puede ser descifrado sin más. Se trata también del cuerpo como material y matriz de un lenguaje del inconsciente» (Weigel, 1999: 65).

Cuando nos acercamos al mundo de las culturas juveniles, encontramos corrientemente elementos sobresalientes como las estéticas y la música, entre otros. Si centramos nuestra mirada en la música, nos damos cuenta de que ahora está ligada a un poderoso medio que es la televisión y, dentro de esta, a canales especializados como MTV (Music Television), los cuales se convierten en grandes transmisores de estéticas y de gustos musicales. Tanto éste como otros canales de

videos musicales transmiten para muchas partes del mundo una serie de comerciales que incluyen la puesta en escena de grupos y cantantes que las productoras como Sony u otras promocionan como lo que se debe escuchar. MTV, por ejemplo, se dice «independiente», cuando en realidad funciona de acuerdo con la lógica hegemónica de mercado, lo que no obsta para que pueda transmitir también productos musicales videográficos que no pertenecen a las grandes disqueras como es el caso del grupo Pearl Jam y de otros por el estilo que, aunque son poseedores de su propio sello, hacen parte del grupo de las grandes «estrellas» del mundo de la música, lo cual les permite acceder a este espacio.

Lo que llama la atención aquí es que estos canales no sólo difunden videos musicales; por supuesto, su principal objetivo es incitar a un público a comprar álbumes musicales, pero además están difundiendo estéticas. Es a partir de canales como MTV que se difunde una estética *grunge* o *power*, así como es a través de otros canales como se difunde una estética del *metal*. En el caso del *rave*, la estética llega también a través de estos poderosos medios. Por supuesto, existen muchos casos de «*raver*» residentes en ciudades colombianas que han viajado a Europa o a Estados Unidos y han importado nuevas modas que aquí se «imitan». Sin embargo, es imposible obviar el exitoso trabajo hecho por la TV en cuanto al poder de la cámara, un elemento tecnológico que permite que diseccionemos la imagen. De hecho, es la cámara la que hace ese trabajo por las personas; las imágenes de los grupos musicales y de sus seguidores son construidas siguiendo paso a paso el cuerpo de quienes son representados en la pantalla.

Este asunto lo he notado *mirando*, por supuesto, en la medida en que buscaba elementos de las personas con quienes estaba trabajando —es decir, la gente *raver*—. Pero el poder de la imagen creada con la cámara lo aprecié realmente cuando conversaba con una compañera, aficionada a la música *grunge* y que, ciertamente, asume esa estética. Ella me hablaba de cómo se *tiene que ser* para mostrar que se pertenece a un grupo juvenil: no basta saber sobre esa música —lo que es fundamental— sino que hay que portar el estandarte y portarlo bien: no te puedes equivocar con el color de tus medias o el tipo de zapatos que usas, pues eso significaría que no *eres* realmente sino que *pareces* o *quieres parecer*, lo cual es inadmisible. En este sentido, la copia debe ser fiel, tan fiel que te tienes que convertir totalmente, no sirven las copias a medias; es asumir un hecho como la realidad, por eso no se trata de disfrazarse, no es hacerse pasar por lo que no se es. Esto no es mimesis, lo que se debe realizar es poner a funcionar la facultad mimética.

Para Michael Taussig, la mimesis, junto con el poder de la imagen como material corpóreo capaz de despertar la memoria, se convierte en un método que permite, a través de las imágenes y las sensaciones —más que a través de las ideas—, acercarse

a «un conocimiento que se encuentra tanto en los objetos y espacios de observación como en la mente y el cuerpo del observador» (Taussig, 1995: 182). Ahora bien, como lo señala Benjamin, lo que nos permite esto es la sensación de tactilidad, es decir, el tocar, el sentir, el percibir, que cuando se constituye en hábito influye de forma decisiva sobre la recepción óptica (Taussig, 1995: 184). Esta forma de percepción no está haciendo referencia simplemente a lo que ve el ojo y que, en otros términos, podríamos llamar la «realidad objetiva», sino que, por el contrario, estamos hablando del inconsciente óptico que nos permite ver los diversos elementos que componen una escena, los diferentes movimientos al interior del movimiento, para lo cual no se necesita solamente «mirar» sino «tocar».

De esta manera, lo óptico y lo táctil van indisolublemente unidos, en la medida en que, como nos dice Taussig, para Benjamin, la mimesis significa tanto copiar – imitar– como la materialidad sensual, lo que evidencia una conexión con la sustancia «tanto réplica visual como la transferencia a la materia» (Taussig, 1995: 186, cursivas en el original). Lo que encontramos allí es un lenguaje que está escrito en el cuerpo, en sus hábitos, en sus formas de caminar, de comportarse, de amarse. Claro, hablo del cuerpo porque es sobre lo que tratamos en este escrito, pero como ya señalaba Benjamin, la mimesis –y todo lo que esta conlleva— está presente en todas las esferas de la actividad humana, en la escritura y en el lenguaje, asunto que debemos enfatizar: la mimesis es tanto escritura como lenguaje, la una la debemos aprender a leer y el otro a hablar.

Moda y mimesis

La mimesis puede observarse cuando vamos a una fiesta *rave* o caminamos por el centro de Bogotá; mientras estamos en una universidad pública como la Nacional o en una privada como la de los Andes. Sólo basta mirar detenidamente estos espacios y la podemos encontrar allí, en los bolsos «manos libres», por ejemplo, que portan mujeres y hombres jóvenes, estudiantes de colegio o universidad, mensajeros de bancos o corporaciones. Siendo muy cuidadoso con lo que digo, es preciso manifestar que nunca había visto este tipo de bolsos en nuestra ciudad antes de verlos en la serie norteamericana *Así es la vida* –*Get Real*, en inglés—. Luego comencé a notarlos en la espalda de estudiantes de prestigiosas universidades privadas como Los Andes y la Javeriana; después en las calles en otro tipo de personas. No estoy planteando que las personas los lleven ahora por influencia del programa de TV mencionado; pero el hecho de verlos en la TV me hizo centrar la mirada en un accesorio que inicialmente se comenzó a usar en Europa o en Estados Unidos y que, posteriormente, por la combinación entre las series televisivas y la difusión del mercado, comenzó a hacer parte de la estética

juvenil de una ciudad latinoamericana. Por supuesto, hay diferencias: estos bolsos se afilian a estéticas distintas, atravesadas por la clase social.

Evidentemente, una de tales diferencias es la marca del accesorio, la cual es relevante para quienes lo usan. Por ejemplo, quienes estudian en Los Andes —y muchos de la Nacional— no han comprado sus morrales «manos libres» en almacenes populares, sino en centros comerciales exclusivos, donde se venden accesorios «originales», o en sus viajes al exterior. Lo que importa aquí es que un accesorio — que puede ser un tipo de pantalón, una cadena, etc.— se vuelve de uso de una población diversa a partir de una necesidad mimética: las personas buscan inconscientemente parecerse a alguien, el cual puede ser un grupo social determinado.



Tomado de *Portrait of a Generation*, Steffen, Taschen 1997

Aquí vemos lo que Taussig plantea sobre la réplica visual que se transfiere a la materia. El inconsciente óptico me permite, a partir de la televisión —de la cámara— captar un objeto en el que veo la «facultad mimética»; pero esto que hago consciente, la mayoría de personas no lo hacen. Sin embargo, el principio del inconsciente óptico es el mismo: es la cámara que a través de un programa de televisión, de las pautas publicitarias, da un instrumento para la imitación que, a su vez, es un instrumento de diferenciación. Pero, ¿no se supone que lo usan personas diferentes, de clases sociales diferentes? ¡Claro! Esta es una de las particularidades del tema que estamos tratando. Al mismo tiempo que un grupo social busca la diferenciación, otros le siguen de forma mimética eliminando o pretendiendo eliminar esa diferencia.

Como ya ha señalado Simmel en el capítulo sobre «Modas y clases» del libro *Cultura femenina* (1946), una característica de la moda es su influencia en el permanente cambio de las expresiones que usa la sociedad para expresarse, tal como lo son los vestidos, las formas sociales y las valoraciones estéticas. Sin embargo, según este autor, la moda sólo influye directamente a las clases superiores y, en la medida en que las inferiores se apropian de esta, las clases superiores la abandonan buscando una nueva diferenciación, mientras a su vez las clases inferiores buscan alcanzar la nueva moda y así el círculo se repite indefinidamente. Es decir que permanentemente se busca una diferenciación por un grupo y su imitación por el otro. Este proceso se ve acelerado por la intervención del capitalismo, pues los objetos particulares son asequibles en la medida en que se obtenga dinero para comprarlo, lo cual es posible cuando la moda, gracias a la producción industrial propia del capitalismo, se «democratiza», dándole más fuerza a ese proceso eliminatorio-imitativo.

Por supuesto, tal proceso de imitación lo inician las clases altas al «copiar» elementos foráneos. A propósito de esto, Simmel nos dice en su capítulo sobre «La moda y lo extranjero» que en los diferentes círculos sociales existe una gran tendencia a importar moda del extranjero, ya que se estima más la producción que se realiza fuera de cada círculo. Esto se posibilita en la medida en que la adopción de algo foráneo sirva para cohesionar el círculo que lo adopta, permitiendo a los individuos que la componen tener una «referencia común en un punto situado fuera de ellos» (Simmel, 1946: 131). En este sentido, podemos afirmar que la moda tiene dos funciones claras: concentrarse en un grupo y permitirle a este la separación de los demás, siendo así que cuando esto no se presenta, la moda como tal desaparece (Simmel, 1946: 132).

Ahora bien, un elemento como el bolso al que hacemos referencia o un traje nuevo permiten cierta homogeneidad que adquiere gran importancia en una época de gran individualismo como lo es la moderna. De esta forma, el individuo es en la medida en que logra diferenciarse, pero lo hace consiguiendo una uniformidad con las otras personas de su grupo social. La moda, por otra parte, satisface por medio del cambio continuo la necesidad de «excitantes siempre nuevos» (Simmel, 1946: 133). El mismo autor llama a este fenómeno la tragedia de la moda, con lo que quiere decir que esta última sólo le corresponde a una parte de la sociedad, mientras que el resto sólo trata de alcanzarla, pues su principio diferenciador se pierde cuando todas las personas alcanzan los mismos elementos. Así, la moda vive una contradicción: mientras que su propio impulso es expansivo, cuando lo logra, pierde su carácter diferenciador y la tendencia es a desaparecer; por lo tanto, debe renovarse constantemente (Simmel, 1946: 135). Con lo anterior, la moda se hace partícipe del ansia de cambio característico de la vida moderna que

implica un cambio continuo, en el que se acrecienta de una forma palpable el presente, lo fugaz, en donde es una clase la portadora de dicha tendencia como se observa en todos los órdenes de la moda —no sólo en la vestimenta— (Simmel, 1946: 137).

En la medida en que la mayoría del cuerpo social no puede acceder a la moda, el individuo se ve satisfecho por distinguirse de otros grupos sociales y por hacer y usar lo mismo que las personas de su propio grupo; esto implica la aprobación de su entorno y la envidia de quienes no pueden ser como él. Para Simmel, esta envidia supone un apoderamiento ideal del objeto envidiado, pues lo indiferente está más allá de la oposición y, por lo tanto, del interés (Simmel, 1946: 138). Cada individuo, al participar de la moda, vive una aprobación general como ser genérico.

Así mismo, quien vive esclavizado por la moda trata de encontrar en esta una particularidad tal que hará que trate de exagerar las tendencias de la moda más allá que los demás. Así, se trata, por medios cuantitativos, de lograr una diferencia cualitativa, buscando un equilibrio entre el impulso social y el diferenciador (Simmel, 1946: 140). A través de la aceptación de las demandas de la moda, el individuo trata de hacerse partícipe de un determinado grupo social; no es menos significativo el tratar de hacer lo contrario, es decir, ir en contra de la moda. Se puede presentar que en círculos enteros esté de moda ir contra la moda, lo cual significa que «el afán de distinción individual se contenta con una simple inversión del mimetismo social» (Simmel, 1946: 141).

Moda, mimesis y *rave*

El mundo *rave*, al igual que cualquier otro de nuestra sociedad, está regido materialmente por la moda y por determinadas técnicas y movimientos corporales. Las personas que hacen parte de una determinada escena tienen un comportamiento que les identifica, una estética particular que se ve materializada en su cuerpo, en lo que lo cubre, y en cómo se mueve y se expresa ese cuerpo. Como ya lo había dicho, todas las personas cuentan con unos diacríticos corporales, elementos utilizados en o sobre nuestro cuerpo que sirven como señales de identificación que se dan como parte de un determinado grupo social y que sirven, no sólo para que este grupo nos identifique como parte de él, sino frente a otros grupos de personas. Debemos recordar que todos hacemos parte de un colectivo y que esta pertenencia es fundamental dentro del proceso de creación de una propia identidad; así mismo, esta identidad se construye, no sólo en la medida en que hacemos parte de un grupo, sino en cuanto nos distinguimos de un otro diferente (Montenegro, 1997). Como parte de esto que llamamos diacrí-

ticos corporales está ese aspecto fundamental de la vida moderna que es la moda, representada en artículos básicos como el vestido, suntuarios como las joyas y «marcas» en el cuerpo como los tatuajes o los *piercings*.

Cuando nos acercamos a algún grupo de los muchos que encontramos en la escena juvenil bogotana, podemos observar una estética muy definida. En los conciertos de música *power*, *metal* o *punk*, por ejemplo, hay unas formas de vestir que caracterizan, en términos muy generales, a quienes participan en ellos. Sin embargo, en la escena *techno* y más específicamente en el *rave*, este asunto no es tan sencillo, teniendo en cuenta que no es una escena homogénea —si es que hay alguna que lo sea—. Por una parte, tenemos parches de gente «*ravers*», «*trancers*», de los que he llamado «*tecnomafiosos*» y «*tecnolobas*», al igual que de «*tecnopunkeritos*» y de «*candy kids*». Frente al asunto de las estéticas asumidas por los parches en escena *techno*, Nicolás, uno de mis entrevistados, anotaba:

Hay varios estereotipos, pero están inundando el mercado los pantalones de bolsillos, los sintéticos... Hay como una vuelta a los ochentas, la camiseta es un ítem muy importante. La gente trabaja con el concepto de ítem: una camiseta que tenga algo particular —siempre se están mirando esas cosas—, el reloj —yo nunca había visto tanta prevención sobre los relojes, como la estética del reloj, por lo general, como estructural—. La luz es azul, plásticos, un despliegue del reloj impresionante, mucho como el blanco y colores, mucho ochentas; el sintético en la ropa, colores claros, esa correíta que llevan ahora todo el tiempo: una reata... Y mucha gente empieza a sellar sus prendas personalmente, entonces al broche de la correa le ponen cositas. El rosado, el verde; las billeteras y las cadenas así largas; el pantalón caído que ayuda a ver la pinta como toda andrógina; el pantalón ancho y el despliegue tecnológico de los tenis. Todo el tiempo, la gente está como mostrando las prendas, se escogen para el lugar: antes de ir, usted piensa dónde va a ser la fiesta, el lugar... También los sacos, los colores; hay marcas también como Diesel, New Balance. Pero todo el mundo como con sellos personales a través de la ropa —la camiseta de tal persona—, siempre se está comunicando a través de la ropa. De alguna forma estos personajes centrales —DJ, organizadores— marcan pautas de vestido, de expresión corporal (En entrevista con Nicolás, 2001).

Por una parte, podemos observar a l@s «*ravers*». Estas personas tienen una estética en donde priman los materiales sintéticos, por ejemplo, en las camisetas, las cuales además son muy ceñidas, muy asociadas a la estética gay. Son corrientes las gafas espaciales de colores como naranja, azul o amarillo, al igual que los pantalones anchos de dril tipo *baggy*, las cadenas que penden desde el cinturón hasta uno de los bolsillos, los tenis, el cabello corto parado en puntitas y algunas veces pintado de colores. Lo anterior se aplica para hombres y mujeres, ya que se trata de una estética andrógina en donde no se trata de resaltar la feminidad ni la masculinidad;

por el contrario, se propende por eliminar las diferencias, tal como sucede al bailar donde no hay movimientos propios de los hombres o de las mujeres. Tal vez esto tiene que ver con los orígenes del *rave*, ligados en buena medida a los clubs gays de Chicago y Detroit o, en el caso colombiano, a lugares como Cinema, el cual en sus inicios era un bar gay. Sin embargo, la estética *rave* contiene elementos que, a su vez, están presentes en otras culturas juveniles. Ejemplo de ello es la forma de llevar la cadena en el pantalón, un elemento muy particular dentro del *grunge* o del *power*; también se puede hablar del pantalón *baggy* que está muy presente en el *hip-hop*, una cultura que ha influido notablemente al mundo *rave* (Tarazona y Bernal, 2002).

Eva, otra de mis entrevistadas, narraba:

En términos generales, si tú ves, los materiales de la ropa son como tecnológicos, sintéticos, como plastiquitos, cositas así. Se da como esa moda que es toda como de telas sintéticas, plásticos, cueros artificiales, todo eso. Están los technopunkeritos, que tienen las cadenasitas, el pelo paradito —esos son los chiquitos—, las camisetas de corazoncitos o el signito de Shelo o de una cantidad de cosas, aquí en la mitad. Y como toda esa moda de los pantalones súper anchos ahí abajo, de tenis... Predomina una moda cómoda, cómoda para bailar. No muy sexual, hay también un estilo súper bisexual, andrógino a la larga, de súper pelaítos, niños que se visten, que uno los ve y a veces dice “¿será niño o será niña?”, unas chaquetitas, el pelo como echado de pa’ atrás, una moda así. [También se encuentra] El de la pinta del universitario normal, con su saquito y sus blue jeans. El otro más gomelo, su zapato así, su pelo engominado, también va a las fiestas. Y los punk, moda ya bien punk, yo creo (En entrevista con Eva, 2001).

Para Eva, existe una clara diferencia entre hombres y mujeres:

Sí, obviamente las mujeres son más innovadoras, pues la mujer se disfraza más también. Porque el vestido en la mujer siempre es más innovador, súper flashing, y no es por querer levantar, uno quiere vestirse esa noche y verse súper bonito. Entonces se pone una pinta divina, un vestido divino, una cosa que uno no usa casi nunca. Y los hombres, normal, el que va a bailar, jeans, un busito y un saco y se acabó. También está ya la otra moda, como las nenas así con sus topcitos, súper provocativos, ombligueras. Y hay unos personajes que tienen un modo muy particular de vestirse, que esos uno los ve en la fiesta que se disfrazan. Por ejemplo, yo me he encontrado un gay que tiene el pelo morado y se pone faldas larguísimas que le sobra tela, con un saquito así fucsia, tiene unas pintas así, y el man estudia artes y hace su ropa, él mismo la hace. O un man, yo me acuerdo cuando me lo encontraba, que tenía falda escocesa. Y, sí, no falta, siempre hay como unos personajes, ángeles, una niña con alas me acuerdo en una fiesta, otra con trinch y con diablo. Y el vaquero, la moda vaquera, moda de muchos de los que

van al [bar] Cinema, moda vaquera a la lata; claro que eso ya no he vuelto a ver, pero siempre hay los vaqueros. Por ejemplo, los que frecuentan las fiestas de Mutación o los pelaitos, no les gustan los vaqueros, los vaqueros son los que van a Gótica como a hacer el show, y eso es Barranquilla, por ejemplo, con toda esa moda súper flashing de show. Setentones también hay a la lata, la pinta setentoria... (En entrevista con Eva, 2001).

La moda «*raver*», como venía diciendo, es muy andrógina. Sin embargo, como señala Eva, hay otros grupos dentro de la escena *rave* que se visten de una forma diferente. Los hombres y las mujeres «*tecnopunkeritos*», por lo general, llevan una pinta muy similar: pantalón *baggy*, cadenas, camisetas esqueleto, tenis, pulseras y cinturones de cuero con taches metálicos, pelo corto parado en puntas y pintado de colores. Pero también encontramos la moda «retro», es decir, aquella que rememora los años setenta: en el caso de las mujeres, jeans bota campana, blusas de lino, tenis o zapatos de gamuza, cinturones de lana o materiales similares con flecos que se usan por encima del pantalón, van de medio lado un poco debajo de la cadera y su única función es decorativa, prendas todas en las que abundan motivos bordados como flores de colores diversos; los hombres también usan pantalón bota campana y descaderado pero con cinturones de cuero que lo sostengan, además de camisas abiertas con cuello «ala de avión» y gafas oscuras.

También se encuentran los «*tranceros*», quienes se visten generalmente de negro, con ropa costosa de marcas exclusivas. No llevan aditamentos como los que he mencionado, a excepción de las gafas oscuras, muy al estilo *Matrix*⁸. Las prendas que predominan en los hombres son los pantalones negros bota campana de dril y los zapatos o botas de cuero negro cómodos. Las mujeres llevan jeans negros ceñidos y *bodys* blancos o negros, o muchas veces *tops* de los mismos colores. El cabello de los hombres es preferiblemente corto, sin colores artificiales, peinado con gel y parado en puntitas; el de las mujeres es largo, suelto y con colores. En términos de las casas de moda *Hugo Boss* o *Versace*, esta gente está «muy a la moda».

⁸ Reciente película de cine futurista de la Warner Bros. Pictures.

Al respecto, Ángela relata:

Aborita es una cosa como tan fashion, como tan light, tan de moda y tan chic... además que aborita se volvió re-fashion, ha sido re de moda y eso lo hizo el techno, entonces sí es muy chistoso. Pero pues igual hay unas pintas muy clasificadas. Están como los traquetos, que la nena pantalón apretado y blusita apretada, y siempre súper tetona. Están los Mickey-mickeys y estos que se visten súper divertidos. Están los que se visten entre el hip-hop y el techno... Igual toda la estética techno es una

estética súper gay. Hay gente muy estrafalaria también, gente con pintas estrambóticas y eso es chévere. Camilo anda con el pelo morado y con faldas todo el tiempo, es súper bonito. También en el techno uno ve pintas súper bellas, gente como jugándole mucho a la estética y proponiendo cosas a nivel de estética, de percepción personal, bien bonitas. Aunque también, claro, ya hay un mercado y una moda, una fashion para eso. Pero igual uno se viste como se le da la gana. Sino que sí hay grupos de pintas pero, digamos, nosotros sí como se nos da la gana. No tenemos... Hay gente que se la goza y que se mete y como que no le importa y como que es su rollo y lo toma y bien, y hay otro que pues está ahí de moda, es muy superficial. Yo no digo que la moda esté mal, pues sí, si le gusta; pero si sólo eso es lo importante, pues no. Son muy divertidas las fiestas techno (En entrevista con Ángela, 2001).

Otro *look* bien importante es el de los «*candy kids*» o «*Hello Kitty*», a quienes Ángela llama «*Mickey-mickey*». En su estética predominan la ropa y los accesorios de tipo infantil como pulseritas de colores fosforescentes, chupos colgados al cuello, peinados con moños y trencitas a lado y lado de la cabeza; sus camisetas generalmente tienen estampados motivos de cómics como *Hello Kitty*, *Pokémon*, *Sakura Card Captors*, *Las Chicas Superpoderosas* y otros similares. Algo importante aquí es que no aparece ningún tipo de elemento erótico. Hay una intención distinta en la forma infantil de vestirse, en donde mujeres y hombres no se ven como adolescentes. Tal como me contaba Nicolás, «Ellos están asociados a *Pokemon*, *Digimon*, *Las Chicas Superpoderosas*, siempre como a lo súper... Sí hay unas caricaturas que se asocian porque en el parche se ven. Esto está planteando una posición estética también en la televisión, intercambio de películas *manga*, llevan elementos en la ropa, el llaverito de tal personaje, colores brillantes...» (En entrevista con Nicolás, 2001).

En este sentido, es interesante ver cómo estos diversos grupos se encuentran en una misma escena; están compartiendo un lugar, una música, pero sus referencias y sus comportamientos son diferentes. Como decía Ángela, que veía a estas personas con diversas actitudes en las fiestas:

[Hay] una vaina ahí toda infantil también, mucho rosadito y muchos parecen niños de Pokemon, marica, todos con el pelito parado de colores. Se juegan mucho, juegan con la pinta, andan con chupetes, hacen unas cosas todas raras, son divertidos. Además, son gente como muy parcerá... son buena onda, se tratan muy bien entre ellos, se mandan muy buena energía, son como todos bonitos en la fiesta. Están apapachaditos ahí, son buena onda. Hay otro público que a mí no me gusta que son los techno-traquetos que son una mamera... Hay un público que va y disfruta la fiesta y que sabe lo que es la techno y como que está comprometido con esa estética, de alguna manera, y sabe lo que es la música y le interesa, pues como que va por algo. Y hay otro tipo de gente que está ahí por moda, y pues, bueno, se la goza, pues todo el mundo se la goza mucho.

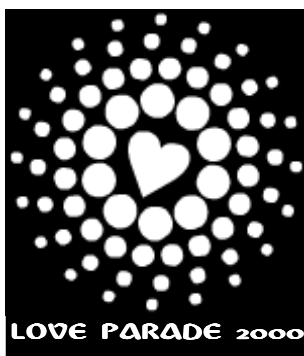
Además que los traquetos y los gay son los que más saben bailar, gozar la música electrónica, fueron los primeros, sobre todo los gay. Hay un parche muy chévere y es la gente que está metida en la música electrónica, que sabe de música, que le gusta el rollo y que es serio con el rollo; esa gente es muy chévere encontrársela en las fiestas, porque pues uno habla de la música con ellos y es rico, y rumbea. Hay otra gente que es muy superficial ahí, que es como por la moda que está. Pero igual la fiesta la lleva uno por dentro, el ambiente lo hace uno también. A mí me gustan mucho las fiestas del Norte, encontrarme con amigos, con mi gente (...)

Digamos, hay diferencias de estilo musical. Que le gusta más el house, que le gusta más la techno fuerte... Hay una techno fuerte, un trance fuerte, que se escucha mucho que es mucho como de los narcotechnos, de una gente toda boleta, y ellos son otro parche, son parches de parejas todas ahí con silicona, las súper fashion, las súper pintas ahí rarísimas, la botella de whiskey en la mano y muy fashion, y un bailecito ahí todo culo, y todos es mirándose entre todos a ver qué, y es como una intensidad ahí de energías y de miradas. Hay rumbas muy fashion, que son sólo por ir de moda y estar allá tranquilos, todos felices, y la gente súper chic vestida. Hay otras en la que la gente se divierte más con la ropa pero más fresca, más jugando, jugando con las pintas y haciendo cosas raras, pintándose el pelo, mezclando cosas, hombres con falda pero bonito, cosas muy bonitas y frescas, más estilos eclécticos, cada uno como en su estilo. Ya cada uno sabrá cómo es el estilo de cada persona y es chévere ver también esa variedad de estilos, es bonito, eso me gusta. Y hay gente que es común y corriente. Tú te das cuenta: hay gente que parece punk, hay gente que parece metalera, rapera, hay de todo. Hay gente que parece común y corriente, gomelitos ahí, es muy tranquilo, se encuentran hippies, se encuentran toda clase de tipos. También está dentro de la gente que hace la música y nada que ver con las fiestas; que está en su casita encerrada haciendo música, y hace música para televisión, para otra gente, para compilados, para mandarla al exterior, para montarla en la red. Y mucha gente que va a las fiestas techno, también va a salsa, también va a rock (En entrevista con Ángela, 2001).

Como podemos ver, la moda en el *rave* no es algo homogéneo, no hay una estética que se pueda definir como propia del *rave*. Por el contrario, en esta escena hay diversas formas de vestir, diversas formas de estar. Sin embargo, por la forma de vestir se puede decir que una persona está vinculada a un tipo de parche, a un tipo de gente. En este sentido, podemos decir que la moda en el *rave* le permite a la gente expresarse como lo desea, pero al mismo tiempo está determinando su pertenencia a un grupo social muy específico; es una forma como las personas se inscriben en un grupo y al mismo tiempo crean una forma de ser ante los demás. La apariencia es determinante y es muy *fashion*, es decir, a pesar de que no existe un modelo único, todas las personas comparten la categoría de «lo *chic*», de «lo *fashion*», es decir, de lo que está de moda.

Moda e imitación

Esta idea de moda la podemos entender a partir de las propuestas de Simmel, quien nos dice que existe una propensión psíquica a la «imitación», la cual favorece la acción individual en la colectividad, reafirmando a la vez la identidad individual. Aquello enmarca esa acción del individuo en un escenario simbólico colectivo y, al mismo tiempo, depende de éste. El autor se refiere también al «instinto imitativo, como principio de la vida» (Simmel, 1946: 125), el cual terminará por apropiarse y adecuar individualmente los contenidos aprendidos, y le darán un carácter «original» determinado por las condiciones que puedan presentarse. Simmel establece, entonces, una polaridad entre el individuo que imita y el que actúa con fines específicos, y los sitúa en una escala evolutiva, en la que lo tradicional se opone al cambio.



Estos dos últimos elementos están en conflicto permanente en el escenario social. Simmel plantea que «las instituciones sociales vendrán a ser conciliaciones» (Simmel, 1946: 126) entre ellos, ya que funcionan como convenciones colectivas. Es así como sustenta el planteamiento de que «La moda es imitación de un modelo dado, y satisface así la necesidad de apoyarse en la sociedad» (Simmel, 1946: 126); a la vez que alimenta la imitación de la conducta colectiva, permite una apropiación individual de esos modelos que posibilita la distinción del colectivo y el cambio.

Según el autor, los contenidos de la moda se supeditan al factor clase: «(...) las modas son modas de clase, ya que las modas de la clase social superior se diferencian de las de la inferior y son abandonadas en el momento en que esta comienza a apropiarse de aquellas» (Simmel, 1946: 126). Así, se presentan dos fenómenos: una tendencia a la homogenización social por medio de la moda, en la medida en que las «clases inferiores» imitan —o lo pretenden— a las clases superiores, popularizando un estilo, y, a la vez, se tiende al cambio, cuando la clase inferior lo abandona, dada la situación anterior. Además, dentro de cada clase y de cada estilo hay apropiaciones individuales particulares de imitación y de distinción.

Cabe decir que, en el texto, el autor se inclina por un análisis de la significación e incidencia de la moda bajo condiciones históricas específicas, para un proceso social en el que ciertas necesidades deben ser satisfechas —en este caso, las de imitación y distinción—. Se provocan así unas formas sociales de exclusión e inclusión en lo referente a la identidad: a la vez que ciertas significaciones otorgan cohesión al grupo social del individuo, también lo diferencian notablemente de otros, limitándolo herméticamente: «Unir y diferenciar son las dos funciones radicales que aquí vienen a reunirse indisolublemente, de las cuales, la una, aun cuando es, o precisamente porque es la oposición lógica de la otra, hace posible su realización» (Simmel, 1946: 127).

Para Simmel, en la moda no se pueden encontrar razones materiales o estéticas que nos permitan explicar sus creaciones, y esto es, según él, la prueba más clara de que la moda obedece a necesidades sociales, específicamente «necesidades psicológicas puramente formales» (Simmel, 1946: 127). Con esto, el autor se refiere a que no es posible explicar racionalmente la aparición de determinadas tendencias en la creación de un traje, por ejemplo, sino que las únicas motivaciones que podemos encontrar son de índole social. En este sentido, se plantea que la moda —o por lo menos algunos de sus aspectos en momentos determinados— corresponde a influencias individuales, pero son casos particulares; lo que encontramos en este momento es que la creación de la moda está sometida «a las leyes objetivas de la estructura económica» (Simmel, 1946: 128). Con esto se refiere a que no aparece un artículo que luego se convierta en moda, sino que se producen artículos para la moda, siendo así que encontramos personas —inventores— e industrias dedicadas a este campo.

Con lo planteado anteriormente, volvemos a la idea de que la moda y la imitación se nutren de las series televisivas y del mercadeo: es a través de estos medios —como el mencionado canal musical MTV— como la gente advierte determinadas modas que luego asume como propias en un proceso imitativo que conlleva una búsqueda de identidad, a la vez individual y colectiva. Sin embargo, no estoy diciendo aquí que nuestr@s jóvenes se limiten exclusivamente a imitar lo que ven en la televisión o en sus viajes al extranjero. A través de la mimesis se imita, pero no en el sentido de copiar tal cual, sino de tomar elementos y readecuarlos. L@s ravers colombianos, por tanto, no son una simple copia de los europeos o norteamericanos, sino que asumen elementos de su escena que son apropiados y readecuados de acuerdo con sus necesidades, con sus experiencias vitales. De esta manera, podemos volver al concepto de Benjamin de «similitud corporal», ya que es en el cuerpo en donde la capacidad mimética toma forma como instrumento de diferenciación: allí se está representando, pero en esa representación encontramos una realidad, no una copia.

Se crea, entonces, un lenguaje eficaz con el que se está transmitiendo una nueva creación: una construcción social a través de la cual la persona se vuelve otra sin convertirse en ella, en donde el artificio se vuelve realidad. Tal es el caso de Marcel Mauss cuando contaba acerca de su experiencia en Nueva York al ver caminar a las mujeres y no recordar dónde lo había visto hacer de esa forma. Él mismo relata que sólo al regresar a París se dio cuenta de que eran las chicas (sic) parisinas quienes lo hacían de tal modo, pero que éste les había llegado a las francesas a través del cine. No quería decir que ellas caminaran como norteamericanas; realmente lo hacían como francesas. Simplemente, estas mujeres habían tomado elementos a través del lente de una cámara y los habían hecho propios, en la medida en que este acto de imitación era certero; así, se había convertido en un elemento social propio (Mauss, 1991). Reiterando uno de los planteamientos anteriores, mimesis es, pues, imitación, y, al mismo tiempo, creación y acción.

Bibliografía

- Aristóteles. 1999. *Arte poética-Arte retórica*. Porrúa. México.
- Augé, Marc. 1994. *Los «no lugares». Espacios del anonimato*. Gedisa. Barcelona.
- _____. 1996. *El sentido de los otros*. Paidós. Barcelona.
- Benjamin, Walter. 1991. «La enseñanza de lo semejante». En *Para una crítica de la violencia y otros ensayos: Iluminaciones IV*: 85-89. Taurus. Madrid.
- Bozal, Valeriano. 1987. *Mimesis: las imágenes y las cosas*. Visor. Madrid.
- Buck-Morss, Susan. 1995. *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*. Visor. Madrid.
- Cross, Elsa. 1985. *La realidad transfigurada en torno a las ideas del joven Nietzsche*. Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Dery, Mark. 1995. *Velocidad de escape. La cibercultura en el final del siglo*. Siruela. Madrid.
- Echeverri, Eva. 2002. «Construcción de formas subjetivas en la escena techno de Bogotá». Monografía de grado para optar al título de politóloga. Universidad de los Andes. Bogotá.
- Escobar, Arturo. 2002. «Diferencia, nación y modernidades alternativas». En *Gaceta*. 48 (enero 2001-diciembre 2002): 52-80.

- «Éxtasis en la mira». En *Sobo* (agosto-septiembre de 2000): 94-97.
- Feixa, Carles y Joan Pallarés. 2001. «Metamorfosis de la fiesta juvenil –Boîtes, clubs, raves–». Manuscrito.
- Gamella, Juan y Arturo Álvarez. 1999. *Las rutas del éxtasis. Drogas de síntesis y nuevas culturas juveniles*. Ariel. Barcelona.
- Geertz, Clifford. 1993. *La interpretación de las culturas*. Gedisa. Barcelona.
- Goya, José y Francisco Samaranch. 1999. «Introducción: Vida, filosofía y escritos de Aristóteles». En *Arte poética-Arte retórica: VII-LIX*. Porrúa. México.
- Grillo, Andrés. 2000. «Raves (after party)». En *Fucsia*. 3 (septiembre): 64-69.
- Heller, Agnes. 1972. *Historia y vida cotidiana. Aportación a la sociología socialista*. Grijalbo. México.
- Martín-Barbero, J. 2002. «Políticas culturales en tiempos de globalización». En *Gaceta*. 48 (enero 2001-diciembre 2002): 4-21.
- Mauss, Marcel. 1991. «Técnicas y movimientos corporales». En *Sociología y antropología*: 337-356. Tecnos. Madrid.
- Montenegro, Leonardo. 1997. *Pagar por el paraíso. Pobladores urbanos*. Geografía Humana de Colombia. Tomo X. Instituto Colombiano de Cultura Hispánica. Bogotá.
- Pedraza, Zandra. 1998. «La cultura somática de la modernidad: historia y antropología del cuerpo en Colombia». En *Cultura, política y modernidad*. Gabriel Restrepo et al. (eds.): 149-171. CES-Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.
- Reguillo, Rossana. 1998. «El año dos mil, ética, política y estéticas: imaginarios, adscripciones y prácticas juveniles. Caso mexicano». En *Viviendo a toda*. Humberto Cubides et al. (eds.): 57-82. Universidad Central-Siglo del Hombre Editores. Bogotá.
- Restrepo, Eduardo. 1999a. «Territorios e identidades híbridas». En *De montes, ríos y ciudades. Territorios e identidades de la gente negra en Colombia*. Juana Camacho y Eduardo Restrepo (eds.): 221-244. ICANH-ECOFONDO-Fundación Natura. Bogotá.
- _____. 1999b. «Aletosos: identidades generacionales en Tumaco». En *Tumaco: haciendo ciudad. Historia, identidad y cultura*. Michel Agier et al.: 151-196. ICANH-IRD-Universidad del Valle. Bogotá.
- Simmel, George. 1946. *Cultura femenina*. Espasa-Calpe. Buenos Aires.

- Steffen, Alfred. 1997. *Portrait of a Generation. The Love Parade Family Book*. Taschen. Cologne.
- Tarazona, Paola y F. Bernal. 2002. «Observación y descripción etnográfica de una tribu urbana: los ravers». Monografía de grado para optar al título de comunicador social y periodista. Universidad Externado de Colombia. Bogotá.
- Taussig, Michael. 1995. *Un gigante en convulsiones. El mundo humano como sistema nervioso en emergencia permanente*. Gedisa. Barcelona.
- _____. 1993. *Mimesis and Alterity: a Particular History of the Senses*. Routledge. New York.
- Weigel, Sigrid. 1999. *Cuerpo, imagen y espacio en Walter Benjamin. Una relectura*. Paidós. Buenos Aires.