



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN

EL RAVE COMO UN ESPACIO SOCIO-CULTURAL DONDE
SE PRODUCE UN MODELO DE IDENTIFICACIÓN JUVENIL
EN LA CIUDAD DE MÉXICO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :
LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA
P R E S E N T A :
ESTEBAN ENAEL CONTRERAS VÁZQUEZ

ASESORA:

DRA. SILVIA FUENTES AMAYA



MÉXICO

1/2007



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer el apoyo recibido por todas las personas de la FES Aragón, tanto a la Jefatura de Carrera como a todos los profesores de la planta docente, muy en especial a mi asesora de tesis la Dra. Silvia Fuentes Amaya, que en base a su experiencia en el campo de la investigación y sus amplios conocimientos supo guiar las inquietudes que siento por la realidad en la que estoy inmerso.

En segundo lugar quiero mencionar y agradecer el apoyo recibido de parte de mi familia, especialmente mi madre Elena Vázquez Larumbe que durante toda la carrera hizo lo más y lo mejor para conseguir que terminara mis estudios universitarios.

Finalmente quiero saludar a todos los amigos que me ayudaron mostrando un poco de su vida, de sus recuerdos y sentimientos.

INDICE

Introducción.....	6
1. Objetivos e hipótesis.....	6
2. Principales enfoques utilizados.....	8
3. Metodología.....	10
4. Descripción de los capítulos.....	11
Capítulo 1-Un primer acercamiento al rave.....	14
1. El rave como un producto cultural.....	15
2. ¿Por qué hacer del rave un objeto de estudio para la Sociología?	
¿Cuál es la utilidad de hacerlo?.....	17
-Gustos y consumo cultural.....	18
-Nuevos paradigmas y nuevas tecnologías.....	19
3. Una nueva situación epocal.....	21
Capítulo 2- Tejido conceptual.....	25
1. Cultura no solo como el análisis de las formas simbólicas,	
sino también un ámbito de producción de bienes.....	25
Cultura como una forma de vida.....	25
Cultura como una analítica.....	26
Cultura como parte de la producción.....	26
2. Juventud como rasgo identificador.....	29
Visiones que han marcado la relación “juventud”-“sociedad”.....	30
Sobre los estudios de juventud construyendo a las “culturas juveniles”.....	33
Sobre las carencias del término “juventud”.....	35
El mercado construyendo a la “juventud”.....	36
3. El consumo cultural como una herramienta de análisis.....	37
Definición del consumo.....	38
4. Identidad desde el Análisis Político de Discurso.....	44

Una aproximación a las nociones de identidad.....	45
Sobre la emergencia de nuevas identidades.....	46
5. De la identidad a la identificación en el rave.....	48
Capítulo 3- La identificación en el rave.....	50
1. Elementos físicos de un rave.....	52
“Yalahao de Ultra”.....	53
“Holifest de Muskarya”.....	55
“Por una conciencia llena de amor de Hikuritance”.....	58
¿Qué dicen los entrevistados acerca de sus actividades en un rave?.....	60
2. Elementos psíquicos-emocionales de un rave.....	60
Filosofía PLUR.....	61
El rave, ¿ritual del siglo XXI?.....	62
Drogas y psicodelia.....	65
Sentido de comunidad.....	69
3. El rave como punto de encuentro por excelencia.....	71
Generalidades de ese modelo de ser en el mundo.....	73
Capítulo 4- Construcción del sujeto raver.....	75
1. Productores de bienes simbólicos.....	76
Organizadores.....	76
Decorador.....	77
Dj’s.....	78
Performero.....	79
2. Colaboradores y trabajadores.....	80
3. Consumidores.....	86
4. Construcción de estratos de adscripción al modelo raver.....	94
Tipo “A”.....	96
Tipo “B”.....	96
Tipo “C”.....	97

Para finalizar.....	97
Conclusiones.....	99
Anexos I. Cuadros.	101
Anexos II. Formato de entrevista	107
Anexos III. Extractos de entrevistas.....	109
1. Informante especial #1.....	109
2. Entrevista a “Ultra”	109
Anexos IV . Imágenes	112
Bibliografía.....	118

INTRODUCCIÓN

El tema al que se hace referencia en esta tesis es el rave, entendido como un espacio de socialización y esparcimiento en donde una población mayoritariamente juvenil se da cita para escuchar música electrónica que un dj pone en los tocadiscos (dj set) o que en vivo compone (live act), en el caso de los raves investigados el género musical que más se escuchó fue el “trance” y el “psytrance”¹, los asistentes bailaban, conocían gente, pusieron decoraciones “psicodélicas” y en general trataron de pasar un buen rato, adicionalmente se proyectaban videos detrás de uno de los escenarios del rave “Holifest”, se vendía cerveza, se peleaba contra los elementos, especialmente contra la lluvia y el frío (los eventos se llevaron a cabo al aire libre, lo cual es una de las características principales de los raves de trance y/o psytrance) y como se evidencia después, se consumen sustancias como el LSD, el Éxtasis químico (MDA, MDMA o simplemente “tachas”) y Marihuana (cannabis, cáñamo, mota, etc), lo cual, especialmente el LSD y el Éxtasis, son características de este tipo de eventos.

El rave involucra muchas más cosas, sin embargo, al realizar la investigación me di cuenta de que la información que tenía o que podía llegar a reunir no es suficiente para describir y analizar un fenómeno complejo con distintos aristas que solo pueden llegar a ser conocidos por medio de la reiterada asistencia a los mismos, por ello, esta investigación se limita a hacer una descripción lo más completa posible y un análisis sobre tres raves distintos llevados a cabo en la Ciudad de México y sus cercanías durante el mes de Noviembre del 2006².

1. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El principal objetivo que guió la investigación fue el hacer un acercamiento a un espacio que: aparte de ser no conocido por las personas en general, pocas veces ha sido abordado desde las ciencias sociales. Ello se debe a que la “escena trance o rave” en México se ha mantenido al margen de las grandes industrias culturales, ello aunado a un aire de clandestinidad y secreto, ha llevado a que sean pocas las personas enteradas de que este tipo de ofertas de esparcimiento

¹Ambos tipos de música son explicados en el capítulo 1.

²Dichos raves fueron: “Yalahao” de “Ultra” (11 y 12 de Noviembre); “Holifest” de “Muskarya” (18 y 19 de Noviembre); y “Por una conciencia llena de amor” de “Hikuritrance” (25 y 26 de Noviembre).

existen.

Al mantener el rave ese aspecto secreto y misterioso acarrea también un cliché negativo de la sociedad, el hecho de que no se conoce a detalle lo que sucede dentro y lo que se conoce solo proviene de fuentes como la televisión o la prensa, crea un prejuicio acerca de lo que es un rave y lo que allí sucede. Al abordarlo desde otras perspectivas que no dependen del sensacionalismo o la comercialización, permite analizar la “otredad” que existe en el interior de nuestra sociedad, una investigación como la presente, permitirá delinear algunos rasgos distintivos de las nuevas pautas de organización social en donde los gustos y la cultura llenan un espacio dejado por otros referentes organizacionales como el Estado, la iglesia o la escuela.

La hipótesis que guía la investigación, como el propio título lo indica es que el rave es un espacio³ socio-cultural donde se produce un modelo de identificación juvenil; al hacer referencia a un modelo de identificación juvenil, hago referencia a los estereotipos que usualmente se emplean para referirse a las distintas culturas juveniles, así existe un modelo de ser “dark”, otro de ser “punk”, otro distinto de ser “rockero”, otro de ser “skate”, etc. Un modelo de identificación no se limita al ámbito de lo juvenil y puede utilizarse para referir a modelos de belleza (mujeres rubias delgadas), de salud (vegetarianos hace yoga), de éxito (empresarios de traje y corbata), de fracaso (sociólogos), de conformismo (burócratas), etc.

Así, desde la producción de bienes culturales existe una variedad infinita de modelos que en determinados momentos se configuran como identificatorios, por ejemplo, la bruja de “Blanca-nieves” se identifica como un modelo de maldad o de envidia, así mismo Blanca-nieves puede identificarse como un modelo de belleza y/o de pureza.

Lo interesante es cuando esos modelos o ideales van más allá de eso y se convierten en aspiraciones para los sujetos, en el caso de los jóvenes, ciertas pautas como la vestimenta o la vida nocturna se relacionan con ese “modelo raver”⁴, el cual puede llegar a ser una aspiración.

El rave es analizado y definido como un espacio socio-cultural donde un modelo de identificación toma forma, es allí donde se configura con sus especificaciones propias y también allí donde se convierte en una aspiración, en un deseo que condiciona a otros deseos de ser, ello puede ser visto como una estrategia que hace efectiva resistencia a otros modelos promocionados

³Y un bien o producto cultural.

⁴El rave es el espacio socio-cultural de convivencia, “raver” es el modelo de identificación que dentro del rave se forma.

desde otros polos identificatorios (escuela, familia, telenovelas, Estado, caricaturas, series, música, etc.), así el ser raver es un punto desde el cual se observa de manera diferenciada a la sociedad y a sus modelos, que si bien son múltiples y complejos, los más promocionados desde las industrias culturales (televisión, radio, cine, grandes disqueras, entre otras) se caracterizan por mostrar modelos sin imaginación, acríticos, consumistas y egoístas, vasta ver comerciales en la televisión para saber a qué se hace referencia; así el modelo raver sirve como punto de comparación/diferenciación de esa sociedad consumista de masas y da la oportunidad de existir en el mundo de una forma distinta.

2. PRINCIPALES ENFOQUES UTILIZADOS

Es necesario explicar la forma en que el concepto de “identidad” es utilizado para poder entender lo que un modelo de identificación es; la identidad como la planteo es pensada desde el Análisis Político de Discurso, desde dicha analítica, la identidad no se considera un ente cerrado o inmutable, al contrario, se le considera que es abierta y contingente; en esos términos, la identidad de los sujetos se configura y reconfigura cada vez que nuevos elementos vayan integrándose a la vida de dichos sujetos, para explicar ese proceso, se piensa que la identidad está compuesta por distintos “polos” identificatorios como la familia, la escuela, el trabajo, el Estado, los vecinos, los amigos, etc. los cuales, influyen de distintas maneras y con distintas intensidades dependiendo del lugar en el cual el sujeto se encuentra, por ejemplo, el polo de maestro o estudiante será más importante para un sujeto si se encuentra en la escuela dando o tomando clase, que si se encuentra en casa, la calle o de vacaciones. Así, pensar la identidad compuesta por distintos polos permite, por ejemplo, hacer reflexiones más profundas sobre el papel del Estado en la construcción del sentido de ciudadanía en su sociedad, o sobre la identidad étnica de algún grupo social determinado; es decir, pensar que la identidad es múltiple permite construir a un sujeto social más completo que por necesidad o gusto debe de cambiar sus orientaciones y objetivos de manera rápida para poder adaptarse a las necesidades del mundo actual.

En el caso de los sujetos entrevistados, su identidad está más allá del solo rave, se compone de un respaldo familiar, escolar, social, amoroso, televisivo, comercial, etc. no solamente se compone de música, estética o vida nocturna; se compone de muchas cosas, sin

embargo, una parte de ese complejo llamado “identidad” es el rave como espacio de convivencia que es significado como un deseo, como una expectativa de diversión, esparcimiento y relajación, así, dentro de ese espacio existe una forma de “ser” específica que es utilizada y promovida por quienes lo construyen, a esa forma de ser es la que defino como un “modelo de identificación”.

Por otra parte, un detalle interesante es la edad de los entrevistados, solo algunos de ellos eran mayores de 20 años, la mayoría tenía 18 años, ello implica algunos problemas al momento de hacer una definición sobre “juventud”, por ejemplo, no es posible solo definirla por un rango de edad, hay que tomar en cuenta otros factores y la misma riqueza del fenómeno muestra que no solamente son adolescentes quienes participan en el rave, sino muchas más personas de muchas edades. Sin embargo, todos comparten el mismo gusto y se identifican entre sí, ello lleva a pensar a la juventud como un rasgo de diferenciación al interior de la sociedad cuyo concepto se relaciona con disidencia, innovación, experimentación, extravagancia; y otras menos agradables como holgazanería, delincuencia y desempleo. Eso lleva a que la noción de juventud será tratada, por la línea de la diferenciación por el puro deseo de ser diferente sin más motivos, como una forma de expresar la situación actual de nuestra sociedad, que al promover algunos valores aplasta y reprime otros, ejercicio que durante la conformación de los Estados-Nación se ha venido aplicando no solo a las personas, sino de una forma igualmente poderosa, a las ideas. Así, pueden encontrarse en la lista de los oprimidos a los idiomas, a las religiones, a los ritos y las tradiciones.

Un detalle a ser resaltado cuando se habla de juventud, es la “contracultura”, la cual se refiere a una forma de expresión que refleja inconformidad, escepticismo o rechazo a la cultura imperante o institucionalizada (Agustín 2001:129), digo que se relaciona con la juventud, porque son principalmente jóvenes quienes promueven a través de movimientos culturales formas de diferenciarse del “mundo adulto”, de la sociedad de masas y de las industrias culturales.

En la línea de “contracultura” definida por José Agustín⁵ resulta impreciso colocar al rave como movimiento juvenil, pese a que reúne las características que describe⁶, la “cultura institucionalizada” no trata de igual forma a ese tipo de manifestaciones culturales que antaño,

⁵La contracultura en México: la historia y el significado de los rebeldes sin causa, los jipitecas, los punks y las bandas. México, Grijalbo, 2001.

⁶“manifestaciones culturales que en su esencia rechazan, trascienden, se oponen o se marginan de la cultura

por ejemplo, hablando del rock en México durante la década de los 1970's, sobre todo después del festival de “Rock y ruedas de Avándaro” en donde era detenido por la policía cualquiera que tuviera el pelo largo o era cerrado el lugar que se atreviera a tocar rock o el rechazo rotundo de las disqueras a editar discos de rock; después de ese tipo de reacciones del Estado mexicano en una etapa autoritaria, en la actualidad resulta evidente el desinterés que el Estado mexicano muestra a todo tipo de expresiones juveniles, así, ya no le importa la forma en que uno viste, o la música que escucha, por ello resulta cuestionable la utilización del término “contracultura”.

Dada la fragmentación de referentes, discursos, oportunidades, autoridades y objetivos, para la construcción de ciudadanos, padres, esposas, hijos, abuelos, jóvenes, adultos, estudiantes o trabajadores, no puede hablarse de modelos estables o universalmente válidos de formas de ser, por ello, propongo abordar al rave desde el enfoque de “las culturas juveniles” conteniendo o dando como precondition una pluralidad dentro de la cual podemos encontrar distintas formas de expresarse y de pensar que, para poder cuestionar o mostrar inconformidad, deben de enfrentar el problema de encontrar contra quién van a revelarse o contra qué es lo que protestan, ya no existe esa “Oficina Suprema” que mostraba la diferencia entre lo correcto y lo incorrecto (Bauman 2006:67).

Para poder entender al rave como parte de las culturas juveniles que existen en la Ciudad de México, hay que pensar a la cultura como plural, múltiple y abierta (al igual que la noción de identidad); en segundo término, al decir juvenil también debe de entenderse que el rave es heredero de esos movimientos contraculturales de los años 60's, llamese hippies o revolucionarios psicodélicos, sin embargo, los ravers y la psicodélica han perdido ese carácter contestatario, peligroso y hasta revolucionario; queda entonces solo como una forma de expresión entre muchas otras, queda solo como un referente más, un espacio que podría definirse como “propio” desde el cual puede compararse lo ajeno, que en este caso es la gran pluralidad de culturas, enfoques, puntos de vista, formas de vida, referentes y discursos que existen en nuestra sociedad.

3. METODOLOGÍA

Para poder hacer dicha descripción y análisis, fue necesario asistir como observador participante

dominante, del sistema” (Agustín 2001:16)

a los tres raves ya mencionados; dentro de ellos fueron realizadas 25 entrevistas escritas las cuales fueron la parte más importante de la información que obtuve; cada una de las personas que respondió la entrevista fue catalogada como un “Caso” distinto y se le asignó un número (Caso 1, Caso 2, Caso 3, etc.), cada una de las entrevistas interrogaba por información personal y familiar (ocupación de los padres, del entrevistado, edad, domicilio, etc), también por el propio rave (rol jugado en el rave, edad del primer rave, número de años asistiendo, número de raves a los que asistieron, etc.) y por los hábitos de consumo de televisión, radio, internet y libros de cada “Caso”, ello con la finalidad de poseer un referente cultural con el cual triangular la información recibida.

Complementariamente, se realizaron también dentro de los raves mencionados entrevistas no estructuradas sobre temas como las drogas, la vida, el rave y la música; posteriormente siendo la información insuficiente, los miembros de la organización organizadora de raves “Ultra” tuvieron a bien conceder una entrevista a profundidad semi- estructurada que tocaba temas sobre su posición como organizadores de raves, sobre su percepción del rave, de otros ravers, otras organizadoras de raves, de dj’s, otros eventos que han organizado, sobre sus actividades habituales y sus gustos. He de añadir que durante la investigación muchos comentarios y pláticas ocasionales fueron indispensables para poder aclarar los distintos tópicos tratados.

Los datos por principio fueron abordados desde lo estadístico intentando encontrar regularidades en los comentarios de los casos, sus antecedentes familiares o domiciliarios; ello no fue fácil y hubo muchas dificultades, por ello es que un análisis individualizado fue necesario, así, poco a poco fueron surgiendo algunas inquietudes compartidas entre las respuestas, las bibliografías consultadas y la propia investigación, ello llevó a la construcción del capítulo tres y cuatro, en donde se expone ampliamente lo que es un rave y se hace una pequeña reseña de cada caso para poder llegar a lo que es el modelo de identificación “raver”.

4. DESCRIPCIÓN DE LOS CAPÍTULOS

El capítulo uno es la presentación del tema, allí se define de una manera general lo que es un rave, también la preocupación por hacer una investigación sobre dicho tema, al igual se exponen algunos de los conceptos y posturas que servirán para abordar el tema, sin embargo, dicha

descripción no es completa, ello será dejado para el siguiente capítulo, como lo señalo es solo una presentación de dichas categorías explicativas.

El capítulo dos es la parte teórica de la investigación, allí se aborda de manera profunda los cinco conceptos principales alrededor de los cuales se articula el trabajo, dichos conceptos son: cultura, juventud, consumo cultural, identidad e identificación. Dichos conceptos fueron los que más importancia tienen, cada uno refleja una de las partes teóricas necesarias para abordar el tema, ello considerando los objetivos y la tesis a defender en esta investigación; la forma de abordar a cada concepto inició por un breve recuento de distintas posturas útiles para el tema, ello para avanzar y seleccionar los elementos necesarios y desechar los que no lo son, finalmente se analizan brevemente y se toma una postura para la utilización de cada uno de los conceptos. Dada la complejidad de algunos como “cultura”, no es posible hacer una recopilación y análisis exhaustivos sobre los distintos usos, desusos y errores que la utilización del concepto ha tenido desde su génesis hasta el día de hoy, solo se recuperan algunas visiones útiles y pertinentes, dicho trato se extiende a todos los conceptos.

El capítulo tres es la puesta en uso de los conceptos utilizados para construir una visión mucho más completa del rave, allí se analizan distintos puntos de vista, algunos extraídos de internet, de otras investigaciones y también de los datos arrojados por las entrevistas. Se intenta aquí describir y analizar de la manera más completa posible lo que un rave es en la actualidad enfocando la atención a lo visto y escuchado en los raves visitados, por ello considero que en este capítulo es donde se comienzan a amarrar las distintas partes que conforman la investigación.

El capítulo cuatro es sobre todo una descripción de cada una de las personas que muy amablemente respondieron las entrevistas escritas, allí caso por caso se sitúan como sujetos que cumplieron una función determinada en el rave analizado, allí el lector podrá encontrar también la opinión y hábitos de consumo de organizadores, decoradores, dj's, colaboradores y asistentes; de igual forma al final del capítulo se muestra una construcción del modelo de identificación juvenil “raver”, también se analiza bajo ese criterio el grado de internalización que cada sujeto tiene de ese modelo, para lo cual se construye una tabla en donde cada caso es situado e idealizado.

Finalmente en las conclusiones se trata de analizar los datos obtenidos y de dar respuesta

a algunos de los factores que intervienen en el fenómeno, mostrar la importancia que tiene analizar al rave como un fenómeno actual que sirve como una válvula de escape para una juventud específica que habita en una situación muy particular de la historia; también se resaltan los puntos que a consideración del investigador, merecen atención especial.

Los anexos contienen los cuadros estadísticos resultado de las entrevistas escritas, el formato de la entrevista y algunas imágenes que facilitarán el acercamiento y entendimiento del rave.

CAPÍTULO 1: UN PRIMER ACERCAMIENTO

La categoría de identificación será utilizada como una clave que permita articular alrededor de ella otros conceptos que complementarán mi planteamiento, en primer lugar, la identificación se utiliza para referir un ejercicio de construcción simbólico imaginario que los jóvenes llevan a cabo a partir de distintos polos (como la familia, la escuela, su lugar de residencia, sus gustos, amigos, etc.), mediante los cuales construyen una visión de sí mismos y del entorno que los rodea.

En el caso de **los chavos rave de la Ciudad de México**, principalmente son jóvenes (aunque no exclusivamente) quienes comparten ciertos gustos que los han llevado a adoptar ciertas conductas y ciertos modos de ser (no por ello no modificables) por un grupo que mantiene y reproduce una determinada forma de actuar definida principalmente en torno a un modelo. Éstos grupos se caracterizan principalmente por sus gustos personales: de una variedad de opciones que el mercado pone a su disposición, éstos escogen lo que más se acomoda a su forma de ser, a sus posibilidades económicas, a su entorno físico, etc.

Los jóvenes y cualquier persona para poder escoger cierta oferta o producto primero deben de saber que existe, por ello es que los medios de comunicación¹ juegan un papel muy importante en la construcción de la identidad, sin embargo, los medios de comunicación no son los únicos medios de difusión de esas opciones, también por las personas que frecuentan las personas conocen su medio y las opciones que éste tiene para ellos, pero, empecemos por definir el **rave** como un producto cultural², en donde un modelo de identificación se construye y el

¹Medios de comunicación tradicionales (televisión, radio y prensa) más nuevas tecnologías informáticas (internet, telefonía celular).

²El término “cultura” tiene muchas acepciones muy distintas unas de otras y no todas semejantes o complementarias entre sí: **a)** como creación humana: sitúa la cultura como “aquella parte del medio ambiente modificada por el esfuerzo humano, el hombre es entonces creador y producto de su obra” (Frost 1990:42); **b)** concepción simbólica de la cultura: la cultura es un texto que se lee para discernir pautas de significado (Giménez 1994:39), es decir, el “ámbito de las formas simbólicas” (Bell 2006:25); **c)** concepción elitista de “Cultura”: “logro de la perfección de un individuo” (Íbid); **d)** concepción antropológica de la cultura: al igual cultura es también utilizada como una forma de vida, así la cultura “quiere significar la manera total de vivir de un pueblo, el legado social que el individuo recibe de su grupo y también aquella parte del medio ambiente que ha sido creada por el hombre” (Kluckhohn 1981:27). Por el momento conservaré ésta cuarta concepción de la cultura como una forma de vida ya que es compatible con el objetivo de la investigación que se enfoca a buscar formas de vida en jóvenes construidas en un ambiente múltiple y complejo, sin embargo el concepto de cultura más adelante también se relacionará con ese análisis de lo simbólico.

proceso de identificación se lleva a cabo.

1. EL RAVE COMO UN PRODUCTO CULTURAL

El **rave** antes que cualquier cosa es un concierto de música electrónica que se originó a finales de la década de los ochentas en el Reino Unido³ y que se extendió a distintas partes del mundo, los **rave** en sus inicios eran fiestas clandestinas en fábricas abandonadas, en la actualidad no han dejado del todo la ilegalidad a un lado y la música que tocan ha seguido evolucionando, en un principio se escuchaba **acid house**⁴ y **techno**⁵, en la actualidad esos géneros musicales siguen existiendo acompañados de otros más, en el caso que me interesa centraré mi atención en un género de música electrónica conocido como **psychedelic trance**⁶, éste género surge

³He de aclarar, que en este punto de la investigación (primer acercamiento al tema), al buscar información referente al origen del “rave”, con lo primero que me encontré fue con el tipo de “rave techno” que es al que hago referencia aquí, posteriormente surge el tipo de rave trance o como lo llamo posteriormente en esta investigación, surgen las llamadas “trance-parties”, las cuales difieren en buena medida de los raves que en esta página describo, sin embargo, comparten algunos aspectos como la música. Dejando de lado eso, considero pertinente que en este punto se conserve la generalidad del fenómeno, para así, poco a poco llegar a la particularidad de eventos específicos.

⁴**Acid house** is a variant of [house music](#) characterized by the use of simple tone generators with tempo-controlled resonant filters. It began in the mid-1980s, when producers of house music discovered that they could create interesting sounds with the [Roland TB-303](#) analogue bass synthesizer by teaking the resonance and frequency cut-off dials as they played. Acid house music became a central part of the early [rave](#) scene in the [U.K.](#), and the yellow [smiley](#) became its emblem.

http://en.wikipedia.org/wiki/Acid_house

-El Acid house es una variante de la música house que se caracteriza por el uso de un generador de tono simple con filtros resonantes con control de tiempo. El Acid house comenzó a mediados de la década de los 80's, cuando productores de música house descubrieron que podían crear sonidos interesantes con el “Roland TB-303” sintetizador de bajos análogo tomando la resonancia y la frecuencia cortando las señales mientras tocaban. La música Acid house se volvió parte central de la temprana escena rave en el Reino Unido, y la sonrisa amarilla fue su emblema.

⁵**Techno** is a form of [electronic dance music](#) that became prominent in [Detroit](#), [Michigan](#) during the mid-[1980s](#) with influences from [electro](#), [New Wave](#), [Funk](#) and [futuristic](#) fiction themes that were prevalent and relative to modern culture during the end of the Cold War in industrial America at that time. Following the initial success of [Detroit Techno](#) as a musical culture -- at the very least on a regional level -- an expanded and related subset of genres in the 1990s emerged globally. The term "techno" is often mistakenly used in North America and mainland Europe as a generic term for all forms of electronic dance music.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Techno>

-El Techno es una forma de música electrónica bailable que vino a ser prominente en Detroit, Michigan durante mediados de los 1980's con influencias del “electro”, “New Wabe”, “Funk” y temas de ficción futurista que eran comunes y reiteradas en la cultura moderna durante el fin de la Guerra Fría en una América industrial en ese tiempo. Siguiendo el éxito inicial del Techno de Detoit como una cultura musical -al menos en un nivel regional- una variante de géneros expandidos y relacionados emergieron globalmente en los 1990's. El término “techno” es regularmente utilizado erróneamente en Norteamérica y Europa continental como un término genérico para todas las formas de música electrónica bailable.

⁶**Psychedelic trance**, often referred to as **psytrance**, is a form of [electronic music](#) that developed from [Goa trance](#) in the early [1990s](#) when it first began hitting the mainstream. In some psychedelic trance circles and online communities, 'Psychedelic' is the preferred name for the genre as it provides an umbrella term for the many divergent styles including Goa, full on, melodic full on, dark, [Russian](#) dark, [South African](#) dark, [prog/uplift](#),

posteriormente en la escena rave y en la Ciudad de México en la actualidad es muy difundido.

Ahora, el “**psytrance**” es parte de un mercado musical que consume principalmente el público juvenil, coexiste con otras ofertas como el rock, el ska, el dark, etc. Por ello los jóvenes escogen dentro de esta variedad un tipo o varios tipos de música que adquieren y escuchan, eligen también a qué tipo de conciertos quieren ir, a qué tipo de bares, discotecas o clubs quieren asistir.

Es en este punto donde los procesos de identificación con la gente y grupos que frecuentan sucede, es en el **rave**⁷ donde surge la identificación con los grupos que allí conoce, es allí donde comienza a reproducir las prácticas y actitudes que aprenden, es por ello que la identificación surge haciendo uso de un producto cultural (el **rave**), no de la noche a la mañana, sino que es un proceso que toma algún tiempo y que no siempre puede llevarse a cabo, depende, como lo dije antes, de los gustos y medios que posee cada joven.

Como lo menciono en la presentación del tema, he decidido hacer mi investigación (entrevistas, fotos y video) en tres distintos **raves** en la Ciudad de México y sus cercanías, uno de los propósitos que tengo es hacer un acercamiento a los organizadores, a quienes producen los eventos, a los asistentes y a quienes colaboran en ellos.

La manera de escoger dichos **raves** no lo hice yo, más bien fueron las fiestas en las cuales colaboré con los decoradores, ello me permitió tener un acceso más relajado y cambiar trabajo por el precio de la entrada. Una de las ideas que al planear la investigación tuve fue hacer un seguimiento sobre una disquera para colocarla como un modelo de industria cultural emergente,

[minimal](#), and [suomi](#). Referring to it as "psychedelic" also distinguishes the style from the clubbier type of [trance music](#) and reinforces the roots of [goa trance](#) in the psychedelic community. Whilst psychedelic trance music is a global phenomenon it is particularly popular in [Brazil](#), [Japan](#), [Israel](#), [Germany](#), [Mexico](#), [Russia](#), the [UK](#), [South Africa](#) and [Australia](#).

http://en.wikipedia.org/wiki/Psychedelic_Trance

-Psychedelic trance, también conocido como psytrance, es una forma de música electrónica que se desarrolló del “Goa trance” en los inicios de los 1990's cuando comenzó a golpear al “mainstream”. En algunos círculos “psychedelic trance” y comunidades en línea, “Psychedelic” es el nombre preferido para el género, ello es así porque sirve de sombrilla englobante para muchos estilos divergentes entre los que se encuentran el “Goa”, “full on”, “melodic full on”, “dark”, “Russian dark”. “South African dark”, “prog/luplift”, “minimal” y “suomi”. Refiriéndose al término como “psychedelic” también se distingue del estilo de “club” de la música trance y refuerza las raíces del “goa trance” en la comunidad psicodélica. Mientras que el psychedelic trance es un fenómeno global es particularmente popular en Brasil, Japón, Israel, Alemania, México, Rusia, el Reino Unido, Sur África y Australia.

⁷El **rave** ha sido definido en mis entrevistas como un espacio de encuentro, un lugar al que se va a conocer gente y a convivir en un ambiente diferente, un ambiente en el cual te das cuenta mejor de cómo son las personas, un lugar donde puedes conocerlas mejor.

alternativa o “indie”, esto es, que no forma parte del sistema hegemónico de circulación, distribución y comercialización de bienes culturales, en este caso, de bienes musicales (discos, conciertos, etc.), esa primera idea fue cambiada y me enfoqué a analizar a una organización pequeña que no hace eventos para lucrar, sino para pasarsela bien, ello lleva a colocar a esa organización casi como un ente anónimo y a sus eventos como espacios muy privados y casi contrapuestos a lo comercial.

2. ¿POR QUÉ HACER DEL RAVE UN OBJETO DE ESTUDIO PARA LA SOCIOLOGÍA? ¿CUÁL ES LA UTILIDAD DE HACERLO?

En el ámbito del consumo cultural juvenil ⁸ en la Ciudad de México, es pertinente hacer una investigación sobre un producto cultural enfocándola hacia no solo ese consumo, sino a lo que ese consumo construye en los consumidores, el consumir cualquier tipo de producto implica la confección de perfiles o estilos de vida que se consolidan tomando en cuenta tanto la diferenciación social por ingreso, como también la diferenciación por gustos y aficiones.

El hecho de estudiar los productos que ciertas organizadoras de **raves** ponen en el mercado, está enfocado a buscar peculiaridades en sus consumidores, pequeños cambios que existan en ellos, por ello es el enfoque al consumo cultural, porque allí es más claro y definido el uso de símbolos y discursos que sustentan identidades y modos de vida; en este caso, por los gustos que condicionan su consumo musical pueden encontrarse condicionantes para construir generalizaciones o ideales.

Un segundo aspecto que guía esta investigación son las prácticas, costumbres y ritos que

⁸El consumo cultural juvenil provisionalmente es definido como parte del paradigma económico (producción-circulación-consumo-producción...), sin embargo este consumo se caracteriza en primer lugar por comercializar con productos o bienes culturales principalmente, los bienes culturales se caracterizan a su vez por darle una mayor importancia al valor simbólico que al valor de uso, por ejemplo los oleos, la música, la escultura; al igual se les llama bienes culturales a todos aquellos bienes que tienen la capacidad de almacenar información, por ejemplo los libros, los cd's, los carteles, etc.; dentro de los bienes culturales se cuentan al igual a los conciertos de música y dentro de ese aspecto al rave mismo. Llamo consumo cultural juvenil no solo al consumo que un joven o la juventud hace de un bien cultural, también hablar de consumo involucra hablar de apropiación y uso específico de ese bien consumido, es decir, mucho depende el uso que la juventud hace de un producto para clasificarlo como “cultural”, por ejemplo los hippies usaban los pantalones de mezclilla como un símbolo de solidaridad con la clase trabajadora y también como una protesta contra el orden y la moral establecida, así los pantalones de mezclilla cumplieron una función simbólica muy diferente a lo que su valor de uso implica (cubrir la desnudez, proteger el cuerpo, etc.); más

en el **rave** se llevan a cabo, no solamente el hecho de que escuchen música electrónica, sino todo lo simbólico que involucra: el estar en un lugar privado y alejado, el uso de drogas sintéticas ⁹, que aparecen como un estigma para el **rave** y marcan de manera importante la visión que la sociedad tiene sobre el **rave** y la visión que los propios **ravers** tienen sobre sí, al igual impacta en sus estilos de vida, consumos y significaciones.

-Gustos y consumo cultural ¹⁰

¿Qué sucede para que los muchachos y muchachas que asisten a un **rave** decidan hacer lo que observan?; ¿Lo imitan porque les gusta? Eso no explica el que asuman como propio cierto tipo de comportamiento como la vestimenta, los amigos o la vida nocturna, por ello, el tomar al **rave** como un discurso o sistema de significación (conjunto de prácticas en que se traduce en: comunicación, información, otros raves, prácticas culturales, etc.), permite pensar en una posibilidad para reconstruir los usos y apropiaciones que los jóvenes hacen con los productos que les rodean; desde esta perspectiva es posible construir un campo de consumo de diversos productos como televisión, radio, Internet, cine, revistas y libros, los cuales pertenecen a distintos ámbitos culturales (mass-media, arte y alta cultura), de allí que los grupos que los consumen de cierta forma se diferencian entre sí.

A partir de la cultura de los medios masivos de comunicación es posible pensar en la construcción de opinión, percepciones, conductas, rituales, valores, moral, etc. Sin embargo es difícil de determinar a primera vista cómo es esa construcción, por el momento inversamente es

adelante retomaré este punto.

⁹Al decir “drogas” específicamente quiero que se entiendan dos tipos de drogas sintéticas: Éxtasis en cualquiera de sus presentaciones o “equivalentes” (desde las “tachas”, los “cristales” hasta las metanfetaminas); y el LSD o “ajos”, “ácidos” o “gotas”. Existe otro problema terminológico que debo de aclarar, el éxtasis, pocas veces se consigue solo o aislado, generalmente se le compra mezclado con otras muchas sustancias que en pocas ocasiones se sabe bien a bien que son (crak, anfetaminas, metanfetaminas, cristales, etc.), y también su presentación varía (comprimidos, polvos, cápsulas), por ello llanamente les llamaré a este conjunto de productos de los cuales el éxtasis es el principal como “tachas”, ese término borra los errores de definición de substancia y los de presentación, a demás de que coloquialmente así se les conoce.

¹⁰En este momento “consumo cultural” se refiere al consumo económico que un sujeto hace sobre bienes culturales, esto es: comprar, conseguir, distribuir, apropiarse y reproducir cultura. “Consumo” implica más que el solo comprar o disfrutar un bien, conlleva más elementos que por el momento no es conveniente analizar a profundidad, sin embargo, en este apartado al hacer referencia al consumo de cultura implica considerar los medios de distribución y comercialización que existen, el status de los propios bienes culturales, el capital cultural que los consumidores poseen, de allí se deriva a su vez el tipo de apropiación y reproducción que le puedan dar a cierto producto, etc. En

más claro: los gustos, la moral y los valores condicionan el consumo que cualquiera lleva a cabo, así alguien que consume cierta estación de radio lo hace por sentirse identificado con dicha estación, en el caso del **rave**, alguien que asiste regularmente a ellos y que también escucha música electrónica (ya sea psytrance, trance, d&b o progre), evidentemente tiene un motivo que lo lleva a hacerlo y a reproducirlo; así, el **rave** se reproduce en esas personas que se identifican, segundamente éstas personas reproducen al **rave** haciendo lo que allí se hace, lo que allí observan y aprenden (ropa, música, amigos, sentimientos, etc.), el **rave** de esta forma se constituye como un estilo de vida que esta fundamentado en una identificación común que lleva a reproducir una serie de prácticas y creencias específicas¹¹.

El gusto y el consumo, sobre todo el cultural, sirven como indicadores importantes para estudiar la diferenciación social; Bourdieu (2002) ya utilizó este método tomando como referentes la alimentación, la cultura y los gastos de presentación de si mismo y de representación; en base a ellos construye una distinción basada en clases sociales, en este caso el consumo cultural servirá para hacer una reconstrucción del sujeto que acepta el modelo de ser raver como un grupo que existe en el interior de la sociedad, queda claro que hay distintos niveles y maneras de identificarse y de autodefinirse, sin embargo esa identificación depende cada vez menos de instituciones como el Estado y la familia; y más de gustos y consumo.

-Nuevos paradigmas y nuevas tecnologías

El paradigma “post-moderno” visiblemente ha alimentado al **rave**, al igual grandes cambios han sucedido en ésta época 1980's-1990's ¹²(la caída de Unión Soviética, la Globalización económica, las reformas neo-liberales, etc.). Esto es visible en el debilitamiento de las posiciones inflexibles propias de la modernidad, así en la música y en el discurso del rave, existe un marcado eclecticismo hacia todo tipo de influencias, de sonidos y de ritmos, considero que este eclecticismo en el interior del **rave** lo hace flexible y cambiante en los gustos que lo influyen, por otra parte internet como medio de comunicación ha concordado con los mismos principios de flexibilidad y pluralismo dentro de esta nueva etapa mundial de los cuales tanto el

el capítulo dos existe un apartado especial a consumo, allí se resolverán las dudas que de aquí se deriven.

¹¹Las cuales serán explicadas más adelante (Cap. 3 y 4).

¹²Comparando cronológicamente la coincidencia entre los fenómenos mostrados y la emergencia del **rave** como tal.

internet, el **rave** y la música electrónica son parte. Al referirme a flexibilidad y pluralismo, es útil señalar los límites que separan lo moderno de los post-moderno, Ernesto Laclau¹³ señala que lo que puede identificarse como una diferencia entre lo moderno y su “post” es el carácter ontológico de los meta-relatos que los lleva perder ese carácter universal que los revestía, así a nivel social surgen reivindicaciones de género, étnicas, de preferencia sexual y en general identitarias más allá del Estado, así puede afirmarse que existe una tendencia hacia la diferenciación, hacia la identificación por los gustos, las actividades, la moral y por el consumo; de tal suerte el **rave** es un micro-cosmos dentro del cual se pueden rastrear estos cambios producidos en nuestra “modernidad”.

La internet puede ser utilizada como un medio horizontal donde cualquiera puede escoger y tener acceso a distintos ámbitos libremente, sin necesidad y muchas veces al margen de las leyes de los Estados-Nación ó de los organismos supranacionales; ello en el ámbito de la difusión de conocimiento e información, crea una red paralela a lo que antes había existido, las relaciones jerárquicas en la red de información mundial toman distinta forma, por ejemplo y tratando el tema de la música electrónica, muchos de estos nuevos músicos, ya no necesitan de un estudio profesional de grabación o de pertenecer a una de las grandes compañías discográficas o distribuidoras, la internet funge como un medio horizontal en donde es más fácil darse a conocer y crear alianzas con un mercado mucho más amplio.

El consumo cultural por esta razón se encuentra mucho más diversificado y es más plural; ello implica que pequeñas compañías discográficas no tengan la necesidad de incursionar en medios como la televisión o la radio para vender sus productos, sino que al paralelo de eso han tejido una red en parte informacional y en parte tejida cara a cara que las ha llevado a difundirse por sus propios medios, ello implica que la internet ha sido utilizada como un medio accesible mediante el cual las comunidades **ravers** han podido difundirse y existir.

En el ámbito de la música electrónica, existen una cantidad importante de páginas especializadas en difundir propaganda para fiestas, **raves**, antros, discotecas, discos, canciones, videos, fotos; es decir: todo lo necesario para ponerse al tanto de lo que ellos llaman la “**escena psytrance**” tanto local como nacional e internacional; puede cualquiera enterarse de infinidad de fiestas, cuánto cuestan, quiénes tocan, dónde se llevaran a cabo, con qué servicios cuentan, etc.

¹³ *Política y los límites de la modernidad*. En: Buenfíl, R. *Debates políticos contemporáneos*. México, Ed. Plaza y

Así, la internet como medio de comunicación alternativo ha alimentado a la construcción de comunidades e identidades a través de gustos y aficiones, tanto como de esparcimiento como económicamente hablando.

Al respecto Manuel Castells en Galaxia Internet (2001) dedica un capítulo para hablar sobre el efecto que tiene la Internet en la socialización de sus usuarios, a las conclusiones que llega es que no hay un cambio drástico como se creía a finales de los ochentas y principios de los noventas. En esa época se pensó que las “comunidades virtuales” suplantarían a las “reales” y llevarían al individuo a un aislamiento total del mundo real, lo que comprobaron poco después es que la internet no suplantó las comunidades reales, al contrario, se convirtió en un complemento de la interacción cara a cara, en el caso familiar, se mantiene contacto vía correo electrónico con los miembros que se encuentran alejados/as, en el caso de los amigos, resulta que se convierte en un modo de mantenerse comunicado, así, Castells llega a la conclusión con base a otros estudios de que: “los usuarios de Internet tendían más que los no usuarios a reunirse con amigos y mantener relaciones sociales fuera de casa” (2001:142). Dicha promoción de los vínculos también ocurre en el caso de las comunidades de **ravers**, las cuales se encuentran dispersas y por medio de éste medio informacional es mucho más fácil que se enteren de los eventos que se realizarán sin necesidad de otro tipo de publicidad.

Los modelos y procesos que se construyen alrededor del **rave** por estos puntos es que me parece importante de ser tratados, por una parte abordar al ser **raver** como un modelo de identificación nacido en la alta modernidad es abrir un abanico de opciones en lo que a identidades se refiere, es dar cuenta de uno de los modelos de identificación en donde se inscriben las nuevas lógicas de ordenación de lo social, así el ser **raver** como modelo de identificación no puede ser aprehendido como un ente cerrado y acabado, debe de entenderse como un ente de difícil construcción y delimitación, sobre todo porque alberga una gran cantidad de hibridismos y de mezclas.

3. UNA NUEVA SITUACIÓN EPOCAL

Tomando en cuenta las transformaciones culturales del siglo XX que autores como

Daniel Bell y Gilles Lipovetsky ¹⁴ señalan, es de suma importancia para esta modernidad el placer, el esparcimiento y el ocio; estas son características de una **sociedad hedonista**, por ello las industrias del entretenimiento y del ocio se han convertido en grandes negocios, la cultura es usada como un producto que debe de venderse, ya sea cine, música, pintura, danza, etc. Surgen por lo tanto versiones más populares del arte más apropiadas para una fácil asimilación por parte de las masas y los consumidores, así la cultura se reproduce y produce en serie, esto se facilita y posibilita por la capacidad que la tecnología tiene para reproducir ciertas actividades como el dibujo, la fotografía, la música, etc.

Por lo anterior, el uso de la computadora y de la tecnología ha cambiado de manera considerable el uso de la información y de la cultura, ya las obras de arte se hacen de una manera distinta, se hace por ejemplo una canción utilizando como instrumento musical principal los ordenadores y sintetizadores, e inmediatamente se hacen mil copias de ella, se hace una imagen y lo mismo pasa, la capacidad en el manejo de las nuevas tecnologías está llevando a un cambio en la manera en que la realidad (sobre todo la urbana) se concibe y sus límites se vuelven más imprecisos.

En un contexto en el que distintas ofertas culturales y puntos de vista coexisten en un ambiente de igualdad, resulta complicado para un consumidor el encontrar referentes para poder escoger de entre esa interminable variedad de ofertas las que más le convienen, por ello es que el gusto, los valores y la moral son elementos que se confrontan con las dinámicas de comercialización y distribución de la cultura. Uno de los puntos importantes que se quiere mostrar por medio de esta investigación, es que mediante del estudio del consumo de un producto cultural (el rave, que además contiene dentro de sí otros productos como la música, la moda, la vida nocturna, la decoración, algunas enseñanzas budistas, psicodelia y drogas entre otras cosas), se puede rastrear pautas de identificación y organización social entre los sujetos que consumen dicho producto.

En éste ámbito propongo definir al consumo de bienes culturales como un vehículo en el que se inscriben distintos modelos¹⁵ de identificación , el consumo debe de ser considerado más

¹⁴ Las contradicciones culturales del capitalismo (2006) y La era del vacío (2005 a) respectivamente.

¹⁵ El sujeto está inserto en un ambiente socio-histórico determinado, el cual le proporciona los modelos o ideales que funcionan como medios de identificación ante sus propios ojos y los de los otros, por ejemplo “lo bello”, “lo sensual”, “lo correcto” o hasta “lo incorrecto” (Hernández Zamora 1994:52).

allá de solo un punto producción capitalista; de igual manera el enfoque económico no es suficiente para dar cuenta de la complejidad que el consumo involucra en una sociedad como la de la ciudad de México, donde prácticamente todo lo compramos, es decir, lo consumimos, por eso el consumo involucra prácticamente todos los aspectos de la vida, lo que comemos, lo que vestimos, nuestro ocio, la cultura, el lugar donde vivimos y donde estudiamos, al prácticamente todo ser una mercancía, todo es configurable al modelo del consumo.

Al respecto García Canclini (1993) distingue varios niveles del consumo que sirven para construir y utilizar un concepto más específico al consumo de bienes culturales, los cuales, a partir de una “modelización” o “idealización” son captados por los jóvenes como modelos que están llenos de significados y de simbolismos; por principio, el consumo de bienes culturales es en su mayoría un consumo masificado controlado por grandes redes de comercialización con ofertas heterogéneas que se articulan con hábitos y gustos heterogéneos, así encontramos distintos grupos bien diferenciados de consumidores que seleccionan y combinan los productos que consumen, el conocimiento de esas operaciones puede ser utilizado como índice para crear distintos estratos o grupos de consumidores (también podemos llamarlos modelos), sin embargo, no es la única de las funciones que Canclini dice que el consumo realiza, al igual señala que: “el consumo es un espacio de diferenciación social y distribución simbólica entre los grupos, el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales” (García Canclini 1993:26).

Ahora, existe un punto a resaltar, y es que el consumo implica también una apropiación por parte del consumidor, que en el caso de los bienes culturales involucra una retroalimentación-transformación- complementación con ese bien por medio del uso que se le da al mismo, así el consumo no es solamente una relación estímulo-respuesta. Un bien es también determinado por el uso que se le da (Canclini 1993:19-23).

El caso del **rave** es particular, las organizaciones que sirvieron para esta investigación no son promocionadas por las estaciones de radio que transmiten en la Ciudad de México, en la actualidad solo existe una estación de radio que dedicada exclusivamente a transmitir música electrónica, sin embargo, promociona eventos muy diferentes a los investigados, por ello, considero que el **rave** sigue siendo una opción alternativa o “underground” con respecto a esos medios de comunicación masiva, podría pensar por ello que el *rave* tiene algún sustento más

profundo, que tiene una motivación más allá que el simple negocio, sin embargo, son muchas cosas la que lo componen y muy distintos los motivos que tiene cada joven para consumirlo y para reproducirlo.

CAPÍTULO 2: TEJIDO CONCEPTUAL

1.CULTURA NO SOLO COMO EL ANÁLISIS DE LOS SIMBÓLICO, SINO TAMBIÉN, UN ÁMBITO DE PRODUCCIÓN DE BIENES.

Abordar el tema de la cultura es un ejercicio de definición del término, existe una gran variedad de definiciones y formas de aplicar la categoría o noción de cultura dependiendo de los objetivos que se tengan, en el caso de ésta investigación, son tres las nociones utilizadas:

-Cultura como una forma de vida

Cultura utilizada desde un enfoque antropológico para abordar el tema de las “culturas juveniles”. La cultura desde ésta visión es entendida como una forma de vivir, se trata de indagar sobre las maneras de sentir , de pensar, de creer de un determinado grupo social, de determinado pueblo o (he aquí un ejemplo de la pluralidad de significados de cultura) cultura cualquiera (Kluckhohn 1997:27 y 28). En éste caso, el conocer los valores y formas de pensar que los **ravers** tienen, funcionará como un punto de referencia desde el cual pueda orquestarse una explicación¹ de las conductas que llevan a cabo. Sin embargo el tema de las culturas juveniles requiere en principio que se contemple que dentro de una sociedad como nuestras sociedades contemporáneas tan plurales y vastas, existen distintos campos de lucha entre distintos estilos de vida, creencias, formas de pensar, de actuar, de vivir, etc.

En principio es imprescindible pensar a la “cultura” no como única, sino como las “culturas” de México, las “culturas” de la Ciudad de México, se dice las culturas porque existen gran cantidad de formas de vivir que en principio dependen del rol que se está jugando: se habla de una cultura laboral, de una cultura de la democracia, de una ambiental, de otra del football y así muchísimas, cada una organizada alrededor de un eje articulador, es decir, dependiendo del **rol** que los individuos ocupen se desprenden un conjunto de reglas que deben de seguir; es

¹“La cultura es un mapa, es una descripción abstracta de tendencias hacia la uniformidad en las palabras, en los hechos y los artefactos de un grupo humano [...] En una sociedad estratificada compleja hay numerosas excepciones a las generalizaciones hechas sobre la cultura como un todo. Es necesario estudiar subculturas regionales, de clase y

posible hacer una definición de lo que llamamos “cultura” como el uso y reproducción de ciertas normas y saberes específicos que brindan coherencia, cohesión, orden y sentido a un conjunto de actividades que los individuos llevan a cabo.

-Cultura como una analítica

El segundo enfoque que es necesario aclarar es: la cultura como una analítica, es decir como el estudio de lo simbólico:

El análisis cultural se define como el “estudio de las formas simbólicas -esto es, acciones significativas, objetos y expresiones de variado tipo- en relación con contextos y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados, en virtud de los cuales dichas formas simbólicas son producidas, transmitidas y recibidas”. (Thompson 1990:135. Citado en Giménez 1994: 40)

Este enfoque es necesario para abordar el tema de una cultura juvenil que lleva aparejada una “identificación”² con un modelo (ser raver) que a su vez implica ciertas prácticas, símbolos, productos, rituales, etc. El estudio de las formas simbólicas que se encuentran en un **rave** me llevó como en la presentación del tema lo dice, a realizar entrevistas para poder entender qué es un **rave**, cuáles son sus elementos más importantes, cómo han influido en la “escena psytrance” y cómo esa escena ha influido en ellos. El elemento que sin duda es el más importante es la música, alrededor de la cual se organizan otros como el “look”, la decoración ó la comida; esto implica ver más que la música en sí, implica abordar el significado que toma en los **ravers** entrevistados, si lo significan como un escape, un disfrute, una experiencia ¿o qué?

-Cultura como parte de la producción

profesionales.” (Kluckhohn 1997:39)

²Identificación tendrá su propio tópico, por el momento solo mencionaré que se utiliza identificación y no identidad porque en el caso de las culturas juveniles, existe una identificación por parte de los “jóvenes” hacia ellas, pero considero problemático llamarlas “identidades juveniles” ya que al hacerlo considero que se está indagando por una esencia, considero más útil preguntarse por una identificación que individuos hacen hacia un modelo o una “cultura”, al hacerlo de ese modo se hace un énfasis en el carácter móvil y transitorio del cual todo proceso de identificación es parte.

Éste enfoque de la cultura no será solo entendido como una analítica o un mapa, sino también como una específica forma de producción, a saber, la producción cultural:

Se entiende por producción cultural no solo la producción artística tradicional -literatura, pintura, música, teatro y equivalentes- sino el conjunto de bienes y servicios relacionados tanto con lo que se ha llamado “alta cultura” como lo que resulta de las “industrias culturales” o “culturas masivas” -radio, televisión, revistas, discos, conciertos, recitales, videos, cable, etc-, de la “cultura popular” o “cultura folclórica” -artesanías, eventos populares del tipo ferias, “fiestas folclóricas”, etc- y de las diversas instituciones “culturales” -casas de cultura, museos, galerías, etc-; sin tener en cuenta por otra parte, todo lo relacionado con el ámbito de la educación. Algunos trabajos e investigaciones sobre el significado económico de la cultura tienden a incluir además otras áreas entre las que se destaca: el turismo, la informática y el deporte. (Achugar 1999:357)

Desde este entendimiento que aborda la producción de bienes simbólicos o culturales desde una perspectiva economicista, es posible incluir al **rave** como un bien o producto cultural, es decir, un bien que es parte de la industria del ocio y del entretenimiento, que puede ser organizado a nivel industrial y también más “artesanalmente” por pequeños productores; por otro lado los elementos que existen en el **rave** serán también abordados desde este enfoque, ya que la ropa, la música, los discos, las decoraciones, las proyecciones de video, etc. entran en la definición de “industrias culturales”, sin embargo el término tiene un problema a mi manera de ver, “industrias culturales”³ se relaciona con grandes empresas que compiten a nivel global por ocupar los rubros de cinematográficas, discográficas, televisivas, radiofónicas y/o editoriales, lo cual no es el caso del **rave** que aunque tiene su propia producción, todavía se mueve en los límites de lo no comercial y/o “underground”. Por ello me limitaré a situar a los productores de bienes culturales como eso, productores y dejaré el término de “industria cultural” a los grandes productores como BMG, Sony, Televisa, etc.

Desde esta perspectiva un producto cultural, es un producto que vale por lo simbólico y no por el uso que se le pueda dar, en el caso de los productos de la “cultura rave” podemos

³ Ya Horkheimer y Adorno caracterizan a las industrias culturales como homogeneizantes y enajenantes en su clásico: Dialéctica de la ilustración, aparte de ello, las muestra como grandes empresas que dependen de las ramas de la industriales.

encontrar: música; discos y conciertos; ropa (ya sea que sea producida especialmente con la idea de la fiesta, de la locura y el “debralle”⁴, o que se modifique con ese propósito); el “look” especial; la decoración; etc.

Debo de aclarar que los productos mencionados pueden ser englobados o contenidos por el **rave** y a su vez éste debe de ser entendido también como un producto cultural, ello por ser un concierto de música que no por regla es producido con fines de lucro, entre otros aspectos ello forma parte constitutiva de su condición relativamente marginal y “underground”.

El **rave**⁵ en este momento lo definiré como el eje alrededor del cual se articulan los elementos que componen la “cultura rave”, como tal el **rave** es un producto, alrededor del cual se articulan tanto consumidores como organizadores, vendedores y productores, ello lleva a la construcción de un campo⁶ como un espacio de competencia en donde conviven distintos actores que quieran o no tienen que estar en contacto unos con otros, compiten, se alían, se pelean, se ayudan, etc. A ello mis entrevistados (ver entrevista con “Ultra”) le llaman la “escena”, sin embargo esa escena convive con el resto de las propuestas culturales de la Ciudad de México, convive con otras formas de pensar, esto es, si la cultura es un campo desigual y si comparamos el poder simbólico, económico y político de Televisa con el de la escena **rave** en conjunto, resulta que es muy disparatejo.

Las industrias culturales tienen un gran impacto en la construcción del sujeto joven, ellos tienen modelos⁷ claros del deber ser y de lo que no se debe ser, por medio de la tele, la escuela, la iglesia y hasta de la familia todos somos construidos y permeados por pautas y valores, se nos dicen que se debe hacer y que no, se nos dice al igual que consumir y en que cantidades, se nos plantea un menú con todos los precios y productos que existen, los “buenos” y los “malos”; de la misma forma las juventudes escogen lo que desean, lo que pueden, lo que queda; es de señalar

⁴Término similar a “delirar”, “viajar” y/o “loquear”.

⁵El **rave** es el lugar de encuentro por excelencia de la “escena **rave**”, donde convergen distintas personas, grupos, dj’s, organizaciones, productores, etc. a escuchar música, platicar y pasar un rato agradable. Las fiestas “trance” o **raves**, por lo general se realizan en un lugar al aire libre rodeado por naturaleza y alejado, pueden asistir desde unas pocas personas hasta miles y la duración de los mismos va de alrededor de 12 horas a semanas enteras. En el capítulo 3 se ahonda en esta descripción.

⁶“Llamo campo a un espacio de juego, a un espacio de relaciones objetivas entre los individuos o las instituciones que compiten por un juego idéntico. En este campo particular que es el mundo de la alta costura...” (Bourdieu 1990:216)

⁷Modelos o ideales son lo que las industrias culturales promocionan: modelos de belleza, del bien, de lo masculino, del mal, de lo correcto o de lo incorrecto; todos esos modelos compiten en un determinado escenario o campo.

que los individuos no están por completo a las órdenes del Estado ni de las industrias culturales, existe una manera de hacerles frente y buscar otras opciones, otros productos y otros usos, allí es donde el **rave** entra, es un producto que se construye como una alternativa a las industrias culturales, puede ser usado como una estrategia para mostrar deseos de diferenciación y hasta de transgresión en lo referente a la moral y valores que las industrias culturales reproducen.

2. JUVENTUD COMO RASGO IDENTIFICATORIO

El Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ) define como su objetivo u objeto de acción a una población mexicana que se encuentra entre los 12 y los 29 años de edad ⁸, es decir, una población que va desde la pre-adolescencia hasta una edad más allá de la adolescencia, en segundo lugar, este mismo instituto tiene por objetivo principal integrar a los “jóvenes” a la vida productiva del país, es decir, integrarlos a la Población Económicamente Activa. Más específicamente, como parte del Plan Nacional de Desarrollo de la Presidencia de la República, el IMJ tiene por objetivo: “Incorporar a los jóvenes al desarrollo del país, por medio de una política nacional de juventud que permita promover las oportunidades de este grupo” ⁹.

A grandes rasgos la juventud para el IMJ es un sector de la población que tiene un papel estratégico en el desarrollo del país y tiene como principales anhelos la apertura de las oportunidades económicas, inclusión social, equidad y respeto a su diversidad. Siguiendo los objetivos del IMJ, se puede afirmar que “las tasas de desempleo juvenil duplican las tasas generales de desempleo de la población” (Pérez Islas 2000:323) y por ello es necesario buscar medios para equilibrar las “oportunidades” de inserción laboral de dicho sector. Si bien este enfoque tiene pocos años aplicandose¹⁰ tiene como particularidad concebir a la juventud como un sector estratégico para el desarrollo nacional, ello implica ver no una sola juventud, sino reconocer la diversidad que existe al interior de éste sector, al igual lleva a pensar la juventud no solo como una etapa de la vida, sino también como parte de la sucesión de las generaciones y la

⁸http://www.imjuventud.gob.mx/web_libro_blanco/libro_blanco.html

⁹http://www.imjuventud.gob.mx/web_libro_blanco/libro_blanco.html

¹⁰En la década de los noventa empieza a generalizarse este nuevo modelo en América Latina que pretende superar el estilo reactivo que tenían los anteriores. Su preocupación central es incorporar a jóvenes excluidos a los mercados de trabajo formales mediante capacitación en periodos cortos y vinculados con las necesidades de empresas

renovación de la sociedad.

-Visiones que han marcado la relación “juventud”-“sociedad” (de los años 50's a la fecha)

Es de resaltar que fue hasta los años noventas (1990's) del siglo pasado que esta visión se convirtió en la dominante, antes de ello; desde los años 1950's, que es cuando la noción de juventud toma propiamente el carácter que hoy tiene (Regullo Cruz 2000:21), se han utilizado distintas visiones¹¹ para hacer frente a las necesidades y problemas que la juventud tenía y representaba para la sociedad mexicana. Siempre desde luego, acorde con el momento histórico-político-económico-cultural que el país vivía, por ejemplo y comenzando desde el principio: a partir de los años cincuentas y hasta la década siguiente se hizo un énfasis en la incorporación de los jóvenes al sistema educativo, lo cual implicaba una mayor movilidad social, así un mayor nivel educativo se reflejaba en una mejor calidad de vida y por ese medio se abrían a las nuevas generaciones el acceso a los beneficios que el desarrollo prometía. En esta primera visión-modelo ideal existen al igual dos consideraciones importantes:

la primera, que los jóvenes dividían su tiempo entre la escuela y cómo “pasarla bien” y la segunda, que todos los jóvenes se encontraban integrados a este proceso educativo-formal de preparación para ser adultos. No contemplándose a esta perspectiva a otros sectores excluidos del propio sistema escolar, a quienes en el peor de los casos sólo se identificaba con actividades delincuenciales. (Pérez Islas 2000:318)

En esta aproximación de los años cincuenta a la juventud no se le considera un grupo peligroso o disidente, por el contrario, el Estado y sus Instituciones consideran que son los próximos impulsores del desarrollo nacional, y es por eso mismo que la etiqueta “jóvenes” esta muy relacionada con “estudiantes”.

En la década de los sesentas la noción de “jóvenes” y “juventud” comienza a situarse no ya como un sector pasivo de la sociedad, la juventud mexicana y mundial por medio de la movilización política se convirtió en un actor activo e importante por medio de la exigencia de

específicas.” (Pérez Islas 2000:322)

¹¹Pérez Islas señala 4 visiones hegemónicas que han definido las políticas de juventud en el contexto

cambios democráticos y libertarios en sus gobiernos y sociedades. Es por ello que las instituciones adoptan un modelo de control social orientado hacia sectores juveniles “movilizados”:

este [...] modelo gestado en la década de los sesenta surge como respuesta a las crecientes movilizaciones juveniles que se dieron en esa época, básicamente estudiantiles, que más tarde empezaron a influir en la formación de agrupaciones políticas vinculadas con ideologías de izquierda y que en algunos casos alimentaron los movimientos guerrilleros, pero también a las nuevas manifestaciones culturales que se empezaban a difundir en torno al rock. (Pérez Islas 2000:319)

Este modelo de control social fue el primer paso para asociar a la juventud con la disidencia y con la insubordinación al orden y las buenas costumbres: ello lleva a pensar la juventud como un actor social, como un sujeto y no solamente como un objeto de políticas sociales, se forma una nueva relación entre la juventud disidente y sus manifestaciones, las cuales fueron objeto de una nueva clase de políticas sociales, por un lado al pasar los momentos álgidos de los movimientos estudiantiles, la política se centró en cooptar a los líderes y/o buscar espacios de negociación a sus demandas para así no permitir que se ligaran a otros movimientos fuera del ámbito universitario: “Adicionalmente, las preocupaciones institucionales se centraron en combatir y desprestigiar las prácticas que comenzaron a desafiar las buenas costumbres” (Pérez Islas 2000:319).

Es en esta época que surge la llamada “contracultura”¹², que si bien no solamente es juvenil, sí existe una relación entre una y otra, ello implica al igual la existencia de un cambio de valores y costumbres generacional, así en 1971 el Rock en México era un síntoma de disidencia o ataque a las buenas costumbres:

latinoamericano. (2000:317)

¹²Si bien el término “contracultura” se relaciona con juventud, en el caso del rave en la época actual, me resulta complicado relacionarlos, de hecho, me resulta complicado hablar de contracultura en nuestros días, ello no porque las alternativas culturales o de resistencia hayan dejado de existir, sino que la “cultura” a la cual la contracultura se opone se ha fragmentado y ahora se habla de “las culturas”, que si bien sigue existiendo una cultura que busca la dominación y el enajenamiento, al menos no utiliza al Estado como un brazo de choque y represión contra otro tipo de manifestaciones, como por ejemplo el movimiento hippie en estados Unidos y México, el cual buscaba una transformación de la sociedad y manifestaba rechazo expreso contra el Estado, cosa que al menos, la cultura rave no hace.

En México, aunque no se dió una persecución como tal, a decir de Martiza Urteaga (1998:102-103), el concierto masivo de Avándaro en 1971 “significó para los rockeros lo que Tlaltelolco al movimiento estudiantil del 68”, pues al rock mexicano se le prohibió presentarse en vivo y transmitirse por la radio, las disqueras vetaron las grabaciones de este tipo de música y el gobierno clausuró cuanto lugar se atrevía a presentar rock. (Pérez Islas 2000:320)

Estas visiones de juventud tienen en común la relación entre los jóvenes y las clases medias estudiantiles, en los tres modelos las políticas de juventud tuvieron como objeto de acción a los estudiantes, cuestión que no ha quedado de lado cuando se nombra a la juventud, sin embargo, en la década de los ochentas surge un nuevo fenómeno con la aparición de las pandillas o bandas, estos nuevos protagonistas surgen de los sectores populares urbanos.

Aunque la primera reacción de los gobiernos y de la sociedad en general fue identificar a estos grupos como meros delincuentes, pronto ante los notorios problemas generados por los programas de ajuste económico, se instrumentó una serie de acciones de combate a la pobreza, que compensatoriamente transferían, en forma directa, recursos a los sectores más empobrecidos. (Pérez Islas 2000:320)

Durante este periodo se mostró que las instituciones dedicadas a atender la juventud habían sido rebasadas por la realidad, ello no solamente resultaba cierto para la juventud, al igual resultaba cierto con el conjunto de las instituciones, un cambio en la forma de concebir el Estado estaba dándose, en el caso de la juventud comenzaron a instrumentar:

los llamados “fondos de inversión social” [...] que se generalizarían en toda América Latina durante los inicios de la década de los noventas; su propósito era obtener recursos -principal aunque no exclusivamente de organismos externos- para canalizarlos a programas y proyectos sociales específicos, donde las instituciones gubernamentales no los ejecutaban, sino que actuaban como intermediadoras para la selección, financiamiento y fiscalización de instituciones privadas y sociales responsables de dichos proyectos. La mayoría de los ámbitos que cubrían tenía que ver con la educación, la salud, la capacitación o el saneamiento básico de comunidades pobres y/o rurales, incluyéndose entre los sectores a atender a los jóvenes (CEPAL 1997, 1997:

De lo anterior puede verse la focalización de las políticas públicas, ello si bien no se reduce a la condena contra la juventud, tampoco ha podido hacer frente por si sola a las condiciones económicas y políticas de México, por otra parte, si bien benefició a algunos sectores, los sectores medios tampoco encontraron forma de poder acceder a mejores condiciones de vida.

En la actualidad las políticas orientadas a la juventud tienen un tópico más que es el problema de las adicciones y el uso de drogas, si bien el gobierno no se ha limitado exclusivamente a la persecución de quien las produce, vende y consume, tampoco se ha preocupado más que por las consecuencias del uso de drogas y no ha contemplado las causas del fenómeno; por otra parte, se siguen limitando las políticas a integrar a los jóvenes a la ciudadanía, al Estado, a las instituciones y al mundo laboral, sin embargo esa integración se lleva a cabo principalmente por medio de la educación, que aunque Pérez Islas no la considera como parte de estudio de su ensayo, en éste considero importante señalar que la educación juega un papel clave en la integración de los ciudadanos y los jóvenes a la vida productiva del país.

Un último punto que deseo tratar es la importancia que el IMJ le otorga en sus “Políticas y Programas de juventud 2001-2006”¹³ a una investigación adecuada para la mejor planeación de políticas públicas eficientes orientadas a la juventud.

-Sobre los estudios de juventud construyendo a las “culturas juveniles”

Las llamadas culturas juveniles, han sido abordadas desde lo “marginal”, desde lo que no está o corre paralelo a lo establecido, a la sociedad en general, al mundo adulto. En este tipo de estudios están los que abordan a las bandas juveniles, los que estudian a los cholos en el norte del país, los que abordan a los “skin heads” usando a la violencia como un medio de identificación, los que abordan a los darks, los que abordan al submundo del Chopo en la Ciudad de México, etc. Todos tienen en común clasificarlos como sujetos, como seres no alienados que conservan su libertad de pensamiento y de actuar, que crean mundos propios diferentes al hegemónico (instituciones diversas, desde la Presidencia hasta la Familia pasando por la escuela, la iglesia, el empleo, la

¹³ http://www.imjuventud.gob.mx/web_libro_blanco/libro_blanco.html

policía, los medios de comunicación, la moda, el arte, etc.), por ejemplo cada “cultura juvenil” posee un tipo de música específico, así las antiguas bandas ochenteras de “chavos de onda” escuchaban rock urbano, escuchaban al *Tri* y al *Rockdrigo*, al *Heavy Nopal* y al *Haragán*, los cuales eran alteradores del orden, eran el diablo, el demonio y quienes los escuchaban eran criminales y drogadictos; sin embargo esa música servía como instrumento de cohesión, los conciertos eran espacios de socialización y reunión, espacios que junto con la calle constituían los únicos disponibles para estos jóvenes, y “la banda” era esa familia que los comprendía y los apoyaba.

Cada llamada cultura juvenil posee un tipo de música específico, su propio himno que los caracteriza y les da forma. En base a éste criterio musical entramos a un tercer modo de abordar la juventud que es el consumo cultural ¹⁴, el cual es entendido no sólo como el simple comprar un disco o un boleto para un concierto, sino que comprende también el uso, la apropiación y reproducción que se hace de un producto, hablando de un disco de música, un raver por ejemplo: a) lo consigue; b) lo escucha ; y c) lo pone en la fiesta, mezcla una o varias canciones de ese disco con otras muchas de otros discos y dj’s y crea un nuevo sonido, una nueva canción que se prolonga por horas. Ello implica que el raver o dj hace un nuevo uso de ese bien, de ese producto, no solo lo compra, también le da un uso que determina en mucho al producto mismo. Así los abordajes desde el consumo cultural:

han mostrado al joven como un actor posicionado socioculturalmente y han abordado las interrelaciones entre los distintos ámbitos de pertenencia del joven -la familia, la escuela, el grupo de pares-, que se constituyen en comunidades inmediatas de significación y aquellos movimientos o “gramáticas de vida” en el sentido habermasiano, que hacen las veces de “comunidades imaginarias” a las cuales adscribirse. (Reguillo Cruz 2000:32)

Así, la visión desde la cual la sociedad aborda a sus jóvenes no es tan simple, los jóvenes no son solo sujetos libres de amarres, no son solo objetos bajo las estructuras, son mucho más, sin

¹⁴“El consumo cultural como forma de identificación-diferenciación social que coloca al centro del debate la importancia que en términos de la dinámica social tiene hoy día la consolidación de una cultura mundo que repercute en los modos de vida, los patrones socioculturales, el aprendizaje y fundamentalmente en la interacción social.” (Reguillo Cruz 2000:32)

embargo, la definición de “juventud” a mi punto de ver padece de algunos problemas, en este momento mencionaré dos, los cuales considero los más importantes.

-Sobre las carencias del término “juventud”

El primer problema que considero importante se refiere a los adjetivos que la sociedad le da a su juventud:

la sociedad ha encasillado a sus jóvenes con tantos calificativos, que ha construido una serie de máscaras sobre lo que se piensa o se supone que es la juventud; según esto los jóvenes son irresponsables, rebeldes, violentos, incontrolables, en una palabra, son lo instintivo, lo que está fuera de cauce, sin reconocer que esto forma parte de la cultura. (Pérez Islas 2000:311)

El segundo punto no deja de ser parte del primero, sin embargo me parece prudente proponerlo como un punto diferente a tratar y es: que la juventud es pensada como una etapa de “desmadre”, una etapa que involucra los calificativos que Pérez Islas menciona, pero ello no tiene importancia, podrían ser otros, a lo que voy es que es pensada la juventud como una etapa que irremediamente desemboca en una adultez única, esto es: responsable, con una familia, esposo o esposa, hijos, un empleo, responsabilidades, en una palabra: un apego total al sistema. En México ser adulto implica ser católico, heterosexual, ver Televisa y TV Azteca, disfrutar de pagar impuestos, etc. Ello a mi modo de ver es un atentado contra la diferencia, es un atentado contra lo que el sujeto implica.

Al igual los estudios de juventud caen en éste último error, es pensar que un delincuente juvenil va a dejar de ser un delincuente cuando sea “adulto”, lo cual es una necesidad, así como existen distintos modos de ser joven existen distintos modos de ser adulto, el hecho de que algunos de los líderes estudiantiles del 68 se hayan convertido en líderes del PRI, no implica que otros muchos no hayan podido ser líderes de la Liga Comunista 23 de Septiembre, si la visión de una juventud pasajera es cierta, todos los participantes del movimiento estudiantil del 68 hubieran terminado como priistas, burócratas conformistas o ejecutivos de grandes empresas transnacionales, sin embargo no fué así, repito: así como existen muchas formas de ser joven existen muchas formas de ser adulto: se puede ser productivo y cabeza de familia, se puede ser

parte del sistema y defenderlo a toda costa, se puede vender piratería, contrabando y droga para vivir, se puede ser rockero (así como Alex Lora o los Rolling Stones), se puede ser fresa (como Angélica María), se puede ser lo que se quiera, las posibilidades no se reducen a ser un “adulto” como el PRI o el PAN o el párroco local lo quieran, se puede ser adulto de infinitas formas diferentes.

El pensar la juventud fuera de esos prejuicios, implica darse cuenta de una continuidad entre lo juvenil y lo adulto, implica no diferenciar las etapas solo por un rango de edad, sino por una diferencia de generaciones, la sociedad divide y agrupa a sus individuos, así, a los adultos se les relaciona con el poder y el conocimiento, a los jóvenes con los estudios y la rebeldía. En el caso del “joven raver”, considero que va más allá de la edad e involucra cuestiones de renovación y cambio, uno de los puntos que señalan los entrevistados ¹⁵, es el significarse como vanguardia y significar a la música electrónica como el futuro, allí es donde entra el “joven raver”, en el buscar alternativas y propiciar cambios que de una forma u otra repercutirán en la sociedad el día de mañana por medio de su música y su modo de ser diferente.

-El mercado construyendo a la “juventud”

Un último punto que ha propiciado esta visión de “joven” despreocupado y pasajero es la visión de mercado que las empresas tienen, es ya sabido que se hacen estudios para encontrar ó inventar el mejor consumidor para un determinado producto, así también se inventan productos para ciertos consumidores, y es aquí donde los “jóvenes” se convierten en sujetos de consumo, así la televisión bombardea con estereotipos a la sociedad para incrementar las ventas de quien los paga, las grandes tiendas ofrecen espacios especializados en “juniors” o hijos de familia que ya no son niños; surgen en la Ciudad de México lugares como el Chopo o las discotecas o los toquines y las fiestas y los bares y los **raves** en donde un sector particular se congrega para llevar a cabo un consumo diferenciado del mundo adulto que ya no gasta la mayor parte de su tiempo en el ocio, se crea así un sector llamado “juventud” que se caracteriza (por encasillamiento) por ser estudiantes con tiempo libre, sin un empleo formal, que busca diversión a toda costa, que es inestable e inexperto, etc.

¹⁵Que la mayoría son estudiantes y se encuentran entre los 16 y 29 años.

La juventud no hace referencia exclusiva a estudiantes, la actitud del encasillamiento lleva a que el mercado haya creado el culto a lo juvenil, a la belleza eterna, al cuerpo perfecto y seductor (Lipovetsky 2005 b:102). Entonces, ¿la juventud no era solamente gente entre los 12 y los 29 años sin empleo?

El esclarecer la categoría “juventud” es un proceso complicado, la muestra que recolecté tiene en promedio 20 años y comenzaron a asistir a **raves** alrededor de los 14, como se lo vea la categoría “juventud” los contiene, al igual el 64% es estudiante, ya sea de preparatoria o de universidad, los estratos económicos son muy variados, sin embargo la visión del clase-mediero estudiante está presente, con sus excepciones, pero presente. La crítica a la categoría “juventud” que hice arriba trata de romper los prejuicios que la sociedad da a su “juventud” (como un encasillamiento), se sabe que los jóvenes son inexpertos y viven una etapa de preparación para la vida adulta, que como menciono arriba no es única, sino múltiple, ese es un detalle que quiero que sea entendido también cuando hago referencia a la “juventud” que entrevisté: la “juventud” es una etapa en que la diferenciación y la búsqueda de sí está muy presente, ello se refleja en la pluralidad de las “culturas juveniles”, en la pluralidad de formas de presentarse a los demás, de consumir, de creer y de vivir.

3. EL CONSUMO CULTURAL COMO UNA HERRAMIENTA DE ANÁLISIS

La noción de “consumo”, en este caso es indisoluble de que sea “cultural”, el consumo será utilizado como un nivel intermedio entre las estructuras y los individuos para poder construir un modelo de sujeto social específico (el ser **raver**) por medio de sus gustos, sus aficiones y lo que piensan. No es fácil entender qué piensa una persona por medio de lo que consume, pero es posible encontrar una relación entre ambos aspectos, sobre todo cuando se habla de bienes culturales que implican la adhesión a un proyecto (piénsese en la televisión o la radio).

Por medio de preguntas como: ¿qué compras?, ¿en qué tiendas?, ¿cuánto gastas en ello?, ¿dónde estudias?, ¿dónde vives?, ¿usas carro?, ¿acostumbas ir al cine, al teatro, a la ópera, a los museos?, ¿qué lees?, etc. El cuadro del consumo toma forma hablando de ingresos económicos, de una serie de círculos de personas con las cuales relacionarse, implica capital cultural, prestigio, etc. Implica en un joven la forma de utilizar el ocio, el entretenimiento, implica las personas con las que se rodea, implica detalles de la vida diaria, como el **rave** que es un ejemplo

de un eje alrededor del cual se articula una cultura juvenil que a su vez implica un conjunto de prácticas que dan paso a grupos que construyen y ocupan esos campos ¹⁶, que en este caso le llaman “escena psytrance”. Un ejemplo de práctica es irse de **rave** cada fin de semana durante cinco años (como la respuesta 9 del caso 20), eso implica que cada fin de semana se debe de hacer la pregunta: ¿tengo dinero?, si lo tengo bien, si no, ¿qué hacer?, ¿cómo llego a la fiesta?, ¿qué voy a comer?, ¿dónde voy a dormir?, ¿qué voy a hacer?, etc. Ello es poco a poco el cómo se construye ese campo, un acercamiento más profundo al **rave** muestra, como parte de las estrategias, dejar de ir a gastar el dinero en una fiesta e intentar ganar dinero organizando fiestas, o haciéndose dj, o performer o vendiendo algo: pulque, ropa, esferas, galletas, cigarros, etc. Si se tiene éxito se continua y se amplía la inversión, se reproduce la fiesta, se relevan los integrantes de la escena, el propio campo y la idea de una cultura juvenil se renuevan, se transforman y se compite por nuevos espacios.

La noción de consumo implica una multiplicidad de aspectos, comenzando por la clase social, que si bien el término “clase” no tiene la importancia que tenía, aún así es una forma útil de análisis, al menos cuando hablamos de capital (ya sea económico, cultural o social), ya que no es lo mismo ser un obrero o una trabajadora doméstica que tener un doctorado en Sociología en la Universidad de la Sorbona, París III. El tener o no cierto capital marca grandes diferencias que son precisamente medibles por medio del consumo, pero no solamente ello, los bienes culturales y el consumo que se hace de ellos influyen de una mayor manera en la constitución de grupos y en la identificación que los individuos pueden tener con ellos.

-Definición del consumo

La noción de consumo es retomada de Néstor García Canclini (1993), él lo define más allá del solo comprar, distribuir y vender, la noción de consumo la relaciona también con la apropiación y el uso que los consumidores llevan a cabo con bienes que no necesariamente son culturales. Canclini habla de una manera amplia de bienes que existen en el mercado, así distingue 6 modelos de consumo que expondré:

¹⁶“Un campo se define como un sistema específico de relaciones objetivas- que pueden ser de alianza o de conflicto, de competencia o de cooperación- entre posiciones diferenciadas, socialmente definidas y en gran parte independientes de la existencia física de los agentes que las ocupan La especificidad de cada campo depende del tipo

Modelo 1: El consumo como el lugar de la reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital [...] Consumo como el conjunto de procesos socio-culturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Dentro de éste modelo se ubica el consumo como parte del ciclo de producción y circulación de bienes [...] No solo es la indagación estadística del modo en que se compran las mercancías, sino también como el conocimiento de las operaciones con que los usuarios seleccionan y combinan los productos y los mensajes: ¿Cómo los consumidores mezclan las estrategias de quienes fabrican y comercian los bienes con las tácticas necesarias para adaptarlos a la dinámica de la vida cotidiana. (García Canclini 1993: 26)

Este primer modelo del consumo está ubicado más allá de la sola estadística de compra de un consumidor, es hacer un cuadro que relaciona la capacidad adquisitiva, el gusto de los consumidores y la racionalidad de los productores.

El caso del consumo de bienes culturales como la televisión, los museos, la radio, el ballet, los conciertos de rock, la lectura, los bailes de salón, de cumbia, de salsa, los **raves**, etc. puede utilizarse para construir un perfil en donde por ejemplo: encontraremos diferencias entre las personas que consumen en su mayoría “Bellas Artes” (las cuales involucran cierto capital cultural para su apreciación) y quienes consumen mayormente televisión y radio (que pocas veces se menciona pero al igual necesitan de cierto capital para poder ser apreciadas). Es difícil considerar que sean de estratos económicos similares, pero eso no descarta que haya casos en que así sea, este primer modelo va más allá de la sola visión de los productores y se mezcla con la visión que los consumidores tienen de sus gustos, medios y la oferta que el mercado tiene para ellos. Veamos el segundo modelo:

Modelo 2: El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social [...] Es el lugar en donde los conflictos entre clases, originados por la desigualdad participan en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes. (Es considerado el consumo) como un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por la manera de usarlo. (García Canclini 1993: 26 y 27)

Este segundo modelo sigue íntimamente relacionado con el modelo económico de construcción

de recursos o de capital que allí tiene curso.” (Giménez 1993:52)

de estratos y en palabras de Canclini de clases, es el dilema de cuánto tengo y cómo lo gasto. Un ejemplo clarísimo de este modelo de consumo está en un estudio comparativo de consumo cultural entre jóvenes de universidades particulares (de paga) y jóvenes de universidades públicas. Visiblemente existe una diferencia entre los estratos que componen cada uno de los grupos, pero situándolo al nivel de la cotidianidad nos muestran realidades bien distintas, que determinan la manera en que la vida se vive, para ponerlo más claramente citaré un doble ejemplo: el camino a la escuela y el hogar:

Para los jóvenes universitarios de la institución privada motivo de exploración analítica, vivir en la Ciudad de México, es en muchos sentidos una zona de paso, un simple traslado veloz en auto particular, de la casa a la escuela para regresar a la casa de la familia o de un amigo o una amiga, del novio o la novia, para hacer trabajos escolares o simplemente reunirse al cotorreo. Entre semana se vive en la ciudad desde un simple aparador, una vitrina: el auto, mismo que se ha convertido en el lugar desde el que se mira a cientos de automóviles transitar lentamente a su destino. Para éstos jóvenes no existe la cultura de la calle, del barrio y para muy pocos es conocido el mundo del transporte público [...] De hecho 90% de la población encuestada se traslada en auto propio, o en auto de la familia o en el auto de los amigos [...] Estar en casa significa refugiarse en un búnker, alejado de los ñeros y de los ladrones. La calle es propiedad de los sirvientes y sus pequeños hijos, los guaruras y policías privados, o de los obreros que construyen o remodelan la casa de a lado, y que en su hora de comida hacen su “picnic” en los camellones y banquetas. (Garay 2000:113)

Y ahora la universidad pública:

Su narrativa urbana pasa por un recorrido que se inicia caminando por la colonia hacia el Metro (o Micro); ahí se inicia una experiencia subterránea múltiple, se está en la ciudad, se recorren “las ciudades” de la megalópolis, pero a través de una vitrina donde lo que más se observa son las paredes de los largos túneles del Metro [...] El traslado-de ida y vuelta- puede, en algunos casos, llegar a representar tres horas diarias ó más. El Metro, el Micro, se convierte en un espacio para el estudio, para dormir, para pensar... acompañado del calor y olor humano de vendedores ambulantes, asaltantes, amas de casa, obreros, oficinistas, niños llorando, etc. [...] De regreso a casa, una vez terminada la jornada escolar, los jóvenes de la institución pública llegan a su

“aldea”. Su nexa con el territorio juega un lugar distinto a los de la universidad privada: la visita al vecino, el encuentro callejero con los cuates que no dejan de pitorrearse de uno porque es de los pocos que estudian en la universidad, el saludo a don Filiberto, dueño de la tiendita que les hace el paro para fiarles las chelas y los taviros; comprarle a doña Cuca unas quesadillas de flor de calabaza y de picadillo...(Garay 2000:117)

Si bien el ejemplo es burdo, refleja que por medio del consumo se pueden abordar realidades bien distintas, por un lado en su gran mayoría los jóvenes de instituciones públicas son la primera generación de universitarios, mientras que los de la universidad privada sus padres en su gran mayoría cuentan con estudios de licenciatura y una proporción nada despreciable cuentan con posgrado (Garay 2000:113 y 117). Las diferencias entre ambos tipos de juventudes y las realidades y contextos que habitan hablan de un tipo de diferenciación que abordada desde el consumo muestra los polos diferenciadores de una sociedad en donde gracias a la democracia, nominalmente todas las personas nacen iguales, pero en la realidad eso no es tan cierto como parece.

Con ésto queda expuesto el consumo como una arena de diferencia y de conflicto y sirve para explicar¹⁷ el terreno del siguiente modelo:

Modelo 3: El consumo como lugar de diferenciación social y distribución simbólica entre los grupos.

En sociedades llamadas “democráticas” en donde los hombres nacen iguales el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales [...] Ante la masificación de la mayoría de los bienes generada por la modernidad, las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen, sino por la forma en que se los utiliza, muchas distinciones entre las clases y fracciones se manifiestan, más que en los bienes materiales ligados a la producción, en las maneras de transmutar en signos los objetos consumidos. (García Canclini 1993:27)

Ahora, pensemos en jóvenes de clases similares con gustos distintos, éste tercer modelo es una arena de diferenciación entre los miembros de una sociedad como la nuestra. Pensemos en el

¹⁷ **Explanar:** (lat. *explanare* -cf. **ex* y lat. *planus*: plano) tr. Allonar, poner llana una superficie.– Construir terraplenes, hacer desmontes, etc., hasta dar al terreno la nivelación o el declive que se desea. – fig. Declarar, explicar. (Diccionario Enciclopédico Quillet1976)

caso de los **ravers**, piensese en el estigma que involucra ser un **raver** a los ojos de la familia, andar con ropas raras y cortes de pelo casi extraterrestres (claro que existen distintos niveles e intensidades, sin embargo) veamos una de las respuestas que obtuve cuando pregunté sobre la visión a futuro del **rave**:

Informante (caso 26): eso está cabrón, imagínate, que trascendencia ha tenido en la música, y aca la sociedad como lo ha tomado, lamentablemente la sociedad lo ve como lo más culero para un chavo, ese güey se droga y cosas de esas, pero yo creo que en el futuro va a ser lo chido, es que no puedes entender cómo va a ser la música cuando tengas 40, pero como sea sí lastima un poco a la sociedad.

El hecho de que sea una arena de conflicto sitúa al consumo como un ejercicio de la acción social por medio de la cual una estratificación es construida no solo en términos de clase, sino también de gustos y aficiones; y es de mucha importancia resaltar esto último, los gustos y las aficiones están ocupando un lugar cada vez más importante para poder comprender las dinámicas de organización social. Sin embargo solo hemos revisado la visión que separa, ahora veamos la dimensión que une, que da cohesión:

Modelo 4: El consumo como sistema de integración y comunicación. Hay bienes con los que se vinculan todas las clases, aunque la apropiación sea diversa el consumo puede ser también un escenario de integración y comunicación [...] A través de las cosas es posible mantener y crear las relaciones entre las personas, dar un sentido y un orden al ambiente en el cual vivimos. (García Canclini 1993:28-30)

¿Cómo entender que el consumo divide y une a la vez? Quizás el afirmar que ésto sucede es más trabajo de un investigador que de los consumidores, sin embargo así sucede, por medio de los simbolismos que los objetos representan (por medio de su propio significado y por otros que los consumidores les dan) se puede pensar en una división de la sociedad en clases, grupos y subgrupos. La noción de clase es problemática, a mi modo de ver la sociedad ha dejado atrás esa visión clásica de las clases fundamentales (burguesía y proletariado), nuevos estratos han surgido y las divisiones que deberían mantener a las clases bien definidas han perdido su fuerza y nos

enfrentamos a una sociedad fragmentada en donde las clases están mezcladas, sobre todo el eje sobre el cual las clases se constituían (estructura económica, lugar en la estructura productiva) ha sido combinado y hasta cambiado por otros criterios como la educación, el lugar de residencia o el sueldo.

El consumo es útil para trazar líneas de clasificación, pero como lo estamos viendo implica un análisis más allá de las clases sociales que involucra en gran medida el análisis de lo simbólico, ello implica que la construcción de grupos puede referirse a adhesiones por parte de los individuos a símbolos e imaginarios, que en el caso de las culturas juveniles toma muchas formas, lo que propongo es que cada comunidad presenta un consumo similar, ya sea una comunidad construida en base a un imaginario¹⁸ ó construida en base al trato diario, a la interacción social reiterada¹⁹. Ello será tratado en el siguiente capítulo pero considero útil mencionarlo ya que el tema lo amerita, en cambio ahora es más conveniente mencionar otros dos modelos antes:

Modelo 5: El consumo como escenario de objetivación de los deseos. El deseo es errático, insaciable por las instituciones que aspiran a contenerlo [...] De Hegel a Lacan se afirma que es el deseo a ser reconocido y amado (es el deseo básico). Pero es decir poco en relación con las mil modalidades que esa aspiración adopta entre las proliferantes ofertas del consumo [...] Pese a ser difícilmente aprensible, el deseo no puede ser ignorado cuando se analizan las formas de consumir. (García Canclini 1993:30-31)

Para comprender éste modelo es necesario también considerar ese deseo amorfo que en todos nosotros habita y que más que definirlo, tratamos de saciarlo, ello es un punto a considerar cuando se contempla la ingerencia de la publicidad en el consumo que las personas llevan a cabo y no solo ello, una cuestión como el **rave** mismo puede ser entendido como una forma de saciar

¹⁸-Comunidad imaginada en éste caso hace referencia a una comunidad que se construye por medio de la adscripción de sus miembros a un imaginario (ser mexicano, chicano, gringo, punk), así, esa comunidad no la conocen sus miembros, solo la imaginan (Valenzuela 1993:386 y 406). Se hace referencia a el caso de los “punks” de Tijuana, los cuales no asumen la identidad punk por el trato cara a cara con el grupo (como los chavos banda o la familia), sino que lo hacen por medio del “punk” como un ideal, un símbolo, o como Valenzuela lo dice, a un imaginario.

¹⁹Ambos tipos de adscripciones aparecen como opuestas entre sí, cada una hace referencia a un fenómeno diferente, lo cual no excluye que ambos tipos de adscripción existan en distintas comunidades.

un deseo o una frustración que existe en los entrevistados, para ponerlo más claramente permitanme mostrar una respuesta obtenida:

Antes era una fuga, una forma de saciar mis tristezas, una fuga. Ahora 100% por la música y la poca cultura que queda. Esperamos que regrese (caso 20, pregunta 8: ¿Para tí qué es el **rave**?)

El hecho del uso de drogas y la evasión de las tristezas, se relaciona con el deseo de placer, quizás no tan relacionado con el deseo de aceptación y amor, sin embargo podría relacionarse, de cualquier modo quedará para el capítulo dedicado a la construcción del **rave**. Mientras tanto, sigamos con el último modelo de consumo:

Modelo 6: El consumo como proceso ritual [...] A través de ellos (los rituales), la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan [...] Los rituales, explican Douglas e Isherwood, “sirven para contener el curso de los significados” y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso [...] Todo consumidor, cuando selecciona, compra y utiliza, está contribuyendo a la construcción de un universo inteligible con los bienes que elige. (García Canclini 1993:31)

Es de enfatizar al consumo como un ritual en sí mismo que, como lo indica la cita, “contiene el curso de los significados”, controla los símbolos y les otorga un significado consensuado, así cualquier apropiación y uso de un bien lleva aparejado el uso de un significado o en términos más sencillos, expresa un mensaje en cada bien que se consume, que se apropia y se usa, el mensaje depende en buena medida del bien en sí y en otra buena medida del uso que se le da, también el ritual instituye y reproduce formas de vida. Abordar el tema del consumo desde esta perspectiva tiene por objetivo conocer un poco de la vida cotidiana de ciertos individuos como un nivel intermedio entre ellos y las estructuras; pero el análisis completo será llevado a cabo en el capítulo siguiente, este apartado es solo para definir las categorías analíticas, sin embargo un poco será mencionado en el siguiente apartado.

4. IDENTIDAD DESDE EL ANÁLISIS POLÍTICO DE DISCURSO

El análisis de la identidad ha llevado en últimos días a que la noción sea utilizada como un comodín que nos ayude a explicar “todo y su contrario”, ello se debe a que al igual que “cultura”, “identidad” es un término con muchos significados y funciones dentro de la teoría social, en éste caso “identidad” no debe ser entendida como una entidad concreta, sino como el resultado de las relaciones sociales, de la interacción entre los individuos; para abordar el tema haré uso del Análisis Político de Discurso (APD), desde el cual la identidad es el resultado de articulaciones contingentes y precarias, es decir, es una configuración histórica abierta, precaria y contingente (Fuentes 1999:124), así, la cultura **rave** es un conjunto de relaciones y no una esencia. Desde este punto de vista se abre la interrogación sobre una forma de ser joven, una forma de construcción que individuos concretos hacen de sí mismos insertos en contextos específicos.

Antes de abordar la identificación desde el APD habré de llevar a cabo un acercamiento a la noción de identidad desde otras perspectivas. Considero que estos puntos son diferentes y son al igual distintas las posiciones teóricas que los sustentan, por un lado la identidad es abordada desde el ámbito de la cultura y la identificación desde el lado de la significación de referentes en torno a un eje hegemónico de significación, pero empecemos esta explicación.

-Una aproximación a las nociones de identidad

Para los fines que la investigación requiere, hacer un recuento exhaustivo del concepto de identidad y de las formas en que se ha abordado y se aborda no tiene caso, es más una ayuda que servirá para explicar la noción “identificación”. Identidad en principio es colocada por Gilberto Giménez (s/d:187) como parte de la teoría del actor y de la acción social, lo cual, como muchas de las teorías de sociología, implica hacer un acercamiento a la manera en que la sociedad, los individuos, sujetos y actores interactúan unos con otros, entonces, ¿qué es lo particular en el enfoque de las identidades?, ¿qué las ha puesto tan en boga en la academia?

La identidad (al igual que el consumo) se posiciona como un nivel intermedio entre las estructuras y los individuos, la realidad ha mostrado que los individuos o sujetos, no están completamente sujetos, sino que existe un campo de negociación material y subjetivo entre ambos niveles, en donde los individuos, sujetos y actores no están completamente libres a su albedrío, sino que existe una suerte de negociación entre ellos y las estructuras (el sistema mundial; y los individuos, sujetos y actores), lo cual se manifiesta en el resurgimiento de

identidades regionales, étnicas, religiosas, culturales; es decir, la identidad actúa como una arena de conflicto entre los distintos roles y asignaciones que son impuestas desde arriba o construidas desde abajo:

La intervención del poder en los procesos identitarios nos lleva de la mano a lo que podríamos llamar “políticas de identificación” del Estado. En efecto en las sociedades modernas el Estado se reserva la administración de la identidad, para lo cual establece una serie de reglamentos y controles. [...] Lo malo está en que el Estado tiende a la mono-identificación, sea porque reconoce una sola identidad cultural legítima para sus ciudadanos de derecho pleno, sea porque tiende a aplicar etiquetas reductivas a las minorías y a los extranjeros que habitan en su territorio. (Giménez 2002:41)

La noción de identidad, no solamente lleva aparejada la idea de conflicto y de un nivel intermedio entre las estructuras y los sujetos; sino que implica además ser un “atributo subjetivo de actores sociales relativamente autónomos comprometidos en procesos de interacción o de comunicación” (Giménez s/d:187). Ello significa que la identidad no es un ente concreto, sino que es cambiante y movable y depende del sistema de significaciones imperante, ello implica que obedece al sistema de representaciones que un individuo, actor o sujeto tiene de sí mismo y también del que la sociedad en su conjunto construye y mantiene, ello por supuesto obedeciendo los dictados del poder y de los recursos de los actores, así la identidad depende por completo de las convenciones sociales, de los valores, la moral, el ordenamiento jurídico y político sin olvidar el económico, pero en general es un ordenamiento de significados.

Antes de continuar hay un aspecto de la identidad que no he mencionado y es importante para poder hacer una diferenciación con el concepto de “identificación”, y es la relativa estabilidad que supuestamente la identidad debe de tener, ya sea a nivel individual (lo cual es más difícil), así como a un nivel grupal, regional, nacional, global, empresarial, etc.

-Sobre la emergencia de nuevas identidades

Considerando la visión de conflicto implicada en la conceptualización de la identidad, surge la idea de que la identidad puede ser utilizada no solo como un instrumento del Estado, sino que es

utilizada igualmente por los individuos, sujetos y actores como una estrategia, ya que ésta puede tener un valor positivo o negativo, puede al igual, dada su plasticidad y mutabilidad (Giménez 2002:47) ser utilizada como un medio para llegar a un fin determinado. Francois Dubet al caracterizar a la identidad como la dimensión subjetiva de la integración (1989:523) deja ver que el juego de las identidades que como una arena de conflicto, es susceptible de crear, transformar y destruir identidades dependiendo de la situación en la que se encuentre cierto actor o sujeto social, al igual los individuos pueden crearse una identidad que les permite satisfacer de mejor manera sus necesidades, o al menos ocultar una identidad que les puede afectar.

Al igual sectores de la sociedad pueden darse a la tarea de construir nuevas identidades que les permita crear espacios de actuación que antes no existían, en el caso de las culturas juveniles, fueron creadas por jóvenes que sin deseos de acatar las reglas del sistema, tuvieron a bien encontrar medios alternativos que les permitan desenvolverse con mayor autonomía con respecto a lo ya existente, es decir, crearon nuevos negocios en donde no es necesario cumplir con las reglas de un patrón, está el caso de los *hipitecas*, los *darkis*, los **ravers** y hasta a los *chavos banda*, que si bien la actividad de éstos últimos está relacionada con la violencia y el crimen, los anteriores ejemplos tampoco trabajan precisamente para el Estado, ello lo digo porque un *hipiteca* o *arteszángano* no paga impuestos por la venta de su producto y poco le importa el Estado mientras está vendiendo en las banquetas a las afueras de las escuelas o en la playa, solo se involucra con el Edo. cuando los policías le piden soborno por poder vender o cuando quieren confiscarle su mercancía, lo cual no es precisamente una relación armónica, lo mismo sucede con los **ravers**, que lo que más les preocupa es que sus eventos sean cancelados, allanados, que una redada les caiga encima o que Hacienda quiera hacerles una auditoría.

Sin embargo, el concepto de “estrategia identitaria” no significa que los actores sociales son completamente libres para definir sus intereses materiales y simbólicos del momento. Las estrategias deben de tomar en cuenta necesariamente el marco estructural, la situación social, la correlación de fuerzas entre los grupos, las maniobras de los demás, etcétera. (Giménez 2002:47)

Lo que quiero señalar es que la identidad en éste caso es utilizada como un recurso para construir un mercado, campo o nicho desde el cual poder realizar una actividad lucrativa al margen y/o al paralelo de las convenciones de la sociedad. Me gustaría decir que ello es producto de la falta

de oportunidades o el desempleo o la crisis en la que nuestra sociedad se encuentra, sin embargo no creo que sea una explicación ni pertinente ni suficiente, que sin embargo tampoco es una mentira. Creo que obedece más a la configuración de las expectativas y deseos de éstas nuevas culturas o identidades juveniles el buscar sus propias formas de sustento por medios orientados de una manera más “informal”, lo cual no se aplica por completo al **rave**, sin embargo será tratado en el capítulo siguiente, lo resaltable es que la emergencia de nuevos medios de identificación es una cuestión común que obedece a el juego estira-afloja que los individuos, sujetos y actores juegan con las instituciones, con el mercado y con ellos mismos.

5. DE LA IDENTIDAD A LA IDENTIFICACIÓN EN EL RAVE.

Identificación lo defino como un proceso constante de construcción que los individuos llevan a cabo a lo largo de su vida, la identidad desde ésta perspectiva debe entenderse:

como una configuración discursiva en sí misma, donde su ser, si bien articulado, no es un todo homogéneo, sino que está constituido por múltiples polos de identidad que se configuran y se reconfiguran histórica y políticamente. (Fuentes 1999:144)

La cuestión de la identificación es que es el proceso continuo de la constitución del sujeto, una construcción que se extiende indefinidamente dependiendo de su configuración histórica; ello viene de los supuestos de la corriente teórica del Análisis Político de Discurso que se “ubica desde un horizonte post-moderno [...] donde toda construcción social se concibe como producto de articulaciones contingentes, cuya fijación es temporal, precaria y abierta” (Fuentes 1999:142).

Ello es la raíz del pensar la identificación como un momento de significación en la vida de los sujetos, no se intenta ir por la esencia de la identidad, se intenta ubicar en un momento dado la identificación que un sujeto construye con un modelo en determinado contexto y que es válida solo mientras las articulaciones que le dieron cabida le permitan seguir existiendo.

En el estudio de Fuentes (1999) del cual hago uso, se estudia la configuración de la identificación que ciertos estudiantes de Sociología hacen de cierta versión del discurso marxista y a partir de ello construyen un “ser sociólogo” particular, ello implicó la construcción de un “ideal del ser sociólogo” que se identificaba con nociones como: “alguien que estudiaba para

ayudar a la gente” o “el transformador de la sociedad” (Fuentes 1999:184), sin embargo en el mismo estudio se observa como ese referente es un móvil que depende de la situación que los estudiantes viven: ingresan a la carrera, la cursan y se enfrentan a la vida laboral y social.

Se observan los cambios que sufren, las visiones que se conforman sobre sí mismos y sobre la Sociología. En muchos de ellos se advierte un gran cambio, la vida obliga a los individuos a adaptarse, a cambiar, por ello es que no se construye una identidad enraizada a “fuego y sangre” con ese modelo del “ser sociólogo”, sino que se transforma a través de su vida. Sin embargo se advierte una constante: siguen siendo sociólogos. Ello no se pone en duda, sobre lo que dudan y cambian su percepción es acerca de la significación que deben hacer de ese modelo “ser sociólogo”; el cual está en constante construcción y reformulación.

El hablar de procesos de identificación no es un asunto sencillo, el APD retoma ésta noción desde distintas perspectivas, la más importante viene del Psicoanálisis lacaniano, el cual es expuesto por Slavoj Žižek, desde el cual, el proceso de identificación se relaciona con una noción de falta constitutiva (Lacan) al ser humano, desde esta perspectiva el punto de partida no es el individuo, sino el orden simbólico imperante que impone “modelos sociales legítimos” (Hernández Zamora 1994:44), los cuales pueden ser ideales, roles sociales, figuras o modelos de belleza; en éste caso también el ser **raver** se constituye como un modelo de juventud que pone en evidencia un conflicto, una falta o una ausencia.

CAPÍTULO 3

LA IDENTIFICACIÓN EN EL RAVE

Mi hipótesis es que el **rave** es un espacio sociocultural donde se genera un modelo de identificación que actúa como un mediador entre los individuos y el entorno que los rodea, sin embargo ello implica varios problemas, el primero que me viene a la mente es: ¿por qué es un mediador? De acuerdo con los planteamientos del APD¹ los individuos o mejor dicho, la identidad de los individuos está constituida por distintos polos de identificación (Hernández Zamora 1995:41) alrededor de los cuales los sujetos se construyen a sí mismos: los **ravers** y las personas en general desempeñamos distintos roles en nuestras vidas, somos estudiantes, trabajadores, universitarios, hijos, padres, madres, hermanos; somos ciudadanos, militantes o comerciantes y de entre todos esos polos existe alguno o algunos que fungen como ejes articuladores alrededor de los cuales se organizan los otros (Hernández Zamora 1995:41). Ello implica que en determinados momentos uno o algunos de los polos fungen como hegemónicos y en otros momentos otros lo hacen, en el trabajo somos empleados o gerentes; en la escuela estudiantes, profesores o directores; en la familia hijos, padres o hermanos; es decir, dependiendo del lugar o rol que se juega los polos de identidad se articulan de distinta manera. De igual forma existen modelos legítimos que fungen como un “deber ser” en cada uno de los momentos (Hernández Zamora 1995:41).

En el espacio **rave** como generador de modelos de identificación, los entrevistados de este estudio consumían un **rave** y también: consumían música, cervezas y estaban en un lugar al aire libre, se sentían contentos, no puede decirse que pertenecieran a un grupo cerrado de **ravers**, eso solo lo podemos hacer cuando hablamos de organizaciones, por ejemplo: “Ultra”, “Muscarya” y “Hikuritrance”. Allí puede hablarse de un grupo definido, sin embargo para quienes fungían como consumidores y colaboradores, resulta complicado agruparlos y nombrar su grupo, ello no es posible de hacer, sin embargo, sí pueden ser considerados como parte de la “escena psytrance” mexicana y hasta mundial, ello es así porque como consumidores, son ellos quienes pagan los boletos, compran comida, cerveza, discos, bailan y en general, son quienes hacen que el **rave** sea una fiesta.

¹Análisis Político de Discurso.

El que ellos sepan o no que son parte de la escena es un punto controversial para ellos, en las preguntas realizadas, ninguna contempla este punto, es hasta la entrevista a los chicos de la organización “Ultra” (que organizó el rave “Yalahao”) que el sentido de comunidad aparece más claramente definido en ellos como organización (que sin embargo no dicen pertenecer a una comunidad, sino a la “escena psytrance”). También en esa entrevista me mostraron que los roles que juegan son bastante cambiantes, por ejemplo, en su evento “Yalahao”, jugaron el rol de organizadores, fueron los encargados de rentar el terreno, de conseguir el sonido, de la iluminación, de conseguir decoradores, dj’s, de cobrar las entradas y de conseguir quien vendiera las cervezas. Ahora, ello no excluye que en otros **raves** jueguen otros roles, por ejemplo en la entrevista dijeron de las fiestas de “Deliria” :

Pues de hecho sí, nosotros empezamos a hablarles desde hace mucho porque el Yoryo, quien hace la decoración, siempre le decía (a Tony): Quiero ir a poner decoraciones a tus fiestas. Pero ya tiene un buen y pues ya, él decía que sí, pero se nos complicaba mucho ir, porque no teníamos en qué, y no íbamos y ya después cuando nos fuimos a comprar la van, ya empezamos a ir, aca ya más constante, y ahora ya cada que hace vamos y llevamos algo de deco. (Entrevista a “Ultra” efectuada el 27 de enero de 2007)

Pues bien, lo importante a plantear es que las distintas organizaciones y sus miembros guardan relación unos con otros de una forma u otra, en el caso de “Ultra” y “Deliria”, llevan relaciones amistosas y se ayudan entre sí, en otro tipo de casos, la relación puede ser de competencia; todas las organizaciones compiten por un mercado limitado, deben de hacer un balance de sus posibilidades y talentos para poder llevar a buen término sus eventos, claro esta que hay muchas organizaciones y muchos tipos de eventos, pero todos quieren que los suyos sean los mejores, que cumplan con sus expectativas, algunos como “Ultra” lo hacen por amor, por diversión (según lo señalaron los entrevistados), habrá otros que esperan conseguir ganancias económicas de ello, creo que todos de algún modo esperan hacerlo, la competencia es por el mercado y los recursos para hacerlo.

Esa comunidad se teje en los **raves**, es allí donde se reúnen distintos grupos y personas para convivir y conocerse, para construir esas redes, por ello es que la

adscripción a esa “escena” poco a poco se logra por medio del consumo del **rave** entendido como un bien cultural. Ahora, lo planteado de los distintos roles que un sujeto pueda tener en el **rave**, viene determinado por las estrategias que pone en acción, por ejemplo, los chavos de “Ultra” van a los eventos de “Deliria” a poner decoración y disfrutan de la fiesta, otros tienen un sonido, otros son dj’s, otros más hacen decoración o llevan algún producto para vender, de allí el rol que juegan en la “escena” y lógico los alcances que lleguen a tener en ella.

Desde esta perspectiva la escena se convierte en un “campo” con relativa independencia, que si bien no puede desentenderse de la sociedad, puede fungir como un espacio de complemento, de “escape” o de diversión para algunos y como un negocio o una forma de vida para otros. Es una estrategia útil para conseguir diversión y la autonomía que el dinero da, dependiendo de los usos que se le de al producto **rave**.

Antes de seguir abordando ésta idea de “campo”, es conveniente construir un modelo del **rave** en base a la experiencia obtenida en “Yalahao de Ultra”, “Holifest de Muskarya” y “Por una conciencia llena de amor de Hikuritance”.

1. ELEMENTOS FÍSICOS DE UN **RAVE**

El ambiente físico de los **raves** analizados, en los tres casos fue el aire libre, rodeados de naturaleza, un lugar de difícil acceso, alejados de la gente, al menos podría pensarse que era un espacio privado que para entrar se debe de pagar cierto precio de entrada (en mi caso como iba de ayudante de los decoradores, no estuve ni cerca de la taquilla ²), dentro, los elementos más importantes a mencionar son: a) locación; b) Line Up (dj’s); c) decoración; d) visuales (imágenes proyectadas en el escenario o cerca casi siempre sincronizadas con la música); e) seguridad; f) uno o más puestos donde vendan cerveza, comida, agua, etc.; g) un lugar para de acampar; h) performeros.

²Una de las técnicas utilizadas para poder abordar el fenómeno fue la observación participante, por ello es que me uní al equipo de colaboradores para observar el fenómeno desde dentro, como uno más de ellos, de esa forma

-“Yalahao de Ultra”

a) Locación: el lugar fue un espacio al aire libre rodeado por naturaleza, en el caso de “Yalahao de Ultra” (11 y 12 de noviembre de 2006) el lugar fue la isla una isla en el embarcadero de Cuemanco en Xochimilco ³, allí el evento estuvo rodeado por los canales y árboles (ver imagen 1 de Anexos IV); el lugar estaba cubierto de pasto fresco y corto, era excelente para estar descalzo (ver imagen 2) se respiraba un aire de tranquilidad y la noche fue lluviosa y el día cálido, fue un lugar hermoso.

b) Line Up (dj’s): Como Live act (acto principal o en vivo) iba a tocar “Subconsciousmind”, sin embargo por problemas de dinero y por falta de tiempo para comprar su boleto desde Europa, no estuvo presente. Los dj sets estuvieron a cargo de muy ilustres desconocidos, parte de la banda, casi quien quería se podía subir a mezclar y el resto bailaba y se guarecía de la lluvia, lamentablemente ni en el flyer (volante), ni en internet aparece información sobre quienes fueron todos los que tocaron, solamente sé que tocó: dj’s Punk, dj Infinito Positivo y Tony Valencia.

c) Decoración: La decoración estuvo a cargo de “Cupix”, su propuesta son esferas con hologramas inspiradas en el dodecaedro (poliedro conformado por 12 pentágonos) y el icosaedro (polígono de 20 lados triangulares que convergen en 12 vértices), con palabras es difícil de explicar, Cupix sabe a la perfección el número de piezas y peso de cada una de sus esferas, costos, trabajo y tiempo para realizarlas. Mucho se extiende hablando de la inspiración de sus esferas, habla de las propiedades del pentágono, del hecho de que sean cinco sus lados y de la relación que tiene con el cosmos cabalísticamente hablando, también habla de la forma en que deben de ser vistas, debe de contemplarse la construcción de figuras que se logra viendo a través de ellas, considerando los lados exteriores, los interiores y los del lado opuesto, por ello

también facilité la realización de las entrevistas.

³<http://www.dosisdigital.com/img1396.html>

recomiendo que vean las imágenes 3 y 4 de Anexos IV.

Pese a que las figuras básicas son dodecaedros, pentágonos e icosaedros, la imaginación y posibilidades de Cupix van más allá y complementa figuras aparentemente sencillas con muchos más detalles y extensiones, algunas son de holograma que refleja la luz de día, otras reflejan la luz negra y otras más tienen colores que brillan con la luz negra (ver imagen 5). El escenario “de Yalahao” también es un diseño de Cupix, en términos simples es un icosaedro incompleto o abierto construido con tubos y uniones de metal que mide alrededor de 3 m. de alto y como 5 de diámetro (ver imagen 6).

Hablando de la decoración de Yoryo, uno de los miembros de “Ultra”, también puso su decoración en “Yalahao”, lo que llevó fueron unos “totems” (ver imagen 7) y una estrella de seis picos (imagen 8), cabe señalar que eran estructuras de madera con hilos enredados, los cuales con la luz negra brillaban de una manera muy particular (imagen 9).

Hubo un tercer tipo de decoración en este evento, fueron unas pirámides de licra (imagen 10) de colores fosforescente brillante diseñadas, construidas, pintadas e instaladas por “Cosmic Miau”, dichas pirámides cumplían las veces de decoración formando una línea del escenario hacia el fondo del terreno y; de tienda de campaña, he de señalar que las pirámides miden alrededor de 5 o 6 metros de alto.

d) Visuales: En este **rave**, no hubo visuales, nos contentamos con la noche, la lluvia, el sol y las trajineras que pasaban llenas de paseantes que se sorprendían por nosotros y la música.

e) Seguridad: Tampoco hubo seguridad en este evento, había poca gente y podría decir también que la seguridad eramos todos, este **rave** más que otros era una fiesta muy privada, pocas personas fueron comunicadas y los organizadores (“Ultra”) siempre estuvieron muy pendientes de todo lo que pasaba.

f) Un puesto donde venden cerveza: No estoy seguro quién era el encargado de la venta de la cerveza, sin embargo no era de “Ultra”, más parecía que “Ultra” lo había contactado para que les ayudara con la cerveza, también había un puesto de pulques que terminó siendo la mesa de los dj’s o escenario provisional de la noche (eso ocurrió debido

a la lluvia y a que ni los cd players, ni la mezcladora, ni la planta de luz, ni las bocinas podían mojarse, por ello se adecuó un escenario provisional bajo la cabaña de las cervezas), cabe mencionar que los vendedores de pulque también llevaron el sonido (imagen 11).

g) Zona de Camping: Pues muy desordenado el lugar y con pocas casas de campaña, cada quien acampó donde quiso (imagen 12), unas en un lado y otras por el otro, ello se debió a que había muy poca gente y el espacio sobraba. Una de las razones de que no hubiera habido más gente, fue que ese mismo día hubo otros dos **raves** muy lejos, al otro lado de la ciudad y, los consumidores prefirieron ir a aquellos, que finalmente fueron cancelados y solo “Yalahao” vibró esa noche.

h) Performances: Finalmente están los performeros, que en esta ocasión hicieron exhibiciones con fuego, usaron cadenas y unas especies de bastones (twins), hay que resaltar que estos performeros llevaron el puesto de pulque que sirvió como escenario provisional y también llevaron el sonido (imagen 13).

-“*Holifest de Muskarya*”

a) Locación: Un espacio en el bosque rodeado de árboles y buen pasto para bailar (ver imagen 14), ubicado el evento en Salazar Estado de México, a un lado de la Marquesa el día 18 de noviembre, un detalle interesante de éste **rave** fue que hacía un frío increíble. “Muskarya” es una empresa más profesional que llevó a los dj’s que había prometido y además de eso la preparación del evento fue mucho mejor que la de los otros dos eventos, en otros términos, para “Holifest”, “Muskarya” había realizado una inversión de dinero y tiempo mayor, se esforzaron mucho para traer artistas de Suiza, Alemania e Israel, para ello es necesario pagarles a los dj’s y también asumir sus gastos de transporte y hospedaje en México, visiblemente el evento se llevó a cabo con fines económicos, al menos “Muskarya” definitivamente esperaba recuperar la inversión que habían hecho.

El **rave** fue muy bueno, la música de lo mejor, pero el frío era criminal y así decoramos el lugar, he de decir que en el flyer o volante promocional, explícitamente se hablaba de una fiesta para quienes no les gustan las masas y prefieren algo más privado, este **rave** por su buena organización y música fue un buen ejemplo de ello, solo me debo de quejar con los encargados del escenario que hicieron un trabajo muy malo a la hora de acomodar el sonido.

b) Line Up: Live acts: Insane Creation (Domo Records - Suiza); Blue Lunar Monkey (AP Records - Mexico/Alemania). Dj sets: Assaf (Domo Records-Israel); Messie (Maia Records-México); Migue (Maia Records-México); Xerpent (Geomagnetic.tv-México); K li (Dogma Central-México); Dharma (Acid. Mind-México); Valar (Muskarya-México); Kan (Muskarya-México); Siul (Muskarya-México)⁴.

c) Decoración: El mismo decorador de “Yalahao” es el decorador de “Holifest”, la diferencia fue que Cupix decidió utilizar la esfera grande (llamada también “nave”) en lugar de escenario, como parte de la pista de baile, así, hubo quienes llegaron a instalarse a la esfera y disfrutaban de la vista directo al escenario desde un icosaedro de 3m (ver imagen 15). Otro detalle fueron los “átomos” verdes que decoraban el escenario desde ambos lados de la mesa del dj (imagen 16 y 17).

Las pirámides de Cosmic Miau también estuvieron presentes complementando la deco junto con mantas psicodélicas de Muskarya (ver imagen 18) he de decir que las pirámides una vez más sirvieron como casas de campaña sobre otras casas de campaña, el frío era tan terrible que adentro de la casa de campaña que estaba dentro de la pirámide nos congelábamos, la única solución posible fue bailar y bailar y tomar café muy caliente.

d) Visuales: Estuvieron a cargo de Katze (KNK-México), justo detrás del escenario (que medía como 2 m. de alto), colocaron unas mantas en donde se proyectaba desde un automóvil estacionado detrás del escenario proyecciones varias con mil colores y formas que, se trata de que sincronicen con la música (imagen 19). Es un detalle más

⁴<http://muskarya.com/holifest.html>

que muestra el cuidado que “Muskarya” tuvo en su fiesta, un detalle de los visuales lo puede apreciar en la imagen 20.

e) Seguridad: Había lo que llaman “seguridad virtual”, que por lo que vi eran chavos con lámparas y camisetas de “Muskaria” paseandose por todos lados, su función era más que otra cosa ayudar a los consumidores y vender cervezas para obtener un dinero extra a su trabajo, casualmente encontré a un amigo que trabajaba como guardia virtual, le hice una entrevista (caso 24) y me regaló una caguama. Es de señalar que un cuerpo de seguridad amable es muy apreciado en los **raves**, mucho se quejan en las páginas de internet sobre seguridad grosera, violenta y despótica, dentro de las cosas que le desagradan a los entrevistados, también se menciona en dos ocasiones el caso de seguridad agresiva o “pasada de lanza” (caso 7 y 25), considero que uno de los puntos a favor de este **rave** fue el contar con un cuerpo de seguridad amable.

f) Puestos donde vendan cerveza, agua, comida: Lo mismo en éste caso, había un puesto donde vendían cerveza (imagen 21) de donde se espera que las ganancias lleguen, había un puesto de antojitos mexicanos (quesadillas, sopes, pambazos, etc) en donde también se podía conseguir café caliente y como “plus” había un chavo (Atkin) que vendía “bebidas inteligentes” o “smart drinks”, las cuales son extractos de frutas y vegetales que contienen carbohidratos, vitaminas y minerales que ayudan a recuperar fuerzas para seguir bailando, otro detalle que confirma la buena planeación del evento.

g) Zona de camping o de acampar: Esta zona se encontraba al lado izquierdo del escenario y era la parte más amplia del lugar, con un terreno plano y empastado, la zona de acampar se juntaba con el estacionamiento y poco había que caminar para llegar al escenario, lamentablemente no cuento con una imagen que muestre ésta zona de forma más amplia, sin embargo al menos tengo dos imágenes (22 y 23) que pueden mostrar un poco la zona.

h) Performances: Aunque hubo quienes llevaron exhibiciones con fuego como en “Yalahao”, no considero que puedan llamarse “performeros”, en ninguno de los tres eventos aquí expuestos hubo un verdadero cuerpo de performeros con disfraces y

exhibiciones importantes, en otras ocasiones he visto gente con zancos, cadeneros en azoteas, disfraces muchos e impresionantes y cosas por el estilo, creo (gracias a la experiencia reunida como consumidor de **raves** y como investigador) a grandes rasgos que un grupo de gente disfrazada de acuerdo a la ocasión (por ejemplo en un **rave** llamado “Circodélico” estaban disfrazados como payasos, en otro en Ecatepec en el Festival de Día de Muertos del 2006, estaban los performers disfrazados como calaveras, con maquillaje y máscaras y zancos y más cosas), puede llamarse un verdadero cuerpo de performers.

-“*Por una conciencia llena de amor de Hikuritance*”

a) Locación: Un lugar al aire libre, con naturaleza, mucho más pequeño que los terrenos de los otros eventos, pero muy privado, para aguantar el frío hicieron dos fogatas (imagen 24) y en el día el sol salió a derretir la escarcha y llenarnos de alegría ⁵, el lugar esta ubicado a un lado del pueblo de Atlapulco en la Marquesa en el Estado de México (26 y 27 de noviembre ed 2006), al igual que en “Yalahao” había pasto corto para andar descalzo, una cabaña pequeña y un manantial.

b)Line Up: Live acts: Stargate X (Mistika Records); Triptronik (Raramuri/Liquid Madness); Cromatika (Psytron/Guanabana). Dj sets: Robodj (Hikuritance.net); Jerónimo (Hikuritance.net); Exie (Hikuritance.net); Dookie (Psytron); Hypnotyk (Deja Vu); Toad (Snowbros); Betoxik (Biomental); Fasky (Biomental); Sk8walker (Crossfader); Oakie (Deeja y Centre); Dharma (NDM-México).

c) Decoración: Las esferas de Cupix, decoraron el **rave**, he de decir que llegamos algo tarde y tuvimos que decorar cuando el evento ya había comenzado, tensamos un cable que atravesaba la pista de baile por el medio justo enfrente del escenario y allí

⁵En comentarios como este, me considero parte de la escena psytrance, me considero parte del evento y comparto ese sentido de unidad tan característico en un rave, comentarios como el “llenarnos de alegría” pretenden reflejar el sentir de quienes allí estábamos, más adelante planteo elementos que justifican el sentido de unidad que en un rave existe.

colgamos la esfera principal en el medio y otras dos a los lados, otras esferas fueron colgadas justo arriba de la mesa de los dj's y de día Cupix tensó telas de color azul con hologramas justo arriba de la esfera principal, con ello logró que buena sombra cubriera a los dj's y a quines todavía bailaban ya avanzado el día (imagen 25) , un detalle interesante fue que a las 7 am del domingo el sonido se cortó, por ello mucha gente se fue, de hecho la mayoría de los asistentes; el sonido regresó hasta las 9 am, ello se debió a que el tanque de gasolina de la planta de energía se humedeció con la escarcha que cayó en la noche y no pudo seguir funcionando, tuvieron los organizadores que ir por un técnico, que llegó después de haberse ido de fiesta el sábado, fue una fortuna que lo hayan encontrado.

d) Visuales: Sin visuales, solo el fuego de las fogatas, la noche y el sol del día. los visuales son alguno de esos elementos importantes que mucho se mencionan en las entrevistas, pero que solo en eventos muy profesionales (como “Holifest”) pueden verse, no por ello se vuelven indispensables.

e) Seguridad: La seguridad éramos todos, en eventos pequeños, informales y hasta underground o muy discretos, no existe seguridad, porque no tiene sentido cuidar a gente que puede cuidarse sola, he de decir también que todos teníamos una actitud muy abierta y amigable, era la ocasión perfecta para platicar y hacer amigos, para conocerse y pasar un buen momento.

f) Puestos de cerveza, agua o comida: Solo cerveza, que fue de donde “Hikuritance” pudo recuperar lo invertido, el puesto era de los organizadores y junto con los pulques de los mismos de “Yalahao”, fue lo único que se vendió. El agua, como lo puse más arriba, había en abundancia gracias al manantial, que fue de gran ayuda ya que en el día hizo mucho calor.

g) Zona de camping o de acampar: Ahora que lo pienso, no había tiendas de campaña, recuerdo que hubo alguna, pero en general nadie llevó tienda, en parte porque no había espacio suficiente cerca de las fogatas, me parece curioso, nosotros llevamos casa de campaña, pero al ver el poco espacio no la montamos, lo mismo debió suceder

con los demás asistentes al **rave**.

h) Performance: Ninguno explícito y en esta ocasión ni cadenas con fuego ni disfraces.

*-¿Qué dicen los entrevistados acerca de sus actividades en un **rave**?*

Lo que esta arriba escrito son las observaciones que realicé en mi participación como investigador participante (es decir, como colaborador del equipo de decoradores); ahora quiero mostrar lo que los entrevistados más mencionaron cuando les pregunté sobre sus actividades en un **rave**: en principio, todos mencionaron bailar. Para hacerlo necesitan música y un lugar adecuado, para que exista baile debe de haber también gente y un ambiente adecuado para ello. Me interesa señalar que la música, la gente y la pista de baile son los elementos que más señalaron los entrevistados, a esos elementos físicos principales se añadieron otros como la decoración, los visuales (o proyecciones), las chelas, las chicas, etc. Otro detalle muy importante fue el que mencionaron sin excepción un estado de ánimo particular para poder sentirse verdaderamente en un **rave**, veamos a qué se referían.

2 ELEMENTOS PSÍQUICOS-EMOCIONALES DE UN **RAVE**

El ambiente psíquico de la gente, es de suma importancia para entender lo que es un **rave**, decidí situarlo como un elemento separado de los elementos físicos, porque son efectivamente dos cosas distintas, el ambiente psíquico de un **rave**, es por sí mismo una cosa extraordinaria (al menos así me lo parece), no es fácil el poder encontrar a muchas personas, en especial jóvenes reunidos, que se preocupen por estar bien, por no buscar broncas, por tratar de estar en armonía y desafanarse (dejar atrás) de sus problemas y no buscar más. Esto obviamente no es tan sencillo y presenta contradicciones, usted se preguntará: ¿Cómo estar bien si se están drogando?

Efectivamente, no tengo una respuesta para eso, es una contradicción, pero la violencia es algo prácticamente inexistente, en mi experiencia, alguna vez llegué a escuchar de alguien que se peleara en un **rave**, pero nunca he estado siquiera cerca de verlo, claro con la excepción de la seguridad, los policías y la banda (la gente) que hace portazos o no puede entrar al evento.

Me aventuro a situar dos elementos psíquicos-emocionales característicos de los **raves** investigados: 1)un deseo de los presentes por tener tranquilidad, paz, armonía y 2) representa el **rave** para ellos un momento de reflexión o de completud.

Sin embargo para llegar a ese momento es necesario que se tengan primero los elementos físicos citados más arriba (al menos música, gente y baile), teniendo esos elementos se suman otros a construir ese ambiente particular. Existen cuatro ideales que algunas organizaciones promueven para sus fiestas, dicen que es lo que caracteriza a un **rave** y también coincide con lo que los entrevistados dicen, ellos señalan su repulsión a la violencia, a la mala onda, a estar criticando y a los golpes, pero, ¿ese rechazo en qué se fundamenta?

-Filosofía PLUR ⁶

Un término interesante apareció cuando investigaba sobre la organización “Deliria”⁷, este termino que, aunque lo había escuchado antes, no había puesto atención a su significado y puede servir para fundamentar el que los asistentes tengan una actitud orientada a, (como las siglas P.L.U.R. significan), la Paz (**P**eace), el Amor (**L**ove), la Unión (**U**nity) y el Respeto (**R**espect).

Según la página que investigué ⁸, estos cuatro ideales son los que caracterizan a un **rave**, la visión que presentan es realmente particular a mi forma de ver y se manifiesta no

⁶En la página de “Deliria” se menciona la “filosofía PLUR”

⁷Una de las organizaciones organizadoras de **raves** mencionada por muchos de los entrevistados.

⁸<http://www.geocities.com/lasvacaspaganas/plur.html>

solo en la red o en las respuestas de mis entrevistados, también lo pude ver en los **raves** a los que fui, grabé y fotografié, es algo real. Lo definen como los cuarto pilares del **rave**, lo menciono por completar la visión de las entrevistas, en ellas se mira un deseo de disfrutar, de estar en un lugar diferente al cotidiano, un lugar que pueda ser un escape de sus problemas, en el, esperan conocer otras personas, pasarse un rato agradable y tranquilo, para ello, se comienza con la música, debe de ser muy buena, debe de gustarles mucho, si eso sucede, debe haber una “buena vibra a toda la banda, porque si se siente”⁹, es una búsqueda de uno mismo, “un lugar donde no importa que pasa con tu vida, porque allí no hay problemas”¹⁰.

Se busca un lugar de armonía, podría decir que es un lugar donde se te olvida el mundo, porque allí no hay (o no debería) haber problemas. Ahora, los cuatro ideales del PLUR están reflejados en las respuestas: buscan los entrevistados paz y armonía, como el caso 13; paz con uno mismo, armonía con la naturaleza (caso 17, pregunta 12); se busca también respeto hacia los demás y hacia tí (caso 22 pregunta 12) y; finalmente amor no esperado (caso 21 pregunta 12), se esperan esas cosas, se espera no tener problemas, que no haya pleitos, que la música sea buena, que se pueda escapar de la realidad, que se pueda entrar en un estado de conciencia alterado, que se pueda “delirar” (caso 2 pregunta 8), que se posea una sensación de libertad, de completud, ello, en parte producto de las drogas y de la psicodelia, ello viene siendo una reminiscencia del hippismo, ellos buscaban la paz y el amor, esas ideas han perdurado en manifestaciones como el **rave** y no han llegado solas, están acompañadas de una búsqueda de uno mismo y de la comunión con el cosmos, como en los antiguos rituales, incluso hay quienes llaman los **raves** el ritual del siglo XXI, esa idea ha sido investigada y considero importante señalarla como uno más de los elementos psíquicos del **rave**.

-El rave, ¿ritual del siglo XXI?

⁹ Respuesta a la pregunta: ¿A tu consideración, cuáles son los elementos más importantes del **rave**? del caso 6

¹⁰ Respuesta a la pregunta: ¿Qué es lo que más te gusta de un **rave**? Del caso 4.

Es curiosa la significación que se construye del **rave**, hay algunas aristas que quiero revisar, hubo una respuesta en específico que me llamó mucho la atención, el caso #25 dijo haber considerado en algún momento al **rave** como un ritual, ello concuerda con la visión que uno de los fundadores de la escena “psytrance” mantiene y promueve, veamos primero la respuesta que recibí:

pues para mí hace 6 o 5 años "atrás" era un ritual en el que por medio de la música nos llevaba a todos los presentes a un estado de sincronancia en el que nos conectábamos por medio de la energía para un solo fin: la armonía y en algunos casos hasta la misma purificación del ser, todo por medio de la música y claro sin dejar atrás las sustancias (*drogas*) que para mí son básicas para lograr el objetivo. (Entrevista realizada el 19 de noviembre de 2006 en “Holifest de Muskarya”, caso 25, pregunta 8: ¿para tí que es el **rave**?)¹¹

No de cualquier manera puede definirse un **rave** como un ritual, ello es explicado en una investigación sobre un personaje muy importante de la escena trance a nivel mundial, me refiero a Goa Gil, el cual tiene como específico proyecto hacer de las “fiestas trance” (en México llamadas simplemente **raves**) una ceremonia de iniciación de los Hindu *Sadhu* compatible con las modernas sociedades, ello lo logra por medio del baile y de la música, en sus palabras:

When we dance, we go beyond thought, beyond mind, and beyond our own individuality to become one in the divine ecstasy of union with the Cosmic Spirit. **This** is the essence of the trance dance experience (Goa Gil 2001a). (McAteer 2002:28)¹²

¹¹Cursivas mías.

¹²McAteer, Michael Belden. “Redefining the Ancient Tribal Ritual for the 21st Century”: Goa Gil and the Trance Dance Experience. A Thesis Presented to The Division of Philosophy, Religion, and Psychology. Reed College. Portland. 2002 in <http://www.goagil.com/writings.htm>. *Cuando bailamos, vamos más allá del pensamiento, más allá de nuestra individualidad para hacernos uno en el éxtasis divino de la unión con el Espíritu Cósmico. Ésta es la esencia de la experiencia del baile (en) “trance”.* (Goa Gil 2001a). (Mc Arteer 2002:28).

El objetivo para Goa Gil (y no dudo que para muchos **ravers** también), es la unión de los presentes por medio de la música (McArteer 2002:29), ello se logra disolviendo el ego por medio de la danza, eliminando (o redimensionando) el “yo” para fundirlo con el todo, con el espíritu del cosmos. En términos más terrenales, por medio de la música y la danza pueden los presentes fundirse en una sola vibración, se conforma una nueva idea del ego en la ceremonia, se conforma al igual un nuevo polo de identidad en los asistentes, dicho polo influirá en adelante de alguna manera en la configuración identitaria de dicha persona.

He de aclarar que McArteer llega a esa definición de la fiesta trance solo por intermediación de un “Charismatic Ritual Authority”, en su caso, el propio Goa Gil cumpliendo la función de dj y es su autoridad religiosa la que brinda lo sacro a los **raves** que McArteer investigó, en el caso de otro tipo de dj’s, considero complicado asumir a los **raves** como rituales religiosos, ello se debe a que Gil es también un “legally sanctioned religious authority in a traditional Hindu context: a *sadhu*” (McArteer 2002:45) y por medio de esa autoridad, Gil le da a la fiesta un significado sagrado, religioso. Sin embargo no es propósito mío explorar ese lado sacro, sino el profano que se relaciona con la construcción de una adscripción a una comunidad o grupo.

Así la danza o el baile inspirado en la música “trance” es el elemento indispensable para llegar a la disolución del ego que desemboca en la unión de los asistentes, veamos otro ejemplo de ello:

Gil: (It) takes some time before you can get people to go through all their own little ego trips or their distractions and get them coming together all in one vibration so that they can open up and feel the Spirit... I like to put it in that you have to exorcise a lot of demons on the way before you can get them coming together all moving in one vibration. It takes some time for them to come through that and surrender to the vibe and then join in the dance of oneness. That’s why I like to play long too, because it takes people a really long time to come into it... Surrender is a hard

concept for most western minds, I would say... to completely let go and become one with the thing.

M: So that surrender experience, a certain experience around surrendering is the effect (of the party)?

Gil: Well, yeah. Because you have to surrender to the dance, and surrender to the vibe and go beyond your ego... For many people it takes a certain amount - they have to go through some things before they get to that point somehow.

M: And you cause, you partly cause those things to happen?

Gil: Well, I try, I don't know, just the fact of the thing going on and I start in a certain way and I try to bring all the people in and get them dancing and then keep them dancing so that they'll have this experience (Goa Gil 2001^a). (McArteer 2002:29)¹³

Es una experiencia que va más allá de los límites de la fiesta y colocan al **rave** en una situación donde se construye una nueva idea del “yo”, por momentos se escapa de la constante del mundo cotidiano y la fiesta puede llegar a convertirse en una experiencia sagrada. Ahora, estoy consiente que ello no se logra siempre y quizás solo en casos muy especiales se consigue, pero también creo que ese es un sentimiento o deseo de comunión que se relaciona con el deseo de completud, que se complementa con la filosofía PLUR y lleva al **rave** a una dimensión muy diferente de la cotidiana.

-Drogas y psicodelia

¹³*Gil: Toma algún tiempo antes de que puedas llevar a toda la banda más allá de sus pequeños viajes del ego o de sus distracciones y hacerlos entrar en una sola vibración, de forma que se descubran y sientan el Espíritu... Me gusta pensar que debes de exorcisar un montón de demonios en el proceso antes de que puedas tenerlos moviendose en una sola vibración. Les toma algún tiempo venir a través de ello y rendirse a la vibra y unirse en el baile de la comunión con el todo. También por ello es que me gusta tocar durante mucho tiempo, porque le toma a la banda mucho tiempo llegar a ello... Rendirse es un concepto difícil para la mayoría de las mentes occidentales, diría... dejarse llevar por completo y venir a ser uno con el todo.*

M: Entonces esa experiencia de rendirse, ¿una cierta experiencia alrededor del rendimiento es el efecto (de la fiesta)?

Gil: Bueno, sí. Porque tienes que rendirte al baile, y rendirte a la vibra e ir más allá de tu ego... Para mucha banda ello toma bastante -de alguna manera tienen que ir a través de ciertas cosas antes de que lleguen a ese punto.

M: ¿Y tú lo causas, tu fiesta hace que pasen esas cosas?

Gil: Bueno, trato, no sé, solo el hecho de que vaya en proceso y empiezo en cierto modo y trato de llevar a toda la banda a ello y los tengo bailando y los mantengo bailando hasta que tengan esta experiencia (Goa Gil 2001^a). (McArteer 2002:29)

El uso de drogas psicodélicas actúa como un medio que complementa la idea de una disolución del “yo” que lleva a una nueva configuración identitaria. El uso de alucinógenos (especialmente lsd y éxtasis) durante los **raves** conlleva cuestiones que apuntan hacia, como Christopher B. Larkin¹⁴ lo señala, un regreso del shamanismo a las sociedades occidentales (2003:11), es en este caso por medio del **rave** (como un ritual laico), por medio del baile (por largos periodos de tiempo), de la música y del uso de las drogas señaladas (que Larkin llama enteógenos), que se llega a un estado particular de conciencia:

The elements primarily involved in the Goa trance ritual include high-volume auditory stimulation in the form of electronic dance music, physical body movement in the form of dancing for long periods of time, and the optional ingestion of entheogenic substances [...] The Goa trance ritual’s social dynamic seems to operate on two simultaneous levels; on a macro level involving the experience of what Durkheim calls the collective consciousness, and a micro level focused on the internal spiritual aspects of the individual. In a magical way, they tend to play off of one another where there is a continuous feedback loop between what is going on in the personal conscious and what is happening with the collective conscious. (Larkin 2003:38)¹⁵

Hay un elemento a resaltar: la redefinición de ceremonias o rituales shamánicos por vía del uso de la tecnología en el siglo XXI. Tecnología que sirve para crear música por computadores y sintetizadores, tecnología que sirve para tocar esa música, tecnología usada para producir los nuevos enteógenos (lsd y éxtasis químico) usados en la ceremonia (Larkin 2003:39). En palabras de Gil, cuando crearon las “fiestas trance”,

¹⁴Larkin, Christopher B. Turn on, Tune in, and Trance out. The Exploration of Entheogens and the Emergence of a Global Techno-shamanic Ritual. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of a Degree in Sociology/Anthropology. Lewis and Clark College. Portland. 2003. en <http://www.goagil.com/writings.htm>

¹⁵*Los elementos primariamente envueltos en el ritual “Goa trance” incluyen estimulación al auditorio a alto volumen en la forma de música bailable electrónica, movimiento físico del cuerpo en la forma de baile por largos periodos de tiempo, y la ingestión opcional de sustancias enteogénicas [...] La dinámica social del ritual “Goa trance” se observa operar simultáneamente en dos niveles; en un nivel macro involucra lo que Durkheim llama la conciencia colectiva, y un nivel micro se enfoca en los elementos espirituales internos del individuo. De un modo mágico, ambos niveles tienden a desempatarse uno a otro dando como resultado un lazo de continua retroalimentación entre el qué sucede en la conciencia personal y el qué sucede con la conciencia colectiva. (Larkin 2003:38)*

tomaron lo mejor de oriente, especialmente de India (el conocimiento espiritual y el modo de vida apegado a la naturaleza) y lo mejor de occidente (su arte, las ideas y la música).¹⁶

El uso del LSD en los 60's es visto como una exploración del ser que brinda una perspectiva diferente a la cotidiana, una perspectiva de auto-exploración que en sociedades diferentes a la occidental, se ha llevado a cabo desde hace miles de años, especialmente en India:

Many of the people who were taking psychedelic drugs in the '60s were doing it with a sense of exploration. Exploring the consciousness of the mind, the hidden parts of the mind, the unconscious, the subconscious... At a certain point we began to ask where is reality? What is real? You know? I take this little pill and all of a sudden I see something completely different when I'm looking at this table. And so what level of consciousness is this? And then it turns out that there are disciplines that have been practiced for thousands of years, not just in India but primarily in India, that also enable you to get to other states of consciousness (Chaitanya cited in Last Hippy Standing 2000). (McAteer 2002:14)¹⁷

¹⁶We made our own society... At first we used to arrive and rent a house for a month or two while we went there at Christmas, New Year. But then, people saw it was such a nice place and people started to even rent the houses by the year. A lot of people started to spend long periods of time there, and even live there. A whole scene.... We created a lifestyle that was the best of the East and the best of the West. It was the best of the East because we had the simple village life, close to nature. It was still very jungly then. We also assimilated the spiritual traditions of the East and lived this way. Best of the West because we had our art, our ideas and our music. And there, the two things synthesized with international input, because young people, or like-minded people, not necessarily young, from every country in the world, started coming there (Goa Gil 1997b). (McAteer 2002:16-17).

Nosotros hicimos nuestra propia sociedad... Primero solíamos llegar y rentar una casa por un mes o dos durante estábamos allí en Navidad, Año nuevo. Pero entonces, la gente vio que era un lugar muy lindo y la gente empezó hasta a rentar casas por un año. Mucha gente empezó a quedarse largos periodos de tiempo ahí y hasta a vivir ahí. Toda una escena... Creamos un estilo de vida que fue lo mejor del Este y lo mejor del Oeste. Era lo mejor del Este porque teníamos la vida sencilla del pueblo, cerca de la naturaleza. Era bastante selvático entonces. También asimilamos las tradiciones del Este y vivíamos de ese modo. Lo mejor del Oeste era nuestro arte, nuestras ideas y nuestra música. Y allí, las dos cosas se sintetizaron con un impulso internacional, porque gente joven, o gente que pensaba como nosotros, no necesariamente joven de todos los países del mundo empezaron a venir aquí

¹⁷*Mucha de la gente que tomaba drogas psicodélicas en los 60's lo hacía con un sentido de exploración. Explorando la conciencia de la mente, las partes ocultas de la mente, el inconsciente, el subconsciente... En un punto nos empezamos a preguntar ¿dónde está la realidad? ¿Qué es real? ¿Tu sabes? Tomo esta pequeña píldora y súbitamente veo algo completamente diferente cuando miro esta mesa. Y entonces ¿qué nivel de conciencia es esa? Y entonces descubrimos que hay disciplinas que han sido practicadas por cientos de años, no solo en India, pero primariamente en India, que también te facilitan obtener otros estados de conciencia (Chaitanya cited in Last Hippy*

Ahora, se preguntarán que tienen que ver los hippies estadounidenses de los 1960's con los **raves**, pues resulta que esa primera comunidad de “**trancers**” era un grupo de “Hard Core Hippies” que emigró de Estados Unidos hacia la India, y se reunían cada año en Navidad y Año Nuevo en la región conocida como “Goa” (de allí el nombre de Goa Gil y Goa Trance). Así, la idea de un autoconocimiento por medio de la ingesta de enteógenos, se complementó con una tradición shamánica muy antigua, lo cual llevó a que a principios de los 1990's un nuevo ritual (como ellos definen a la **fiesta-psytrance**) se expandiera por un mundo que iniciaba una nueva etapa histórica: la globalización.

Un último punto a resaltar, la experiencia de la conciencia alterada es un estado que es facilitado por algunas sustancias psicoactivas (drogas o enteógenos, dependiendo del contexto), que una vez que se adquiere la experiencia de la conciencia alterada puede experimentarse de nuevo sin necesidad de consumir sustancias (McAteer 2002:14), independientemente de que creen adicción o no, tampoco implica que sin sustancias psicoactivas no se pueden llegar a experimentar dichos estados de conciencia, las sustancias son facilitadores de una experiencia, no son condicionantes ni finalidades en sí.

Sin embargo en las entrevistas que realicé se hace una relación directa entre un estado de embriaguez y el **rave**, en no pocas respuestas se hace referencia a drogas, a alcohol y a una búsqueda del sí mismo, de diversión y de disfrute, por ejemplo hay respuestas a la pregunta: ¿Cuáles son las actividades que por lo general llevas a cabo en un **rave**? En donde se encuentra:

Caso 5: Bailo, vendo pulque y conozco gente y a veces me drogo.

Caso 6: Chupas, cotorreas con la banda, platicas, te drogas otro rato, chupas, oyes la música, bailas, te drogas, te jeteas un ratito.

Caso 8: Bailo y como químicos y chupo y bailo más

Caso 22: Bailar, ver realmente quién eres x un instante y la locura q' somos

Caso 23: Baile, conversación, alcoholismo y drogadicción, meditación cerebral, sexo, cábula (je je) nunca debe faltar.

(Entrevistas realizadas en los tres **raves** mencionados, del 11 al 26 noviembre del 2006)

A propósito escogí las respuestas que van más de acuerdo con lo que quería expresar. Puede pensarse que es un gran mal que exista consumo de drogas, puede también decirse que es un reflejo de la sociedad que creó al **rave** y a los **ravers**, también es una característica importante del rave, sin embargo, como bien dijo el caso 26, es algo que lastima a la sociedad, es producto de nosotros mismos a todos niveles, es un reflejo de una tendencia renovada del hippismo que a su vez, retoma de prácticas muy antiguas (pre-cristianas), la búsqueda de uno mismo y la expansión de la mente por medio de enteógenos, drogas o sustancias (como usted les prefiera llamar), por separado ninguno de estos elementos es nuevo, lo novedoso es la manera en que se han articulado, quienes toman parte en ello y la significación que hacen de la vida en un mundo tan complejo. Un mundo en donde no existen puntos fijos, todo se ha vuelto voluble, cambiante, plural; lo que una doctrina dice otra lo desmiente y ambas están en igualdad de condiciones, ¿qué hacer, de dónde asirse?

En este caso parece que disfrutar y buscarse a uno mismo bailando y loqueando es una opción viable para algunas personas.

-Sentido de comunidad

Hablar de comunidad a mi modo de ver y entender es complicado dada la relación que guardan entre sí los entrevistados. Por principio, la muestra que obtuve es tan plural que no permite hacer agrupamientos por estratos económicos ni por lugar de residencia, si bien muchos de ellos comparten el ser estudiantes, ello no es un referente. Lo que sí comparten, junto con lo dicho anteriormente, es su gusto por la música “trance y progre”, por el baile, la diversión, la embriaguez, el **rave**; y también por su rechazo a la violencia, a la “banda mal pedo”, a los “chacas” y a los medios de comunicación masiva como la

televisión, las revistas y la radio¹⁸.

Hablar de un sentido de comunidad implica por necesidad hablar de un sentido de pertenencia, para saber si existe ese sentido y como es, me vi obligado a buscar informantes especiales¹⁹ que pudieran brindarme los elementos necesarios para analizar la situación. Primero, hace falta un referente al cual adscribirse, en éste caso el referente es lo que llamaron: “la escena” a secas, yo le agregaría “escena psytrance” para evitar confusiones.

Dicha escena funge como una construcción imaginaria a la cual los entrevistados en general y los integrantes de “Ultra” en especial se adscriben por medio del aceptar y ejecutar los rasgos simbólicos y los imaginarios que pueden ser encontrados en un **rave** (mencionados arriba). De esa forma, la “escena psytrance” es una comunidad que no precisamente guarda relaciones claras, ni armónicas y puede ser entendida bajo ciertas circunstancias como una construcción imaginaria a la cual los **ravers** se adscriben.

Esta comunidad esta conformada por distintas organizaciones y personas que en muchos de los casos compiten por el mismo mercado (consumidores que también colocaría como parte de la “escena psytrance”), esto es, cada organización trata de crear alianzas con otras organizaciones y personas para poder sacar adelante sus proyectos, así, los que participan en un **rave** son miembros de varias y distintas organizaciones (dj’s, decoradores, performeros, vendedores, consumidores, etc), que dependiendo de la situación cambian el papel que juegan.

Un ejemplo de ello es la organización “Ultra”, sus miembros las menos de las veces (3 o 4 veces al año) fungen como organizadores de eventos, es decir, pocas veces organizan sus propias fiestas y **raves**, digo pocas veces comparándolas con el número de **raves** en los que han colaborado y a los que han asistido como consumidores. En muchas ocasiones colaboran en otros eventos (por ejemplo los que organiza “Deliria”) que no son los suyos, y las más de las veces asisten como meros consumidores a eventos que otras

¹⁸La mitad de los entrevistados señalan no consumir ninguno de los medios de comunicación citados.

¹⁹En este caso es la organización-organizadora llamada “Ultra”, la cual realizó el **rave** “Yalahao” (11 y 12 de

organizaciones realizan, dependiendo de la situación, cambian de papel, pero siempre como parte de la “escena psytrance”.

El hecho de que sean parte de la “escena psytrance”, se ve reflejado en un sentido de pertenencia y también en la relación que guardan con la propia escena. Me atrevo a decir que no solamente los productores y dj’s forman parte de la escena trance, hay que contemplar a todos quienes se ven envueltos en la organización, planeación y hasta consumo de un **rave**, eso implica contemplar a los organizadores y productores, los dj’s, diseñadores de publicidad, decoradores, vendedores, colaboradores y asistentes.

Los asistentes o consumidores creo que deben de ser contemplados, porque sin ellos no sería posible hacer un evento, no sería ni costeable, ni tendría sentido hacerlo, es por el hecho de que la gente consume **rave** que otros los llevan a cabo y otros más pueden dedicarse a hacer música o decoración o rentar un sonido. Para que la escena se reproduzca es necesario que nuevas personas y organizaciones decidan producir, y quienes mejor que los que un día eran asistentes, que por medio de diferentes estrategias toman nuevas posiciones y persiguen nuevos propósitos, como el divertirse, el hacer buenos eventos, aprender de ellos y quizás hacer de la producción de **raves** un negocio rentable.

3. EL **RAVE** COMO PUNTO DE ENCUENTRO POR EXCELENCIA

Lo defino también como el punto de encuentro por excelencia de la escena psytrance, definitivamente por las respuestas que he obtenido, existe una constante muy importante que no he mencionado y me parece oportuno hacerlo en este momento: la gran mayoría de los asistentes, como una más de las actividades que realizan en un **rave**, conocen gente, tienen un gran deseo de conocer a otras personas (caso 20 pregunta 13 y caso 25 pregunta 13), de buscar mentes similares (caso 9 pregunta 12), de convivir (caso 9 pregunta 12, caso 1 pregunta 8, caso 12 pregunta 8) y de encuentro, de reunirse (caso 15

pregunta8); tomando esto como ejemplo y considerando también el comentario informal que “H” me hizo; en dicho comentario, afirma que es mejor ir solo o acompañado (máximo por 2 o 3 personas) porque si uno va en grupo, el grupo se cierra y no se habla con otras personas, pensando que el sentimiento de convivencia y apertura de mis entrevistados sea generalizable, es de suponerse que poco a poco, quienes acostumbran ir regularmente a **raves** y se ponen a platicar con todo mundo, vayan haciendo amigos que frecuentemente se encuentran en distintos eventos, como quienes respondieron (caso 20 y 22) que llevaban 5 años asistiendo a **raves** cada fin de semana, resulta concebible que han mantenido una relación cercana con otros asistentes y demás miembros de la escena trance.

Esta idea me la dió D de “Ultra” que definió a la escena como:

-D: Es que en esas fiestas es una familia, es una familia, cuando vas a las fiestas normalmente siempre es una familia toda la gente la que llega ahí, casi todos se conocen, esta bien variada la banda. (Entrevista realizada a “Ultra” el día 27 de enero de 2007)

Por ello, considero que la escena trance es una comunidad que van de un evento a otro y son las mismas personas las que se encuentran en todos los eventos a los que van, considerado desde esa perspectiva, las relaciones que pueden establecerse o que llegan a establecerse entre la escena psytrance se construyen por mediación del **rave**, es allí donde se conocen las personas ó es el motivo por el cual alguien puede contactarse con otros miembros de la “escena” para construir alianzas o diferencias, en el caso de las alianzas un ejemplo es la forma en que los miembros de “Ultra” conocieron a “Tony de Deliria”:

-Entrevistador: Te cae que es de Canadá, y ¿cómo lo conocieron?

-H: Pues así igual, estando en las fiestas y así, si lo conoces tú?

-Entrevistador: Más o menos

-H: Si los has visto, así, si es así: cuate. Es buena onda.

-D: Pero al Tony lo conocimos porque queríamos que nos diseñara un flyer, de ahí comenzó todo.

-H: No, fue mucho antes cuando lo invitamos a tocar.

-D: Pero, lo conocimos cuando le dijimos que nos diseñara un flyer y ya después ya nos empezó a escribir, ya fue cuando vino a tocar al de...

-H: Pues de hecho sí, nosotros empezamos a hablarles desde hace mucho porque el Yoryo, quien hace la decoración, siempre le decía: Quiero ir a poner decoraciones a tus fiestas. Pero ya tiene un buen y pues ya, él decía que sí, pero se nos complicaba mucho ir, porque no teníamos en qué, y no íbamos y ya después cuando nos fuimos a comprar la van, ya empezamos a ir, aca ya más constante, y ahora ya cada que hace (**raves**) vamos y llevamos algo de deco. (Entrevista con "Ultra")

Solo me queda decir que la adscripción a la escena psytrance en los miembros de "Ultra", en especial la de H y D es especialmente marcada, dependiendo de la antigüedad de la asistencia a **raves** y de las alianzas y estrategias que se pongan en acción se va construyendo esa adscripción, que en otros casos, como el de los entrevistados (casos 1 - 25) esa adscripción no es tan clara y quizás si se le preguntase a alguien que asiste por primera vez a un **rave**, si pertenece a la "escena", seguramente lo negaría, sin embargo, ellos también tienen un papel que jugar en ella y considero que asistir por primera vez a un **rave**, como Gil lo dice, es una iniciación.

-Generalidades de ese modelo de ser en el mundo

Un modelo es un ideal, es una reconstrucción de un fenómeno que existe en el mundo, no es una regla ni una esencia, es una generalidad, una reconstrucción que pretende acercarse lo más posible a un entendimiento de una acción social definida como un comportamiento guiado por reglas, normas y por lo tanto, dotado de sentido (Habermas 2001:21). Lo que es interesante aquí, no es mostrar esa acción social (cosa que ya arriba queda mostrada), sino tratar de adentrarme en lo que son las reglas y normas que guían esa acción.

Ese conjunto de reglas y normas se encuentran circunscritas a un espacio especial

que es el **rave**, fuera de él el significado de esas reglas cambia al igual que la articulación de ese ser **raver** se ve modificada, así el ser **raver** consta de distintos momentos dependiendo primeramente del lugar donde se manifiesta y en segundo término, del grado de internalización de las pautas que el **rave** reproduce (buena vibra, estar tranquilos, no buscar problemas, rechazar la violencia, la filosofía PLUR, etc.) en el sujeto.

El lugar en el que se manifiesta el ser **raver**, me parece muy importante de señalar, ya que planteandolo en términos claros, ese ser **raver** encuentra su lugar ideal y su punto más alto como polo de identificación en la articulación de la identidad del sujeto en el **rave**, fuera de allí e interactuando en dinámicas de vida cotidiana (como escuela, trabajo, vida familiar, etc.) ese polo de identidad se configura de una forma distinta, sin que por ello cambie sus características principales. Lo que podría decir que cambia es la percepción que los sujetos hacen de ese polo de identificación, si la internalización es débil, fácilmente será desplazado por otro mejor conformado, ya sea el ser ciudadano, estudiante, trabajador, hijo, madre, etc. Si ese polo se encuentra bien internalizado será menos probable que pueda ser desplazado por algún otro polo, de esa forma el ser **raver** se constituye como un auténtico ser en el mundo y rompe los límites del **rave**.

Con lo anterior trato de plantear que no todos los miembros de la escena trance son ravers, por principio definí a todos los asistentes, colaboradores y productores como miembros de la escena psytrance, de allí, revisando las entrevistas, me dí cuenta de que había ciertos sujetos que compartían los valores y pautas mencionados de una forma débil o difusa, ello me llevó a plantear problemáticas acerca de la valides del enunciado: Todos los miembros de la escena trance son ravers.

Antes de hacer una clasificación por grados de adscripción al modelo **raver**, me gustaría mostrar a los sujetos entrevistados para que usted se adentre a sus formas de ser y de significarse a ellos mismos, al **rave** y al entorno, después de ello ya procederé a analizar esos distintos grados de adscripción.

CAPÍTULO 4

CONSTRUCCIÓN DEL SUJETO RAVER

El sujeto **raver** que expongo en esta investigación debe de ser entendido como un miembro de la escena trance de la Ciudad de México ¹. Ahora, en el capítulo anterior se plantea que los miembros de dicha escena, dependiendo del contexto cambian sus roles y estrategias dependiendo de sus necesidades, sin embargo, es requerido asignarles una posición específica que posibilite el análisis, por ello, los distintos tipos de sujetos serán analizados en base a los roles que jugaban en los **raves** mencionados, para posibilitar el análisis dividiré la muestra en tres tipos diferentes de posiciones o roles: a) productores de bienes simbólicos; b) colaboradores y/o trabajadores y; c) consumidores.

La mitad de las personas entrevistadas cumplía el papel de “consumidor” ²; la otra mitad está conformada por: organizadores, decoradores, vendedores, ayudantes, empleados, músicos y performeros. De ellos, algunos son productores de bienes simbólicos (crean canciones, organizan el evento, crean decoración, llevan a cabo performances, etc.) el caso más claro de productores de bienes simbólicos, es el de los músicos o dj’s y los decoradores, quienes crean algo nuevo a partir de elementos ya existentes, ya sea hacer un disco, una canción, una esfera decorativa o un totem.

Los organizadores de igual forma para producir un **rave**, deben juntar, organizar y coordinar distintos elementos existentes (terrenos, sonido, dj’s, decoradores, publicidad, etc.) que solo bajo condiciones específicas y propósitos bien definidos pueden llamarse **raves**. Podemos encontrar el sonido por un lado, los músicos por otro, los decoradores, la gente, etc. Solamente juntos y con un mismo propósito esos elementos pueden dar paso a algo nuevo, algo que va más allá que los solos elementos juntos.

Los colaboradores serán considerados así porque su función no cambia realmente si están en un salón de cumbia o en una tocada de rock, el sonido igual suena, el pulque igual se vende, el trabajo que un ayudante o empleado hace puede hacerlo en cualquier lugar, de ellos no depende darle las características específicas (ver cap. 3) que un **rave** tiene, eso depende en mayor medida

¹Lo cual por cierto, no implica que todos los miembros de la escena trance sean ravers, más adelante aclararé este punto.

²Los **raves** analizados son: “Yalahao de Ultra” (11 y 12 de Noviembre de 2006); “Holifest de Muskarya” (18 y 19

de los productores de bienes simbólicos y de los asistentes o consumidores, los cuales juegan un papel esencial en el **rave**, ellos son quienes con su actitud le dan ese toque particular a cada evento.

1. PRODUCTORES DE BIENES SIMBÓLICOS

-Organizadores

Caso 6: edad: 18 años; sexo: masculino; domicilio: **Magdalena Contreras** en la colonia San Bernardín; **su padre es economista y su madre artista plástica**; la ocupación de este organizador es estudiar, al igual que muchos entrevistados, en el CCH Sur, dice no tener un lugar propio y ha asistido a más de 20 **raves** en su vida, eso lo ha venido haciendo desde hace 3 años, puede decirse que asiste a 6.6 **raves** al año. Este organizador es de quienes más defienden la idea de que el **rave es un lugar de “buena vibra”, un lugar al que se va a divertirse y a pasarsela bien**, no acostumbra asistir solo y por los grupos que menciona le gusta el psy-trance (“Freq”, “Paranormal attack”, “Reefeerd creci” y “GMS”) dice preferir el “trance y el progre”: menciona que la novela de “El padrino” le ha gustado de forma particular y el periódico que acostumbra leer es “el Reforma”, las películas que menciona son anglófonas: “Naranja mecánica”, “Requiem por un sueño” e “Historia americana X”; **dice no consumir televisión, ni radio, ni revistas**; y como casi todos los entrevistados utiliza correo electrónico en Internet y consulta allí las páginas especializadas en música electrónica que anuncian **raves**. La reflexión final que plantea es que la “escena **rave** o trance” en México es todavía es una mediocridad comparada con la europea, donde los festivales trance duran semanas enteras.

Caso 11: edad: 17 años; sexo: femenino; domicilio: **el Centro de Xochimilco**; **profesión de su padre: comerciante**; **su madre: ama de casa**; ocupación actual de la entrevistada: estudiante (Prepa 5); ella es parte de “Ultra”, y en su experiencia de **raver** lleva 8 eventos, siendo el primero cuando tenía 15 años; en sus respuestas evidencia que casi siempre realiza una actividad como colaboradora u organizadora; algunos de sus dj’s mencionados son: “Sharigrama”, “Vek” y “Akbal”; las disqueras y otras organizaciones que menciona son: Ultra y

de Noviembre de 2006); y “Por una conciencia llena de amor de Hikuritrance” (25 y 26 de Noviembre de 2006).

Deliria. Su posición con respecto a la “buena vibra” es más indiferente que el caso anterior, dice leer libros de Beck; menciona “Forest Gump” y “el Viaje de Chijiro” como sus películas favoritas, también dice ser una televidente habitual de Televisa y TV Azteca, prefiriendo de su programación las series (como Malcom y los Simpsons) y los programas de música como “Pepsi Chart”. Dice escuchar tres estaciones de radio (91.3, 106.5 y 104.9) de fm; su consumo de revistas se centra en publicaciones como “Selecciones”, “Vogue” y “Quién”; con respecto a su uso de Internet se enfoca en el correo electrónico (hotmail), buscadores como google, páginas especializadas en **raves**, trance y otras páginas como wipedia. Su reflexión final sobre la situación del **rave** en México es similar al caso anterior, con la diferencia de que no menosprecia a la “escena” nacional.

-Decorador

Caso 13: También es parte de “Ultra”, tiene 19 años; sexo: masculino; vive en **Tlahuac**; **su padre es agricultor y su madre enfermera**; cuenta con un cuarto en casa y se dedica a estudiar; en su experiencia de **raver** se cuentan pocos eventos (5) y el **rave** que dice que fue el primero al que asistió fue en enero del 2006, sin embargo está bien empapado con **la idea de no apoyar lo comercial** y de promover una conciencia llena de amor en los **raves**; dice asistir en grupo; considera que la vibra, la organización, la música y la decoración son las partes más importantes de un evento; lo que dice que no le agrada es que “la gente copia”; y que lo que nunca puede faltar en un **rave** son algunos contratiempos. Los dj’s que dice preferir son: “Subconciusmind” y “Sonikite”; y solo menciona una organizadora: “Hadra”, ello se debe, a como él lo dice, a que no las conoce a detalle, sin embargo otros miembros de “Ultra” me dijeron que conoce a **Tony Valencia de “Deliria”**, quien en este momento es un referente de la “escena psytrance” en México. Menciona “Las Enseñanzas de Don Juan” de Carlos Castañeda como su lectura preferida; y al parecer no acostumbra consumir cine; su consumo televisivo incluye primero canales de televisión abierta llamados “culturales” y después otros “comerciales”: los canales que prefiere son: 11, 22, 28 y 7. Su consumo radiofónico se limita a Beat 100.9 que transmite música electrónica, no lee revistas y dice solo utilizar el correo electrónico en Internet. Su reflexión sobre la “escena” nacional, es que hay buenas organizadoras que pueden llegar a un nivel internacional y las recomienda a personas que siempre quieran algo mejor.

-Dj's

Pues tenemos a dos dj's en la muestra, el caso 2 y el 16, he de señalar que cuando les hice la entrevista no pensé en su específica función de dj, de hecho, nunca pensé en la específica función de nadie, a todos lo contemplaba como meros consumidores, pero creo que presentar los datos de esta manera enriquecerá más el análisis.

Caso 2 (Dj Punk): 20 años; sexo: masculino; vive **en la delegación de Tlalpan** casi en la esquina de Periférico e Insurgentes; **su padre era escritor y su madre tiene la misma profesión**; cuenta con su propio cuarto y ha asistido a más de **40 fiestas** desde que tenía 15 años, su primer **rave** debe de haber sido un "Ecosistema", sin embargo no estoy seguro de ello, de cualquier forma tiene un promedio de **8 raves por año**. Las respuestas que da son muy breves y directas; le gusta bailar, echar desmadre, le desagrada la mala organización y que las organizadoras no cumplan lo que dicen en el flyer (volantes publicitarios); se define como alguien que gusta ir a los **raves**; considera que lo más importante en un evento es la gente, sus dj's preferidos son los del sello Iboga, sus géneros preferidos son el psytrance, el progre y el minimal trance, he de mencionar que este entrevistado cuenta con gran cantidad de música. Dice gustar de literatura rusa, de filosofía y literatura clásica; sus películas favoritas son "Natural Born Killers", "El padrino I, II y III" y "V de Venganza", su consumo televisivo se enfoca a canales de tv de paga como **Sony y Fox**. Su uso de Internet se dirige a páginas especializadas en **raves**, clientes de intercambio de archivos ³, hotmail y tiendas psicodélicas ("psy-shop"). La reflexión final de este entrevistado es que el rave "es un fenómeno mundial que remueve conciencias", por ello considero que para él, el **rave** es un espacio donde otras formas de pensar y de vivir ⁴ son promovidas.

Caso 16 (Dj Infinito Positivo): 25 años; sexo: masculino; de origen sudafricano, actualmente reside **en el Centro de la Ciudad de México en la delegación Cuahutemoc, su padre se dedica a la pintura y su madre al comercio**; como lugar propio menciona su "cantón"

³Los clientes de intercambio de archivos, son programas con los cuales se puede intercambiar información (música, video, archivos, programas, etc.) de manera casi instantánea y gratuita, un detalle de estos, es que pueden obtenerse archivos con *copy right* de manera gratuita, ello incluye canciones, discos y demás información, algunos de estos clientes de intercambio son: (lo que fué) Napster, Morpheus, Lime wire, E-mule, Soulseek, etc.

⁴Este caso define al rave como un lugar al que "se va a entrar en un estado de conciencia alterado, de allí la palabra

y al **rave** lo define como un tipo de fiesta, no es claro el número de **raves** a los que ha asistido, pero considero que son bastantes, he de decir que lleva **10 años en la fiesta** y como buen músico lo que más aprecia es el escuchar a otros músicos (su **rave** favorito fue el “Cósmosis I” donde escuchó a “Lifst off” de los “Olmec heads”). Lo que considera que son los elementos más importante de un **rave**, es la música, las “drugs” y la banda; dice despreciar a los “chacalones” y generalmente asiste acompañado; sus grupos preferidos son “Bizarre Contact” y “Vibe Tribe”, sus disqueras preferidas son Utopía, Flow e Iboga y sus géneros musicales favoritos son el progre, el house y el trance. **Menciona “Naked Lunch” de Burroughs** como su libro preferido, de cine menciona la trilogía de “Matrix”; su consumo televisivo se limita a “Los Simpsons”, dice **no escuchar radio y solo leer revistas especializadas en música electrónica como “Dj Concept”**, su consumo de Internet está enfocado a páginas especializadas en **raves**, clientes de intercambio de archivos y el “messenger”. Considera que “México es un referente de actualidad en la escena mundial”.

-Performero

Caso 7: La información del performero está incompleta, no terminó de contestarme la entrevista porque estaba muy ocupado en su show, los pulques y el sonido, así que: edad: 23 años; sexo: masculino; **vive en la delegación de Tlalpan, en Coapa; su padre es “aboganster” y su madre obrera;** él dice dedicarse a ser payaso, sonidero y peleador, tiene su propio cuarto en donde tiene todo lo necesario para mezclar (dice también ser dj); al **rave** lo concibe como un espacio de libertad y tolerancia donde nadie lo reprime ni le dice lo que debe de hacer, su guía en ese espacio es la música y **la psicodelia**, lleva en su haber alrededor de **100 raves** y no lo dudo, en parte por comentarios de otras personas y en parte por sus **8 años en la fiesta**, es también un buen exponente de lo **PLUR** y considera que el **rave** es un estilo de vida, así mismo está en contra “de las corporaciones capitalistas que no les importa la cultura, sino el dinero”. Sus dj’s preferidos son aquellos que tocan con el corazón y como amplio conocedor del tema, menciona muchas disqueras que le gustan: Yellow sunshine, Spiral tribe, Hexus media, Mind controllers y Aztec clown; sus géneros favoritos son todos de música electrónica: trance,

“rave” (delirio”).

tekno, dub, drum and bass, ragga y psy-hop.

2. COLABORADORES Y TRABAJADORES

En la muestra aparecen 8 colaboradores, cada uno con diferentes actividades, algunos eran amigos o invitados de los organizadores, otros como los casos 24 y 25 son empleados con salario, en cualquier caso, los colaboradores y trabajadores son importantes de señalar, no puede decirse que por fuerza sean nuevos o antiguos miembros de la “escena”, hay de todos los tipos, vayamos al análisis.

Caso 3 y 4 (asistentes de chelas): Los coloco junto porque son hermanos y comparten muchas de sus respuestas, por principio tienen 18 y 19 años (respectivamente); ambos de sexo masculino; **viven en la colonia Ruiz Cortínez en Coyoacán, su madre es Médico** y ambos dicen ser estudiantes, cada uno tiene su propio cuarto, el más joven dice que su cuarto está desordenado y su hermano mayor dice que la cama es un desperdicio de espacio, por esa razón duerme en una colchoneta y próximamente en una hamaca, el primero es estudiante, probablemente del CCH Sur y el segundo es estudiante de Ciencias Políticas de la UNAM. Para ambos el **rave** es una fiesta, pero una muy especial, el segundo se aventura más en explicaciones y sitúa al **rave** como un espacio de desinhibición, de socialización, de interacción, **un ambiente tan ligero que resulta “hiperreal”**, donde las personas se pueden conocer mejor entre sí y a sí mismas, para él, la fiesta es un complemento; puede observarse que en este caso **la psicodelia entendida como una introspección y autoconocimiento sigue vigente**. La experiencia que tienen en la “escena” no es tan amplia (**3 y 7 raves respectivamente**), y ambos fueron a su primer evento cuando tenían 16 años. Se definen a sí mismos como asistentes ocasionales y el hermano grande quiere hacerle de empleado, les gusta beber y **la socialización** es una parte importante para ellos. Dicen asistir en grupo y no ponen mucha atención a los grupos o dj’s ni a las disqueras de la “escena”, ello no impide que el Caso 3 aproveche para mencionar que las “majors” como EMI o Columbia no le gustan, una vez más el caso 4 o hermano mayor refuerza la idea de que el **rave** es un espacio ajeno a lo cotidiano que complementa o alivia las actividades diarias, lo define como **“válvula de escape”**. La música que más les gusta es la trova y en cuanto a su gusto literario, ambos mencionan a Paco Ignacio Taibo II, el caso 3 menciona también a Erich From y el 4 dice leer a “Juan Salvador Gaviota”, lecturas de Política y a García Márquez;

en cuanto a películas, el caso 3 menciona “Cuentos de hadas para dormir cocodrilos” y “El bulto”, por su parte el caso 4 menciona cine más comercial como “V de venganza”, “La trilogía del señor de los anillos” y otras películas menos comerciales como “Los amantes del círculo polar” y La trilogía del “Padrino”. En consumo televisivo ambos mencionan en primer lugar al canal 11, después series del canal 7 como “los Simpsons”, “Desesperated housewives”, “Lost”, etc. El caso 4 dice odiar los noticieros del 7. Su uso de Internet se extiende a correo electrónico, páginas de videos, clientes de intercambio de archivos, páginas de entretenimientos y hasta medios libres. Las revistas que mencionan son algunas como “Proceso” y “Metapolítica”, “Letras libres” y “Conozca más”. **El rave es significado por el caso 4 como un suceso importante, parte de una globalización cultural que está propiciando la construcción de “una sola juventud”, dice que el rave “genera un espacio de relación que rompe las barreras del lenguaje y forma un idioma universal”.**

Caso 5 (vendedora de pulque y copropietaria del sonido): 20años; sexo: femenino; residente de **Coapa en la delegación Tlalpan, su padre es maestro**; la ocupación del caso 5 es estudiar; su espacio propio es su camioneta, para ella el **rave** es un momento de **libertad, de reflexión, de soledad, de espiritualidad, un encuentro de regresiones**, en síntesis, un lugar ajeno a lo cotidiano, un lugar mágico y especial. El número de **raves** a los que ha asistido es indeterminable, ella dice que son “**un chingo**”, desde hace **7 años** ha asistido regularmente a muchos, los que más le han gustado es por detalles específicos que le sucedieron: “conocer 2-3 banda”, “encontrar la paz interior” y “conocer el amor”. Lo que considera importante en un **rave**, es la música, los visuales, la deco y sobre todo la gente, asiste en grupo y lo que considera que no puede faltar es la música, siente un desprecio especial por las “chelas caras”. Como conocedora del tema conoce a la perfección sus grupos favoritos de psytrance (“Talamasca”, “Mapusa Mapusa”, “Sonikite”, “Chiva Chandra”, etc.), su disquera favorita es Iboga. Las lecturas que menciona son: “Más allá de los sueños”, “Donde habitan los ángeles” y “Sinué el egipcio”; menciona dos películas, una es de lo más comercial: “Brave Heart” y la otra menos: “La princesita”. Su consumo televisivo, según dice, se reduce a “**los Simpsons**”, **su consumo radiofónico es Beat 100.9 (música electrónica) y 106.5. En Internet gusta de ocupar “Google” y las revistas que lee son: “Tú” y “De 15 a 20”.** Finalmente su opinión sobre el **rave** va muy de acuerdo a los postulados del neo-individualismo planteados por Lipovetsky (2005b): **es una búsqueda de la felicidad.**

Caso 10 (ayudante en la taquilla): 16 años; sexo: femenino; **barrio de San Pedro, delegación Xochimilco; su padre es mecánico, su madre empleada**, su ocupación actual es estudiar; dice tener un espacio propio que es su recámara (pequeña pero acogedora), su impresión sobre los **raves** es, aunque no tan espectacular como las de los casos anteriores, bastante específica: “un reven que dura hasta que el cuerpo aguante, donde todos se alivianan de sus pedos”. Su experiencia en estos eventos es poca (2) y apenas hace 3 meses fue su primer **rave**, en las respuestas de este caso, **se puede apreciar la influencia que la organización “Ultra” ha tenido sobre ella**, ello es visible por la imagen que tiene sobre el **rave** como un lugar al cual se van a hacer amistades y por ello no es recomendable ir en grupo. Sobre sus gustos y consumo: le gusta la música electrónica, en especial el psytrance, el tribal y el metal. Menciona el “Alquimista” de Paulo Coelho como una lectura que le ha gustado y como lecturas recurrentes lee artículos científicos. Las películas que nombró son: “Nunca te vayas sin decir te quiero”, “El viaje de Chijiro” y “50 cent”. Respecto de la televisión, dijo no verla, del radio escucha Beat 100.9, Alfa 91.3 y Digital 99.3; las revistas que dijo leer son: “Cosmopolitan”, “Nexos” y “Qué”. De internet dividió su consumo en tres rubros: 1-correo electrónico, 2-comunidades virtuales y 3-para bajar música. Su opinión sobre la “escena **rave** o trance” mexicana, es que la gente asiste poco.

Caso12 (ayudante en la taquilla): 16 años; sexo: femenino; vive en **Sto. Domingo en la delegación Coyoacán, su padre es mecánico de bicicletas y su madre es ama de casa**, esta entrevistada cuenta con su propia habitación; para ella un **rave** es una fiesta para divertirse, ha asistido a 3 **raves** y tenía 15 años cuando por primera vez fue a uno organizado por “Ultra”. Pese a que **no parece tener mucha experiencia** en esto, puede verse un incipiente modo de significar al **rave: la sociabilidad (música, que es lo principal y gente sociable, diversión)**. No hay respuesta para dj's o grupos preferidos, tampoco sobre la pregunta que interroga por las disqueras, solo hasta la pregunta referente a los géneros musicales encuentro una respuesta: “pop electrónico y pop”. ¿Cómo es que es parte de los colaboradores? Es amiga de una organizadora y por eso colaboraba en la taquilla de noche y en la madrugada respondía entrevistas. Respecto a sus lecturas, solo argumenta leer “novelas”; de películas señala las de “suspenso”, de televisión muestra un consumo más considerable (canal 7, 13, 5, Malcom, los Simpsons y novelas de Tv Azteca), las revistas que consume son: “Por ti”, “Eres”, “Notas para ti”. En cuanto a su uso de Internet, señala varias páginas: “hotmail”; “google”; “yahoo”; “lajaula”; “gusanito.com”;

“eresmirandamiamor.com”; “monografías.com”; “mundodeletras.com”. Con respecto a su visión del **rave** como fenómeno mundial, considera positivo que exista como una opción que brinda la oportunidad de **convivir con otras personas y de sentirse bien**, como algunas otras respuestas afirma que México juega un papel positivo y que da además un ejemplo sobre ello. En mi opinión la entrevistada es de las integrantes más nuevas de la “escena psytrance”, que si bien ya recibió su iniciación al asistir a un **rave** organizado por “Ultra”, ella misma señala que solo ha sido parte de los eventos que ésta organización ha producido.

Caso 23 (asistente de decoración): edad 20 años; sexo masculino; domicilio en ese momento: Malinalco, Estado de México. **Ocupación de su padre: periodista; ocupación de su madre: comerciante.** Ocupación actual: estudiante del CCH Sur. Su lugar: **“caminar con el afán de un sonámbulo sonriente por el camino que marca la providencia, allí está mi verdadero hogar, un espacio propio”** (agregaría, dentro de sí). Número de **raves**: desconocido, pero por su respuesta son bastantes (**6 años en la fiesta**). Lo que más ha recordado de los **raves** que más ha disfrutado es la buena organización y una buena disposición de los asistentes. Un detalle interesante es que es de los pocos que dan signos de libido, pocos y pocas son quines han recordado al sexo; este caso lo hace de la siguiente forma: **“mujeres guapas bailando provocativamente”**. Ello lo señala cuando se le pregunta sobre lo que un **rave** debe de tener, así, las mujeres guapas son acompañadas por una buena sonorización, seguridad aliviada y carisma por parte de los artistas. Puede verse que este entrevistado posee un particular modo de significar la realidad, diferente al modelo promovido por instituciones como el Estado, la televisión, la radio o la Iglesia Católica. Desde la perspectiva del caso 23, lo que más le gusta del **rave** es: **“el comportamiento y el estado anímico que la influencia de la música y los estados alterados de conciencia provocan en mí y en todo el mundo que asiste”**. Lo que más le molesta son las personas vanidosas y mamonas (que no compartan esa buena vibra tan mencionada). Lo que más aprecia es **un sonido bien ecualizado**. Como buen conocedor de la “escena” nombra infinidad de grupos y dj’s (“Hallucinogen”, “Psy-sex”, “Black and white”, “Point”, “Eskimo”, “Melicia”, “Bizarre contact”, “Lamat”, “Exaile”, Beckers”, “D-nox”, “Shiva chandra”, etc.) , lo que conecta a todos ellos es que tocan psytrance, trance y progre; entre sus disqueras, sellos u organizaciones preferidas figuran: Iboga, BNE y Chermical Crew. Entre las lecturas que dice preferir figura la filosofía, la poesía, la metafísica y el new age. De las películas que nombra, se puede decir que son conocidas, encontramos: “Perros de reserva”, “Corazón valiente”, “Pi” y “V de venganza”.

Otro detalle es que **prefiere la televisión de paga** (HBO, Sony, Fox y Play boy) a la abierta, entre sus publicaciones favoritas está “Muy interesante” y “Men’s health”. Con respecto a su consumo de Internet, como puede esperarse figuran páginas especializadas en **raves**, buscadores y tiendas psicodélicas (psy-shop), sin embargo lo que no figura es un correo electrónico. Un detalle que complementa la visión de “juventud” esta expuesta en esta respuesta que atañe al **rave** como fenómeno mundial: **“Es la síntesis de la composición moderna, creación de vanguardia, movimiento artístico de suma influencia en nuestro país”**.

Caso 24 (seguridad virtual): 22 años; sexo: masculino; domicilio en San Juan de Aragón, **delegación Gustavo A. Madero; su padre es doctor en filosofía de la ciencia y su madre es comerciante**, el entrevistado en el momento de la entrevista trabajaba como parte de la seguridad del **rave** “Holifest” y aparte trabaja en la CONADE, su lugar (que sé que tiene su propio cuarto) de poder (como lo define) es un espacio ubicado en la azotea de su casa, allí goza de aire libre y vista a un hermoso árbol. La visión que tiene este entrevistado del **rave** es más frívola, a él no le importa la paz y la armonía, el considera que el **rave** es un negocio y lo define como: **“+ Algo para lucrar+ Algo para venir a drogarse +Algo para llevar a casa al otro día+Algo para venir a ver mujeres y jamás hablarles porque andan tan drogadas que no saben que tienen libido+Algo para divertirte y entender el porque de la destrucción juvenil”**. Si se pone atención a ésta respuesta, se puede ver que entiende de una manera bastante objetiva la situación, sabe bien que hay diversión, que el **rave** es un espacio de ocio y esparcimiento, sin embargo, cae en la cuenta de que es susceptible de ser manipulado como un espacio productor de dinero, en donde se deja de lado lo que algunos otros entrevistados llaman “cultura” ⁵ y se van las organizaciones sobre las ganancias, con ello lo que provocan es destrucción, es un asunto que debe de ser señalado. Pese a lo anterior, el caso 23 con alegría responde las preguntas sin ignorar lo anterior y como dice: “cada quien habla de como le fue en la feria, y no me puedo quejar”. El número de **raves** a los que ha asistido es indeterminable al igual que el tiempo que lleva en la fiesta, por lo que muestra **ha perdido la cuenta de los raves a los que ha asistido** y de los que le gustaron más menciona: “Best Machine”; “Umaguma” y el “Trival Sends”. **La motivación principal del entrevistado es el trabajo, el dinero fácil y las chicas lindas** (“estilo Coyoacán y Condesa”); y **lo que menos le gusta es el precio de lo que**

⁵Ver entrevista con “Ultra” sobre la relación dinero-cultura.

vende, al igual conoce a los organizadores. En cuanto a sus gustos musicales, lo que prefiere es el Rock, Rhythmon Blues; y Blues. En cuanto a sus lecturas, puede verse que le gusta la lectura y cuenta con el capital cultural suficiente y el entrenamiento para entender lo que lee, veamos: Allan Poe, Philip Lovecraft, Carlos Castañeda, Bourdieu, Nietzsche, Schopenhauer, Kierkegard, Bukowski, Rimbaud, Baudelaire, Verlaine, entre otros. En cuanto a su consumo cinematográfico, menciona películas como: “Taxi driver”, “Toro salvaje”, “Buenos muchachos”, “Casino”, “Heat”, “Frankenstein” y “Sólo Robert De Niro”. No quisiera aventurarme a decir que la “Cultura” y la televisión se contraponen, pero en algunos casos como este, el rechazo es evidente a excepción de Play boy tv. Su consumo radiofónico está compuesto por Universal 92.1 y 106.5 de fm. Las revistas que el caso 24 consume son: “Mens healt”, “Muscle and fitness” y “Quo”. Con respecto a su uso de Internet, cuenta con correo electrónico, usa buscadores y demás, pero señala que la tecnología te lleva a la pereza. Ahora veamos su reflexión final para que sea comparada con las otras: **“Pues que al igual que todos los aparentes movimientos para los jóvenes, se han constituido mediante engaños para lucrar con incautos como yo. Es una basura, pero así es la vida o no?”**.

En mi opinión su posición es fuerte, muestra mucho de lo que sucede y queda oculto debajo de la cubierta de la “buena vibra” y lo PLUR, pero aquí queda como muestra, lo que quisiera saber es en base a qué tipo de experiencias llega a esa conclusión, quizás todos somos parte de ese engaño y no lo vemos, nos lo ocultamos para poder continuar con la decadencia cotidiana.

Caso 25 (seguridad virtual): edad: 24; sexo: masculino; colonia: **Aragón; delegación: Gustavo A. Madero. Profesión de su padre: empleado; profesión de su madre: ama de casa;** profesión actual del entrevistado: desempleado. Este caso es similar al anterior, ambos eran parte del equipo de trabajo del “Holifest”, ambos comparten ciertos puntos de vista como la ambición por el dinero y la comercialización del **rave** (que podría ser de cualquier tipo de cultura juvenil o producto cultural). **Hace una referencia a sus primeros raves 5 o 6 años atrás y llega a llamarlos “rituales de sanación”, ello cambia al considerar la situación actual y la forma en que son los raves producidos y comercializados.** Es de señalar que las actividades que se llevan a cabo en un **rave** son para todos las mismas: “bailar, conocer gente, divertirse”, es una imagen generalizada y compartida; este sujeto se define a sí mismo un asistente frecuente, ha ido en grupo o solo a los eventos, considera que lo más importante es la música, la gente y los

visuales; y lo que más le molesta es la seguridad que nada más va a chingar. Al igual, gusta de consumir químicos. Entre sus grupos preferidos están: “Dali”, “Sistem nipel”, “Void”, “Paranormal (attack)” y “Fanatic”. Las disqueras que más le gustan son: Chermical (crew) y un poco Spun. Sus géneros favoritos son el full-on y el progre. Las lecturas que menciona son: “Caballo de Troya” y “Deslaves del subsuelo”; sus películas señaladas son: “Adiós a las Vegas”, “Naranja mecánica” y “El señor de los anillos”. Dice no ver casi la tele a excepción de los cortos del 11 y escucha Beat 100.9 y Reactor 105.7. No consume revistas y las páginas que visita son: mesanger, saiksounds.com, mubiles.com, "Tinkal".

Como reflexión final expone:

la neta que el rave es un movimiento único: libertad sin discriminación de ningún tipo, solo disfrutar; en México casi no se ve eso y siento que tenemos mucho por dar, solo que no nos damos cuenta de ello: ambientes, paisajes, exponentes de música y sobre todo la gente, nos hace falta algo muy importante llamado conciencia.

Se aprecia el gusto que tiene por el **rave** y su cariño por la “escena” nacional, pero también muestra la decadencia que involucra, la falta de algo especial que ilumine todo y consiga la perfección.

3. CONSUMIDORES

Como he afirmado, al principio de este capítulo y en el anterior, los consumidores son igualmente importantes en la realización de **raves** y en la conformación de la “escena **rave** o trance”, ello se debe no solo a que son quienes pagan los boletos o compran los discos, sino que también su actitud y comportamiento construyen el ambiente de un **rave**.

6

Siguiendo con la idea de la importancia de los consumidores, abordemos los resultados obtenidos:

Caso 1: edad 18 años; sexo: masculino; domicilio: **Villa Olímpica, delegación**

Tlalpan; ocupación de su madre: estudiante; ocupación actual y lugar propio: sin respuesta. Para este caso el **rave** es un punto de unión que incluye convivencia, baile, música y abrir el corazón: compartir. En su haber este entrevistado lleva **12 raves** más o menos y desde hace alrededor de 4 años (14/12/02) asistió al primero. Las actividades que este entrevistado realiza dentro de la “escena **rave** o trance” van, como el se define a sí mismo, desde público hasta decorador y performer, en este caso asistió como público o consumidor. **Lo que no le gusta son los golpes y la gente que no quiere compartir ni abrir la cabeza; el “abrir la cabeza”, implica un pensar las cosas de manera diferente, lo cual es una de las características con que la “escena” se significa a sí misma, a su modo de ver, perciben la realidad de una manera más amplia y unida que incluye no solo su existencia percedera como humanos, sino que va más allá e involucra una existencia cósmica en el Universo, como seres que aún después de la destrucción de su cuerpo continuarán existiendo, algunos de esos principios vienen planteados con exactitud por una organización conocida como “Escuela Krion”. Los dj’s que menciona el entrevistado, son de psy-trance (“Talamasca” y “Void”); dice que sus disqueras favoritas son Chermical Crew e Iboga; y sus géneros musicales favoritos son: la música clásica (flauta y arpa), reggae, progre y psy-trance. En sus lecturas mencionadas figura: “Colección Krion”, “Carlos Castañeda” y “Cuentos y enseñanzas peladianas”; las películas que señala son “anime” japoneses de Hayao Miyazaki: “El viaje de Chijiro” y “El castillo vagabundo”; deja sin respuesta su consumo televisivo; dice escuchar Radio Educación y Beat 100.9 fm; su consumo de revistas dice que se limita a “Trance-it” (publicación especializada en Trance); en Internet usa hotmail, messenger, buscadores, visita la página de la “Escuela Krion” y también páginas especializadas en **raves** donde puede encontrar información sobre eventos próximos y pasados. Finalmente, su reflexión sobre el **rave** gira en torno a **compartir y convivir**, no solo con el mundo humano, sino también con la naturaleza la música y el baile. Puede verse en este comentario lo que Goa Gil plantea sobre llegar a la comunión con nosotros mismos y con**

⁶Ver capítulo 2: “Elementos psíquicos emocionales de un **rave**”.

el Espíritu de Cosmos por medio del baile.

Caso 8: edad 18 años; sexo: masculino; domicilio: **Tetelpan en la delegación Álvaro Obregón; su padre es psiquiatra y su madre fotógrafa;** actualmente es estudiante; como espacio propio señala **su cuarto que comparte con su hermano;** al **rave** lo define como una fiesta “más alegre”; su experiencia en la “escena” se compone de 4 **raves**, el primero de ellos cuando tenía 17 años; su evento preferido fue el “Big Bang”, al parecer porque fue de VIP; considera que los elementos más importantes de un **rave**, es la música y la vibra; lo que generalmente hace es bailar, comer químicos, chupar y bailar más; **se considera a sí mismo un asistente frecuente**, lo cual me hace dudar de que solo haya asistido a 4 **raves**; asiste en grupo; lo que más le gusta es la banda, los amigos, la convivencia; lo que menos le gusta es el frío, los mosquitos y la lluvia; entre sus grupos favoritos aparecen algunos de psy-trance (“Skimo” y “GMS”), otros de progre (“Rteeferdeces” y “Freq”) y hasta de trip-hop (“Massive Attack”); las productoras que menciona son Deliria y Ultra; los géneros musicales que dice preferir son: minimal, deep-trance y el progre. Por su respuesta gusta de leer cuentos y novelas: Allan Poe: “La caída de la Casa Usher” y Alfredo Iriarte: “Espárragos para dos leones”. Las respuestas sobre consumo televisivo, radiofónico y de Internet aparecen en blanco; las revistas que lee son: “Muy interesante” y “Quo”. Su reflexión sobre México y su “escena **rave** o trance”, es que no es un país muy raver.

Caso 9: edad 17; sexo: masculino; **domicilio: en la colonia Centro en la delegación Cuahutemoc; su padre desapareció, su madre: “sin respuesta”;** y sobre su ocupación: “no lo sé”; como lugar propio habla de un tinaco en la azotea: “**allí estoy afuera de todo y envuelto en él**”; define al **rave** como un **desmadre y como destrucción propia**; su experiencia se reduce a 2 **raves**, el primero de ellos hace menos de un año; lo que considera más importante es la convivencia y la búsqueda de mentes similares. Hay un detalle interesante en este caso, para él, el **rave** es un degenero, así lo toma y actúa en concordancia con ello, lo interesante es que lo mantiene en secreto, dice que es una sociedad aparte y que **no le gusta que otras personas sepan que a él le gusta**

el trance, que es algo privado, otro detalle es la percepción que tiene sobre el lsd y de quienes lo consumen, dice que te deja loco pero ya es normal y quines lo consumen, son los loquitos, los llama adictos. Los grupos que menciona son: “los Beatles” y “Queen”; sus géneros musicales son el rock, la música clásica y el trance; dice leer de todo: libros de ajedrez, y el “Apocalipsis” de la Biblia; entre sus películas favoritas figuran: “Odisea 2001”, “Naranja Mecánica”, “Hostal” y dice buscar video snuff; su consumo televisivo dice reducirse al canal 11 y no dejando pasar la oportunidad, afirma que **“Azcarraga pone la mamada”**; entre su consumo radiofónico dice que escucha música para masas en Alfa (91.3) radio; casi no lee revistas; y juega ajedrez en la página de Coca-cola. Su reflexión final **alude a una relación entre las clases medias en rave**, el desmadre y el Apocalipsis antes del advenimiento de Jesús.

Caso 14: edad 18 años; sexo: masculino; domicilio: en la delegación **Magdalena Contreras; su padre es guardia de seguridad y su madre ama de casa;** este caso se dedica a estudiar la prepa; sus lugar propio parece relacionarse con lugares en donde puede fumar, por ello dice: “dos, cantón, cuando saco mis perros; y en la escuela cuando fumo en el peri”. No lo había pensado, pero parece que **la pertenencia se relaciona de cierta manera con la libertad de intoxicación.** Su primera fiesta fue hace un año y ése primer **rave** fue su favorito porque **aprendió “otros pedos”**; lo que parece que hace en los **raves** es bailar, llegar con la banda y colarse gratis a la fiesta; lo que le molesta es que no llegue la banda, lo que no puede faltar son los visuales y no conoce sobre productoras; dice que le gusta el trance y el rock alternativo; las lecturas que señala son: “100 años de soledad” y “Las vacas se vuelven locas”; las películas que señala son: “Nothinghill”, “The Shining” y “El día de la bestia”; dice ver “nada” de televisión y su consumo radiofónico se limita a 106.5; no suele leer revistas y su consumo de Internet se centra en correo electrónico, messenger y “bayamierda”. Su reflexión sobre la “escena” nacional: es que el **rave es un fenómeno que “mueve a la banda y hace que se unan”**, sirve como un instrumento de cohesión “que va más allá de las modas, que es una forma de expresión”.

Caso 15: edad 31 años; sexo: femenino; domicilio: **colonia Roma**; ocupación de su padre: Fanchonahó (?); ocupación de su madre: “/”; **ocupación actual: editora**; afirma que sus lugares son todos, que pasa de uno a otro varias veces al día; al **rave** lo define como **encuentro**; no es posible saber a cuántos ha ido y al primero que fue tenía 23 años; lo que más le gusta son los estilos variados, un buen sonido y una buena organización; se define como **asistente ocasional**, asiste acompañada o en grupo (ese día que la entrevisté, acompañó al dj “Infinito Positivo”); lo que más le gusta es el grupo y lo que menos “la historia sin transe”; la música que le gusta es el minimal, el techno, el progre, el reggae, en funk y el rock; Sus autores de libros favoritos son: **Sarah Kane, William Burroughs, Benedetti y Fred Vargas. Su película favorita es “Blade Runner”** y disfruta de sus propios videos; las respuestas sobre consumo televisivo y radiofónico aparecen en blanco al igual que su consumo de revistas; dice no bajar música de Internet y que consulta páginas especializadas en **raves** para checar las fechas de fiestas que ya tiene previamente localizadas. Su reflexión final sobre el **rave** a nivel mundial, podría decirse que complementa la reflexión del caso anterior, así: el **rave** lo define como:

Fenómeno mundial que solo comienza. Va (la música electrónica) a representar la mayoría de la música en los próximos años México = mucho Psycho (psytrance), otros estilos menos representados. Particularidad de México. Este tipo de evento es mucho más transgeneracional y social que en mi país, donde existen grupos más cerrados con estilos de vida (posiblemente) mucho más marcados, con experiencia comunitaria. Grupos más aparte de la sociedad, más politizado?? No sé. No siempre.

Caso 17: edad: 19 años; sexo: femenino; domicilio: **colonia Nápoles, delegación Benito Juárez; ocupación de padre: ingeniero eléctrico; ocupación de su madre: practica Tai-Chi**; ocupación actual: estudiante y de vez en cuando practica Yoga, pinta y vive; su lugar propio es su recámara (su pequeña cueva); define al **rave** como un lugar al cual se puede ir a compartir formas y colores, **al cual se va a convivir no solo con la**

gente (nosotros), sino también con la naturaleza; el número de **raves** al que ha ido es indeterminable, pero ella lo pone en términos de “muchísimos”, eso se corrobora con sus **5 años en la fiesta;** considera que los elementos más importantes de un **rave** son: el sonido, la decoración y el performance, ello aunado a una **paz y armonía entre los asistentes y entre los seres que allí habiten, tanto plantas y animales,** muestra rechazo a la “banda chaca”, que como lo entiendo es gente que roba, que es agresiva, que esta moneando (inhalando limpiador de pvc), mala copas y en pocas palabras gente no grata. Ahora, otro aspecto que no le parece correcto, es que el **rave** sea también un **“pedo bien frívolo” y un túnel más para escapar de los errores, de la realidad.** Dice que en general asiste “con la banda”, pero que también ha llegado a ir sola, y que lo que nunca puede faltar es “la musik”. Entre sus dj’s favoritos figuran: “Shiva Chandra”, “Phony Orphants”, “Atmos”, “Delta”, “Haldolium” y “Miniluge”; su disquera favorita es Iboga y no solo le gusta el progre y la música electrónica, también le gusta la música étnica; entre las lecturas que menciona está: Herman Hesse: “Sidharta”, “Demian” y “El lobo estepario”; A. Huxley: **“Las puertas de la percepción”** y “La envoltura humana”. Entre las películas que menciona está: “Sueños de Akira Kurosawa” y dice preferir el cine de arte; dice no tener tele ni escuchar el radio; menciona “Muy interesante” y “Saber Ver” en la sección de revistas; y de Internet, menciona hotmail, google, páginas de yoga y exposiciones, de la India y de Chiapas. Como reflexión final menciona algo que mucho se repite: **la falta de conciencia que tenemos.**

Caso 18: edad: 18 años; sexo: femenino; domicilio: **Polanco en la delegación Miguel Hidalgo;** los espacios reservados para la profesión de su padre y madre aparecen en blanco, la ocupación de ella: estudiante. Su lugar propio dice que es su habitación; define al **rave** como una fiesta donde tocan buena música y afirma haber asistido a **10 raves desde que tenía 16 años;** dice asistir a los eventos en grupo y que no le gusta que este terroso el lugar para bailar, lo más importante para ella es la música. Entre sus dj’s preferidos está “Andres Nilsson” y “Yahel”; su disquera favorita es Iboga y su género favorito es el trance; en cuanto a sus autores favoritos figura: **Baghavad_Gita**

(**promueve el budismo**); su película favoritas ha sido: “El señor de los anillos”; con respecto a su consumo televisivo, radiofónico y de revistas, dice no tener. En Internet utiliza hotmail y consulta páginas especializadas en **raves**. Su reflexión final, es que el **rave** ha venido cambiando desde hace algunos años.

Caso 19: edad 23; sexo: masculino; domicilio: **Merced Gómez en la delegación Álvaro Obregón**; profesión de su padre: vendedor; su madre es ama de casa; él actualmente es mensajero; define al **rave** como una fiesta y afirma haber asistido a **100 raves desde el año 2000** en que fue a ver a **Kox Box**; dice que lo más importante es la música, bailar y divertirse; se opone a los “Chakales” y dice que lo que nunca puede faltar son las “chicas”; afirma que todos los dj’s y grupos le gustan y su disquera favorita es Bedrock, su género musical favorito es el house; y que sus lecturas y películas favoritas son: “**Prabhupada**” ⁷Bhaktivedanta Swami Prabhupada en Srila A.C. (Promotores de budismo). Al referirse a televisión, radio y revistas aparece un contundente: “Ninguna”. La Internet dice utilizarla para ejecutar clientes de intercambio de archivos musicales (Soulseek). No hay reflexión final.

Caso 20: edad 21; sexo: femenino; domicilio: **Barrio Sta. Catarina en la delegación Milpa Alta; profesión de su padre: pensionado; profesión de su madre: ama de casa**; ocupación actual: empleada en pastelería combinado con comercio; **dice no tener un lugar propio**; para ella el **rave** hace algún tiempo era **una forma de saciar sus tristezas**, pero que ahora es pura música y la poca cultura que queda; su primer **rave** dice que fue cuando tenía **16 años** y que desde entonces asiste **cada 8 días**; lo que espera de un **rave**, es que no haya problemas, pleitos, excesos de droga, alcohol, sin lesbianismo ni homosexualismo; lo que generalmente hace es bailar y divertirse; afirma asistir sola y que cuando vende viene con el chavo al que le ayuda; lo que más el gusta son los visuales y la música; dice que lo que menos le gusta es la gente grosera, peleonera y “malivosa”; pese a que afirma no drogarse mas, dice que lo que nunca puede faltar en **rave** son las **drogas, el alcohol y la música**; sus grupos favoritos son: “Talamasca”, “S.U.N. Project”,

“Skazy”, “Atomic Pulse”, “Sexo Sento”, excepto “Infected (Mushroom)”;

no tiene preferencia por ninguna disquera; sus géneros musicales son el trance y el progre; dice leer la Biblia; no le agrada el cine, no ve la tele, tampoco lee revistas y me pasó su correo electrónico. Su reflexión final es: que **la fiesta está desmadrada por falta de apoyo.**

Caso 21: edad 19; sexo: femenino; domicilio: **San Cristóbal en la delegación Xochimilco; profesión de su padre: maestro; ocupación de su madre: estudiante y empleada federal;** su ocupación actual: estudiante; dice que el **rave** es un **movimiento de personas ausentes (drogados)**; que ha asistido a **50 raves** y que cuando fue a su primer **rave** tenía **16 años**; lo que más le gusta es **“la banda bien frita”**⁸; lo que menos le gusta es la **“banda mal pedo”** y **lo que nunca puede faltar es la droga**; sus dj’s mencionados son: **“Phony Orphands”** e **“Infected Mushroom”**; pese a su larga trayectoria en la **“escena”** no menciona ninguna disquera y tampoco ningún género musical; la lectura que mencionó es **“El caballero de la armadura oxidada”**; y como otros casos, la película mencionada es **“El viaje de Chijiro”**; **con lo que respecta a televisión: “no tengo”**; escucha: **Beat 100.9** y **Horizonte 107.9 fm**; de las revistas menciona **“Muy interesante”** haciendo la aclaración de que solo la lee muy de vez en cuando; el espacio reservado a las Internet está en blanco. Su reflexión final es un tanto extraña, citaré: **“es un distractivo para los morros para que piensen en lo que es real y lo q’ está pasando ahorita”**.

Caso 22: edad 22; sexo: masculino; domicilio: **colonia Carola en la delegación Álvaro Obregón; ocupación de su padre: gerente de ventas; ocupación de su madre: trabaja en la Comercial Mexicana;** ocupación actual: trabaja y estudia en la **UAM Xochimilco**; considera como su lugar a toda la Ciudad de México; para él el **rave** es **libertad, amistad, gusto y cariño**; este caso no recuerda el número de **raves** a los que ha asistido, se limita a señalar que lleva **5 años viniendo**, su primer **rave** fue el **“Time and Space de Maia”** cuando tenía **16 o 17 años**; considera que lo que más le ha gustado de

⁸Referencia a un estado de drogas de los amigos y amigas, lo cual implica conductas extravagantes y un estado de lentitud mental y dispersión.

un evento es la música y considera que la música es la expresión de respeto que debe de existir, **“si no hay buena música no hay, el respeto a los demás y a tí”**, quizás se refiera a los organizadores, sería una falta de respeto si no ponen buena música...; lo que comúnmente hace, según me dijo, es bailar, brindar, correr, relajarse y aprender; acostumbra ir solo, acompañado, con su novia o en grupo; lo más importante a su consideración es la música; y lo que le molesta es la gente que solo va a criticar; sus dj’s favoritos son: “Azax syndrome”, “Quadra”, “Mapusa Mapusa”, “Analog pussy” y “Transmission”; las disqueras que menciona son Iboga y Alquemist; y sus géneros preferidos son: el minimal y el full-on, pero este último, señala que solo al principio; las lecturas que menciona son: Paulo Coelo: “Ética”, “Verónica decide morir”, “La quinta montaña”; “Ángeles y demonios”, “La vuelta al mundo en 80 días”. **En cuanto a la televisión, primero dijo ;no! Y luego Discovery, Animal y el 11;** escucha Beat 100.9; dijo leer “Quo”, pero que no realmente, puede que la entrevista obligue más que a decir el consumo que se hace, a mencionar algunas revistas que conocen y que alguna vez han hojeado. En cuanto a su uso de Internet, menciona los acertijos de matemáticas de Google. En cuanto a su reflexión final, es un tanto confusa, por lo que puedo entender, hay gente de México en otros países haciendo un buen trabajo aunque **“la publicidad lo ha calificado mal”**. Por otra parte señala que en otros países al igual, el **rave** está bueno.

4. CONSTRUCCIÓN DE ESTRATOS DE ADSCRIPCIÓN AL MODELO RAVER

Al cuestionarme sobre la adscripción que los sujetos hacen del ser raver y a distintos modos de ser y de consumir, vi que no todos los entrevistados se encuentran muy convencidos de lo que es un rave o de lo que se debe de hacer, al igual algunos casos muestran un conocimiento amplísimo de la escena psytrance, han asistido a infinidad de eventos y han escuchado a infinidad de bandas y dj’s, igualmente significan su vida y su entorno de una forma particular, cosa que no sucede en casos como el 3, el 10, el 12 y el 9; ello se explica por la poca asistencia que han tenido, lo cual se ve reflejado en su

consumo mediático y en la forma de expresarse, antes de adentrarme en detalles, permitanme mostrar una tabla que, según lo creo, muestra los distintos tipos de adscripción (muy básicos por cierto) y los casos que pueden considerarse miembros de cada grupo.

TIPOS		
Tipo “A” (muy adscritos)	Tipo “B” (medianamente adscritos)	Tipo “C” (poco o nada adscritos)
Caso 6 (organizador)	Caso 11 (organizadora)	Caso 3 (asistente chelas)
Caso 2 (dj)	Caso 13 (decorador)	Caso 10 (taquilla)
Caso 16 (dj)	Caso 4 (asistente chelas)	Caso 12 (taquilla)
Caso 7 (performero)	Caso 24 (seguridad virtual)	Caso 9 (consumidor)
Caso 5 (vendedora de pulque)	Caso 1 (consumidor)	
Caso 23 (ayudante decoración)	Caso 8 (consumidor)	
Caso 25 (seguridad virtual)	Caso 14 (consumidor)	
Caso 17 (consumidor)	Caso 15 (consumidor)	
Caso 19 (consumidor)	Caso 18 (consumidor)	
Caso 20 (consumidor)		
Caso 21 (consumidor)		
Caso 22 (consumidor)		

Cuadro 4.1: “Tipos de adscripción al modelo rave”. Datos propios

El orden de los casos sigue el orden de la clasificación de: productores, colaboradores y consumidores. La clasificación desde luego es arbitraria y en algunas ocasiones no es fácil decidir en donde habría de colocar a cada caso, los criterios de selección fueron: el número de raves a los que han asistido, su antigüedad, su conocimiento acerca de la escena trance (visto ello en grupos, dj’s y disqueras), su consumo de cultura y medios de comunicación, su propia adscripción y en general su forma de significar al rave, a ellos mismos y a las actividades que llevan a cabo en un rave.

-Tipo “A”

Los casos que agrupo en esta clasificación, son quienes presentan un grado mayor de adscripción al modelo raver y **ellos son precisamente quienes representan el modelo identificador ser raver**, son quienes reproducen la escena psytrance, quienes están más conectados, quienes están más cercanos a lo que se hace en un rave y quienes más asisten a eventos, fiestas y raves.

Un detalle también importante en este grupo, es su escaso o nulo (excepto el caso 12) consumo de medios masivos de comunicación (televisión, radio y revistas), por otra parte en su mayoría los casos que pertenecen a este grupo (y en general a toda la muestra) manifiestan un consumo “culto o cultural” más amplio, leen libros, si ven televisión ven canales como el 11, el 22 o discovery channel. Con respecto al cine, se miran revueltas películas comerciales con otras más de “culto” o de “arte” (por ejemplo Naranja Mecánica).

Por último un detalle indisociable y característico de este grupo es la significación que hacen de sí mismos y de su mundo (vease caso 23, 2, 7, 24, etc.). En principio se puede observar un empuje muy importante a representar el rave como un lugar de buena vibra, de paz, de armonía, de gran diferencia con el mundo cotidiano; también se perciben los efectos que el lsd y el mdma han provocado en ellos, hablan de estados de conciencia alterados, de una unión con el Espíritu Cósmico, de un expandir la conciencia e intentar ver quienes son, es decir, se encuentran signos de pensamiento psicodélico del tipo hippie.

Finalmente me gustaría sugerir como modelo de este grupo al caso 17 y 23.

-Tipo “B”

Este grupo se muestra también muy adscrito al modelo raver, también reproducen el sentir del rave, su buena vibra y los deseos de disfrutar y pasarsela bien, sin embargo,

este grupo muestra menos experiencia, ello se ve reflejado en un menor consumo (de 4 a 12 raves), o bien se muestran escépticos a reproducir el discurso (como el caso 24).

Por otra parte dada su menor experiencia señalan menos bandas o dj's. Sin embargo, no manifiestan un consumo de medios masivos de comunicación muy amplio (a excepción del caso 11), ello se debe más a su formación cultural que a la adscripción al rave, lo cual no por necesidad se contrapone, diría yo, se complementa.

Los casos de éste grupo, no estoy seguro si pueden ser todos ellos llamados **ravers**, algunos como el caso 13, 1 u 8, podrían ser clasificados como tales, pero otros como el caso 24, que ha asistido a gran cantidad de eventos y conoce productores y es parte de la escena, considero que no pueden serlo por ser la adscripción a ese modelo (si es que la tiene) muy superficial y subordinada a otros polos de identidad como la familia o su trabajo en la CONADE.

-Tipo "C"

Finalmente el tipo "C" los llamaré los apenas iniciados o nuevos consumidores de rave, ellos son quienes más difícilmente pueden ser considerados ravers (lo cual no implica que no sean parte de la escena trance o que no tengan posibilidades de adscribirse de una forma mayor a la escena psytrance), ello es así por sus pocos eventos y su escaso conocimiento de bandas, dj's y disqueras, sin embargo, aún siendo su consumo escaso, tienen una idea clara de lo que un rave es (aunque no muy completa) y de lo que se va a hacer (socializar, pasarsela bien, alivianarse, etc.).

Un detalle importante es que es en este grupo donde el consumo de bienes masivos de comunicación es mayor, al igual son ellos los más jóvenes de los entrevistados; estos dos indicadores puede que estén relacionados, lo cual significaría que a menor edad, mayor consumo televisivo y/o radiofónico.

-Para finalizar

Observando los lugares de residencia y la profesión de los padres de los entrevistados, puedo decir que pertenecen a lo que podríamos llamar “clases medias”, lo cual implica varios problemas que no es mi intención resolver aquí, sino mostrar que, si bien los casos no pertenecen al gran capital, no pasan dificultades económicas (al menos no en su mayoría), así encontramos gente que vive en Polanco o en Coyoacán, en la Colonia Nápoles o en la Condesa. Es cierto que hay otros casos que viven en la delegación Magdalena Contreras o en Tlahuac, sin embargo son los menos, en general la mayoría de los casos viven en delegaciones como Tlalpan, Coyoacán, Miguel Hidalgo, Benito Juárez o Álvaro Obregón ⁹; al igual el 40 % de los padres de los entrevistados tienen profesiones como Abogado, Economista, Médico o Psiquiatra ¹⁰; que si bien no es un criterio unívoco, si da señales de la situación económica estable que quiero mostrar. Otro elemento a resaltar es que la gran mayoría de los entrevistados viven con sus padres, situación que podría ser llamada, una característica de la sociedad mexicana y quizás latinoamericana.

Con respecto al capital cultural de los entrevistados, he de decir que es considerable en especial comparado con otros chavos más o menos de la misma edad y al índice de consumo cultural general: la mayoría señala libros que ha leído, cine no tan comercial y hasta de “culto”, también muchos de ello prefieren el canal 11 a canales como el 5 o el 7 de televisión abierta mexicana, no se diga ya de canales como el 2 o el 13. También dan señales de crítica y duda con respecto a la información que Televisa y TV Azteca promueven, comentarios como “Azcarraga pone la mamada” (caso 9) u “odio los noticieros del 7” (caso 4), de allí puede considerarse que ese cuestionamiento se extiende más allá del discurso mediático y se solidifica en la vida diaria, ello podría explicar el que el rave sea un espacio de libertad y de relajación, libre de los valores, moral y presiones de la sociedad de masa; así se produce un ambiente muy diferente, casi mágico que si bien no es subversivo, si rechaza a lo “normal”.

⁹Ver cuadro # 4 en Anexos I.

¹⁰Ver cuadro 1, 2 y 3 en Anexos I.

CONCLUSIONES

Interesando más que es lo que sucede en el ámbito de la acción social, esas personas en la reiterada repetición y consumo del rave, adoptan ciertos comportamientos y significaciones que llevan del rave a su vida diaria, no solo lo que aprenden, sino más importante aún, se llevan el sentimiento de pertenencia a un grupo nuevo con nuevas pautas, mitos, valores y comportamientos; esa pertenencia al grupo no es fácil de explicar ni de abordar, a rasgos someros, esa socialidad es fácil de vivir en un rave, un espacio en donde las personas dedican buena parte de su tiempo para conocer a otras personas y encontrarse con otras ya conocidas, así ese conjunto de personas que van y van a los raves, es definida en la entrevista a “Ultra” como una “familia”, como una comunidad.

En términos más amplios y considerando sobre todo a los productores de bienes simbólicos (raves, música, decoración, ropa, accesorios, performances, etc.), ese sentimiento de “familia” puede interpretarse como un sentimiento de “comunidad”, la cual posee valores y creencias compartidos, sin embargo al hablar de la solidaridad característica de las comunidades, la visión se torna difusa, por ello será situada esa comunidad como un imaginario al cual se adscriben esos productores.

Ampliando la visión de pertenencia, considero que también los colaboradores y en muy importante medida los consumidores manifiestan también esa adscripción al imaginario y muestran un conjunto de valores y pautas compartidas (las cuales las cristaliza de la manera más resumida la filosofía P.L.U.R. y la psicodelia). El nombre que mejor acomoda a esa comunidad imaginada es: “escena psytrance”.

Hay un detalle extra que mencionar y que es el título de la tesis, esto es: el “modelo” que se produce dentro del rave, hablar de modelo suena extraño, pero en realidad es bastante simple, al compartir y hacer propias esas pautas y valores, y al adscribirse a la escena psytrance y establecer relaciones con otros miembros y grupos a su interior, se adopta una forma de ser, esto es, un nuevo elemento forma parte de la identidad, dicho elemento representa lo que el rave es, por ello ha sido llamado ser “raver”, dicho ser se manifiesta de forma un tanto difusa y cambia de persona a persona y de contexto a contexto.

Ese modelo de identificación llamado ser raver, en un rave es como se manifiesta más

claramente y con más fuerza, pero hay que recordar que los ravers son también parte de una familia, de un Estado, de una escuela o un trabajo, etc. por ello, dicho modelo de identificación se vuelve un referente de identidad que coexiste con otros muchos referentes que representan los roles que el actor desempeña en la sociedad, de tal forma, la identidad constituida por múltiples referentes se articula de manera específica dependiendo de la situación, así, la identidad es un ente abierto, contingente y precario; ello implica que está en constante movimiento.

Al definir esa adscripción a la escena psytrance y la apropiación de pautas compartidas como un modelo de identificación, lo que se busca es resaltar el carácter momentáneo y perecedero de esa adscripción y apropiación, no es como las definiciones que se hacen de la identidad nacional, étnica o de género, que difícilmente pueden ser cambiadas o que determinan de manera importante el actuar de un sujeto; así, esa adscripción es débil y cambia, muta, se mueve, no es fija y está temporalmente definida, que si bien hay casos en que el ser raver se convierte en un estilo de vida, esos casos no son la regla, sino la excepción.

Dos detalles importantes a resaltar son: en primer lugar, los motivos que tiene un joven para acercarse a un rave, y en segundo término, la función que cumple en la sociedad una cultura juvenil como ésta. Por una parte es experimentar nuevas sensaciones que el “estar juntos” provoca, ese pertenecer a un grupo de iguales que se manifiestan como un deseo de ser, o de otra forma, que su manera de ser (su apariencia y actitud) se manifiesta como un deseo o meta a lograr, buscar aceptación por parte del grupo, lo cual implica aprender y reproducir ciertos discursos.

También, el estar en un rave es evadirse de la vida cotidiana, de las responsabilidades del hogar, la escuela, el trabajo o la ciudad; el rave es una opción de escape de esa realidad y un puente a una nueva realidad cuya guía principal es el hedonismo, esto es: el placer ante todo. Observando las entrevistas, es generalizada el deseo por “pasarla bien”, “disfrutar”, deseo por tener placer, placer como un fin en si mismo.

El rave en nuestra sociedad actúa como una válvula de escape, por un parte para la energía de la juventud; por otra como referente dador de sentido y significación; y también como negocio que promueve una visión “alternativa” a la que se promueve desde las industrias culturales, la escuela, la iglesia y hasta de la familia. Visto de esa manera, por un lado, el bailar todo el fin de semana y pasar buenos y malos momentos para llegar al rave, que las más de las

veces hay que caminar bastante y aparte de eso casi pelear por poder entrar por la puerta principal, si no es ese el caso, para poderse saltar al evento hay que caminar todavía más, ya sean unos cuantos minutos o una o dos horas.

Como referente dador de sentido, mucho se habla de que la multiplicidad de referentes de la sociedad actual, que conviven en igualdad de condiciones y status, da como resultado un ambiente de confusión y de vacío, en tales casos y sobre todo en una edad en la que la confusión es y el vacío son característicos (la edad promedio de los entrevistados es de 20 años), el contar con el apoyo de un grupo y la adscripción a una comunidad imaginada brinda el apoyo para complementar la construcción de una visión del yo, del mundo y del Universo junto con las visiones que se promocionan desde la familia, la escuela, las industrias culturales, el Estado y la iglesia; finalmente, el rave es un espacio en el que se pueden hacer negocios, un espacio no institucionalizado en el que se puede incursionar como organizador, dj, decorador, vendedor de algo, etc.

Resulta interesante que el rave sea nombrado como un fenómeno en plena expansión, que busca llegar a nuevos mercados y extender la escena psytrance por todo el mundo, es interesantísimo que sea parte de una globalización cultural “alternativa”, una globalización no controlada por las industrias culturales, al contrario (al menos en apariencia), el rave se promociona a sí mismo desde abajo, desde el propio deseo de diferenciación, multiplicidad y alteridad; de esa forma y como señaló el Caso 4, se promueve por medio del rave la creación de una sola juventud global, una juventud que como característica principal tiene a la filosofía PLUR y a la psicodelia, será interesante ver el desenvolvimiento del rave como fenómeno cultural en las próximas décadas, será interesante también saber si la cacería de brujas que el Estado está llevando a cabo contra el narcotráfico podrá acabar con un fenómeno como este.

ANEXOS I
CUADROS

-Cuadro 1: “Ocupación del Padre”

Ocupación Padre	Total	%
Profesionistas:	10	40.0%
Oficio:	4	16.0%
Gerente:	1	4.0%
Empleado:	1	4.0%
Ventas:	1	4.0%
Comerciante	1	4.0%
Pensionado	1	4.0%
Indeterminable:	6	24.0%
Total:	25	100.0%

Cuadro 1. “Ocupación del Padre”. Datos propios.

-Cuadro 2: “Ocupación de la Madre”

Profesión/Ocupación	Total	%
Profesionistas	5	20.0%
Oficios	2	8.0%
Empleada	3	12.0%
Ama de Casa	6	24.0%
Comercio	3	12.0%
Otro	2	8.0%
Sin respuesta	4	16.0%
Total	25	100.0%

Cuadro 2. “Ocupación de la Madre”. Datos propios.

-Cuadro 3: “Relación laboral de los padres”

Trabajo de padres	Total	%
Los dos trabajan fuera de casa	10	40%
Solo el padre trabaja	8	32%
Solo la madre trabaja	4	16%

Ninguno trabaja	0	0%
No se sabe	3	12%
Total:	25	100%

Cuadro 3: “Relación laboral de los padres”. Datos propios.

-Cuadro 4: “Delegaciones de la Ciudad de México, otras ciudades ó pueblos del Estado de México por porcentajes”

Delegación	Total	%
Tlalpan	4	15.4%
Coyoacán	3	11.5%
A. Obregón	3	11.5%
Xochimilco	3	11.5%
Cuahutemoc	2	7.7%
M. Contreras	2	7.7%
G. A. M.	2	7.7%
Tlahuac	1	3.8%
Benito Juárez	1	3.8%
M. Hidalgo	1	3.8%
Milpa Alta	1	3.8%
Malinalco (Edo Mex)	1	3.8%
Toluca	1	3.8%
sin respuesta	1	3.8%
Total:	26	100.0%

Cuadro 4: “Delegaciones de la Ciudad de México, otras ciudades ó pueblos del Estado de México por porcentaje”. Datos propios.

-Cuadro 5: “Edades actuales por porcentajes”

Edad	total	%
16	2	7.7%
17	2	7.7%
18	6	23.1%
19	4	15.4%
20	3	11.5%
21	1	3.8%
22	2	7.7%

23	2	7.7%
24	1	3.8%
25	1	3.8%
26	0	0.0%
27	0	0.0%
28	0	0.0%
29	1	3.8%
30	0	0.0%
31	1	3.8%
Total:	26	100.0%

Edad Promedio 20.3 años

Cuadro 5: "Edades por porcentajes". Datos Propios

-Cuadro 6: "Edades de su primer rave"

Años	Número	%
13	1	4.0%
14	2	8.0%
15	5	20.0%
16	7	28.0%
17	5	20.0%
18	1	4.0%
23	1	4.0%
Indeterminable	3	12.0%
Total	25	100.0%

Edad promedio 14.2 años

Cuadro6: "Edades de su primer rave". Datos propios.

-Cuadro 7: "Ocupación de los entrevistados por porcentajes"

Ocupación	Total	%
Estudiante prepa	14	56.0%
Empleado	4	16.0%
Estudiante universitario	2	8.0%
Micro empresario	2	8.0%
Indeterminable	2	8.0%

Desempleado	1	4.0%
Total	25	100.0%

Cuadro 7: "Ocupación de los entrevistados por porcentajes". Datos propios

-Cuadro 8: "Cómo asistes a un rave?"

Tipo	Menciones	%
en grupó	13	52.0%
solo	2	8.0%
acompañado	7	28.0%
de todo	2	8.0%
sin respuesta	1	4.0%
Total	25	100.0%

Cuadro 8: "Cómo asistes a un rave?". Datos propios.

-Cuadro 9: "Número de menciones de libros por persona"

Número de menciones	Menciones	%
3 o mas	13	52.0%
2	7	28.0%
1	4	16.0%
sin respuesta	1	4.0%
Total	25	100.0%

Cuadro 9: "Número de menciones por persona". Datos propios

-Cuadro 10: "Consumo televisivo"

Tipo	Total	%
TV abierta comercial	5	20.0%
TV abierta comercial y cultural	2	8.0%
TV abierta cultural	4	16.0%
TV de paga	2	8.0%
No tele	8	32.0%
Sin respuesta	4	16.0%
Total	25	100.0%

Cuadro 10: "Consumo televisivo". Datos propios.

-Cuadro 11: "Consumo radiofónico"

Radio	Total	%
si escucha	10	40.0%
no escucha	15	60.0%
Total	25	100.0%

Cuadro 11: “Consumo radiofónico”. Datos propios

-Cuadro 12: “Consumo de Internet por menciones”

Nombre	Menciones	%
pag. de revens	10	16.4%
correo-e	18	29.5%
buscadores	10	16.4%
informativos	4	6.6%
entretenimiento y culturales	6	9.8%
blogs y foros	3	4.9%
medios libres	1	1.6%
tiendas virtuales	4	6.6%
clientes de intercambio	5	8.2%
no contestó	4	6.6%
Total de páginas mencionadas	61	100.0%

Cuadro 12: “Consumo de Red por menciones”. Datos propios

-Cuadro 13: “Sobre su consumo de revistas”

Nombre	Mención	%
Si lee	14	56.0%
No lee	10	40.0%
No contestó	1	4.0%
Total	25	100.0%

-Cuadro 13: “Sobre su consumo de revistas”. Datos Propios

-Cuadro 14: “Consumo de TV, Radio y Revistas (solo los que menos han asistido a raves)”

Consumo	Tele	Radio	Revistas	Edad promedio
Comercial	2	6	3	17.6
Comercial y cultural	3	2	3	
Cultural	1	0	1	
No consume	2	1	3	

No contestó	2	1	0
Total	10	10	10

-Cuadro 14: “Consumo de TV, Radio y Revistas (solo los que menos han asistido a raves)”. Datos propios

-Cuadro 15: “Consumo de TV, Radio y Revistas (solo los que más han asistido a raves)”

Categoría	Tele	Radio	Revistas	Edad promedio
Comercial	5	5	4	22.2
Comercial y Cultural	0	2	2	
Cultural	2	0	1	
No consume	7	6	6	
No contestó	1	2	2	
Total	15	15	15	

-Cuadro 15: “Consumo de TV, Radio y Revistas (solo los que más han asistido a raves)”. Datos propios

ANEXOS II
FORMATO DE ENTREVISTA

MODELOS DE IDENTIFICACIÓN JUVENIL. EL CASO DEL RAVE

El objetivo de esta entrevista es lograr un acercamiento a lo que la banda piensa acerca de sí misma y de la fiesta, del rave. Mi motivación es la trascendencia de nosotros como juventud, como humanos; es una búsqueda por el significado de un pequeño segmento de nuestras vidas. Una búsqueda para construir alternativas a lo que la sociedad nos vende, es una suerte de librepensamiento que quisiera expandir a todos. Por ello es que esta entrevista es una premisa para lograr libertad de ser, libertad de pensamiento, libertad de creencias, etc. Para esto es que pido tu ayuda, pido que deposites un poco de tu corazón en las respuestas, extiendete todo lo que quieras, si no hay espacio suficiente apúntalas detrás de la página, eres tú finalmente quien hace que funcione o no, finalmente es para todos la luz que el sol nos brinda.

1. Edad. _____ 2. Colonia. _____ 3. Delegación. _____

4. Ocupación de tu padre. _____

5. Ocupación de tu madre . _____

6. Tu ocupación actual . _____

7. ¿Cuentas con un espacio propio (en casa, en la escuela, en la calle, en un lugar como éste, etc.)
(Describe)

? _____

8. ¿Para ti qué es el **rave**? _____

9. ¿Cómo a cuántos **raves** has ido? _____

10. ¿Cuál fue tu primer **rave** y qué edad tenías? _____

11. ¿Cuáles son los **rave** que más te han gustado y por qué? _____

12. ¿A tu consideración, cuáles son los elementos más importantes de un **rave**? _____

13. ¿Cuáles son las actividades que por lo general llevas a cabo en un **rave**? _____

14. ¿Cuál es el papel que juegas en el **rave** (¿Cómo te defines? Asistente ocasional, asistente frecuente, performer, organizador, empleado, vendedor, etc.) _____

15. ¿Cómo asistes a un **rave** (solo, acompañado, en grupo, etc.)? _____

16. ¿Qué es lo que más te gusta del **rave**? _____

17. ¿Qué es lo que menos te gusta del **rave**? _____

18. ¿Qué es lo que nunca puede faltar en un **rave**? _____

19. ¿Cuáles son tus grupos o DJ's favoritos? _____

20. ¿Cuáles son tus disqueras favoritas? _____

21. ¿Cuáles son tus géneros musicales favoritos? _____

22. ¿Conoces a alguno de los organizadores de **raves** y sabes qué actividades realizan? _____

23. Menciona algunas de tus lecturas favoritas _____

24. Menciona algunas de tus películas favoritas. _____

25. Enumera algunos de tus canales y/o programas de televisión favoritos. _____

26. Enumera algunas de las estaciones de radio que generalmente escuchas. _____

27. Enumera algunas de las páginas de Internet que generalmente utilizas (Correo electrónico, foros, páginas informativas, chats, blogs, comunidades virtuales, para bajar música). _____

28. Enumera algunas de las revistas que comúnmente lees _____

29. ¿Cuál es tu opinión del **rave** como fenómeno mundial y cómo consideras que es el papel que México esta jugando internacionalmente? _____

ANEXOS IV: EXTRACTOS DE ENTREVISTAS

1. INFORMANTE ESPECIAL # 1 (25 Y 26 DE NOVIEMBRE), ENTREVISTADO EN LA FIESTA DE HIKURITRANCE

E-Ahora sí cuéntame de eso

I. 1-Cada droga en la que estés, una semana antes si te la vas a meter el viernes o el sábado, entonces una semana antes, eh, nada de alcohol, este, mucha agua, este, tres días antes, nada de carnes, mucha agua, muchas frutas, verduras, en fin, buena alimentación, buena alimentación. Nada de papas, sabritas, gansitos. Puro natural, puro natural. Toda la semana, si te vas a meter, no sé, si te vas a meter, que, hongos; peyote; bueno pues mota es normal, bueno, pero son más interesantes sus efectos cuando estás una semana limpio, así, y te das un jalón, no mames, te pones hasta el pito y no te quiero decir de los hongos no? Cuando estás limpiecito y te los metes, este... Cuando alguien pasa vez las sombras, cuando alguien pasa. **Sin embargo cuando te metes todo en una fiesta, estas hasta tu madre, te metes alcohol y tacha y el otro y el otro, estas hasta el pito, no sabes ni cual te pone más, sientes que estas puesto, que no, entonces es una distorsión.** Quien sabe apreciar, bueno, las drogas, no! Las drogas destruyen.

2. INFORMANTES ESPECIALES # 2 (27 DE ENERO DE 2007) ENTREVISTA REALIZADA A "ULTRA"

- Entrevistador: Los Ecosistema están chidos, pero desde cuando son esos

-H: Como desde el 99

-Entrevistador: Pero esos de que eran, de trance?

-H: Psi-trance, pero hay muchos más atrás, la colección más amplia de flyers la puedes ver en Isratrance, los flyers más antiguos de México, por ejemplo Maia, los de Maia han pasado por un buen de nombres, antes eran Psisourceri, algo así, después fueron otros nombres después Maia y ahorita ya ves que cambiaron otra vez de nombre, pero ellos tienen muchos flyers, igual deberías preguntar, ellos tienen un buen de tiempo, incluso más que Tony (de Deliria).

-D: Tony ya tiene un rato pero no aquí en México.

-H: Tony tiene tiempo pero en Canada, porque él es de Canada.

-Entrevistador: Te cae que es de Canada, y ¿cómo lo conocieron?

-H: Pues así igual, estando en las fiestas y así, si lo conoces tu?

-Entrevistador: Más o menos

-H: Si los has visto, así, si es así: cuate. Es buena onda.

-D: Pero al Tony lo conocimos porque queríamos que nos diseñara un flyer, de ahí comenzó todo.

-H: No, fue mucho antes cuando lo invitamos a tocar.

-D: Pero, lo conocimos cuando le dijimos que nos diseñara un flyer y ya después ya nos empezó a escribir, ya fue cuando vino a tocar al de...

-H: Pues de hecho sí, nosotros empezamos a hablarles desde hace mucho porque el Yoryo, quien hace la decoración, siempre le decía: Quiero ir a poner decoraciones a tus fiestas. Pero ya tiene un buen y pues ya, él decía que sí, pero se nos complicaba mucho ir, porque no teníamos en qué, y no íbamos y ya después cuando nos fuimos a comprar la van, ya empezamos a ir, aca ya más constante, y ahora ya cada que hace vamos y llevamos algo de deco. Te digo que Arturo (Maia) es así el tiene mucho tiempo.

-Entrevistador: Si, en un principio quería entrevistarle a él, pero, por razones de tiempo y demás no

-H: Aparte es así como que... fresón-fresón, pero aparte casi nunca tiene tiempo, aunque siempre los encuentras ahí en Maia, bueno a Arturo no, a Miguel, pues siempre te dice donde está Arturo.

-[...]

Entrevistador: Si es un relajó, porque son varias cosas las que hay que ver: el terreno, sonido, dj's, publicidad.

-D: Pues sí es un relajo pero nosotros lo hacemos más que nada por amor, ahorita si es por amor, estamos bien chavos todavía, por diversión más que nada, si te das cuenta nuestras fiestas son así, de la pura banda, a veces hasta regalamos cortesías a la gente que no conocemos.

-H: Más bien siempre en nuestras todos terminan entrando casi casi de cortesía, nunca hemos tenido así como.

-D: La primera fiesta que hicimos fue así, nada mas porque nos gustaba la música y ver a la gente reunida, no por la lana, no sabíamos ni qué onda, nada mas la hicimos bien chido y a todo mundo les gustó, ahora como que no hemos hecho porque ya como que la gente no quiere apoyar.

-H: Hubo un tiempo en el que hacíamos fiesta casi cada mes, hace como dos años o tres creo, cada mes, cada dos meses, pero también te quita todo el tiempo, porque no puedes hacer otras cosas, haces la fiesta o vas a la escuela.

-Entrevistador: ¿Ahorita están estudiando?

-H: Sí.

-[...]

-H: Te digo que somos así como familia, todos somos así como familia: el que hace la decoración es nuestro primo, el otro chavo, es como nuestro hermano, siempre vive aquí, manas que sábados y domingos se toma el día libre y llega namas hasta la noche a ver.

-D: Aquí debería estar ese cabrón.

-[...]

-H: Pero si entrevistas a un japoneses, a ellos no les importa, nosotros ya los hemos entrevistado y a la mayoría no les importa la esencia de la fiesta, sino que na'mas les importa solo los negocios, entonces era lo que nos estaban diciendo, todos se pelean pero por negocios, porque se vende mucho, casi todos lo japoneses son así, pero a ellos no les importa, ellos comercializan, porque piensan que se va a vender mucho, lo ponen hasta en las tiendas de ropa, un disco de Skazy, puedes comprar uno de GMS en las tiendas.

-Entrevistador: Esta bueno eso que dicen de la esencia de la fiesta, ¿cómo lo definen?

-H: Pues nosotros siempre hemos empezado por, siempre se empieza por la organización, si haces algo así contemplando a muchas personas, y tratando de que todos cooperen de igual forma, y no tanto presionandolos, se empieza a formar la esencia de la fiesta, hay muchas veces que mucha gente paga por todo eso, y se gasta como, no sé \$50,000 o así, y nada más llegan como 20 personas entonces eso es lo que [...]

-A: Entonces quieres ver la colección de flyers.

-Entrevistador: A, si.

-H: A, si, nosotros no los tenemos ordenados, los tenemos en bolsas, pero si tenemos muchos, a sí, te estaba diciendo que a veces, nosotros cuando estábamos así, hace mucho tiempo, como seis años, no teníamos, de hecho todavía seguimos como sin fuerza, porque mucha gente nos ve chavillos, entonces cuando estábamos muchísimo más pequeños, nosotros propusimos la idea a personas más grandes y entonces ellos ya viendo que tal vez si podía ser así, una buena propuesta, decidieron hacer la fiesta ellos solo, pero ya sin incluirnos a nosotros, como si no importáramos.

-D: Se robaron la fiesta.

-Entrevistador: Se robaron la fiesta.

-H: Pero lo bueno es que nosotros no le pusimos ya nada de dinero, ellos pudieron todo, porque pensaban que iban a ganar como 2 veces más, porque ese cuate no sabía que onda, solamente puso el dinero, contrató el sonido y todo, y nosotros no, nosotros siempre, bueno, si pagamos muchas cosas, pero la mayoría de las cosas las conseguimos en precio muy barato o a veces hacemos favores y nos pagan con favores, muchas cosas, entonces bajamos los costos, lo más que se pueda y así sí, casi siempre perdemos, pero no perdemos tanto, en cambio otras personas pierden mucho dinero.

-Entrevistador: ¿Hay otros que ganan?

-H: Sí, hay otros que ganan también.

-[...]

-H: Pero todo eso ha sido problema por los mismo pleitos entre las organizaciones, no se caen bien

-D: Por decir, no se debe hablar tan mal, pero Ommyx, esta bien

-H: Ahora hablemos de, tu dices, tu dices que querías entrevistar a los de Ismerai, ¿has ido a Tepito? Osea Ismerai deja todos sus flyers, deja como 2000 flyers en la zona de los puestos de Tepito, eso no se hace, estas invitando a toda la banda, no es por decir que toda la banda de Tepito sea mala onda, pero son bien ñeros

-D: Luego por eso salen mal las fiestas

-H: Luego por la avaricia, por esa misma avaricia pasó lo que pasó en Mycology 4

-[...]

-Entrevistador: Y con Subconcius Mind, qué pasó

-H: Si nos fue muy complicado traerlo, porque allá están un día más adelantados, en Suiza, entonces nosotros quisimos comprar a ultimas un boleto a última hora, ya que habíamos conseguido el dinero y todo, porque a últimas tuvimos que pagar más del permiso de la Delegación y no nos hacía, entonces tuvimos que dar ahí más dinero y nos faltaba la mitad para el boleto de Subconcius, entonces que conseguimos el dinero no pudimos agarrar ningún ticket para el avión, si podíamos agarrar uno de lujo, pero costaba como 50 mil pesos y llegaba como en 5 horas

-D: Y luego ve, si la banda no le cae, esta bien canijo

-Entrevistador: Y luego ese mismo día hubo otras dos fiestas, tres

-H: Sí es lo que te digo, precisamente eso es

-D: Sí, las enciman

-H: Nosotros llevamos haciendo una fiesta desde marzo y de pronto llega esta chica Liliana y dice: yo también hago mi fiesta, que ni se hizo porque llovió

-[...]

-D: Lo último de lo que hablamos es de dinero, nos portamos tan buen pedo, que nos terminan haciendo trampa lo importante es que la fiesta salga, que la gente que venga conozca las fiestas que hacemos se la pasen chido

-H: Cuando te digo que nos tardábamos un año haciendo fiestas, lo hacíamos tan minuciosamente que los flyers los dábamos uno por uno personalmente, decíamos: ese cuate trae mala vibra, no le des, les dábamos a la banda buena vibra y sí venían, y salían fiestas chicas, después nos empezaba a comer el tiempo cuando queríamos hacer otra fiesta y no nos fijábamos tanto en eso, entonces empezaban a dar problemas, que venía más gente o menos gente, pero así en mala vibra, luego hay veces que haces una fiesta chiquita y una vez nos pasó, hicimos una fiesta en otra isla en el embarcadero y contratamos a los Goa Brothers y a Varat y ese día el de la planta nos quiso cobrar una lanota, como 6 mil varos, porque si no la apagaba y nosotros no teníamos 6 mil, porque al señor todavía le debíamos como 10 mil, entonces la apagó, como a las 3 am, y toda la gente así, y nosotros chales

-[...]

-H: La envidia, en esta zona en el DF, te encuentras gentes muy buena vibra, pero también mucha gente bien envidiosa, no tolera que ellos sean más grandes y tú hagas algo mejor, no toleran eso. Hemos tenido incluso problemas con los delegación, porque aquí es super difícil, aquí en Xochimilco hay más áreas, hay más zonas protegidas, que es patrimonio de la humanidad y los mismos de la delegación son así, se portaban bien mala onda con nosotros cuando estábamos comenzando, porque igual, nos veían bien morros, casi todas las fiestas había que dar lana o nos las cancelaban, de hecho ha habido unas en que como 50 policías y todas las camionetas de la delegación cerraban, al finas se iban porque se cansaban, como al las 11, pero toda la gente que llegaba a esa hora se iba.

ANEXO IV
IMÁGENES



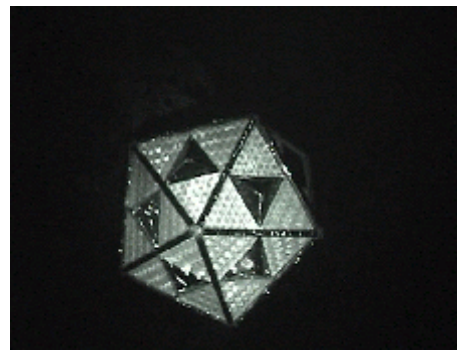
1



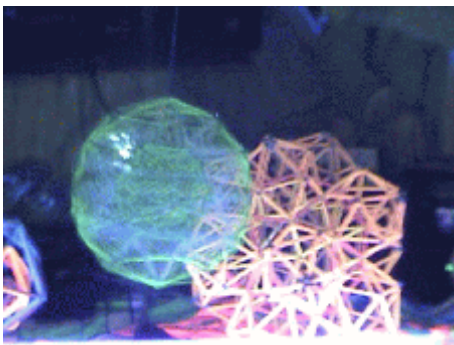
2



3



4



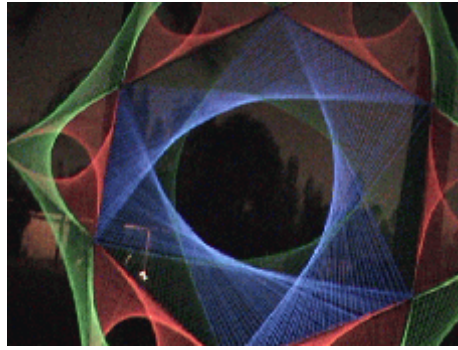
5



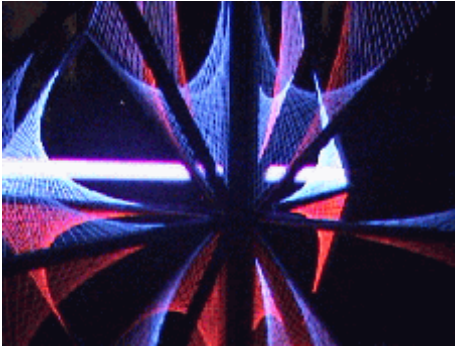
6



7



8



9



10



11



12



13



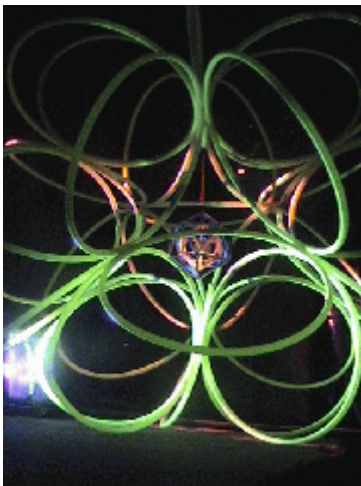
14



15



16



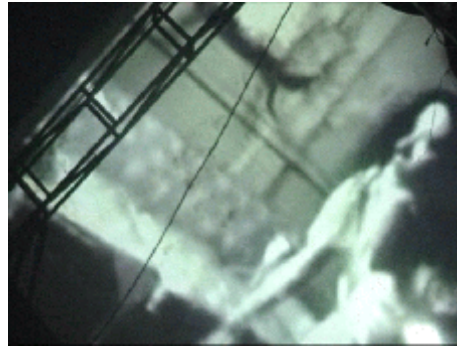
17



18



19



20



21



22



23



24



25

BIBLIOGRAFÍA

- Achugar, Hugo. *La incomprensible invisibilidad del ser económico, o acerca de cultura, valor y trabajo en América Latina*. en García Canclini. Las industrias culturales en la integración Latinoamericana. México, Grijalbo, 1999.
- Bell, Daniel. Las contradicciones culturales del capitalismo. Madrid, Alianza, 2006.
- Bell, Judith. Cómo hacer tu primer trabajo de investigación. Barcelona, Gedisa, 2002.
- Bourdieu, Pierre. La distinción. Criterios sociales del gusto. México, Taurus, 2002.
- Sociología y cultura. México, Grijalbo/CNCA. 1990.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. Respuestas por una antropología reflexiva. México, Grijalbo, 1995.
- Camino Lara. “La insoportable levedad del rave”. Viceversa México, #21, Febrero 1995.
- Capdevila, Marc. MDMA o el éxtasis químico. Barcelona, Libros de la Liebre de Marzo, 1995.
- Castelles, Manuel, La galaxia internet. España, Areté, 2001.
- Diccionario Enciclopédico Quillet. México, Quillet, 1976.
- Evangelista Martínez, Elí. Et. Al. *Contexto y generalidades de la juventud de la Ciudad de México*. en Evangelista Martínez, E. y León Ibarra. La juventud en la Ciudad de México. Políticas, programas, retos y perspectivas. México, GDF/Dirección de programas para la juventud. 2000.
- Dubet, F. “De la sociología de la identidad a la sociología del sujeto”. Estudios sociológicos. VII, 21, Sep-Dic, México, Colmex, 1989.
- Frost, Elsa. Las categorías de la cultura mexicana. México, CCyDEL-UNAM, 1990
- Fuentes Amaya, Silvia. Identificación y constitución de sujetos: el discurso marxista como articulador hegemónico del proceso identificatorio de los estudiantes de la ENEP Aragón, generación 79-83. México, CINVESTAV del IPN-DIE, 1999.
- Garay, Adrian de. *El consumo cultural de los jóvenes universitarios de la Ciudad de México: una realidad ignorada*. en Evangelista Martínez, E. y León Ibarra. La juventud en la Ciudad de México. Políticas, programas, retos y perspectivas. México, GDF/Dirección de programas para la juventud. 2000.
- García Canclini, N. *El consumo cultural en México* en García Canclini (Coordinador). El consumo cultural en México. México, CNCA, 1993.
- Culturas híbridas. estrategias para entrar y salir de la modernidad. México,

Grijalbo,2003.

-Giménez, Gilberto. *La teoría y el análisis de la cultura. Problemas teóricos y metodológicos en* González, Jorge y Galindo, Jesús (Coordinadores). Metodología y Cultura. México, CONACULTA, 1994.

----- *La identidad social o el retorno del sujeto en sociología*, en Versión. S/d.

----- *Apuntes para una teoría de la identidad nacional*, en Sociológica, Año 8, Núm. 21, México, UAM, 1993.

----- *Paradigmas de identidad*. en Chihu Amparán, Aquiles (Coordinador). Sociología de la identidad. México, UAM/Porrúa, 2002.

-Giddens, Anthony. Modernidad e identidad del yo. Barcelona, Península, 1997.

-Giddens y Hutton. En el límite. La vida en el capitalismo global. Barcelona, Tusquets, 2001.

-Guerrero Jiménez, Bernardo. Hasta que el cuerpo aguante. Iquique, Consejo Nacional de Control de Estupefacientes/Universidad Arturo Prat, 1998.

-Habermas, Jürgen. Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos. Madrid, Cátedra, 2001.

-Hernández Zamora, Gregorio. Implicaciones educativas en el consumo cultural en adolescentes de Neza. ¿Más turbados que nunca? México, Departamento de Investigaciones Educativas. Centro de Investigación y de Estudios Avanzados. Instituto Politécnico Nacional, 1994.

-Horkheimer, M. y Adorno, T. Dialéctica de la ilustración. Madrid, Trotta, 1994.

-Kluckhohn, Clyde. Antropología. México, F.C.E., 1997.

-Larkin, Christopher B. . Turn on, Tune in, and Trance out. The Exploration of Entheogens and the Emergence of a Global Techno-shamanic Ritual. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of a Degree in Sociology/Anthropology. Lewis and Clark College. Portland. 2003.

-Laclau, Ernesto. *Política y los límites de la modernidad*. en Buenfil, Rosa Nidia. Debates políticos contemporáneos. En los márgenes de la modernidad. México, Seminario de Profundización en Análisis Político de Discurso/ Ed. Plaza y Valdés, 1998.

-Lipovetsky, Gilles. La era del vacío. Barcelona, Anagrama, 2005 a.

----- El crepúsculo del deber. Barcelona, Anagrama, 2005 b.

-Martín-Barbero, Jesús. De los medios a las mediaciones. México, Gustavo Gil, 1987

-Maffesoli, Michel. El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades modernas. México, S XXI, 2004.

-McAteer, Michael Belden. Redefining the Ancient Tribal Ritual for the 21st Century”: Goa Gil and the Trance Dance Experience. A Thesis Presented to The Division of Philosophy, Religion, and Psychology. Reed College. Portland. 2002

-Montesinos, Rafael. *La construcción de la identidad masculina en la juventud.* en Chihu Amparán, Aquiles (Coordinador). Sociología de la identidad. México, UAM/Porrúa, 2002.

-Marcial Rogelio. Jóvenes y presencia colectiva. Jalisco, El Colegio de Jalisco, 1997.

-Navarrete Moreno, Lorenzo y Rego Rodríguez Eduardo (Dirección y coordinación del proyecto). Condiciones de imitación y construcción de hábitos de consumo de drogas de diseño en el contexto escolar para jóvenes entre 14 y 18 años. Estudio comparado Madrid-Galicia. (Año 2000).

-Pérez Islas, J.A. *Visiones y versiones. Los jóvenes y las políticas de juventud.* en Medina Carrasco, G. Aproximaciones a la diversidad juvenil. México, Colegio de México. 2000.

-Reguillo Cruz, Rosana. En la calle otra vez: las bandas, identidad urbana y usos de la comunicación. Guadalajara, ITESO, 1995.

----- *Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión.* en Medina Carrasco, G. Aproximaciones a la diversidad juvenil. México, Colegio de México. 2000.

-Valenzuela Arce, José Manuel. *Ámbitos de interacción y consumo cultural en jóvenes.* en García Canclini (Coordinador). El consumo cultural en México. México, CNCA, 1993.

-Yúdice, George. *La industria de la música en la integración América Latina-Estados Unidos.* en García Canclini. Las industrias culturales en la integración Latinoamericana. México, Grijalbo, 1999.

-*Páginas de internet.*

-http://www.imjuventud.gob.mx/web_libro_blanco/libro_blanco.html

-www.maia.com.mx

-www.dosisdigital.com

-www.ibogamexico.com

-www.trance-it.org

-<http://kinetik.tv>

-www.welovetechno.com.mx; www.toxicpro.net
-www.generacionelectronica.com
-<http://www.geocities.com/lasvacaspaganas/plur.html>
-<http://www.deliria.com>
-<http://www.proyectogdl.com/liveacts/internacionales/talamasca/index.shtml>
-[http://en.wikipedia.org/wiki/Talamasca_\(group\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Talamasca_(group))
-http://en.wikipedia.org/wiki/Shiva_Chandra
-<http://www.discogs.com/artist/Shiva+Chandra>
-http://www.juno.co.uk/products/199332_01.htm
-http://www.dosisdigital.com/img_eskimo_1116.html
-http://en.wikipedia.org/wiki/Acid_house
-<http://en.wikipedia.org/wiki/Techno>
-http://en.wikipedia.org/wiki/Psychedelic_Trance