Marc Augé. Una etnología del espacio¹

Juan Carlos Hernández Rosete**

EN ESTE TRABAJO se hará una descripción de algunos conceptos de Augé que se articulan en torno a la noción de espacio como territorio, como lugar de socialización, de construcción de identidades y de memoria. Conceptos que nos permiten pensar también en la forma cómo estos sentidos (relacionales, identitarios y de recuerdo) que han caracterizado al *lugar* en sus diferentes acepciones, están siendo transformados y vulnerados en el contexto de la ciudad contemporánea, donde, a partir del desarrollo de diferentes tecnologías en las comunicaciones, los transportes y otros factores como los diseños urbanos, ha ido predominando un sentido de

impersonalidad que promueve lo que Augé entiende como *no lugar*.¹

Se explicará, entonces, en qué consiste esta idea, qué criterios se consideran para manejarla como categoría para el análisis desde una perspectiva antropológica que ubica sus objetos ya no en sociedades lejanas, sino en espacios cotidianos y familiares como el metro.

Una antropología
de lo cercano

En primer término hay que situar la perspectiva desde la cual descubre Augé sus objetos de análisis en el mundo contemporáneo.

* Marc Augé es profesor de antropología y etnología en El Colegio de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París y director de investigación del CNRS.

** Licenciado en Antropología; estudiante de la Maestría en Comunicación y Política de la UAM-Xochimilco.

¹ Augé, Marc, *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa, Barcelona, 1996.

Para el desarrollo de una etnología de lo cercano, el autor de *Viajero subterráneo* se pregunta si la etnología de Europa puede pretender el mismo grado de refinamiento y conceptualización que la etnología de las sociedades lejanas. Se interroga si los hechos, las instituciones, los modos de reunión (de trabajo, de ocio, de residencia), los modos de circulación específicos del mundo contemporáneo pueden ser estudiados desde un punto de vista antropológico. A lo que responde que, efectivamente, esto es posible, sobre todo si se considera que no es en sí Europa lo que está en cuestión, sino la contemporaneidad como tal, bajo los aspeaos más molestos o amenazantes de la actualidad y a condición de poder aislar -en el mundo moderno- unidades de observación que los métodos de investigación de la antropología sean capaces de manejar.

Augé considera que una antropología preocupada por analizar problemas comunes e inmediatos de la sociedad contemporánea, debe hacerlo, exclusivamente, según las categorías aplicadas a las sociedades tradicionales, de lo contrario debe construir nuevos objetos; el hecho de abordar otros terrenos empíricos respondería,

entonces, más a una curiosidad que a una necesidad. Un principio que, según Augé, debe tener presente dicha antropología, es el siguiente:

La investigación antropológica se enfoca, por un lado, a la cuestión *del otro* a partir del cual resulta posible definir diferentes campos de investigación: el otro exótico que se define con respecto a un "nosotros" que se supone idéntico (nosotros franceses, europeos, occidentales); el otro de los otros, el otro étnico o cultural que se define con respecto a un conjunto de otros que se suponen idénticos, de un "ellos" generalmente resumido por un nombre de etnia; el otro social: el otro interno con referencia al cual se instituye un sistema de diferencias que comienza por la división de los sexos, pero que define también, en términos familiares, políticos, económicos, los *lugares* respectivos de los unos y los otros, de suerte que no es posible hablar de una posición en el sistema (mayor, menor, segundo, patrón, cliente, cautivo) sin referencia a un cierto número de otros. *El otro íntimo*, por último, que no se confunde con el anterior, que está presente en el

corazón de todos los sistemas de pensamiento, y cuya representación, universal, responde al hecho de que la *individualidad absoluta* es impensable: la transmisión hereditaria, la herencia, la filiación, el parecido, la influencia, son otras tantas categorías mediante las cuales puede aprehenderse una alteridad complementaria, más aún, constitutiva de toda individualidad.²

Para Augé las representaciones de la alteridad íntima (en los sistemas que estudia la etnología) sitúan la necesidad en el corazón mismo de la individualidad, e impiden por ello disociar la cuestión de la identidad colectiva de la identidad individual. No la individualidad, considerada por la antropología en su estudio de las sociedades lejanas, que se abstraía y se concebía al espacio de estas sociedades como *hecho social total*¹

que consideraba al sujeto como sujeto tipo (con una individualidad de síntesis) representativo de una cultura considerada también como un todo.

A este respecto del hecho social total, es evidente que ni la cultura localizada en el tiempo y en el espacio, ni los individuos en los cuales se encarna, definen un nivel de identidad más allá del cual ya no sería pensable ninguna alteridad -dirá Augé. Para él, cualquiera que sea el nivel al que se aplique la investigación antropológica, siempre tiene por objeto interpretar la conceptualización que otros hacen de la categoría del otro en los diferentes niveles en que sitúan su lugar e imponen su necesidad: ya sea la etnia, la aldea, el barrio, y el individuo, por último, que todos los sistemas rituales definen como compuesto y petrificado de alteridad.⁴

² *Ibid*, 1996, p. 26.

³ La totalidad del hecho social, para Marcel Mauss, remite a otras dos totalidades: la suma de las diversas instituciones que entran en su composición, pero también es conjunto de las diversas dimensiones con respecto a las cuales se define la individualidad de cada uno de aquellos que la viven y participan de ella.

⁴ Este lenguaje de la alteridad sugiere que la verdad de los seres está en otra esfera diferente de las identidades de clase. Este lenguaje relativiza la significación y presenta las cuestiones desde el punto de vista de la implicación, la influencia y la relación. El lenguaje de la identidad establece la relación entre el individuo y las diversas colectividades de que él forma parte o no. El lenguaje de la alteridad presenta la relación entre las personas, o más ampliamente la relación entre lo mismo y lo otro.

Augé piensa que hoy en día debe haberse aprendido a dudar de estas identidades absolutas, simples y sustanciales; que los individuos, por simples que se los imagine, no lo son nunca lo bastante como para no situarse con relación al orden que les asigna el lugar: no expresan la totalidad sino bajo cierto ángulo. Con esto se refiere a la identidad que considera la noción de hecho social total, donde, por el simple hecho de atender a una identidad representativa de una totalidad de la sociedad en la que está inscrito determinado sujeto, se abstraen diferentes niveles respecto a los cuales esta identidad puede ser relativa (como al sexo, la edad, el estatus, etcétera).

Por otro lado, y dejando atrás la reflexión sobre la *alteridad inmediata*, que según Augé es un objeto central de la etnología que se enfoca a la sociedad occidental actual; ubicándonos en el mundo contemporáneo en donde la antropología descubre sus objetos, reclama que no se crea que por el agotamiento del estudio en terrenos exóticos -porque los sigue habiendo- la antropología se vuelve hacia horizontes más familiares, sino que el mundo contemporáneo mismo, por el hecho

de sus transformaciones aceleradas, atrae la mirada antropológica.

En este horizonte de transformaciones, Auge dirige su análisis a las nociones de tiempo y espacio. En relación al tiempo comenta que muchos historiadores tienen problemas para establecer sus delimitaciones temporales porque experimentan grandes dificultades no sólo para hacer del tiempo un principio de inteligibilidad sino, más aún, para inscribir en él un principio de identidad. Afirma que en el fondo de esta transformación hay una superabundancia de acontecimientos. Es decir, que hay una dificultad para ubicar cada acontecimiento en su especificidad.

Esta superabundancia de información y la interdependencia inédita de lo que algunos llaman "el sistema planetario", plantea un difícil problema a la historia de la contemporaneidad (denominación que a causa de la frecuencia de acontecimientos de los últimos decenios corre el riesgo de perder toda significación). Para Augé este es un problema de naturaleza antropológica.

En este escenario de abundancia de acontecimientos con una sobrecarga de significados que inciden en la experiencia del

tiempo, observa Auge que hay una acentuada necesidad cotidiana de otorgar sentido a la existencia, al mundo. Esta necesidad de no dar un sentido al presente, sino al pasado es el rescate de la superabundancia de acontecimientos que corresponde a una situación que define como *sobremodernidad* para dar cuenta de su modalidad esencial: el exceso.

Otra instancia que a juicio de Auge caracteriza a la sobremodernidad, tiene que ver con el *espacio*. Observa que estamos en la era de los cambios en escala; menciona algunos elementos que caracterizan esa estrechez del planeta como es el desarrollo de la tecnología en los transportes, en las comunicaciones que posibilitan estar en cualquier lado en unas horas y que permiten el acceso a imágenes de acontecimientos que se están llevando a cabo del otro lado del mundo.

Presentimos -nos dice- que seguramente los efectos perversos o las distorsiones posibles de una información con imágenes así seleccionadas no solamente pueden ser manipuladas, sino que la *imagen* (que no es más que una entre millares posibles) ejerce una influencia y posee un poder que

excede, en mucho, la información objetiva que porta. Esta mezcla de imágenes (en las pantallas) de la información, la publicidad y la *ficción*, cuyo tratamiento y finalidad no son idénticos, por lo menos en principio, aparecen ante nuestros ojos como un universo relativamente homogéneo,⁵ no obstante, en el fondo provienen de ámbitos diferentes.

Para Augé, estos universos en gran medida tienen un carácter ficcional y son esencialmente universos de reconocimiento; advierte:

lo propio de los universos simbólicos es reconstruir para los hombres que los han recibido como herencia, un medio de reconocimiento (universo cerrado donde todo constituye signo; conjunto de códigos que algunos saben utilizar y cuya clave poseen), pero cuya existencia todos admiten; totalidades parcialmente ficticias pero efectivas, cosmologías que se podría pensar se conciben para hacer las delicias de los etnólogos.

En este contexto del espacio moderno, señala que la noción de hecho social total que se sostiene sobre una organización del espacio (y en la que se considera al

sujeto como entidad total y representativo de su entorno), es sobrepasada y se hace relativa. Esto quiere decir, por ejemplo, que en espacios como el de las grandes ciudades los individuos entran y salen o se sitúan y se desplazan en un rango muy amplio de descripciones identitarias (relativas al estrato social, a la ocupación, al lugar donde se habita, a la creencia religiosa, etcétera).

Es entonces, que así como la *inteligencia del tiempo* se ve socavada por la superabundancia de acontecimientos, la *inteligencia del espacio* se ve complicada por la superabundancia espacial del presente, que consiste, como ya se mencionó, en los cambios de escala, en la multiplicación de referencias imaginadas e imaginarias y en la espectacular aceleración de los medios de transporte. Esto conduce a modificaciones físicas considerables en concentraciones urbanas, traslados de poblaciones y la multiplicación de lo que entiende Auge por *no lugares*.

Algunos conceptos de lugar

Antes de ver en qué consiste esta idea de los no lugares, es necesario considerar otras nociones del

lugar (como el lugar existencial, el lugar de memoria, el lugar antropológico) que anteceden a la categoría de *no lugar*. El lugar o espacio existencial mantiene al parecer el mismo sentido que el lugar antropológico. Esta noción, la del lugar existencial, Augé la toma prestada de Merleau Ponty quien designa lugar de una experiencia de relación con el mundo; de un ser esencialmente situado en relación a un medio.

En cuanto al lugar entre las sociedades indígenas, por ejemplo, asegura que la marca social del suelo es tanto más necesaria tanto que no es siempre original. Que el etnólogo no ignora más que ellos las vicisitudes de su historia, su movilidad, la multiplicidad de los espacios a los que se refieren y la fluctuación de sus fronteras. Con todo esto, indica, "el lugar es una *invención*". Esta afirmación me parece relevante porque hace hincapié en el lugar como construcción social -y la importancia simbólica de éste- entre grupos en los que puede uno creer, que por el apego o arraigo que tienen a su territorio, es original efectivamente o que están ahí desde siempre.

Nos recuerda que la organización del espacio y la constitución

de lugares son, en el interior de un mismo grupo social, una de las modalidades de las prácticas colectivas e individuales y que las colectividades, como los individuos que se incorporan a ellas, tienen necesidad simultáneamente de pensar la identidad de la relación y, para hacerlo, de simbolizar los constituyentes de la identidad compartida; con lo que el tratamiento del *espacio* es uno de los medios de esta empresa.

Por tanto, para Augé el concepto de lugar antropológico se reserva para esta construcción concreta y simbólica de *espacio*, que no podría, por sí sola, dar cuenta de las vicisitudes y contradicciones de la vida social a la cual se refieren todos aquellos a quienes les asigna un lugar, por modesto o humilde que sea. Este lugar antropológico es, al mismo tiempo, principio de sentido para quienes lo habitan y principio de inteligibilidad para quienes lo observan. En otras palabras, se pueden considerar como este tipo de *lugar* aquellos espacios de carácter identitario entre el sujeto y el territorio; aquellos espacios para el encuentro, que se cumple por las palabras que se enuncian en

éste; por la formación de vínculos que se dan en él. El lugar antropológico se convierte en una referencia ya sea por su monumentalidad o ubicación que lo hizo permanente y que se mantiene en la memoria de aquellos que los frecuentan y los evocan.

En este lugar, también de memoria, necesariamente histórico, dice Pierre Nora, es donde se capta lo que ya no somos.

Augé señala que el estatuto intelectual del lugar antropológico es ambiguo:

No es sino la idea parcialmente materializada, que se hacen aquellos que lo habitan, de su relación con el territorio, con sus semejantes y con los otros. Esta idea puede ser parcial o mitificada, varía según el lugar que cada uno ocupa y según su punto de vista. Sin embargo propone e impone una serie de puntos de referencia que no son sin duda los de la armonía salvaje o del paraíso perdido, (puesto que está hablando *del lugar* en la sociedad contemporánea), pero cuya ausencia, cuando desaparecen (aún en el ámbito secular de la ciudad), no se colma fácilmente.⁶

Este señalamiento es importante porque remite a la noción de alteridad individual (o íntima como él la denomina) que está detrás de las diversas maneras en que se puede percibir no solamente el espacio inmediato, sino la ciudad en su conjunto. Ciudad o ciudades, europeas o norteamericanas, donde se experimenta el desvanecimiento de un sentido (constituido por los usos y estilos de usar la ciudad) o un espíritu que le otorga su carácter de ciudad al dispositivo urbano donde es hoy notorio un repliegue de los sujetos hacia el adentro. A consecuencia o como expresión alterna a una cosmovisión, en la ciudad, la experiencia del ser presenta un carácter acentuadamente individual, alentado y recreado por los discursos e imágenes que se despliegan en la escena urbana. Mensajes que autorizan solamente el tiempo de un recorrido, la coexistencia de individualidades distintas, semejantes e indiferentes unas de otras. Además, el dispositivo urbano del *freeway*, de la mega plaza comercial, exacerba esta soledad en público, soledad característica del *no lugar*.

El no lugar

Augé considera que si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad, ni como relacional, ni como histórico, se definirá como un *no lugar*. La hipótesis que plantea Augé es que la *sobremodernidad* es productora de *no lugares*, de espacios que no son en sí lugares antropológicos y que no integran los lugares antiguos catalogados, clasificados como de memoria. Algunos de estos no lugares pueden ser las terminales de diferentes transportes, las habitaciones de hotel, los clubes de vacaciones, los campos de refugiados, los supermercados, los distribuidores y cajeros automáticos. Estos no lugares revelan, según Augé, los gestos del comercio de oficio mudo, aparecen así en un mundo prometido a la individualidad solitaria, a lo provisional y a lo efímero.

Una aclaración de Augé, importante de tener presente, es que un *no lugar* no existe bajo una forma pura. En este espacio del *no lugar*, los lugares se recomponen, las relaciones se reconstituyen; el lugar y el *no lugar* son más bien polaridades falsas, el primero

nunca queda completamente borrado y el segundo nunca se cumple totalmente. Para Auge los no lugares son palimpsestos donde se reinscribe sin cesar el juego intrincado de la identidad y de la relación. Los no lugares -asegura- deben considerarse más bien como la medida de una época, medida cuantificable de una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más que con otra imagen de sí mismo. Esta situación, desde su punto de vista, genera nuevas y muy extrañas formas de soledad y tiene que ver con una serie de transformaciones como las que ha padecido el lugar existencial -entre otras cosas, un lugar de socialización- que alterna con otro tipo de lugar donde la soledad se experimenta como exceso o vaciamiento de la individualidad. Todo esto, señala Auge, se encubre en las ficciones que generan los discursos y las imágenes actuales.

Por otra parte, como Auge desarrolla la explicación del lugar y el no lugar tomando como referencia las nociones de lugar y espacio contenidas en el texto

L'Invention du quotidien, de Michel de Certeau,⁷ mencionaré brevemente algunos puntos que más que convergencias presentan diferencias en cuanto al significado de espacio y lugar que manejan estos autores.

En Michel de Certeau el sentido que impone el urbanismo a la ciudad, define lugares que para él equivalen a territorios asignados con una significación que le es dada desde fuera. Al establecerse otras rutas e itinerarios de manera aleatoria y divergente en el espacio urbano por diversos usos y estilos, el lugar geométrico se vuelve espacio. De Certeau entiende el lugar como "el orden según el cual, los elementos se distribuyen en relaciones de coexistencia", y al espacio como "entrecruzamiento de movibilidades". Para este autor, el espacio es el efecto producido por las operaciones que lo orientan, que lo circundan, lo temporalizan y lo llevan a funcionar como una unidad polivalente de programas conflictuales o de proximidades contractuales.⁸ Desde su punto de vista, el sentido cerrado del lugar se ve trascendido por los signifi-

De Certeau, Michel, "L'Invention du quotidien I", *Arfs de faire*, Galimard, 1990. *Op. cit.*, 1990.

cados que el transeúnte, en su andar, le otorga. En De Certeau estos andares son comparables a los actos de enunciación. Los andares son al sentido que especifica el urbanismo, lo que es la enunciación al lenguaje escrito:

el espacio es al lugar lo que se vuelve la palabra al ser articulada, es decir, cuando queda atrapada en la ambigüedad de una realización, transformado -el lugar en espacio— en un término pertinente de múltiples convenciones, planteado como el acto de un presente (o de un tiempo), y modificado por las transformaciones debidas a contingencias sucesivas. A diferencia del lugar, el espacio carece pues de la univocidad y de la estabilidad de un sitio propio.⁹

En suma, para De Certeau el espacio es un lugar practicado.

A las retóricas del andar, que De Certeau define como actos de enunciación, como actos de expresión simbólica, agrega otra noción que también aparece en Augé, pero con un sentido diferente. Es la idea de que el lugar se transforma en espacio, además por el hecho de ser transitado, por

ser referido mediante el relato -de espacio. Los relatos de espacio operan como organizadores y le permiten al sujeto apropiárselos, convertirlos en espacios de memoria.

Como se habrá advertido, De Certeau y Augé difieren en cuanto a la noción de lugar. Para el primero, éste remite al lugar geométrico, *lugar inerte*, que se convierte en espacio por las operaciones que en él se realizan. El sentido del lugar existencial, del lugar antropológico del que habla Augé, implica ciertas operaciones (relacionales, identitarias y de memoria) que son parte del sentido de espacialidad al que se refiere De Certeau.

La diferencia, importante de considerar, es en torno a la noción de los relatos de espacio que para De Certeau tienen un carácter positivo. Mediante ellos, los sujetos se apropian del espacio otorgándole de alguna manera un sentido personal, a diferencia del sentido impersonal en que se sitúa a los lugares en los discursos a los que se refiere Augé, quien, además de concebir el *no lugar* a nivel del territorio, también considera ciertas imágenes y discursos

⁹ *Ibid*, 1990, p. 129.

sos como conformadores de *no lugares* (por la naturaleza virtual de aquello que promueven), y que para él tendrían por ello un carácter negativo.

Cabe recordar una última cuestión, pero muy importante, para Michel de Certeau las prácticas como los andares y los relatos que convierten en espacio al lugar, son una expresión de resistencia frente al sentido unívoco impuesto por diversos regímenes como el urbanismo.

Según Augé, las imágenes o discursos que promueven el *reconocimiento*, el contacto del sujeto con otra imagen de sí mismo, exacerban un sentido de *lo público sin público* como dice Sennett.¹⁰

Augé concibe que el no lugar designa dos realidades complementarias pero distintas. Los espacios constituidos con relación a ciertos fines (transporte, comercio, ocio) y la relación que los individuos mantienen con esos espacios; y agrega:

ciertos lugares no existen sino por las palabras que los evocan, por las palabras que hacen imagen; no lugares en este sentido o más bien lugares imaginarios,

utopías triviales, clichés. Lugares que no se cumplen más que por la palabra, no en el sentido en que se evocan los lugares de memoria, que en algún momento fueron lugares antropológicos, sino en la evocación de lugares constituidos que no tienen esta característica del lugar existencial, sino que pueden ser una construcción de la propaganda publicitaria.

Un *no lugar*, que se crea a consecuencia de la invasión del espacio por el texto, es decir, de las imágenes y discurso que interpelan al transeúnte constantemente en su andar por la ciudad. Estas interpelaciones que hace el texto y que saturan el espacio ("gracias por su confianza; vacaciones en el caribe") son las que fabrican, según Augé, al hombre medio, definido como usuario del sistema total, comercial, bancario; estas interpelaciones lo constituyen y eventualmente lo individualizan.

Mientras que la identidad [...] de unos y otros constituía el lugar antropológico a través de las complicidades del lenguaje, las referencias del paisaje, las reglas no formales del saber vivir; estos *no lugares* crean la identidad no compartida

de los pasajeros, de la clientela o de los conductores de domingo. Sin duda, inclusive, el anonimato relativo que necesita esta identidad provisional puede ser sentido como una liberación por aquellos que por un tiempo no tienen que atenerse más que a su rango, mantenerse en su lugar y cuidar su aspecto.

De esta manera, para Auge (a diferencia de los lugares que desde su punto de vista crean lo social orgánico), los *no lugares* crean la contractualidad solitaria, el control *a-priori* o *a-posteriori* de la identidad y del contrato que coloca el espacio del consumidor contemporáneo bajo el signo del *no lugar*. Las palabras casi ya no cuentan, no hay individualización (derecho al anonimato) sin control de la identidad. El espacio del *no lugar*, a su parecer, no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud.

Ante este panorama, el autor, preocupado por el futuro de las culturas y la incidencia de la globalización, que algo notable resulta de lo que se podría llamar las "participaciones cruzadas" de los aparatos publicitarios (las revistas de las compañías aéreas hacen la publicidad de los hoteles que hacen la publicidad de las

compañías aéreas), y lo interesante es que todos los consumidores de espacio se encuentran así atrapados en los ecos y las imágenes de una suerte de cosmología objetivamente universal, en otras palabras, un universo en donde las formas de interpelación de diferentes órdenes, publicitarios, políticos, informativos, etcétera, le plantean al lector un sentido cuya convencionalidad trasciende cada vez más las fronteras culturales, no obstante la multiculturalidad en aumento de las ciudades.

En cuanto a la alternancia *del lugar* y el *no lugar*, Augé asegura que éstos se interpenetran, que la posibilidad del *no lugar* no está nunca ausente de cualquier lugar. El retorno al lugar es el recurso de aquel que frecuenta los *no lugares* y que sueña con una residencia secundaria arraigada en las profundidades del terruño.

Sobre la relación entre espacio social y *no lugar* en general, concluye que, cuando los individuos se acercan, hacen lo social y disponen los lugares, en el espacio de la sobremodernidad, los individuos (clientes, pasajeros, usuarios, oyentes) no están identificados, socializados ni localizados (nombre, profesión, lugar de

nacimiento, domicilio) más que a la entrada o a la salida. En la sobremodernidad, a modo de un inmenso paréntesis, los no lugares acogen a los individuos cada día más numerosos, tanto más, cuanto que a ellos apuntan particularmente todos aquellos que llevan hasta el terrorismo su pasión por el territorio a preservar o a conquistar (*Idem*, 1992, p, 114).

Una etnología del metro

En *El viajero subterráneo*,¹¹ Augé aborda, antes que en el texto de los no lugares, el concepto de hechos sociales totales; hace una crítica al relativismo cultural y enfatiza que la noción de individuo es indispensable para comprender el hecho social total. Con ello comienza a poner el acento en la idea de *alteridad íntima*. Reflexiona sobre los problemas y las limitaciones de la etnología en el pasado (sobre su etnocentrismo, sus generalizaciones, etcétera) y también, aunque no tan detenidamente como en los no lugares, plantea la posibilidad de una etnología para comprender lo inmediato. Augé analiza la alteridad

íntima en el contexto del metro, en la experiencia de viaje, donde el viajero se desplaza como en una burbuja que recubre su individualidad y el mínimo espacio que va ocupando durante el trayecto, que en ocasiones es irrumpida por el congestionamiento que suprime las distancias. Augé argumenta que en todas las sociedades hay otros y propiamente no hay otra cosa y que esta simple comprobación relativiza por sí misma la definición de niveles, de umbrales de identidad (generaciones, clases, acciones, naciones) y al relativismo mismo.

Los otros no son tan irreduciblemente otros que no tengan una idea de alteridad, de la alteridad lejana claro está (la de los extranjeros), pero también de la alteridad inmediata (la de sus semejantes próximos). La otredad no sólo frente al extranjero, a mi prójimo. En el metro, los signos de la alteridad inmediata, son numerosos. La alteridad inmediata (pero ¡ay! ya un poco lejana) es ante todo la de los jóvenes cuya juventud significa para los demás que su propia juventud ya se ha ido.¹²

¹¹ Augé, Marc, *El viajero subterráneo*.

¹² *Ibid*, 1987.

etnólogo en el metro, Gedisa, 1987.

Por cuanto nos acerca a la humanidad cotidiana, el metro parisino, dice Auge, desempeña el papel de un vidrio de aumento. Invita a medir un fenómeno que sin él, se corre el riesgo de ignorar que el mundo en su mayoría se rejuvenece y que los ya no tan jóvenes nos vamos quedando atrás; que es un espacio donde confluyen historias y velocidades diferentes de las personas ya no tan jóvenes y de los jóvenes que se impacientan en las demoras iniciales.

Desde esta perspectiva Auge ve que el metro no es lugar de sincronías. A pesar de la regularidad de los horarios, cada cual celebra allí, por su cuenta, sus fiestas y sus cumpleaños; cada biografía es singular. Pero sobre todo hay que admitir -nos dice- que cotidianamente (en este espacio del metro, de la soledad sin el aislamiento) los individuos toman itinerarios que no pueden dejar de tomar, atados a los recuerdos que nacen de la costumbre y a veces la subvierten. Los individuos rozan, ignorándola pero persistiéndola a veces, la historia de los demás y pasan por los caminos marcados por una memoria colectiva trivializada, cuya eficacia sólo se percibe ocasionalmente y a la distancia.

En otra parte del libro y trasladándose del hecho social total a la *alteridad íntima*, Augé precisa que, para expresar del mejor modo posible la esencia del fenómeno social que se da en el metro, se debe tomar en cuenta no sólo su carácter instituido y colectivo, sino también aquello que dentro de ese carácter se presta a elaboraciones singulares y a imaginaciones íntimas, las cuales, si no se advierten, el análisis del metro como fenómeno social ya no tendría ningún sentido.

En este texto se hace hincapié también sobre aquellos aspectos que debe tener muy presentes toda etnología que pretenda ayudar a comprender lo que nos es demasiado familiar, que en el caso del metro es la idea de la *alteridad íntima*.

Augé, casi al final del análisis sobre el metro, concluye que "tal vez consideraría el etnólogo que la existencia de un cruce de arterias sin dioses, sin pasiones, sin combates, representa hoy el estadio más avanzado de la sociedad y configura el ideal de toda demografía". Reconoce, además, que la imagen del metro parisino siempre estuvo asociada para él con el carácter ineluctable e irre-

versible del recorrido humano individual (*op. cit.* y 1987). Que su objeto se refiere a la experiencia de un recorrido interior; de los estados de las diferentes individualidades que allí, en el metro, comparten sus soledades.

Auge recuerda que del etnocentrismo -que le significó una limitación- de una primera antropología en el estudio de culturas lejanas, quedó una experiencia:

Si la experiencia lejana nos ha ayudado a descentralizar nuestra mirada, debemos sacar provecho de esta experiencia. El mundo de la sobremodernidad no tiene las medidas exactas de aquel en el cual creemos vivir; pues vivimos en un mundo que no hemos aprendido a mirar todavía. Tenemos que aprender de nuevo a pensar el espacio (*ibid.*, 1996, p. 42).

Bibliografía

- Augé, Marc, *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Barcelona, Gedisa, 1996.
- , *El viajero subterráneo. Un etnólogo en el metro*, Barcelona, Gedisa, 1987.
- De Certeau, Michel, *L'Invention du quotidien I. Arts de faire*, Galimard, 1990.
- Sennett, Richard, *The fall of the Public Man*, Faber and Faber, Londres, 1986.