



NOTAS SOBRE LOS NO LUGARES DE MARC AUGÉ

Ramon Alcoberro

No-lugares es el concepto que se usa en sociología y en antropología cultural para describir los espacios, básicamente urbanos e impersonales, de circulación, de consumo y de comunicación anónima, propios de nuestra contemporaneidad. Aunque había sido ya planteado por otros antropólogos (Duvignaud, de Certeau etc.), fue el etnólogo Marc Augé quien, en su libro *Los no lugares. Espacios del anonimato* (1992), consolidó el uso de “no lugares” para describir toda una serie de espacios por donde nos movemos casi imperativamente, pero que, por lo menos en un principio, no fueron pensados para que nadie permaneciese en ellos y, mucho menos aún, para residir o para socializarnos.

El concepto de “no-lugar” es uno de los que se ha revelado más significativo cuando se pretende explicar desde la antropología, pero también desde el urbanismo e incluso en la teoría política), el tipo de relaciones con el espacio (y por extensión con los demás humanos) que se ha establecido en nuestro tiempo. Las estaciones de metro, de ferrocarril o de autobús, los aeropuertos, las autopistas o los centros comerciales, por ejemplo, (pero también las audiencias de las grandes cadenas televisivas de entretenimiento) son “no-lugares”; deambula por ellos una gran muchedumbre, pero nadie vive allí. Son espacios del viajero, lugares híbridos donde “nunca se está en casa”. El no-lugar es el espacio básicamente urbano, típico del tiempo de modernidad avanzada, es decir, de lo que Augé denomina “sobremodernidad”, palabra que no debería confundirse con la “postmodernidad” de Lyotard, aunque ambos conceptos forman parte, más o menos, de un mismo campo conceptual. De hecho, la “sobremodernidad” y la “postmodernidad” se solapan de una manera clara. En cualquier caso, para situarnos en el debate sobre los no lugares tal vez no estaría de más empezar definiendo “sobremodernidad” porque un no-lugar es un espacio físico impensable sin ella. Ambos son conceptos que surgen en la crisis del humanismo y cuyo contexto es claramente existencialista. Mediante la referencia a la postmodernidad, Lyotard quiso expresar lo que sucede en un tiempo de creencias débiles, cuando se ha consumado el “fin de los grandes relatos” mediante los cuales los individuos se explicaban –a sí mismos y a otros– su existencia, sus anhelos y sus miedos. La posmodernidad es también un “pensamiento débil”, un flujo enmarcado en un tiempo donde la tecnología impone su ley. También en el vocabulario de Marc Augé, se llega se constata y se describe el fin de los grandes relatos, pero Augé destaca en el mundo actual una característica específica. “Sobremodernidad” es un tiempo en que abundan los acontecimientos, aunque no resulten significativos. Es la era de sobreabundancia, que conduce a la vacuidad. Se vive en medio de un

proceso de aceleración (tecnológica, social, informacional) que conduce a la uniformización del mundo, pero también es un tiempo de vacío de ideas; de “estar” y “pasar” pero sin ser ni permanecer.

Como escribió Augé el prefacio de *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos* (1994): “la paradoja del momento actual quiere que toda ausencia de sentido pida sentido, así como la uniformización llama a la diferencia”. Los no lugares describen el nuevo contexto urbano y simbólico que corresponde a la sobremodernidad. No se trata de lugares abandonados, ni marginales, ni vacíos, sino de espacios de circulación y de consumo, en los que se produce una confluencia anónima. Los no lugares pueden ser bulliciosos, a veces incluso espectaculares y estar llenos de gente que transita por ellos. Pero las gentes se detienen en ellos solo el tiempo mínimo imprescindible para comprar algo o para trasladarse de un sitio a otro. Son construcciones instrumentales, como lugares sin atributos, sin substancia, inseparables de la prisa (o tal vez mejor sería decir de la “aceleración”) y del nerviosismo propio de la “sobremodernidad”; y es fácil constatar que se multiplican cada vez más y que son idénticos en todas partes del mundo. Nada más igual, aquí y allí, que un aeropuerto. En los no-lugares uno difícilmente está solo, pero se encuentra en compañía solo física de otros (sin ninguna relación con quienes están al lado). Por los no-lugares solo “se pasa”; se procura abandonarlos rápidamente porque a veces producen desasosiego; y en el extremo ni siquiera somos conscientes de pasar por ellos porque hemos decidido no “verlos” sino tan solo “usarlos”.

“No-lugar” es lo contrario a “lugar antropológico”. Cualquier sociedad tradicional dispone, incluso con una cierta abundancia, de “lugares antropológicos” más o menos solemnes donde la comunidad se expresa, se conmemora y se representa a sí misma. En los lugares antropológicos “pasan cosas” que resultan significativas; en cambio, en los no lugares, lo mejor es que no suceda nada. Porque cuando algo sucede, acostumbran a ser desgracias. Las plazas donde la gente se reúne, las iglesias, las catedrales, las grandes plazas y avenidas, los palacios donde residen las instituciones, etc., resultan muy significativas desde el punto de vista antropológico o etnológico. Muchas veces se trata de “lugares de memoria”, cruciales para la historia y la cultura. Los lugares poseen rasgos “identificatorios, relacionales e históricos” (p.58).

Por el contrario, un espacio que no se puede definir ni como identitario, ni como relacional, ni como histórico, es un “no-lugar” en el sentido que Augé da a este concepto. Existe un deber de memoria asociado a determinados lugares y tiene dos aspectos básicos: el recuerdo y la vigilancia – que es la actualización del recuerdo. Pero en un no-lugar nada de eso es posible. La “melancolía activa” de la memoria se contrapone al olvido del no-lugar. En el no-lugar “nunca estás en casa”; se pasa por él, pero ni se vive, ni se personaliza. Se puede expresar de una forma más técnica: en un no-lugar no hay correspondencia entre disposición espacial y disposición social. El no-lugar se usa por todos, pero no identifica a nadie. Tal vez solo el mendigo o algún vendedor callejero (y la policía en horario laboral) está allí en forma más o menos permanente. En un no-lugar la tradición no existe y ni siquiera su continuidad es demasiado segura. En un no-lugar lo sagrado no tendría ningún sentido, ni hay lugar para ningún ritual. Pero cada vez proliferan más los no-lugares y el propio Augé ha observado que para algunos jóvenes determinados no-lugares acaban siendo lugares de encuentro (en Barcelona, por ejemplo, los jóvenes se citan fácilmente ante la tienda de Apple en plaza da Catalunya, porque tienen wifi gratis). Tradicionalmente – y lo diremos con palabras del propio Augé, en su librito introductorio “¿Qué es la antropología?”, (ed. or. 2004): “la noción de alteridad no ocupa el centro de la actividad antropológica únicamente porque ésta trate de la diversidad, sino porque es su instrumento”. Cuando todo el planeta se llena de no-lugares la alteridad tiende a desaparecer o

a reinventarse en formas a veces profundamente crueles (violencia callejera, machismo...). Y ese es un problema mayor de la modernidad. Hoy cuando “la identidad le debe tanto a lo global como a lo local” (“¿Qué es la antropología?” ed. esp. 2012, p.121) los no lugares son testimonio privilegiado de lo que se entiende por sobremodernidad.

De hecho, la diferencia entre lugares y no-lugares se empezó a borrar como consecuencia de la crisis de 2008. En Estados Unidos el aumento del precio de la gasolina y de las compras por Internet están produciendo la crisis de los grandes centros comerciales que, a veces, eran lugar de encuentro de gentes de una extensa comarca. Es obvio también que muchos centros comerciales en todo el mundo se han ido convirtiendo en refugios de parados y subempleados que solo buscan en ellos la calefacción y el aire acondicionado porque no tienen capacidad para consumir. Allí donde se suponía que la gente solo circulaba, hoy –y especialmente tras de la crisis del 2008– ya está empezando a “quedar”, primero –y a “quedarse” después. Augé siempre ha considerado –y conviene decirlo claro para evitar malos entendidos y dogmatismos varios–, que “no hay lugares y no lugares en el sentido absoluto de los términos; hay una diferencia radical entre las relaciones sociales simbolizadas y la comunicación real, tal como sucede en lo que llamamos ‘redes sociales’.” (*El porvenir de los terrícolas*, trad. es., p.37).

El no lugar puede acabar produciendo incluso algunas figuras, como por ejemplo los jóvenes del extrarradio, que terminan pareciéndose a su propia caricatura (por su ropa, lenguaje, etc.) de una manera bastante lamentable. E incluso el no lugar puede resultar un espacio lujoso (en *El metro revisitado*, pone el ejemplo del Metro de Caracas, un lugar extrañamente limpio en un entorno de grave conflictividad social). Pero con la globalización los no lugares van creciendo y, de hecho, las telenoticias acaban convirtiendo el mundo entero en no lugar donde la información se degrada a cosas que “pasan” sin crear auténtica realidad y ya ni siquiera se produce indignación moral. No nos puede sorprender que urbanistas y teóricos de la información cada vez usen más el concepto de “no lugar”. Tal vez porque se ajusta a una época donde el “pasar” ocupa el lugar de lo que alguna vez fue “ser”.

- **Marc Augé:** *Los no-lugares. Espacios del anonimato.* (ed. or., 1992), Traducción de Margarita Mizraji. Ed. Gedisa, 2008 (reimpresión).
- **Marc Augé:** *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos.* (ed. or., 2009). Traducción de Alberto Luís Bixio. Editorial Gedisa, (3ª ed., 2006).
- **Marc Augé:** *El metro revisitado. El viajero subterráneo veinte años después.* (ed. or., 2008), Traducción de Rosa Bertán y Marta Betrán. Ed. Gedisa, 2009.
- **Marc Augé:** *El porvenir de los terrícolas. El fin de la prehistoria de la humanidad como sociedad planetaria.* (ed. or., 2017), Traducción de Alberto Berenguer. Ed. Gedisa, 2018.
- **Marc Augé y Jean-Paul Colleyn :** *¿Qué es la antropología?* (ed. or., 2004), Traducción de Carlos Roche. Ed. Gedisa, 2012.
- **Manuel Delgado:** “Dentro del no lugar” Diario El País, 18 abril 2018.