

L'INTERVENTO

# I non luoghi di Augé nel secolo dei social

Il grande antropologo è stasera ospite a Pistoia dei "Dialoghi sull'uomo"

*"I non luoghi vent'anni dopo" è il titolo dell'incontro con l'antropologo Marc Augé*

stasera in piazza Duomo (ore 21.15) a Pistoia per i "Dialoghi sull'uomo"

MARC AUGÉ

**A**l giorno d'oggi tutti gli sforzi per creare un luogo, nel senso antropologico del termine, si scontrano con il problema posto dal cambiamento di scala subito dalla vita e dalla società umane. Questo passaggio alla scala planetaria, dovuto soprattutto allo sviluppo delle tecnologie della comunicazione, ha due conseguenze: da una parte la comparsa di spazi in cui i rapporti sociali non si possono leggere in modo immediato (gli spazi



di consumo o di transito); d'altra parte la generalizzazione di un contesto globale che condiziona ogni sforzo di "localizzazione".

Così, le eterotopie, nel senso foucaultiano del termine, sono sempre dipendenti dalla nuova contestualizzazione che si definisce attraverso i "non-luoghi" della circolazione, del consumo e della comunicazione.

Tuttavia, noi abbiamo bisogno di luoghi e passiamo il tempo a "fare luogo", nella misura in cui abbiamo bisogno del rapporto e del legame con gli altri. Uno degli aspetti della crisi attuale si deve proprio alla tensione fra queste due dimensioni contrarie.

Il cambiamento di scala della vita umana è l'evento chiave della nostra epoca.

SEGUE A PAGINA XII

Pubblichiamo un testo del grande antropologo che stasera è ospite dei "Dialoghi sull'uomo" a Pistoia

## Dai social alle vacanze i non luoghi di oggi

Marc Augé vent'anni dopo esplora gli spazi delle nostre nuove solitudini

<DALLA PRIMA DI CRONACA

MARC AUGÉ

**S**i impone da qualsiasi punto di vista lo si guardi. Più di vent'anni orsono avevo associato il concetto di non-luogo agli spazi della circolazione, del consumo e della comunicazione, illustrati rispettivamente dall'aeroporto, dal supermercato e dal televisore. In questi spazi l'individuo è solo, nel senso che in essi il suo rapporto con gli altri non è governato da nessun'altra regola simbolica, se non dalle norme generali della vita associata. In un certo senso, il fattore comune a questi diversi spazi è il consumo. Infatti la circolazione è un bene di consumo: oggi si comprano viaggi, soggiorni, vacanze. Il bene di consumo per eccellenza è poi la comunicazione, che paradossalmente si individualizza incessantemente: il cellulare diventa un piccolo computer e consente di tenersi in contatto con il mondo interno. Le tecnologie evolvono rapidamente e obbligano

chi vuole restare "connesso" ad acquistare ogni volta l'ultimo modello.

Si stabilisce così una nuova forma di discriminazione fra quelli che sono "in", cioè partecipano alla comunicazione elettronica, e quelli che ne sono più o meno esclusi. La novità è che il criterio discriminante è la capacità di farsi dei rapporti, degli "amici". Obama e Lady Gaga cantano milioni di amici su Facebook. Si sarebbe tentati di distinguere due forme di solitudine: la solitudine tradizionale, essa stessa ambivalente perché può essere ricercata come si cerca la calma e la possibilità di ritrovarsi, oppure temuta quando è imposta dall'isolamento, e le nuove solitudini legate alla pratica sistematica e illusoria di quelli che chiamiamo social network, e che può condurre all'alienazione e alla nevrosi.

Il concetto di social network o rete sociale riassume le contraddizioni della situazione odierna. L'uomo è un animale simbolico e ha bisogno di rapporti iscritti nello spazio e nel tempo; ha bisogno di "luoghi"

in cui la sua identità individuale si costruisce nel contatto con gli altri, essendo messi alla prova degli altri. Il fascino esercitato dai mezzi di comunicazione elettronica lo testimonia: ma il suo ideale di ubiquità e di istantaneità è contrario all'apprendimento del rapporto fra individui, che necessita di tempo e di spazio.

Davanti a ciò che si percepisce come una spersonalizzazione dei rapporti sociali e davanti all'emergenza di nuove forme di isolamento e solitudine, le reazioni umane sono spettacolari. In un certo senso, noi passiamo il nostro tempo a cercare di "fare luogo". (...) Creiamo ogni giorno degli abbozzi di luoghi, anche effimeri o superficiali: al caffè sotto casa, dal fornaio, negli esercizi commerciali di prossimità, e molti giovani si ritrovano nei grandi centri commerciali. E' quindi impossibile compilare elenchi di luoghi assoluti e di non-luoghi assoluti nel senso empirico del termine: tutto può "fare luogo".

Probabilmente è questo il motivo per cui alcuni, indipendentemente dalle loro motivazioni, tenta-

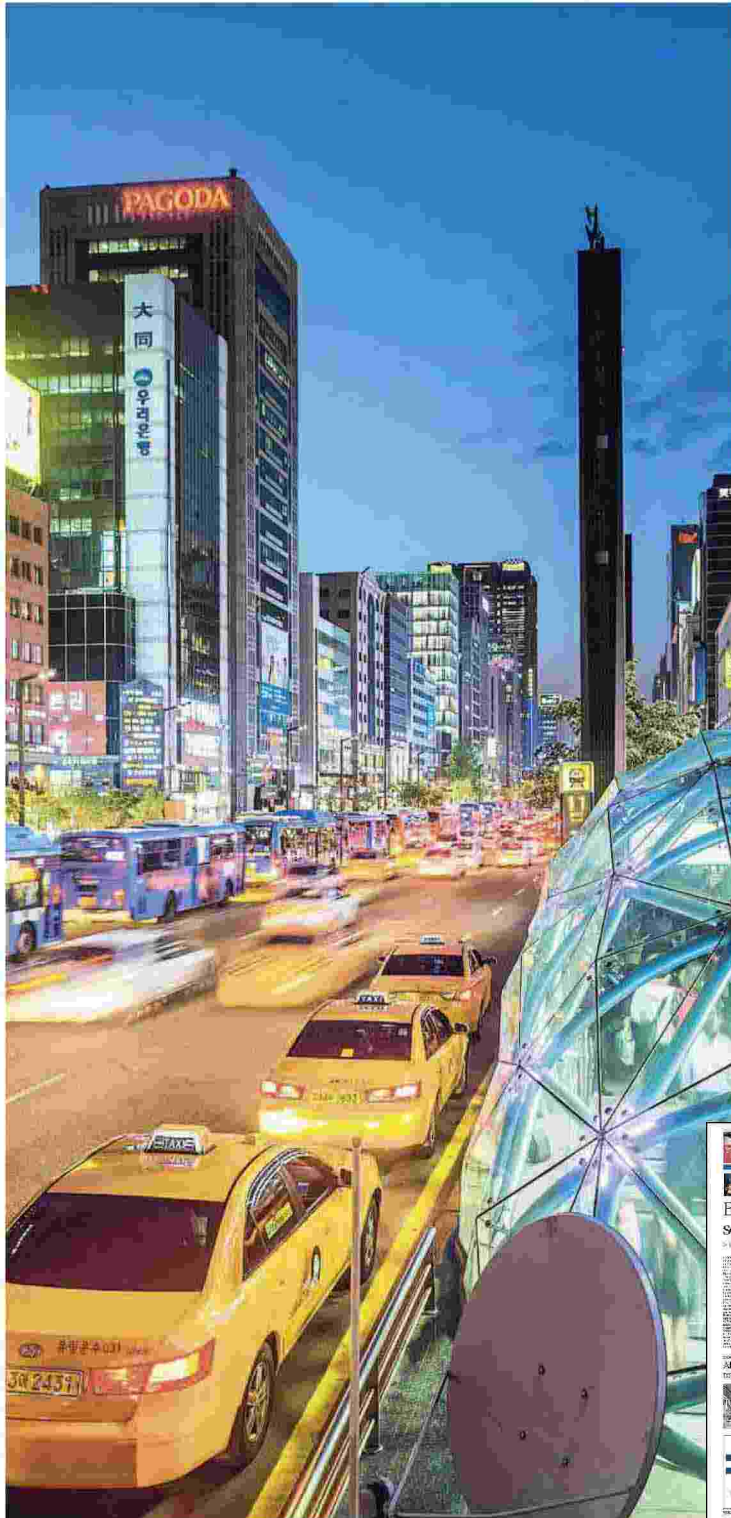
no di fare dei luoghi nuovi, con una modalità ludica ed effimera (villaggi vacanze) o più stabilmente (certi pensionati francesi vanno a stabilirsi al mare in Marocco o in Portogallo). Aspirano a creare legami nuovi, nuove modalità di rapporto in un ambiente propizio. Sono le "eterotopie" di cui parlava Foucault, cioè forme di utopie realizzate. Esse assumono una forma più tragica quando dei migranti fuggono la miseria e la violenza, e se so-

pravvivono, si ritrovano in campi profughi in attesa di un luogo utopico e sognato.

Oggi i non-luoghi sono il contesto di ogni luogo possibile. E' ciò che sta dietro il termine "globalizzazione", che innanzitutto significa passaggio alla scala planetaria. Uno degli aspetti della crisi attuale si deve alla tensione fra necessità del luogo ed evidenza della nuova contestualizzazione. E' la sfida che

viene oggi lanciata all'architettura: come creare un chez soi, una casa propria che sia anche un'apertura sull'esterno? La questione del contesto ha sempre preoccupato gli architetti; d'ora in avanti essa si pone in termini nuovi. A partire dal momento in cui, poco a poco, ogni contesto diventa planetario, assistiamo alla fine della preistoria dell'umanità come società planetaria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL PARADOSSO

Gli incontri su internet danno un'idea di ubiquità e rapidità ma al contrario noi ci definiamo nello spazio e nel tempo



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.