

**IL SAGGIO**

Nuova edizione per la nota opera dell'antropologo Marc Augé

## I «nonluoghi» globali della solitudine umana

**N**uova edizione del celebre volume dell'antropologo francese **Marc Augé** «**Nonluoghi**» (112 pagine, 10 euro), il libro che ha inventato una parola, una parola che ha dato un enorme impulso alla sociologia e all'antropologia contemporanea. Per l'occasione, Augé ha scritto per l'editore **Elèuthera** una nuova introduzione: quindici pagine densissime, dove affronta, descrive e commenta i nuovi nonluoghi, dal telefonino alle reti informatiche, ai computer, alle tv, al rapporto tra città e territorio, tra urbanizza-

zione e architettura, singolo e comunità, mondializzazione e povertà, frontiere e barriere, sistema, occidente, storia e democrazia.

Dall'antropologia alla musica, alla fotografia, al costume, al credo religioso, a tutto ciò che ci circonda e s'intreccia con le nostre esistenze, questo libro ha coniato un nuovo termine, ha dato impulso a una sconosciuta sensibilità d'indagine su ciò che siamo, dove viviamo, come pensiamo. Il limbo, il treno, il supermercato, il campo profughi, le catene alberghiere... sono tutti nonluo-



Un centro commerciale: uno dei simboli dei «nonluoghi» postmoderni

ghi che ci raccontano di noi, della solitudine dell'uomo, delle tracce indelebili che lasciamo, della parabola che percorriamo in silenzio, in fuga, come traguardo, con paura, in rivolta, in tran-

quillità, con sicurezza... Spazi anonimi cui si accede, per paradosso, dando prova di esistere. «È nell'anonimato del nonluogo che si prova in solitudine la comunanza dei destini umani».

