

image not found or type unknown



El metro revisitado

Marc Augé

Fecha de publicación:

18/02/2010

Sello Editorial:

Ediciones Paidós

Contacto de prensa

Nombre: Paloma Cordón

Teléfono: 93 492 86 33

Email:

pcordon@planeta.es

El célebre autor del concepto de los no-lugares, refiriéndose a grandes superficies comerciales, aeropuertos o autopistas nos propone el metro como lugar de reflexión... Una exquisita pieza literaria dentro de la colección de textos escogidos, El arco de Ulises.

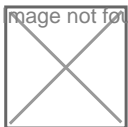
Más de veinte años después de *El viajero subterráneo. Un etnólogo en el metro*, publicado en 1982, nos hallamos frente a un nuevo texto que quiere ser en palabras de Marc Augé «una mirada retrospectiva para intentar hacer un balance» de lo que ha cambiado y de lo que permanece.

Augé vuelve al libro escrito en 1982, observa el mismo metro de París que transita cada día y nos descubre las transformaciones que se han sucedido en el mundo en general, al hilo de las reflexiones que le provoca este medio de transporte.

No sólo para leer o pensar, sino para investigar el componente humano de cualquier ciudad en la que se utilice masivamente.

Dentro de la colección **El arco de Ulises** de textos escogidos de pensadores de todos los tiempos podemos encontrar títulos como *Carta a D.* de André Gorz, *El ángel caído* de Harold Bloom, *Homenaje a Melville* de Jean Giono o *Del amor* de Marcel Conche, entre otros.

image not found or type unknown



Marc Augé

Marc Augé, reconocido antropólogo francés, acuñó el término «no-lugar» para referirse a los lugares de transitoriedad, espacios intercambiables donde el ser humano es anónimo, como los medios de transporte, las grandes cadenas hoteleras, los supermercados, e incluso los campos de refugiados.

Marc Augé es director de estudios en la École des hautes études en sciences sociales, de la que fue presidente desde 1985 hasta 1995. También ha sido responsable y director de diferentes investigaciones en el Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS).