

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE HISTORIA
ÁREA DE ANTROPOLOGÍA

**COMER CON LAS MANOS EN UN ESPACIO DEL ANONIMATO:
Mc DONALD'S COMO UN NO LUGAR**



En el Grado Académico de

LICENCIADO

Nueva Guatemala de la Asunción,
Octubre de 1998

14
703307
2.27

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE HISTORIA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: Ing. Agr. Efraín Medina Guerra
SECRETARIO: Dr. Mynor René Cordon y Cordon

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE HISTORIA

DIRECTOR: Lic. Gabriel Efraín Morales Castellanos
SECRETARIO: Lic. Héctor Toussaint Cabrera Gaillard

CONSEJO DIRECTIVO

DIRECTOR: Lic. Gabriel Efraín Morales Castellanos
SECRETARIO: Lic. Héctor Toussaint Cabrera Gaillard
VOCAL I: Lic. Oscar Rolando Gutiérrez
VOCAL II: Lic. Celso Arnoldo Lara Figueroa
VOCAL III: P.E.M. Clara Patricia Hernández López
VOCAL IV: Bachiller Fernando Cabrera Galindo
VOCAL V: M.P.U. Vera Laura Rodas Vásquez

COMITÉ DE TESIS

Licenciado Celso Arnoldo Lara Figueroa
Licenciada Lesbia Ortiz
Licenciado Carlos René García Escobar



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE HISTORIA
Ciudad Universitaria, Edificio 3-1, Segundo Nivel, Zona 12
Teléfonos: 4769854 - 4769866
Fax: 4769866

Nueva Guatemala de la Asunción,
26 de Octubre de 1998

Señores Miembros del
Consejo Directivo
Escuela de Historia
Ciudad Universitaria
Ciudad

Honorables Miembros:

En atención a lo especificado en el Punto TERCERO, Inciso 3.1 del Acta No.7/98, de la sesión celebrada por el Consejo Directivo el día 10 de Marzo de 1998 y dando cumplimiento a lo que reza el Capítulo V, Artículos 7º, 8º, 9º, 10º, y 11º, Incisos a, b, c, d y e, del Reglamento para la elaboración de Tesis de Grado de la Escuela de Historia, rindo dictamen favorable al informe final de tesis titulado Comer con las manos en un espacio del anonimato, McDonald's como un no lugar, del estudiante Felipe Antonio Girón Palacios, Carnet No.91-18325.

Por lo anterior solicito se nombre Comité de Tesis para continuar con los trámites correspondientes.

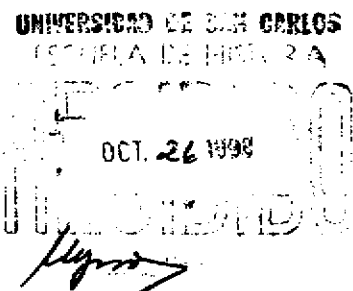
Sin otro particular, quedo de ustedes atento y seguro servidor.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Celso A. Lara Figueroa
Asesor de Tesis

c.c. Archivo

asdo

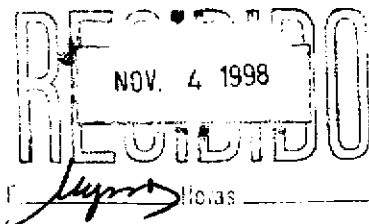




Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Nueva Guatemala de la Asunción,
4 de Noviembre de 1998

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
ESCUELA DE HISTORIA



Señores
Miembros del
Consejo Directivo de la
Escuela de Historia
Ciudad Universitaria

Señores Miembros:

Después de saludarlos muy atentamente, nos permitimos hacer de su conocimiento que en cumplimiento a lo que reza en el Capítulo VI, Artículos 12 y 13, Incisos a, b, c y d del Reglamento para la elaboración de Tesis de Grado de la Escuela de Historia, rendimos dictamen favorable al informe final de tesis Comer con las manos en un espacio del anonimato, McDonald's como un no lugar, del estudiante FELIPE ANTONIO GIRON PALACIOS, Carnet No.91-18325.

Sin otro particular y con las muestras de consideración y estima nos suscribimos de ustedes, atentamente.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Celso A. Lara Figueroa
Presidente Comité de Tesis


Lic. Carlos René García Escobar
Miembro Comité de Tesis


Licda. Leslie A. Ortiz
Miembra Comité de Tesis

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Le dedico esta tesis a Dios porque su existencia ha sido fuente inagotable de inspiración e investigación sobre mi existencia. A mi hermano Augusto, por sus oraciones y sabios consejos. A mi padre por enseñarme el amor a la sabiduría. A mi madre por mostrarme las pluralidades de culturas. A mi hermana Rita por su irrestricto apoyo. A mi hermano Mario por recordarme la importancia de una disciplina de trabajo. A mi hermano René por sus constantes discusiones sobre la realidad social del país. A todos mis sobrinos que juntos me han enseñado que no he dejado de ser niño y finalmente se la dedico al buen lector y al que quiera leer, principalmente si entre ellos se encuentra mi *costilla*.

A todas aquellas personas que compartieron conmigo la elaboración y discusión de esta tesis les doy mi más sincero agradecimiento, puesto que muchos de ellos fueron vitales para el desarrollo de esta tesis. En especial quiero mencionar a Julián López García, puesto que bajo el abrigo de su hogar nació este proyecto. A Eduardo Archetti cuyos comentarios lúcidos sobre la tesis de los no lugares me hicieron recordar lo importante que es leer los clásicos. A "Chanis", alias Luis Enrique Ferro Vidal, por su calurosa amistad y sus reflexiones que han consolidado parte de mi itinerario intelectual. Al profesor Celso Lara por su apoyo incondicional para que este proyecto se realizara. A mi amigo Edgar Gutiérrez alias el "zorro", por su vitalidad y tiempo para discutir este tema. A la familia Estrada Menéndez por su apoyo incondicional y asesoría en el manejo de la computadora. A Juan Pablo Herrera por su apoyo y paciencia en el levantamiento de esta versión final. A todos mis amigos y compañeros de clase que me preguntaban por los progresos realizados y con quienes he compartido momentos muy ricos de discusión y convivencia, ellos también tienen su aporte en este texto que espero lo reconozcan cuando lo lean. Y finalmente a este rico mundo del *caos* que por medio de él también me he encontrado.

**Los criterios vertidos
en la presente tesis
son responsabilidad
exclusiva de autor.**

INDICE

INTRODUCCIÓN	i
Capítulo 1	
De los lugares a los no lugares	2
La práctica del trabajo de campo y su producción de lugares Antropológicos	6
Algunos lugares antropológicos en Guatemala	9
Modernidad y Sobremodernidad	11
De los lugares a los no lugares y viceversa: una crítica a los no lugares de Marc Augé	14
Consumo, cultura de masas y no lugares	19
Capítulo 2	
Antropología de la Alimentación y Comida Rápida	24
Análisis Estructural y el Triángulo Culinario	24
Comer rápido y Comer con las manos: un Acto Privado Realizado en Público	27
Comida Rápida y Comida	30
La identidad de la hamburguesa	30
Capítulo 3	
Mc Donald's como un lugar y como un no lugar	33
Comida rápida, modernidad y cultura de masas	34
I. Mc Donald's como un lugar	37
La McDonalización de la sociedad	38
Hamburguesa chapina y desayuno tradicional	39
Una piñata en Mc Donald's	41
Tomar un café en Mc	43
Mc Donald's patrocinador de nuestro fútbol	43
"Para comer aquí o ..."	44
II. Mc Donald's como un no lugar	47
Ronald Mc Donald sí existió	48
"... o para llevar"	50
CONCLUSIÓN	52
EPÍLOGO	55
BIBLIOGRAFÍA	57

INTRODUCCIÓN

Esta tesis no es mas que un ensayo de aproximación a un universo relativamente nuevo de estudio, digo que es relativo si lo miramos desde la óptica de la antropología, antropología social o cultural y etnología, cualquiera de estas. Es una aproximación a priori de la cual se pueden desprender juicio a posteriori.

En el primer capítulo trato de contextualizar el planteamiento dentro de un mundo moderno y dentro del cuál, la antropología ha venido realizando etnografías principalmente dentro del mundo periférico o marginal y subalterno; dentro de los pueblos “salvajes” o “primitivos”. Con esto pretendo poder trasladar el método etnográfico a otros contexto y escenarios que son aludidos por la antropología realizada dentro de estas culturas.

En el segundo capítulo pretendo relacionar el fenómeno de la comida rápida con la antropología de la alimentación y con el planteamiento de la cultura de masas o del consumo de masas, que en cierta manera lo inicié al final del primer capítulo.

El tercer capítulo pretende realizar un contraste, teniendo como contexto a los Mc Donald's, entre lo que sería comer con las manos en Mc Donald's como lugar y como no lugar, apoyado situaciones de la vida cotidiana, como una aproximación a la tesis de los “no lugares” dentro de la vida cotidiana de la Nueva Guatemala de La Asunción.

En la conclusión proyecto otros posibles caminos de investigaciones futuras desprendidos del desarrollo de esta tesis para que sean realizados.

Lo que fue, eso será;
lo que se hizo, eso se hará.
Nada nuevo hay bajo el sol.
Si algo hay de que se diga: "Mira, eso sí que es nuevo", aun
eso ya sucedía en los siglos que nos precedieron.

Eclesiastés 1:9, 10.

Habiéndome enfrentado a tantos impedimentos, me di cuenta, no sin un pequeño sobresalto, de que me hallaba por fin en situación de "hacer antropología". Y cuanto más meditaba sobre este concepto menos claro lo veía. Si me pidieran que describiera a una persona dedicada a esta actividad, no sabría como reflejarla. Sólo se me ocurría representar a un hombre subiendo una montaña (camino del lugar donde "hará antropología"). Evidentemente hace falta una definición bastante amplia, algo como "aprender una lengua en el extranjero." Llegué a la conclusión de que el tiempo que pasara hablando con los dowayos sería considerado legítimo.

Nigel Barley

... los antropólogos son una raza extraña; les gusta hacer que aún lo "familiar" parezca misterioso y complicado.

Claude Lévi-Struass

Capítulo 1

De los lugares a los no lugares

La antropología, ya sea la antropología social o cultural y la etnología, han creado un paradigma en torno al viaje etnográfico y al trabajo de campo. Un paradigma en cuanto que el viaje y el método etnográfico de investigación se han convertido en un modelo a seguir con requerimientos propios. El elemento constituyente de este viaje paradigmático se caracteriza por un desplazamiento por parte del antropólogo hacia tierras lejanas, a lugares seleccionados según ciertos criterios personales e institucionales. Principalmente, por condicionantes históricas desde su primera institucionalización, la antropología se ha visto atraída por buscar lugares en culturas “primitivas”, “salvajes”, fuera de la Europa occidental e industrializada y culturas exóticas a la propia cultura del antropólogo, para decirlo de una forma más contundente, son culturas fuera del Capital. Un Capital que se enmarca con la revolución industrial en Inglaterra, contexto que da paso al lugar de la antropología dentro de la institución universitaria, con lo que a la vez alcanza una justificación como saber científico, científico en tanto que esta dentro de otra institución social moderna como lo es la ciencia, que muchos también califican de moderna. El siglo XIX es en el que se da el pleno reconocimiento de una ciencia antropológica, tanto por el evolucionismo de Darwin como por los estudios del lenguaje, religión, costumbres, etc. de los pueblos “salvajes” y “primitivos” dentro del contexto colonial propio de este siglo.

Este mismo contexto condicionó de alguna manera la selección de los escenarios de estudio antropológico, es decir, sus universos empíricos para la recolección de datos, y por ende, dio como resultado un discurso y un “relato”¹ de los sujetos epistémicos sobre los que se construían teorías. Estos escenarios son los lugares antropológicos en tanto que son practicados por medio del trabajo de campo en general y por la etnografía en especial. Las culturas de estos lugares fueron y en algunos casos siguen siendo exóticas a la del propio antropólogo. Sin duda es hasta en el siglo pasado cuando una antropología alcanza cierto valor científico, precisamente por su institucionalización en las universidades, que la lleva a la búsqueda de métodos y teorías que le permitan un acercamiento a su objeto y sujeto de estudio. Métodos y técnicas prácticamente ya predestinadas por el recurso de la etnografía. En los momentos actuales, a finales de la última década de este milenio, el andamiaje de la modernidad ha entrado en crisis y con ello los convencionalismos científicos que están dentro del Capital también han entrado en crisis, crisis que hasta cierto punto es normal.

En América, estas culturas primitivas equivalen a las culturas y sociedades indígenas, a las propiamente nativas del continente, y en este sentido, se creo una política de Estado una supuesta base antropológica. El indigenismo se convirtió entonces, en una corriente antropológica que concibe a las sociedades indígenas como los sujetos y objetos

¹ Sobre la legitimación del saber científico me basa en el planteamiento de Jean-François Lyotard. *La Condición Postmoderna*. (1990) Principalmente el capítulo 8.

de estudio prioritarios, en la que se entiende al indio como el heredero de las culturas "primitivas" del continente y que por tal carácter son un obstáculo hacia el desarrollo capitalista de las naciones; planteando la integración del indio y su cultura al sistema económico hegemónico. El indigenismo ha pretendido ver una total diferenciación entre lo étnico y lo social, y aún siendo *apriorística* esta diferenciación por imperativos metodológicos y de análisis, como resultado último no logra explicar la relación entre estos dos factores, lo que dio como resultado dos líneas de estudio principales que son: primero, el estudio de ciertos colectivos como comunidades "folk", el concepto de "folk" les imputa una cualidad histórica que no poseen otras comunidades que no es otra cosa más que ser reservorios de la cultura indígena en uno de sus estados más puros y que son "folk" porque se han mantenido fuera del radio de acción de la sociedad colonial y por ende, del Estado; segundo y que se deriva del anterior, que es la reducción del estudio antropológico a la cultura indígena en su situación "folk" o colonial.

Con esto, el trabajo antropológico que originó al indigenismo se enmarcaba dentro del contexto de la antropología de principios de siglo en tanto que buscaba un desplazamiento lejano, en espacio y tiempo, para realizar el trabajo de campo etnográfico. Es así como llegan a Guatemala durante esta primera mitad del siglo XX, etnólogos alemanes y antropólogos estadounidenses, realizando trabajo principalmente en el altiplano occidental, asentando las bases de la antropología guatemalteca.

En los años subsiguientes, la mayor carga del pensamiento antropológico guatemalteco recayó en la cultura indígena y ya sea directa o indirectamente, su trayectoria se ha visto impregnada de esta cuestión. Si bien los desarrollos posteriores a la cúspide del indigenismo, han tocado ámbitos ajenos o que se desprenden de éste, los escenarios de estudio han estado dentro de la marginalidad de la sociedad. Todo ello válido y meritorio, se ha estudiado la urbanización pero en sus barrios marginales y en su sector informal; y es precisamente en ello que se señala la otra cara o el otro polo de lo que teóricamente conforma la realidad social, es decir, a la par de una "antropología de la pobreza" y de los grupos subalternos, también existe una *antropología de la riqueza* y de los grupos hegemónicos. La cuestión está en que se ha trabajado esta última desde la primera, postergando así, otro camino de investigación que sería el de realizar una "antropología de la pobreza" desde una *antropología de la riqueza*. Aunque me parezca un poco exagerado los calificativos o apellidos de "pobreza" y riqueza, me parece conveniente adoptarlos en cierta medida para continuar con los trabajos ya realizados, una vez terminado esto, se estará en posición de sugerir otros planteamientos.

Nuestra realidad esta llena de mutilaciones y una de ellas es el paradigma indigenista o es un proyecto inconcluso. Digo proyecto inconcluso porque simple y sencillamente la situación política de Guatemala en los últimos cuatro lustros ha evitado que la práctica y la investigación en ciencias sociales y humanas se institucionalice, por lo que me gusta imaginar que sería si esto no hubiera sucedido. Para mí, el indigenismo, no como política de Estado sino solamente como teoría antropológica, es un proyecto inconcluso desde el momento en que no termino con la sistematización de la etnografía de toda Guatemala, perdido en laberintos, le fue imposible proyectar otras etapas de investigación.

Por eso una tesis sobre comida rápida puede parecer innecesaria, rara, que distorsiona la imagen de la antropología en Guatemala, no sólo por el tema sino también por la manera en que la aborde: como un “no lugar”. Con respecto a la manera de abordarla quisiera extenderme necesariamente. Dentro del imaginario de los que estudian y se dedican a las ciencias, ha prevalecido la idea de que lo objetivo es lo verdadero y por ende, lo subjetivo es falso o es lo objetivo distorsionado. Sin embargo, la fenomenología nos ha demostrado que lo subjetivo también es verdadero y que lo social se aprende tanto objetiva como subjetivamente. En pro de la objetividad miles de estudios se han realizado en donde el investigador está fuera de la unidad de observación y más aun, fuera de la unidad de análisis, porque ello equivaldría a inmiscuir su subjetividad con la veracidad de los datos recolectados que en sí determinan la validez de los resultados; lo cual sería sinónimo de una muestra sesgada, es decir, datos no confiables, pero ¿confiables para quién? ¿confiables para qué toma de decisiones? De tal suerte que ha prevalecido la técnica de observación participativa en donde el investigador está allí pero no aparece, mantiene cierta distancia porque ningún vínculo lo une a los *otros*, que son su universo de estudio, claro que esta técnica de investigación no niega la existencia de otras más participativas, pero al momento de elegir, el investigador prefiere las que lo involucren menos, precisamente para evitarse el riesgo de caer en un tipo de relato que no sea el del género “realista”² que requiere la legitimación científica de cualquier dato empírico y etnográfico en el caso de la antropología.

La teoría social nos ha mostrado que la realidad social es aprendida dialécticamente por el sujeto: la internaliza, la exterioriza y la hace objetiva,³ esto incluye a los científicos sociales, que también han formado parte de estos procesos sociales y de igual manera pertenecen a una sociedad. Esta dicotomía entre objeto y sujeto, le ha permitido tanto a la antropología como al resto de las ciencias sociales, una flexibilidad en sus análisis, en un va y viene entre análisis “duros” que son los que se apoyan en datos *objetivos*, principalmente los que se sustentan en un análisis estadístico, y los que se apoyan en datos *subjetivos*, que se sustentan en métodos de observación participante o participativa. Los datos subjetivos no son falsos, la subjetividad también es objetiva, en tanto que el sujeto la percibe consciente e inconscientemente, el estudioso también ha sido parte de estos procesos, como pueden ser los procesos que analiza, y más aún, es tan humano como las personas⁴ que están dentro de esos procesos que él estudia (me gustaría recordar aquí la raíz que da nombre a nuestra disciplina que es: *anthropos*, dejando a un lado la aclaración del significado puesto que ella habla por sí sola). Hacer una ciencia social de las ciencias sociales o en términos más precisos, hacer una antropología de la

² En torno al “realismo etnográfico” véase Clifford (1995). Se entiende por este “realismo” una convención social que puede impregnar el proceso de escritura de un texto, entendido como el sistema de signos relativos que contienen un mensaje y una intencionalidad. Toda la literatura etnográfica, en tanto que *texto*, puede ser sujeta a un crítica literaria fundamentada en lo más reciente de la teoría literaria y otros estudios que aportan a ella como la semiótica, la hermenéutica, la lingüística estructural y la desconstrucción. Todas ellas han puesto de relieve una situación interesante para analizar el tipo de escritura etnográfica, que son las convenciones y el contexto que tiene el autor (el etnógrafo o el antropólogo) sobre sus receptores y lectores de su texto; todo esto es un procedimiento que a pesar de tener la apariencia de *caos*, es esto mismo lo que lo hace tener ciertas reglas que están por dilucidar.

³ Cf. Peter Berger y Thomas Luckmann *La Construcción Social de la Realidad*. AMORRORTU (1994)

⁴ Aquí utilizo la palabra “persona” en lugar de “individuo” apelando a la totalidad ontológica y física que las hace personas, es decir, cuerpo, alma y espíritu.

antropología puede sonar a metafísica o a meta-antropología, pero aún así sigue siendo *ciencia*, ciencia sin ciertos intereses. Pero aún más, los científicos o científicos sociales, no hacen, por lo general, estudios donde ellos estén incluidos en la unidad de observación, mucho menos en la unidad de análisis, los porqués de esto no me interesan, pero si me interesa, en el caso de esta tesis, puesto que yo he sido alguien que más de alguna vez en su vida ha comido una hamburguesa, papas fritas, coca cola (¡ay! carajo, este diccionario de la computadora no ha subrayado con rojo la palabra coca cola), sundae o un batido, lo que me hace parte de los consumidores de comida rápida de una u otra forma. He tratado de abrir una insinuación de la “observación participativa” para pasar a la “participación de observaciones”⁵ dentro de mi propio mundo con una inversión de la etnografía y del trabajo etnográfico; no lo hice lejano pero aún mantiene un elemento exótico como lo es la hamburguesa en tanto que como elemento cultural no pertenece a mi cultura. Por lo que con esta tesis he hecho una antropología de mi mismo, y con ello, en cierta medida alcanzo a los que están cerca de mí, ya sea en la vida cotidiana, en los procesos de socialización que he tenido y por supuesto, a aquellos que están dentro de mi sensibilidad.

Para ello, para verme tengo que ver a los *otros*, me he basado en otros autores que como M. Augé dice que el antropólogo es un científico que tiende a realizar mapas, a buscar límites, a realizar “agrimenciones sociales”⁶. Detalle que no es único de la antropología. Especialmente me he basado en su tesis de los no lugares para explorar este mundo. Hasta ahora hemos tenido ciencias sociales que han estudiado lo que es problemático para el desarrollo del capitalismo, las lógicas que están al margen o son marginales a la lógica del capitalismo de mercado y que de una u otra manera hay que “desarrollarlas”, metiéndolas en esa lógica capitalista sacrificando su Capital. Pero también se puede estudiar a los desarrolladores y desarrollados, para lo cual habrán muchas maneras de hacerlo y de entrar en ello, pero ¿serán realizables? Yo creo que sí, principalmente si no perdemos el rastro de donde venimos, de lo hasta ahora logrado por la antropología y por la antropología guatemalteca, creo que por ahorita estoy en el inicio de ello, observando parte del consumo de hamburguesas, planteándome otra manera de hacer antropología, buscando una no antropología.

En los párrafos siguientes trataré de explicar cómo la antropología se ha ido moviendo hacia terrenos nuevos entre los que cabe mencionar los “no lugares” como los llama Marc Augé (1993). Estos terrenos “nuevos” son propios y a la vez son una consecuencia del mismo desarrollo de la antropología en tanto que ciencia social. Entremos de lleno en ello.

⁵ Cf. TEDLOCK, Barbar. “From Participant Observation to the Observation of Participation: the Emergence of Narrative Ethnography”. En: *Journal of Anthropological Research*. Vol. 47, No. 1. (1991). Pgs. 69 – 94.

⁶ “La actividad del etnólogo de campo es desde el comienzo una actividad de agrimensor social ... fabrica un universo significativo explorando, si es necesario por medio de rápidas investigaciones ... o consultando, como historiador, los documentos utilizables.” [Augé 1993:20]

La práctica del trabajo de campo y su producción de lugares antropológicos

La antropología es una ciencia que tiene sus inicios institucionalizados, como ya lo hemos dicho, en un contexto colonial. Si pensamos en una antropología ya establecida dentro de la universidad, notaremos que el trabajo de campo es un requisito indispensable en la formación de todo antropólogo. Además de ser un requisito indispensable, el trabajo de campo se ha vuelto una marca distintiva de los antropólogos. Para ello, los lugares elegidos fueron las sociedades africanas, asiáticas y americanas, y en cada uno de los continentes existen zonas que han sido mayormente trabajadas que otras. Estas son culturas ajenas a la del propio antropólogo, que por lo general era un hombre occidental, europeo, civilizado, mientras que la sociedad que estudiaba podía ser “salvaje”, “primitiva”, “sin historia”. Pero el antropólogo se presentaba en esos lugares, en esas aldeas, para encontrar lógicas de esa cultura primitiva que no podía ser tan irracional. Una vez encontradas y comprendidas esas lógicas el antropólogo podía realizar una especie de traducción de esa cultura para que fuera comprensible según la lógica de la cultura que él era portador. La experiencia fundamental de esta práctica es el trabajo de campo, digamos que la conclusión de un trabajo de campo es la elaboración de una etnografía, que para realizarla se requiere delimitar tres aspectos de la unidad de análisis los cuales son: el espacio, el tiempo y el sujeto. Muchos opinan que esta delimitación se realiza en base a criterios subjetivos del antropólogo lo cual es para mí totalmente objetivo y válido.

En la experiencia de campo que tradicionalmente es un año o el total de un año en diferentes temporadas de tantos meses, los análisis y las comprensiones realizadas por el sujeto investigador (que en este caso es el antropólogo) sobre su sujeto epistémico, son construidos en base a un *nosotros* y a un *vosotros* según la posición del investigador. En base a esta posición es que se desarrolla toda una experiencia en la cual el antropólogo seleccionará y recogerá lo que es “objetivo” para sus tesis e investigaciones. Por lo general el antropólogo se encuentra sólo en esa(s) aldea(s), el antropólogo entra a pie a esa(s) aldea(s), no hay otro colega o paisano que este allí con él, lo que le da una cierta *autoridad etnográfica*⁷ frente a sus otros colegas. Esta condición le puede valer para utilizar ciertas técnicas retóricas y así persuadir a los lectores de su texto/etnografía que muchas veces no son percibidas o interpretadas por el lector. Además tiene una cierta ventaja epistémica por la simple razón de que él “estuvo allí”, mientras los lectores no estuvieron allí o no experimentaron lo que él sí experimentó. Esto puede llevar al antropólogo a un camino sin salida o a una camisa de fuerza, puesto que puede truncar cualquier crítica y/o la recepción que él haga de esas críticas. Es así como se van construyendo los lugares antropológicos, en ese proceso de producción de textos, trabajo de campo etnográfico y la lectura de esos textos. Los lugares antropológicos según estas características, son creados por los antropólogos para sí mismos y para los que no estuvieron en su trabajo de campo. Es obvio y no niego que la elección de estos lugares no es arbitraria y estuvo condicionada por el contexto colonial que dio origen a la antropología social como ciencia y como disciplina institucionalizada.

⁷ Este concepto de “autoridad etnográfica” está planteado por C. Geertz en su obra: El Antropólogo como Autor, [1989] en su capítulo 1.

Hay que tener claro que esa relación yo/tú (cambiamos a singular el anterior nosotros/vosotros para seguir una línea del *cogito* cartesiano) en la que el antropólogo dialoga con sus informantes tiene ciertos supuestos que no son del todo reales como es el de suponer que esa persona del yo/antropólogo se pluraliza en un *nosotros* homogéneo social y culturalmente, mientras que la persona del tú/nativo se pluraliza en un *vosotros* heterogéneo social y culturalmente, es decir, el *vosotros* está a la inversa del *nosotros*, pero en realidad ese tú es su o mi alteridad.

El creer que la cultura del antropólogo (el yo o el *nosotros*) es homogénea puede llevar a los lugares antropológicos a convertirse en una “camisa de fuerza”⁸ y la práctica en estos lugares podría llevar a la Antropología a una reducción de su sujeto epistémico que asfixiaría a la disciplina y le reduciría su capacidad de crítica y de construcción teórica. Los lugares antropológicos que han salido de esa larga tradición exótica y tradicional de la antropología estadounidense, inglesa y francesa principalmente, son lugares bien delimitados: aldeas. Son lugares con una Historia, identificados y socialmente delimitados y relacionados. Tienen su(s) historia(s) puesto que al ser una sociedad que se autoperpetua en el tiempo y se delimita en un espacio, guarda una memoria de todos los sucesos y fenómenos que le da sentido a su auto reproducción. El lugar identifica a todos los miembros de esa(s) sociedad(es) en tanto que los cohesiona en las mismas acciones sociales tipificadas de la vida cotidiana y en las mismas instituciones sociales. El lugar está delimitado en las prácticas culturales que ayudan a la sobrevivencia del grupo y en su identificación de sí mismos como las identificaciones de los *otros* o de los extranjeros y foráneos a través de una práctica social.

Si bien la práctica antropológica en esos lugares y principalmente en contextos coloniales no niega que la mirada antropológica se vuelva a otros lugares, por ejemplo lugares cercanos, no es fácil situar esta práctica en otros lugares, como lo son los aeropuertos, cafés, bares, parques, barrios, empresas o restaurantes de comida rápida. Para plantearse esta posibilidad de estudio antropológicamente Augé (1993:22) apunta que no deben de confundirse la “cuestión del método” con “la del objeto”, puesto que aunque la mirada distante, como lo acuñó Lévi-Strauss, de un giro; ambas cuestiones del método y del objeto siguen intactas; por la simple y sencilla razón de tratarse de cuestiones humanas, *homines* o *anthropos*.

Siguiendo a Augé (1993:20) la práctica del etnólogo de campo es la de un “agrimensor social”, un “manipulador de escalas”; en el sentido de la necesidad de delimitar el objeto de su investigación. El punto está en que estas escalas y medidas se determinan en buena parte por los convencionalismos y el contexto en que se origina una etnografía y una investigación antropológica. En estos “lugares” el universo es y era mucho más pequeño que lo sería hoy una metrópolis, o un barrio de esta; y mucho más aún, la población que pasa por un restaurante de comida rápida, por un café o por un aeropuerto. En estas nociones reside lo fundamental del planteamiento que Augé hace entre “lugar” y “no lugar”, diferenciando a este último del primero, precisamente en la

⁸ Cf. Josep Llobera *El Trabajo de Campo, ¿Panacea Antropológica o Camisa de Fuerza Epistemológica?* En: Josep R. Llobera *La Identidad de la Antropología*. (1990)

dificultad de definirlo, de medirlo, de hacerle una escala según los cánones tradicionales de la antropología en cuanto a su universo de estudio.

“Los productos puros enloquecen”, tal es el título de la introducción de James Clifford a su obra: *Dilemas de la Cultura*. Y enloquecidos (una locura enferma, no sana) estamos de querer ver lo social fijamente, de querer reclamar un feudo inexpugnable en teorías apellidadas científicas sin querer tener una actuación natural frente a lo que estudiamos; no se quiere mezclar lo objetivo con subjetivo, lo sagrado con lo profano, lo blanco con lo negro y así ... nos hemos enloquecido, por querer ser puros nos hemos ensuciado en un gran pantano.

Para Clifford el trabajo de campo, o sea, la etnografía, “...es una actividad híbrida, y de tal modo aparece como escritura, como tarea de coleccionista, como poder imperial, como crítica subversiva.” (1995:28) Según él, el relato etnográfico tiene unos recursos característicos en su elaboración como lo son: i) la *autoridad*, el viaje etnográfico se realiza individualmente, sólo, por lo que le da cierta autoridad al escritor al momento de escribir; ii) *recolección*, el etnógrafo recolecta datos, objetos, sucesos en imágenes fotográficas, conversaciones o música en cintas magnetofónicas, y registra la experiencia con la escritura del diario de campo; iii) *textualización*, el registro textual de los sucesos y seleccionando de ellos y de la recolección produce un texto etnográfico; y iv) *autenticidad*, el texto emplea una retórica de lo auténtico.

Dentro del movimiento de *crítica cultural* de los antropólogos postmodernos, Clifford está metido en el epicentro de él sin ser antropólogo de carrera. La crítica postmoderna no salió de la nada y en esencia sus planteamientos y críticas no tienen nada de originalidad, simple y sencillamente es la extensión y la aplicación de un cuerpo de conocimientos de otras áreas de las humanidades que ya hemos mencionado. Lo rescatable de esta postmodernidad antropológica es la puesta en escena de la escritura etnográfica en si, como un texto literario en un sentido general. Principalmente a raíz de la publicación del diario de campo de uno de los clásicos como lo es Mallinowski.

Con ello se ha traído a consideración los detalles ocultos que utilizan los antropólogos en la *cocina de su escritura*⁹ y se ha puesto a la literatura antropológica como susceptible de un análisis literario desde el momento que es *escritura* y toda escritura es *política*, en el sentido general de la palabra.

Es toda esta invención de la etnografía y del trabajo de campo la que ha hecho de él un mito, una experiencia transcultural para comprenderse a si mismo por medio de los espejos de la *alteridad*. Es por eso que muchas veces varias personas confunden, algunos lo hacían bromeando y otros pecaban de ignorantes, antropología con arqueología y me preguntaban si viajaba a Tikal, o cuantos muertos o tumbas había encontrado, y cosas por el estilo. Existe un proceso de recepción a través de la lectura y de los comentarios que de ella salgan, dentro de los lectores de la literatura antropológica, que de alguna manera ha creado estereotipos o imágenes arquetípicas de lo que es la antropología. Llegados a este punto podemos plantear una antropología de la

⁹ Aludo con esto a una obra de Daniel Cassany, *La Cocina de la Escritura*.(1997).

antropología, es decir, una autocrítica en tanto que también los antropólogos son lectores de la literatura antropológica y también son sujetos sociales dentro de una realidad social, que viven una vida cotidiana y una historia.

A la práctica de todo lugar va adherida una acción específica, tal acción es el trabajo de campo etnográfico, el que se caracteriza por lo lejano y exótico; pero “lo exótico está ahora cerca”¹⁰, por lo que pueden haber “nuevos escenarios” de estudio que ya han sido señalados por los lugares hasta ahora practicados, hace falta precisar como los han señalado. Por ahora me parece sugerente la tesis de los no lugares en cuanto a que pretende alcanzar tales “nuevos escenarios” de estudio. Antes de ello creo conveniente apuntar algunos lugares antropológicos en Guatemala.

Algunos lugares antropológicos en Guatemala

La producción de lugares antropológicos en Guatemala ha estado muy vinculada al mundo indígena, siguiendo el paradigma indigenista de la primera mitad de este siglo. La cultura indígena ideal, en sus ritos y religión, con su Maximón y sus escándalos, la cultura indígena ancestral o ancestralmente maya, pura o folk, ha sido el estudio predilecto de antropólogos tanto de extranjeros como guatemaltecos. Para dar una muestra de ello voy a analizar dos etnografías de las ya clásicas en la literatura antropológica de Guatemala, cada una de ellas procede de contextos indígenas, y realizadas dentro del proyecto indigenista inconcluso, la primera es de los chortís de Chiquimula y la segunda de los quichés de chichicastenango. Pero también son clásicas por el relativo desconocimiento que se tiene del bagaje de conocimiento producido por la influencia de dos organismos de gobierno hoy ya desaparecidos como lo son: el Instituto Indigenista y el Seminario de Integración Social Guatemalteca. Por esto creo conveniente detenerme someramente en esta etapa de la antropología guatemalteca para iniciar un análisis de estos como textos. Por ello he seleccionado solamente dos como un inicio de un análisis más profundo.

Charles Wisdom (1961) realizó su trabajo de campo entre los años de 1931 a 1933. La primera temporada la realizó entre los meses de mayo y octubre de 1931 trabajando principalmente en Tunucó, que es una aldea de Jocotán. La segunda temporada la realizó entre los meses de junio y septiembre de 1932 permaneciendo principalmente en el pueblo de Jocotán. La tercera y última temporada de campo la realizó entre los meses de junio y octubre de 1933, en la cual trabajo principalmente en el pueblo de Olopa. (ver cuadro no. 1) Para mi es de destacar la honradez y sinceridad con que Wisdom desde el inicio de su etnografía acota la duración exacta de los períodos que constituyeron su trabajo de campo, esto da mayores elementos de juicio a la hora de leer su obra. Yo también desconozco los pormenores en los que tuvo que realizarlo por lo que quedan fuera de este análisis.

¹⁰ James Clifford. Op. cit. Pag. 24.

Cuadro No. 1. Distribución del trabajo de campo de Charles Wisdom en su etnografía de los Chortís

Meses	Año	Lugar
Mayo – octubre	1931	Tunucó
Junio – septiembre	1932	Jocotán
Junio – octubre	1933	Olopa

Podemos notar que Wisdom nunca realizó el viaje etnográfico tal y como Mallinowski y otros lo habían sugerido, que consiste en aprender de los *otros*, permaneciendo con ellos por lo menos durante un ciclo anual o un año, estos otros son concretamente los Chortís de Guatemala. Precisamente para los meses de noviembre a abril, él nunca estuvo “en campo”, por lo que toda información que él obtuvo de alguna actividad que se realizaba en ese tiempo, él mismo no la pudo verificar. Además habrá que considerar la manera en que seleccionó sus informantes y como con esta información de segunda mano fue construyendo el texto. Asuntos estos en los que no profundizaremos, los dejaremos para otra oportunidad, para los intereses de esta tesis sólo nos queda por recalcar la manera en la que él elaboró su trabajo de campo y como este influyó en la misma construcción del texto etnográfico, aunque estas observaciones pueden servir de precauciones para todo aquel que de una u otra manera se aproxime a la obra de Wisdom. Y en general no sólo a la obra de Wisdom, sino también a todas las obras contemporáneas a la misma y las que se generaron alrededor del círculo del Instituto Indigenista y del Seminario de Integración Social, a las cuales sería interesante analizarlas desde una perspectiva de la crítica literaria, con la intención de descubrir sus argumentos y develar sus intenciones como autores. Proceso este seguramente subjetivo pero no por ello falso, mas bien necesario para la comprensión de la obra y del contexto que le da origen, basado en datos objetivos.

Pongamos por ejemplo similar la obra de Ruth Bunzel Chichicastenango (1981). El tiempo que la autora permanece en Chichicastenango va desde septiembre de 1930 hasta marzo de 1931, lo que da un total de siete meses. Es un trabajo realizado en los mismos años en que Wisdom realizó su trabajo. Bunzel permaneció la mayoría del tiempo en Chichicastenango y efectuó visitas breves a los pueblos vecinos. De igual manera visitó Momostenango (p. 16). Para el otoño de 1931 regresó a Chichicastenango pero realizó visitas en ese tiempo a: “...Tonicapán, Quetzaltenango, Momostenango, Huehuetenango y los poblados cercanos. Permanecí en Chichicastenango hasta el mes de abril, cuando tuve que partir casi de improviso, pero con la esperanza de poder regresar al cabo de un año...” (p. 17).

Tanto Bunzel como Wisdom llegaron a Guatemala en la década de los treinta, vinieron cuando en Guatemala aún no existía la antropología dentro del pensum de estudios de la universidad, mucho antes de que iniciara el Instituto Indigenista sus labores y mucho más antes que el Seminario de Integración Social fuera instaurado, vinieron cuando en los Estados Unidos los discípulos de Franz Boas, Ruth Benedict, Margaret Mead, Sol Tax, Robert Redfield y Alfred Kroeber, estaban ampliando el trabajo por ellos iniciado, incluso Bunzel en el prefacio de su libro, confiesa que su pensamiento tuvo la

influencia de Benedict y que ella misma contribuyó en la producción del mismo. También le agradece a Margaret Mead su interés y el esfuerzo realizado en la publicación de *Chichicastenango* así como menciona que fue Robert Redfield el primero en sugerir a Chichicastenango como unidad de análisis. El interés inminente tanto de antropólogos locales como extranjeros por la cultura indígena no ha sido caprichoso, ha tenido una lógica que se escapa por ahorita de mi comprensión puesto que aún no la he estudiado, pero como ya dije anteriormente, este proyecto "indigenista" aún permanece inconcluso en tanto que teoría antropológica y no como política de Estado.

En cierta manera, el hecho de que el proyecto indigenista no haya podido llegar a feliz término, nos indica que también dentro de la antropología guatemalteca existe una brecha generacional que damnifica la continuidad en la producción, acumulación y sistematización del conocimiento antropológico de Guatemala, además que la "guerra" que recién acaba de concluir y el terror que ella trajo, no permitió en buena manera que una sistematización tal de las ciencias sociales se realizara en Guatemala. Esto nos da como resultado, para las actuales generaciones de antropólogos, que tengamos prácticamente que re-iniciar y re-componer el paradigma planteado para una antropología guatemalteca, que por una simple razón histórica habrá que completar de manera etnográfica las áreas que el "indigenismo" no alcanzó, ya que sin ello, la futura antropología no tendrá sentido. No tendrá sentido porque carecerá del conocimiento sobre los inicios de la antropología, el bagaje que se ha heredado.

Modernidad y sobremodernidad

La modernidad va aparejada al pretendido "desarrollo" que se busca para Guatemala, y en este sentido el indigenismo respondió, como ya lo dije, a políticas de Estado que buscaban "integrar" la cultura indígena al sistema económico de Guatemala. La modernidad es un concepto que implica un cambio tanto cuantitativo como cualitativo que se ha aplicado en diferentes campos y que tiene muchos significados precisos, según el contexto. Es por esto que dejamos por un lado el modernismo literario para evitar extendernos demasiado pero quiero hacer constar que es un tema apasionante y que ganas para tratarlo no me hicieron falta. Creo conveniente apoyarme en un punto inicial sobre el uso de la palabra moderno y me parece que J. Habermas (1988) nos da un origen de los usos históricos del término "modernidad" propicio para el caso:

"La palabra "moderno" en su forma latina "modernus" se utilizó por primera vez en el siglo V a fin de distinguir el presente, que se había vuelto oficialmente cristiano, del pasado romano y pagano." (pgs. 19-20)

La modernidad alude a un pasado diferente desde un presente "mejor" y en constante cambio, la modernidad alude a un proceso de constante diferenciación del pasado arcaico, primitivo. La ética moderna demanda una emancipación de las formas religiosas y metafísicas de percibir el mundo. Hablar de una modernidad implica hablar de procesos racionales de causa y efecto, implica hablar de una razón fundada en el *cogito* cartesiano, pienso luego existo, implica hablar de una especialización de las

formas de producción de bienes y servicios como del conocimiento, ya sea científico y cultural.

Para Augé (1993) la modernidad ha alcanzado tal nivel que se ha vuelto en un "exceso" por lo que la modernidad deja de ser tal para pasar a ser una sobremodernidad, desde la experiencia individual en un mundo mundializado o globalizado. Si bien la obra de "Los no Lugares" de Augé es ambigua en su argumentación, esto no impide vislumbrar cual es la idea central de la obra, a la vez que es esto mismo lo que la hace provocadora, pero lastimosamente no aporta un dato empírico que sustente su tesis de los "no lugares". Si la veo desde el punto de vista del análisis literario, estructuralmente la obra establece un orden que se refleja en sus tres capítulos pero las ideas plasmadas en cada capítulo no logran relacionarse a la idea central que es la dicotomía lugar/no lugar. Me parece ser que esto no se da por cierto acto político en la escritura de la obra que se muestra al ocultar explícitamente el lugar que es un aeropuerto, por ejemplo. Muchas son las personas que conocen perfectamente un aeropuerto, el mismo personaje con que inicia Augé el libro se moviliza perfectamente en él puesto que conoce todos los referentes que hay en el aeropuerto de Orly en París. Pero también el concepto de no lugar no es la negación del concepto de lugar, este es el punto meritorio del libro aunque falta comprobar su valor heurístico. Tanto los lugares como los "no lugares" se encuentran en la modernidad y en la sobremodernidad. Esta última de la que habla Augé (1993:83), es una faceta de la modernidad que vive dentro de ella y que se percibe individualmente en lugares y en circunstancias precisas, el autor reserva los "no lugares" para los espacios producidos por la sobremodernidad subyacente dentro de la modernidad; puesto que si los no lugares no son la negación de los lugares, la "sobremodernidad" tampoco es la negación o el rompimiento con la modernidad.

Augé parte del siguiente concepto de modernidad: **"Presencia del pasado en el presente que lo desborda y lo reivindica: en esta conciliación ve Jean Starobinski la esencia de la modernidad."** (1993:81) Cuando la modernidad era aún una niña, allá por el s. XVI, las nuevas formas míticas, religiosas y teológicas que pensaban el mundo, buscaban de una u otra manera diferenciarse de sus antecesores medievales, los cuales, también buscaron diferenciarse de sus antecesores paganos como nos lo hace ver la cita de Habermas. Estas recurrentes diferenciaciones a lo largo de la Historia del pensamiento occidental, han pasado por ciertos momentos de crisis en los que todo parece ser *caos*, pero que por cuestiones de *azar* este mismo *caos* debe de ser resuelto según cierta lógica racional que tiene su fundación en Descartes con el *cogito, pienso luego existo*.

El concepto Weberiano de "racionalidad económica" en el sentido de poder calcular las acciones decididas a futuro. Estas decisiones no se pueden calcular si no conocemos un pasado en donde podamos entender el presente y proyectarnos hacia un futuro. Del calculo que hablamos es el calculo material, que en economía se expresa en términos de ganancias, en dinero y en capital.

Si la modernidad implica una forma de *racionalidad* de la acción social, cualquier actor que re-accione a ella, experimenta ciertas formas de *ser moderno*. Las maneras de

percibir la modernidad y de darle sentido al ser moderno varían según el contexto, a este respecto M. Berman nos dice:

“Ser modernos es encontrarnos en un entorno que nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos. Los entornos y las experiencias modernas atraviesan todas las fronteras de la geografía y la etnia, de la clase y la nacionalidad, de la religión y la ideología: se puede decir que en este sentido la modernidad une a toda la humanidad. Pero es una unidad paradójica, la unidad de la desunión: nos arroja a todos en una vorágine de perpetua desintegración y renovación, de lucha y contradicción, de ambigüedad y angustia. Ser modernos es formar parte de un universo en el que, como dijo Marx, ‘todo lo sólido se desvanece en el aire.’” (1994:1)

Esta modernidad es la que promete que la racionalización de los servicios y de las formas de trabajo, permitirían un acceso, de la mayoría de los individuos, a los *medios* para satisfacer sus necesidades y cumplir con su rol de ciudadanos. Sin embargo, no omitamos del análisis que cualquier forma de racionalización incluye y excluye a actores y a ciertos medios posiblemente alternos pero equitativos. Para satisfacer las necesidades de todos a través de medios racionalizados, se necesita que los sistemas de producción y sus formas sean homogéneas, a fin de que respondan a la lógica hegemónica de acción social y de su consumo.

¿Pero estaremos viviendo esta modernidad en Guatemala? Desde mi punto de vista sí la estamos viviendo aunque no de igual manera a como la viven en los países industrializados, es decir, si bien la posición de Guatemala dentro del sistema mundial, dentro del sistema capitalista mundial del que habla I. Wallerstein, obviamente no es la de un país hegemónico y mucho menos de un país industrializado, sea cual sea su forma de industrialización, los medios de telecomunicación nos han acercado en cierta medida a esta modernidad, además de las presiones de las instituciones financieras mundiales, como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, para modernizar las instituciones del Estado y para establecer un régimen de Derecho que permita una economía de libre mercado. Hecho que se explica por el tipo de vinculación que tiene el país con el Capital hegemónico, que considero imperante revisar a fondo esta vinculación. Si bien la magnitud de esta modernidad la percibimos de diferente manera, ésta no nos es ajena tanto cultural como políticamente. A esto se deben los esfuerzos del actual gobierno por “modernizar” las *estructuras* del Estado, sus finanzas, su preocupación por una mayor recaudación de impuestos, la privatización del patrimonio público y de las empresas estatales, el interés por las reservas naturales que le sirven de reserva a las industrias transnacionales para un futuro, y algunas otras que están cercanas a estas y que responden al mismo interés de incrustarse en una economía globalizada.

Las formas de transformación modernas necesitan de cierto Capital y capital cultural pre-moderno que las legitimen y les reivindique su futuro moderno, construyendo este desde un presente capitalista y colonial. Es así como los lugares modernos son a los

que “todo mundo” puede acceder, traspasar, habitar, permanecer ... si se permite que su identidad personal sea olvidada mientras transite por esos lugares. Esta totalidad de individuos, de públicos, se convierten en *masas*, circunstancialmente, al poder acceder a un consumo cultural, precisamente, el consumo de una *cultura de masas*, que además les permite satisfacer sus necesidades básicas de existencia o subsistencia.

Este terror a la masificación o a la individualización ya ha sido manifestado por varios pensadores desde Ortega y Gasset hasta otros más recientes como Daniel Bell o Alain Touraine. Ortega escribió su “Rebelión de las Masas” en un momento de crisis mundial como lo fue la recesión de los años veinte. Touraine y Bell lo hicieron en la década de los sesenta, una década de transición y de crisis que tuvo su punto culminante en el año 68. Hasta en esto es paradójica la modernidad, mundialización y globalización, (las tres buscan un “progreso”, un cambio) como si hubiera una lógica inmanente a este proceso, una lógica dialéctica que a la vez que masifica la cultura pero también individualiza la conducta. La modernidad tiene movimientos de “... repliegue y despliegue, contracción y dilatación, ...”¹¹ buscando eliminar su obsesión que es el “arcaísmo”, que es en esencia despojar al hombre de su *todo*, para decirlo con Marx: “proletarizado”. (Alba Rico 1995:29) Esta es una idea muy similar o casi igual a la de M. Berman que ya citamos con anterioridad, en cuanto a lo paradójico de la modernidad puesto que a la vez que destruye también construye, en cuanto globaliza la economía mundial también hace resurgir nacionalismos y localismos, posiblemente como una reacción a esta postmodernidad o a la modernidad de un proyecto inconcluso (Habermas 1988).

De los lugares a los no lugares y viceversa: una crítica a los no lugares de Marc Augé

Se trata de pensar la posibilidad de un desgarrón de la esencia. ¿Para ir a donde? ¿Para ir a que región? ¿Para mantenerse en que plano ontológico? Pero el desgarramiento inflingido a la esencia contesta el privilegio incondicional de la cuestión a *dónde*. Significa el no-lugar.

Emmanuel Levinas

He de confesar que la lectura del libro de los no lugares de Marc Augé, no ha sido tarea fácil, he tenido que leerlo tres veces para comprender lo que allí se plantea. Es un libro compuesto en tres capítulos que buscan un modelo de ensayo en tres movimientos, no tan dialécticos, pero cuyo mensaje central es la propuesta de hacer una antropología de los mundos contemporáneos en el sentido de que estos se caracterizan por una “sobremodernidad” entendida como un exceso de la misma modernidad. El primer capítulo plantea una paradoja en cuanto a las nociones de “cercano y afuera” que están implícitas en el viaje etnográfico. El antropólogo tiene un mundo cercano pero se va afuera de esa cercanía a procurar comprender un mundo lejano, exótico para él,

¹¹ Alba Rico (1995) página 27, citando a Régis Debray.

planteando como objeto intelectual de la antropología la cuestión del *otro*, la alteridad, que determina la cuestión del método. El segundo capítulo precisa lo que ha sido el "lugar antropológico" sobre el fundamento de lo planteado en el capítulo anterior, el lugar antropológico se constituye de tres elementos básicos: historia, identidad y relación. El último capítulo plantea de lleno la tesis de los no lugares, entendidos estos no como la negación de los lugares antropológicos", sino más bien como los lugares que negativamente afirman a los lugares y que pueden afirmarlos. Para explicar esto el autor recurre a la metáfora del palimpsesto, que es el manuscrito en el que aún se notan las huellas medio borradas del manuscrito anterior, insinuando con ello que los no lugares *a priori* son anónimos, sin identidad personal ni colectiva, por lo que al final sugiere realizar una antropología de la soledad.

Lo medular de esta tesis de Augé es tal y como él lo dice: **"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, definirá un no lugar."** (1993:83) Esto nos hace pensar en los habitáculos que la moderna o sobremoderna individualización ha impuesto al trabajador, a la persona, al ser humano. Enseguida Augé aclara:

"La hipótesis aquí defendida es que la sobremodernidad es productora de no lugares, ... espacios que no son en sí lugares antropológicos y que, ...no integran los lugares antiguos ... Un mundo ... donde se multiplican, en modalidades lujosas o inhumanas, los puntos de tránsito y las ocupaciones provisionales ... donde se desarrolla una apretada red de medios de transporte que son también espacios habitados, donde el hábité de los supermercados, de los distribuidores automáticos y de las tarjetas de crédito renueva con los gestos del comercio "de oficio mudo", un mundo así prometido a la individualidad solitaria, a lo provisional y a lo efímero, al pasaje, propone al antropólogo y también a los demás un objeto nuevo cuyas dimensiones inéditas conviene medir antes de preguntarse desde qué punto de vista se lo puede juzgar." (1993:83,84)

La sobremodernidad es una modernidad en excesos percibidos por el individuo, donde su mundo como planeta se achiquita pero su espacio en las grandes ciudades se hace más grande. Por la aceleración del tiempo, el tiempo rápido (comida rápida), el inventario de espacios posibles aumenta, la posibilidad de hacer más cosas en el mismo tiempo que se requería antes (antiguo, primitivo, pre-moderno) crece, posibilita que recorra más espacio en menos tiempo (aceleración); para lo cual, no hace falta relacionarme con alguien, permanecer mucho tiempo en el lugar con el que me identifico, cuyo lugar en la memoria histórica me ha sido heredado y transmitido por las generaciones anteriores a la mía, donde están las personas con que me relaciono.

Posiblemente nosotros creemos que estamos viviendo una nueva época que nadie ha vivido pero resulta que en el fondo tiene un paralelismo con la Edad Media, como ya lo ha sugerido U. Eco y otros críticos (1995 et. al.). Propuesta sugestiva que me hace pensar que en esencia las crisis de los tiempos han mantenido ciertas constantes, que si no fuera por nuestro desconocimiento de la historia y de nosotros mismos, no tendríamos

sensaciones como la de una crisis de los paradigmas que se convertiría en la amenaza de las ciencias, con destruir el status hasta ahora alcanzado.

Creo percibir que el libro de “los no lugares” está cargado de una fuerte duda existencial que el autor ha experimentado en los últimos años, que son los terrenos movedizos de esta duda los que le han permitido al autor vislumbrar la tesis de los no lugares, con un *no* que diferencia y distingue a estos lugares de los lugares que le dan origen. A lo largo de la obra da la sensación que los años de trabajo realizados por el autor en Africa, no fueron tan contundentes para mirar a través de ese espejo (el espejo es la metáfora de la alteridad en donde uno se puede ver) su propio mundo “cercano”; y que ahora, que finalmente puede darle un vistazo, ese mundo, su mundo, ha cambiado aceleradamente.

Me parece que existe una extraña semejanza entre el no-lugar planteado por E. Levinas (1995) y el no lugar sugerido por M. Augé (1993); en función de buscar más allá de lo que percibimos a través del estado actual de la teoría, de *trascender* los lugares actuales del “Ser”, solamente que lo hacen en diferentes planos del conocimiento; el primero en la filosofía y el segundo en la antropología. Esto no sería extraño si sabemos que Augé tiene intereses en la filosofía y si aceptamos que toda antropología implica una filosofía del ser, es decir, una ontología. Levinas plantea un no-lugar en función de una trascendencia del la esencia; del ser (*anthropos*), para ir a un plano ontológico que representaría una trascendencia del ser al no-ser (una negatividad a la dialéctica hegeliana) o de “otro modo que ser, o más allá de la esencia”. Del ser que habla Levinas se basa principalmente en lo que la filosofía francesa llama las “3H”, o sea, Hegel, Husserl y Heidegger. Augé plantea un no lugar en contraposición al lugar que la tradición antropológica ha establecido y del cuál ya hemos hablado y definido. Un “no lugar” marcado por la individualidad, por la soledad; que la esencia o la enajenación del hombre moderno/contemporáneo por el trabajo¹² asalariado ha adquirido con esta pretendida modernidad; una esencia en tanto que pueda alcanzar al superhombre en un culto íntimo y privado. Esta búsqueda se remarca hoy más que nunca por el aceleramiento tecnológico, cuyas aplicaciones a la vida cotidiana, principalmente a través del consumo y todo lo que esto implica, en una dominación de las relaciones virtuales sobre las relaciones sociales o las relaciones “cara a cara”.¹³

La lectura y la interpretación que he hecho del libro de los no lugares de Augé me ha dado como una conclusión que lo allí sugerido no es nada “nuevo”. La idea principal que inspira este planteamiento está salpicada de rasgos filosóficos que tienen su expresión más reciente en el existencialismo pasando por lo ecléctico de Sócrates, la metafísica de Avicena, la Ciudad de Dios de San Agustín, el *cogito* de Descartes hasta el

¹² Al respecto André Gorz [1988:25] nos dice: “Ce que nous apelons “travail” est une invention de la modernité. La forme sous la quelle nous le connaissons, pratiquons et plaçons au centre de la vie individuelle et sociale, a été inventée ; puis généralisée avec l’industrialisme.”

¹³ Estamos hablando de los sugestivos análisis de E. Goffman [1970 y 1971] y de la etnometodología sobre las relaciones personales: “cara a cara”. Goffman también le llama identidad virtual a los estigmas que se realizan sobre las identidades personales o colectivas. Aunque ellos se interesan en las presentaciones, escenarios y gestos de la persona, los análisis conversacionales de la semiótica también observan el mismo fenómeno.

nihilismo de Nietzsche; todos estos se preguntan sobre la existencia humana. Aunque su forma de escribir esta idea es dispersa, ideas yuxtapuestas sin aparente relación, subyace en ella, aunque muy escondida, una apelación a la búsqueda antropológica por las reminiscencias de la cultura humana en los pueblos primitivos, para partir de allí hacia una "antropología de los mundos contemporáneos".¹⁴ La alusión a los lugares antropológicos me parece en cierto punto innecesario para el fin que se persigue, que es una antropología de lo cercano o de los mundos ... Sobre lo cercano o la "contemporaneidad", la antropología urbana ya ha realizado ciertos acercamientos y sobre los cuales se puede partir con mayor precisión sobre el tema, que nos podría ahorrar un lenguaje confuso, enredado, y dar mayores datos empíricos, que permitan un acceso objetivo, real a la idea de un no lugar. Es más, si plantea una noción de lo que son los lugares antropológicos, debería de mencionar el método por excelencia de la antropología que es el método etnográfico, para plantear la posibilidad de realizar una etnografía de un no lugar; cosa que no realiza por obligarlo a dar datos etnográficos de estos, y porque de ser así, tendría que despojarse de ese enredo que hace con la jerga epistemológica de la modernidad y la filosofía.

De cualquier forma, Augé no le cierra la puerta a estos aportes; mas bien la deja abierta esta posibilidad precisamente por la dualidad que maneja entre lugar y no lugar, y por la redundancia con que lo hace. Las dualidades es una constante en el pensamiento científico, y aquí Augé nos da otra: lugar/no lugar. Tanto la afirmación como la negación forman parte de un mismo sistema de enunciados, de lenguaje y de conocimiento; son parte de un mismo universo. Por tanto, miremos, para finalizar, en que consisten los no lugares.

Se contraponen al lugar antropológico en cuanto que no identifican, no relacionan y no son históricos, o sea, a-históricos, en el sentido de una historia progresiva e integradora. Entonces, el lugar se caracteriza por ser histórico, identificador y por relacionar a los seres sociales que lo practican.

En los lugares se registran comportamientos sociales pero con una realidad social y simbólica diferente a lo que compone lo no lugares; diferente en cuanto a la composición significativa de los discursos y de sus objetos, pero negativamente igual en los significados y en el discurso. Pretendiendo ser más preciso mencionare algunos lugares: la aldea, el pueblo, el barrio, la casa; cualquier espacio practicado social, cultural e históricamente. Como los no lugares no son la negación de los lugares, estos integran o aluden a elementos de los primeros y están dentro del sistema de ellos. Pero estos requieren una aceleración del tiempo de la vida social, que esencialmente está compuesto por la idea moderna de trabajo, el trabajo industrial.

En este punto creo que Augé deja fuera una de las propuestas más sugerentes que han dado críticos de la cultura y científicos sociales desde los años sesenta, a saber: la cultura o consumo de masas. El individualismo de la vida moderna. Que ha llegado a un

¹⁴ Augé, Marc. Pour une anthropologie des mondes contemporaines. Flammarion, Francia. (1997) Principalmente el capítulo 3. Esta es una obra que salió poco después a la de los no lugares, y que en buena parte la complementa.

posible exceso (que es lo Augé llama “sobremodernidad”) en cuanto a convertir al individuo en una cifra, en el número de identidad, de tarjeta de crédito, de carnet, de pasaporte, de cliente de pasajero; de consumidor, de tributario, de empadronamiento.

Esta individualización masiva (global, mundial) de la persona traída por la modernidad, que a la vez trae el achicamiento del planeta pero también el agrandamiento de la ciudad, ha dado espacio a prácticas que dan como resultado lugares donde el individuo puede estar rápidamente solo; anónimo, por la “metamorfosis” del trabajo industrial.¹⁵ Esta metamorfosis global y mundial, pretende negar la especificidad histórica de los pueblos, su identidad, su cultura y una posible estrategia de rehusarse a hablar, a “no hablar”.¹⁶ La igualdad de los individuos trae paradójicamente una homogeneización de las identidades, una pretendida “hibridez” de las culturas¹⁷ que las convierte en fetiches, las hace desvanecer en tanto que mercancías y objetos de mercado, trayendo la negación de la identidad colectiva y personal. Envejecer constituye otro proceso en donde la persona puede terminar sola, olvidada, abandonada o ser simplemente la última de su familia. Este último aspecto, el de envejecer, no lo considera Augé aunque esta fuera del marco puesto que los ancianos han pasado su “vida productiva” que es importante en el contexto de la modernidad.

Me parece que el planteamiento de los no lugares cae en un extravío al tratar de integrar la cuestión del anonimato. Porque estamos hablando de variaciones de percepción sobre la realidad que pueden desembocar en ideologías, entendidas estas como falsas consciencias. Porque aunque se sea un número para acceder al trabajo y con ello formar parte de eso que llaman PEA (Población Económicamente Activa) y por ende, tener la posibilidad de consumo, principalmente de mercancías o bienes; la persona o el individuo no tiene que perder su memoria para ello, es decir, no tiene que perder su identidad y mucho menos negarla. Lo que deja una posibilidad de contestar o reaccionar a tal negación, con una estrategia de desmontar o desconstruir el andamiaje de la condición humana o de la condición postmoderna.¹⁸ Para mí, de caer en este error, los no lugares pierden su valor heurístico para trascender los contextos antropológicos por excelencia.

Creo conveniente que si aceptamos que existen lugares practicados por la antropología y a la vez existen otros lugares que no han sido practicados por ella, a los cuales podríamos llamar *a priori* no lugares, tengamos claro que es la visión en conjunto de estas dos clases de lugares la que dará una mayor riqueza al bagaje teórico antropológico. Que de suceder con la teoría forzosamente tendrá que suceder con la etnografía, o sea, en la práctica. Este es el sentido de la viceversa que quiero insinuar al momento de acercarme a la tesis de los no lugares, no nos podemos quedar solamente en un lugar ya que ellos tienen varias direcciones y diferentes itinerarios de viaje.

¹⁵ André Gorz. Op. cit. Capítulo 1.

¹⁶ Jacques Derrida. ¿“Como no hablar”? y otros textos. Anthropos, Suplementos. (1989)

¹⁷ Nestor García Canclini. *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.* (1990)

¹⁸ Jean-François Lyotard. Op. cit. (1990)

Consumo, cultura de masas y no lugares

La muy noble y muy leal ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala que pasó a ser la Nueva Guatemala de la Asunción, es hoy la capital de la República de Guatemala, la ciudad más grande de centroamérica. Después de Brasilia es la ciudad capital más joven de un Estado latinoamericano. Asentada sobre el valle central, ha tenido un crecimiento demográfico a partir de la década de los ochenta. Un crecimiento horizontal, caracterizado por el predominio de las zonas marginales o periféricas sobre la superficie. Y una recomposición de las zonas centrales y de los barrios residenciales. Este crecimiento ha dependido de una migración de las áreas rurales hacia la ciudad capital. En teoría estas migraciones se explican desde dos puntos: por el estancamiento del desarrollo de las fuerzas productivas y por el desarrollo de una industria en áreas urbanas capaz de absorber la mano de obra des-campenizada. Un estancamiento del desarrollo de las fuerzas productivas podría dar como resultado una industria incapaz de absorber a la gran masa campesina que llega a la ciudad en busca de mejoras, esto incidiría en la formación de sectores marginales, barrios marginales y sectores periféricos que pueden llegar a ser una cosa “muy fea” que le llaman “cinturones de pobreza”, con su consecuencia que formalmente llaman “economía informal”; y con la correspondiente reacción de su contra parte en la formación de fortalezas en los barrios y centros de “riqueza”.

Este es un fenómeno que se ha dado en Guatemala. Como parte de este crecimiento, en los últimos años, sobre todo a finales de la década de los ochenta, se ha experimentado un aumento en la construcción de centros comerciales. Una incipiente industria ha podido absorber a parte de la población migrante o expulsada del campo a la ciudad.¹⁹ La consolidación de barrios marginales mucho más grandes. Con todo este proceso caótico, desorganizado y complejo de urbanización, a pesar de todo ello la Nueva Guatemala de la Asunción es una zona metropolitana en tanto que ha empezado un proceso de asimilación, a su zona de influencia, de pequeñas áreas urbanas como pueblos y aldeas, a su propio proceso de expansión y crecimiento.

Esta expansión del área metropolitana implica un proceso de urbanización que ha cambiado el plano de la ciudad. El desplazamiento del centro de la ciudad a las zonas 9 y 10 principalmente, parece indicar un tipo de crecimiento, algún movimiento que aún está por estudiarse. De todo esto me llama la atención y es de interés para mi análisis, la creciente construcción de varios centros comerciales que se localizan en buena parte a lo largo de la calzada Roosevelt (que diverge con la calzada San Juan), Montúfar, el Boulevard Liberación y la 18 calle zona 10 o Boulevard Los Próceres; que forman un eje que atraviesa la ciudad de Este a Oeste y viceversa. En la prolongación del eje hacia el Este, se acaba de abrir un Hiper Paíz en Puerta Parada, otro de estos se abrió en la salida al Atlántico, otros grandes centros comerciales se han construido en la Aguilar Batres, en la calzada San Juan y en la salida al Atlántico.

¹⁹ Deseo agregar el caso de la gente que migra hacia los Estados Unidos, que buena parte de él es también un desplazamiento del campo a la ciudad, solo que en este caso atraviesan fronteras para insertarse en procesos productivos diferentes a los que se dan en el país.

Con ello, de lunes a viernes se intensifica el tráfico en ciertos puntos y a ciertas horas, o sea, lo que llaman las horas pico. Diariamente gente emplea una hora para movilizarse hasta sus trabajos por lo costoso que se hace el tráfico a esas horas, y de igual manera pueden necesitar otra hora para regresar a sus casas. Si hacemos un cálculo somero tenemos que son dos horas en movilizarse, más ocho horas de trabajo, más otras dos horas en los tres tiempos de comida (incluyendo el tiempo que pueda necesitar para preparar una de ellas), tenemos un total de doce horas que se requieren como mínimo para realizar una jornada de trabajo. Si a esto le agregamos las horas extras que podría realizar una de nuestras variantes, tenemos como panorama general que la jornada de trabajo también se ha extendido, se requieren más de ocho horas para cumplirla.

Del tipo de trabajo que estamos hablando no es el “trabajo artístico” o artesanal, del trabajo de auto producción; sino más bien del trabajo asalariado que se realiza en la esfera pública de la vida cotidiana.²⁰ Este trabajo lo tenemos, lo buscamos, lo ofrecemos. Al realizarse dentro de la esfera pública es un trabajo demandado, definido y reconocido útil para los otros, que siendo así, son ellos quienes lo pagan. Es así como se reconocen las profesiones, los oficios y se diferencia este trabajo público y asalariado. Es este trabajo remunerado (asalariado) y determinado por el Capital, el factor más importante de socialización de la “sociedad industrial” que también se puede comprender como una “sociedad de trabajadores” a fin de generalizar una unidad de observación que incluya una mayor cantidad de sujetos sociales.

La teoría social nos ha mostrado que todo principio de organización social incluye y excluye, repliega y despliega a los sujetos que están dentro del radio de acción del tipo preciso de organización social. El trabajo como moderno, como lo señala Gorz (1988) es uno de los principios de organización social de la sociedad industrial o capitalista tardía, tal y como lo señalé anteriormente. Por lo que a la vez que incluye también excluye, a la vez que es un principio de socialización también es un principio de des-socialización.

Si miramos al consumo como la posibilidad de que el individuo pueda gastar buena parte de sus ingresos, principalmente durante su “tiempo libre” y sus momentos de óseo (Touraine 1969:411), y a la par de esto una industria que se consolida en un mercado, que hace de ciertos objetos una necesidad o simplemente una moda o un consumo, implícitamente estamos aceptando que los consumidores son una gran masa carente de identidad, sin principio ni fin, sin historia. Los objetos y cosas que se consumen tienen un valor y un significado.

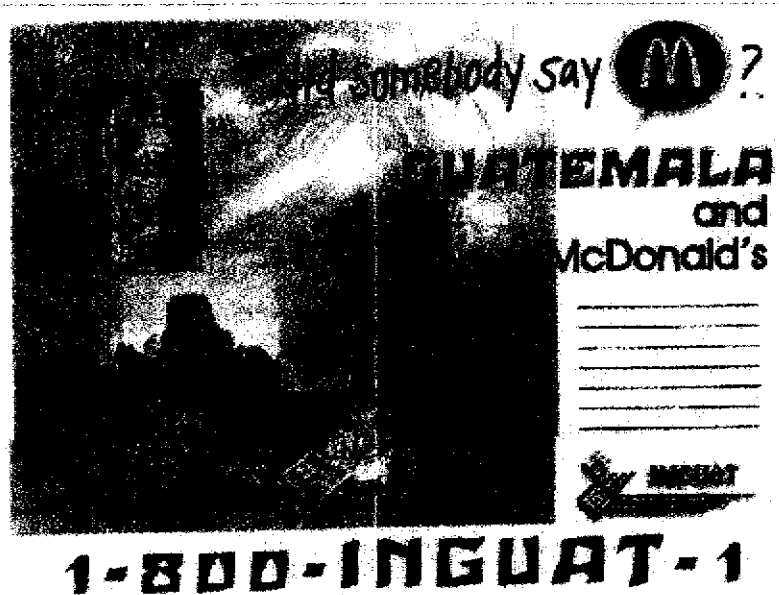
Más allá de una clasificación muy general del consumo entre bienes de primera necesidad y bienes suntuosos, quiero señalar que el consumo de una hamburguesa no entra en un esquema tan general por lo que es necesario profundizar más en esto, precisamente en Guatemala.

No sólo se consumen objetos, también se consumen imágenes por medio de la televisión, por las calles y carreteras, y permaneciendo en estos restaurantes. La publicidad discursa un monólogo en el que los receptores no pueden responder a pesar de

²⁰ Cf. André Gorz. Op. cit. (1988:25-37) Capítulo 1. L'invention du travail.

recibir mensajes constantes. Es un poder absoluto que ejerce sobre la cantidad de receptores o sobre las masas, los sin identidad, los anónimos. La televisión es una forma de poder entrar en el espacio privado y hasta en el íntimo de la persona sin necesidad de que esta lo autorice o lo permita, aunque claro el que compra un televisión debería estar consciente de esto pero muchos no lo están.

Geopolíticamente Guatemala está en la influencia de los Estados Unidos de América, por lo que la comunicación con el vecino país está a la orden del día. Otro hecho que ocurre diariamente es la migración legal o ilegal de guatemaltecos a la unión americana. El país tiene un vinculación geográfica como económica con los vecinos del Tratado de Libre Comercio. Y para muestra de esto hasta tenemos una evidencia en Mc Donald's de una manera concreta. Como veremos y como ya sabemos, los manteles de papel que se ponen sobre los azafates en Mc, son también un medio de publicidad; pues bien, estos fueron usados por la compañía para lanzar una campaña de publicidad este año, en dicho país, con la que se promociona a Guatemala como destino turístico. Esto en convenio con el Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.



McDonald's promocionará a Guatemala

La conocida cadena de restaurantes de comida rápida McDonald's anunció su cooperación en la promoción turística de Guatemala que se estará realizando del 3 de julio al 18 de agosto, durante las vacaciones anuales de los estudiantes norteamericanos residentes en New York, New Jersey y Connecticut. Con una inversión de US\$ 4.5 millones, la campaña denominada *McDonald's y Guatemala saboreando juntos lo mejor*, consistirá en el lanzamiento de 14 millones de cajitas para papas fritas, diez millones de manteles para azafates, seis millones de postales, tres mil letreros luminosos en las cajas registradoras y una masiva campaña en los medios de comunicación con fotografías e información turística de nuestro país. Además, los clientes de McDonald's recibirán folletos informativos de Guatemala y cupones para participar en sorteos de viajes a territorio guatemalteco, que incluyen transporte, estadía y paseos.

Lo que pretendo dejar como propuesta es algo que ya ha señalado Michel de Certeau en su obra *La Invención de lo Cotidiano*, en cuanto al interés que crea, para las ciencias sociales, estudiar el *uso* que individuos y grupos sociales hacen de los objetos que distribuyen los medios masivos, entre los cuales incluyo la industria de la comida rápida por ser un vendedor masivo, vende a las masas además de utilizar los medios masivos para ello. Por ello me pregunto: ¿cual será el uso que le dan los niños a las historietas de Ronald Mc Donald y a las ofertas de juguetes que adjuntan por algo en la compra? Como dice el mismo autor:

“A una producción racionalizada, [que para nuestro caso es la mcdonalización] tan expansionista como centralizada, ruidosa y espectacular, corresponde otra producción, calificada de “consumo”: esta es astuta, se encuentra dispersa pero se insinúa en todas partes, silenciosa y casi invisible, pues no se señala con productos propios sino en las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante.” (1996:XLIII)

La democracia en que se quiere vivir, que es un modelo mal aplicado en nuestro país, acompañada de esa gran señora que llaman “globalización” de la economía, trae aparejada una dama de compañía que llaman “mundialización”²¹ de la cultura. Si hace unos años la cultura de masas se percibía solamente en los países industrializados, hoy se expande por todo el planeta. Esto es una muestra de como el sistema mundial mantiene en una marginalidad a una gran mayoría como lo son las “masas” en su expresión de consumidores, y sin embargo, la democracia busca un gobierno del “pueblo”, de la mayoría y el voto en la democracia es la expresión de las mayorías que son marginales.

Si los no lugares es un espacio del anonimato, una especie de des-socialización, de pérdida de referentes por parte del individuo, creemos conveniente contextualizar esta dentro del fenómeno de cultura o consumo de masas con el propósito de darle un mayor soporte empírico a lo insinuado por Augé con los no lugares. Y no solo desde el punto de vista del consumo sino también desde el punto de vista de las prácticas y acciones que hacen las clases y grupos sociales en su “tiempo libre”, que consumen en ese tiempo en que lo gastan; tanto la clase trabajadora como la clase ociosa. Ociosa no en el sentido de que no hace nada, sino la fracción de la burguesía que es coleccionista y pasa buena parte del año en un yate, o en algún centro turístico o balneario internacional.

Y más allá de esto, sugiero una etnografía de estos lugares practicados, de estos espacios y de la acción social que en ellos se genera.

²¹ Cf. N. García Canclini, *Culturas Híbridas*, (1990). Principalmente el capítulo 1. Para la discusión sobre el libre comercio mundial que han sufrido las artesanías y la cultura popular.

La historia misma de la antropología no ha consistido en otra cosa que en separar permanentemente campos teóricos de las conjeturas introducidas por el sentido común.

Mary Douglas

Capítulo 2

Antropología de la Alimentación y Comida Rápida

Lévi-Strauss ya había hecho notar que no existe ninguna sociedad sin familia y sin parentesco. Los lingüistas estructurales, desde Saussure hasta Chomsky, también nos han demostrado que no existe ninguna sociedad que no tenga una lengua bien estructurada según su fonética, sintaxis y gramática. De igual manera, todas las sociedades han tenido alimentación y comida. El hombre es un omnívoro u (h)omnívoro¹ que no come de todo. Selecciona de todo lo que pueda tener a su alcance dentro de la Naturaleza para cocinarlo y así preparar comida para alimentarse, y nuevamente fue Lévi-Strauss el que puso el énfasis en ello.

Dejando deliberadamente a un lado un estudio profundo de estos planteamientos y por cuestiones de exposición los antecedentes a este interés de la antropología por la alimentación, tomaremos como punto de partida las propuestas y análisis que surgen y reaccionan a lo que es el análisis estructural dentro de la alimentación.

Análisis Estructural y el Triángulo Culinario

Penetrar en la densidad y complejidad del pensamiento de un gran maestro y erudito como Claude Lévi-Strauss, no es sólo una labor de alta dificultad, sino también un gran gusto y honor; puesto que ha sido precisamente este pensamiento, una de las fuentes de inspiración y alicientes en la carrera de antropología. Lévi-Strauss al introducir el análisis lingüístico está introduciendo la semiología dentro del campo de estudio de la antropología y todo el simbolismo que esto implica. Para mí este es uno de sus méritos además de demostrar la lógica del totemismo y de los mitos.

De todos es ya bien sabido que Lévi-Strauss se inspiró en la lingüística estructural; principalmente en la figura de Roman Jakobson, inclusive, a quien conoció personalmente. Esta influencia lo llevó a él a aplicar las estructuras de la lengua a la lógica del pensamiento salvaje, principalmente al parentesco, a los mitos y al totemismo. Aplicación que se deriva de una observación comparativa y de una pretensión de universalidad, es decir igualdad, entre las culturas humanas, partiendo del hecho que todas las culturas conocidas por la etnografía tienen lenguaje articulado, por lo menos oralmente. Por lo que al conocer las estructuras del lenguaje, que toda sociedad y cultura las tienen, también buscó en otras prácticas las mismas estructuras, como lo son: el pensamiento mítico, la familia y la alimentación.

Al igual que toda sociedad y cultura tienen un lenguaje(s), también todas ellas tienen un parentesco, que en concreto es la familia, y una alimentación, cuya expresión es la cocina.

¹ Claude Fischler. *El (h)omnívoro*. (1990)

Las estructuras lingüísticas se estructuran en oposiciones duales o en códigos binarios, cuyo valor heurístico de este concepto de códigos binarios es que no concibe a cada una de las oposiciones como polos separados, sino que los concibe relacionados por alguna estructura que tiene movimiento. La oposición entre vocales y consonantes es un ejemplo de estas oposiciones. Lévi-Strauss transforma esta oposición trasladándola hacia el campo de la cocina en lo crudo y lo cocido, que pasa a ser un campo semántico de tres ángulos. Lo crudo y lo cocido son las “categorías empíricas” que se desprenden de la dualidad naturaleza/cultura. Si a éste le agregamos la categoría de podrido, obtenemos un triángulo: el triángulo culinario. Este triángulo se va modificando conforme se le agreguen datos de campo, a la vez que va revelando una estructura culinaria.

El ángulo de lo crudo constituye lo no marcado por la cultura o lo natural; de la naturaleza. El ángulo de lo cocido es resultado de una transformación cultural de lo crudo (naturaleza). El ángulo de lo podrido es el resultado de una transformación natural, de ciertos procedimientos espontáneos o dirigidos.

Pero para la operación del triángulo Lévi-Strauss (1969:221) agrega: **“En ningún tipo de cocina hay algo simplemente cocido, sino que tiene que cocerse de una u otra forma; lo crudo tampoco existe en estado puro; solamente ciertos alimentos pueden consumirse así, y con la condición de haber sido escogidos, lavados, que se les hayan quitado determinadas hojas o hayan sido cortados, incluso sazonados.”**

Para tener un modelo inicial Lévi-Strauss (1969) le agrega al triángulo tres categorías culinarias que son: lo asado que pertenece a lo crudo (natural), lo ahumado que pertenece a lo cocido (cultura) y lo hervido. En cuanto a los medios y a los resultados se encuentra una estructura de las categorías culinarias que se ejemplifica mejor a través del siguiente cuadro.

	En cuanto a los medios	En cuanto a los resultados
Cultura	Hervido	Ahumado
Naturaleza	Asado y ahumado	Asado y hervido

Para estas tres formas de cocinar están implícitos los elementos agua y aire; que en cuanto a ellos es que se estructura el triángulo. Notemos que la única categoría que permanece de un lado en ambas instancias del proceso de la cocina es la de asado que queda del lado de la naturaleza. Lo hervido y lo ahumado se yuxtaponen entre cruzándose por ambos lados. **“Lo ahumado y lo hervido se oponen en cuanto a la naturaleza del elemento intermediario entre el fuego y el alimento, que es el agua o el aire. Lo ahumado y lo asado se oponen por el lugar relativo, más o menos importante del elemento aire; y lo asado y lo hervido por la ausencia y la presencia del agua.”** (Lévi-Strauss 1969:230)

Estas nociones abstractas nos son útiles para comprender la estructuración, el ordenamiento lógico; de la cocina. Las posibilidades de este esquema no son agotadas por el autor aunque sí las insinúa y lo deja abierto cuando menciona la posibilidad de

incluir lo frito como otra categoría culinaria. Inclusive todo este “entramado” se puede orientar de una manera más económica a otros contrastes de otras naturalezas, ya sean sociológica, económica, estética o religiosa. Ampliando el sentido de estas máximas de Lévi-Strauss me gustaría recurrir al trasfondo lingüístico que él mismo aplicó para estos estudios. Este campo semántico podría ser útil, para el antropólogo de campo, para revelar la sintaxis que conforma una comida, entendida esta en términos específicos. Es bien sabido que una comida se puede conformar de varios platos: plato fuerte o principal, entrada, postre, sopa, bebida y pan, tortilla o algún otro alimento a base de granos. Entonces, los procesos a los cuales son sometidos los alimentos para que puedan formar un plato y entre ellos se puedan relacionar para formar una comida o un tiempo de comida, son los que nos revelan una estructura consciente o inconsciente, de la cocina; es lo que da sentido al triángulo culinario de Lévi-Strauss que no es más que un modelo abstracto para comprender un modelo concreto dentro de una “lógica de lo concreto”.

Con este tipo de modelo pensado en oposiciones que estructuran un código binario, Lévi-Strauss llegó a la máxima de que los alimentos son “buenos para comer” porque son “buenos para pensar”.² Se comen porque se tiene conocimiento concreto de ellos, algún tipo de conocimiento(s) se puede tener de los alimentos, ya sean provenientes de la flora o la fauna. Con decir que son *buenos para pensar* se está diciendo que la cultura que se este hablando, tiene un conocimiento empírico de los alimentos que cocina y que por tanto, forman parte del inventario culinario y de su cocina.

Algunos han pretendido ver una polémica entre Marvin Harris y Lévi-Strauss al poner este primero el énfasis en la inversión del enunciado: *bueno para pensar, bueno para comer*; es decir, M. Harris lo enuncia inventivamente: *bueno para comer, bueno para pensar*. Más allá de una polémica, Harris dice que lo que él hace es ampliar el alcance de esta máxima sosteniendo que “el hecho de que sean buenos o malos para pensar depende de que sean buenos o malos para comer. **“La comida debe nutrir el estómago colectivo antes de poder alimentar la mente colectiva.”** (1997:12)³

La frase resaltada y otras contextuales a esta cita ponen en evidencia una confrontación de Harris con Lévi-Strauss, pero que no es la negación de lo planteado por él, es como bien lo acota Harris, una extensión de este; es tratar de ver el fenómeno por el otro lado que insinúa tácitamente. Al igual que Lévi-Strauss, Harris fundamenta la extensión de esta máxima en otro código binario que es el de costes/beneficios, recordemos que el del primero es crudo/cocido. Los alimentos son buenos para comer porque cubre una relación entre los costos y los beneficios que estos traen, es decir, los costos van relacionados a los beneficios en tanto si estos pueden ser digeridos por el colectivo y si su producción puede mantener la reproducción social y cultural del mismo.

Ambas líneas de trabajo son dignas de considerar. Posiblemente si consideramos el universo etnográfico que cada uno de ellos toma, pueda decidir una prioridad en nuestra elección, a saber, que Lévi-Strauss trabaja sobre la base de sociedades con menor

² Esta máxima esta desarrollada tanto en *El Pensamiento Salvaje* como en *El Totemismo en la Actualidad*. Principalmente en este último, p. 131.

³ El resaltado es mío.

grado de complejidad en su organización social y relativamente fuera de una lógica capitalista, como las sociedades tribales del Amazonas brasileño, los grupos indígenas del norte de América y de Oceanía. Mientras que Harris toma a sociedades más complejas en su organización social y dentro de la lógica capitalista como la India, el tabú judío e islámico sobre la carne de cerdo, el consumo de carne de res en los Estados Unidos relacionado con el tabú de no poder comer carne de caballo o de perro o de rata como lo hacen los franceses con el caballo y los chinos con la rata.

Para mis intereses de investigación he de confesar que considero más fructífero la línea de trabajo de Lévi-Strauss, por partir de y fundamentarse en la lingüística estructural, razón por la cual dos de sus libros y toda su obra se conoce como: Antropología Estructural. De allí que vea en la cocina una noción de un campo semántico, lógicamente estructurado. Con esto se abre el paso a considerar a la comida como un sistema de comunicación, camino seguido por Mary Douglas (1982). Las tesis de que la comida significa y comunica mensajes entre sus comensales, implica una noción de vida social que puede permitir análisis sugerentes y aplicables al fenómeno de la comida rápida. Nos sentamos a la mesa con personas relacionadas con nosotros, conocidas y no con extrañas, existe todo un código de maneras y comportamientos en la mesa que se diferencian según la cocina y el comensal. Además de que la comida cumple una función tanto simbólica como fisiológica.

Comer rápido y comer con las manos: un acto privado realizado en público

El individuo existe sólo en la medida en que está inmerso en la cultura de su tiempo y lugar.

Mary Douglas

Comer comida es básicamente comer un tiempo de comida. Esto es en términos precisos, comer un almuerzo, o un desayuno, o una cena, o una refacción o una merienda, o un entremés; todos ellos tienen su tiempo y hora socialmente establecidos, y en cada uno de ellos se establece un menú con cierto tipo de alimentos que son *buenos para comer* a tal tiempo u hora. A la hora de comerlos, en el preciso momento en que se comen son *buenos para pensar* y también previamente a su elección son tan *buenos para pensar* como *buenos para comer* una vez pensados si seguimos las premisas que hemos analizado.

La elaboración de una comida requiere de *un saber hacer* y de *un tiempo*. El comer es una hechos social total, comemos con los conocidos, preparamos comida conocida, es decir, cultural, o aceptamos probar platos de otras cocinas. En las mejores condiciones en nuestro país se come tres veces al día, y algunos comen una refacción entre el almuerzo y la cena, y otros toman entre el desayuno y el almuerzo. Varios entre la gente trabajadora hacen un desayuno liviano, por lo que a las diez de la mañana toman un café con pan o un atol en la calle, con doña ... porque no dio tiempo de comer algo.

Comer comida es un acto privado, realizado entre personas conocidas o allegadas a uno, en los días de fiestas se puede comer públicamente al igual que durante y al final de la semana de trabajo, también en los días de ocio o de “tiempo libre”. Ya sea que el acto de comer se realice en la esfera de la vida pública o en la esfera de la vida privada, en ambas es un acto socialmente estructurado. Sin embargo con la industrialización la comida ha pasado a ser también una industria y consecuentemente se ha convertido en una mercancía, en algo que se puede comprar de acuerdo a cierto valor: con dinero. Por lo que el acto de comer ha pasado a ser una industria y un mercado. El acto de comer ya no es solamente privado sino también público, como lo puede ser una piñata; que además es una tradición, han pasado a estar dentro de la esfera de servicios que puede prestar la racionalidad económica. Pero también comer un almuerzo por ejemplo, que es un hecho social y privado, con la comida rápida puede ser un hecho público e individual, a la vez que puede estar dentro de la esfera de la vida pública, y de la vida privada.

El comer es una actividad diaria o una práctica cotidiana. Para Agnes Heller la vida cotidiana “es la reproducción del hombre particular” (1977:21). El “hombre particular” o el individuo tiene sus fundamentos en el liberalismo y con ello el individualismo pasa a ser una nueva forma moral, una “sacralización del individuo” [Béjar 1995:23ss]. La dualidad de la vida cotidiana en vida pública y privada (allí escondida está la vida íntima), tienen su razón de ser en las ansias de libertad que el hombre occidental ha buscado a través de la individualidad y del ámbito íntimo que la persona experimenta en el goce de sus derechos, que están asegurados en el mercado y en la centralización del poder.

Retomando los claros y sugestivos ensayos de Helena Béjar sobre la “cultura del yo” y el individualismo, la autora diferencia entre vida pública y privada como:

“Lo público es, por último, el espacio de lo común, frente a lo privado que es el ámbito de la separación y la diferencia. La arena pública es el lugar donde todos se encuentran y donde la reunión de individuos iguales nubla toda particularidad en la atonía de una colectividad convertida en *masa*. Por el contrario el espacio privado es el marco de los matices, del despliegue de las capacidades singulares y únicas.” [1995:61]

La vida pública es la vida en *masa*, una masa amorfa y anónima, es un conglomerado de individuos que nadie conoce ni se conocen entre si. Sus únicas relaciones son la vida cotidiana que es la “realidad por excelencia”⁴ y lo que comparten es el conocimiento del *sentido común*. Una vida cotidiana y pública principalmente dentro del trabajo moderno a que ya he hecho mención, además de otras instituciones sociales como la moral, la religión, la política, el derecho, el Estado, la ciencia y el arte.

El trabajo como “work” y el trabajo como “labour”, son dos distinciones del concepto genérico de trabajo que hace Agnes Heller⁵ en la que entiende por el primero al

⁴ Peter Berger y Thomas Luckmann *La Construcción Social de la Realidad*. (1994:39)

⁵ Cf. Op. cit. (1977) el apartado II de la primera parte: *De la cotidianidad a la generacidad*.

trabajo en su conjunto, en la sociedad; y por el segundo el trabajo que es para el particular, para el trabajador. En el proceso del trabajo como “work” se homogeneiza al sujeto precisamente por estar guiado por la “objetividad”, por la objetividad misma de la materia, llámese prima, materia de trabajo, etc. y por la objetivación del trabajo. La actividad del trabajo está “guiada” “... por una esfera o por un conjunto de objetivaciones, sino siempre y solamente por el instrumento de trabajo *concreto*, por el objeto de trabajo *concreto*. No porque el mundo de los objetos de trabajo no sea una esfera de objetivaciones, sino porque en el proceso de trabajo no es necesaria una relación consciente con él.” (1977:131) Entonces, el trabajo como “work” está dentro de la vida pública, y esta es una ficción ideológica de los medios de masas, que reflejan la centralidad del poder capitalista, porque los productores los mensajes de masas sabrán los escenarios en donde ser emitirán sus imágenes y sus representaciones públicas, es decir, su publicidad. Pero los receptores de estos, en tanto que sujetos y sujetos sociales, no pueden saber ni conocer a priori, a esos emisores, solamente a los medios. Por eso Pierre Bourdieu sugería en una conferencia que la “opinión pública no existe”. [1990:239]

Vivimos la experiencia de comer dentro de una jornada de trabajo extensa; el tiempo requerido para llegar al trabajo, levantarse todos los días y prepararse para el trabajo, las actividades dentro de la familia, trabajar con *otros* que están compartiendo mi y nuestro mundo inter-subjetivo del sentido común⁶, y se come para el trabajo; para recuperar fuerzas y así poder seguir trabajando, se come para tener fuerzas en las actividades de la vida cotidiana y diaria, se come pública y privadamente.

H. Béjar [1993:136ss] siguiendo a G. Duby en la *Historia de la Vida Privada* nos indica que para la baja edad media, en la aún sociedad sin Estado de los medievales, no había tantos convencionalismos sofisticados para comer en la mesa, el cuchillo era el cubierto básico y que el mundo de la vida privada era casi inexistente, puesto que frecuentemente los señores feudales comían grandes banquetes donde los platos de carne eran los principales, además que tenían un vida sexual promiscua y vivían en constantes guerras; por lo que el tiempo fuera de esto se ocupaba en la caza u otras actividades lúdicas.

La manera de comer con las manos viene desde tiempos muy antiguos y los cubiertos eran una sofisticación de las clases altas. Por eso no es de extrañar que en Mc Donald's, a excepción del desayuno tradicional, todo se come con las manos puesto que es una comida de masas. Por lo que no hay otra manera de comer rápido que no sea con las manos. En Mc, los cubiertos me quitan tiempo, y los platos hacen más lento el trabajo de producción y servicio así que por eso son desechos, basura; es “comida chatarra”.

⁶ Berger y Luckmann, *op. cit.* El capítulo I.

Comida rápida y comida

Dentro de los sistemas de comida existen ciertos platillos que no requieren mucha elaboración y que se suelen comer entre los tiempos de comida. Les podemos llamar comida al paso, o “antojitos”, o “snacks” si lo decimos con M. Douglas (1982).

Esta comida también es un tiempo de comida. En Guatemala podemos mencionar algunos de estos como son: las tostadas, los tacos, los chuchitos, los atoles, las empanadas, las dobladas, enchiladas, chiles rellenos, etc. Tanto esta comida como la comida rápida se puede comer con las manos y comerla puede tomar la misma duración de minutos. Pero la comida rápida emplea una alta tecnología y emplea una larga cadena de montaje y una densa división del trabajo, mientras que la otra comida puede ser una estrategia familiar para crear ciertos ingresos dentro de su economía, por lo que no puede utilizar una cocina industrial. A la primera se le califica de limpia por el control de calidad que aplica, a la segunda se le descalifica aduciendo que no es higiénica por no aplicar los mismos controles de calidad. Ambas sirven rápido, pero la comida rápida cubre un mercado mayor. Con la familia o la señora que tiene su puesto de venta de comida en la calles o en el mercado, puedo entablar conversación con mayor naturalidad porque ella puede ser mi vecina, la que siempre se pone allí a tal hora y le puedo saber el nombre y su vida. El tipo de conducta cambia en los restaurantes de comida rápida, la presentación de la persona tiene diferentes formas de comunicarse entre la comida y la comida rápida; mientras que en la primera es un trato personal, en la segunda es un trato anónimo puesto que primero pago y después como, en el otro primero como y después pago. Podría ser este último igual de higiénico como se pretende con la comida rápida, porque después de comer toco el dinero con que voy a pagar, y la comida no permanece congelada ni tiene un tiempo de vida corto como la hamburguesa. La gran diferencia está en los tipos industriales de producción en la comida rápida que tiene la comida rápida que toda una red de relaciones entre empresas locales e internacionales, además del uso de la electrónica en la cocina. Esto condiciona los comportamientos, los gustos, etc. Esto la hace más rápida o acelerada en relación con la comida cultural y socialmente concebida.

La identidad de la hamburguesa

Todas las hamburguesas de la industria de la comida rápida tienen un nombre, posiblemente el más representativo de todos ellos sea el Big Mac, cuya salsa especial puede ser comprada por aparte si alguien desea elaborar sus propias hamburguesas. Con los nombres de las hamburguesas uno sabe que es lo que pide, se han hecho tan conocidos, tan populares que para que pueda alcanzar para todos, cada vez se hacen más pequeñas.

En la memoria de algunos entrevistados queda el recuerdo del “Big Mac de antes”, era más grande, con más carne y mejor, ahora ha sido reducido al igual que el cuarto de libra y el resto de hamburguesas y alimentos que están dentro del menú de “Mc”. Cada una de ellas se identifica por algo, que es a la vez lo que las diferencia, pero todas han reducido su tamaño

Si en alguna medida el consumo crea sentido para el individuo y para la colectividad de consumidores, como lo afirma Mary Douglas (1990:77), un dispositivo efectivo en ello ha sido, sin duda, darle una identidad a la hamburguesa, es decir, darle un nombre. La "eficacia industrial" está en el "sentimiento de creatividad" que le da principalmente a sus trabajadores y de satisfacción a sus consumidores.⁷

La identidad que le dan a las hamburguesas sea el nombre que sea: Whopper, Big Mac, etc. responde a la lógica del mercado, del consumo y de la producción industrial en donde la comida deja de ser comida y pasa a ser un objeto, un fetiche de lo que pudo ser antes de las transformaciones industriales.

⁷ Cf. Claudio Esteva Fabregat. *Antropología Industrial*. Anthropos, Barcelona (1984). Pgs. 173-188.

¿Dónde estabas tú cuando fundaba yo la tierra?
Indícalo, si sabes la verdad. ¿Quién fijó sus medidas?
¿lo sabrías? ¿quién tiró el cordel sobre ella? ¿Sobre
qué se afirmaron sus bases? ¿quién asentó su piedra
angular?

Job 38:4 – 6.

¿Qué es el lugar, qué es lo que tiene lugar o se deja
pensar, así, bajo esa palabra?

Jacques Derrida

En un lugar de la Mancha, de cuyo nombre no quiero
acordarme, ...

Miguel de Cervantes

Lo que más hay en la tierra es paisaje. Por mucho que
falte lo demás, paisaje ha sobrado siempre,
abundancia que sólo se explica por milagro
infatigable, porque el paisaje es sin duda anterior al
hombre y, pese a todo, con tanto existir no se ha
acabado aún.

José Saramago

Capítulo 3

Mc Donald's como un lugar y como un no lugar

He contado un total de veinte y tres Mc Donald's en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala, pero si sumamos uno en Escuintla y otro que está por abrirse en Quetzaltenango tenemos un total de veinte y cinco Mc Donald's en el país. Todos los Mc Donald's de la ciudad capital se encuentran en avenidas con mucho tránsito, en puntos de mayor comercio y movimiento; en cruce de calles, centros comerciales y en las calzadas de salida y entrada de la ciudad; diríamos que son puntos medulares del tejido urbano al permitir el flujo de vehículos y personas.

La ubicación de estos restaurantes no es un hecho aislado, tiene sus razones en el proceso de urbanización al que sujeto la ciudad capital, que se caracteriza por un crecimiento desorganizado o medio urbano acelerado, en expansión horizontal, con recomposiciones de las áreas de habitación, la mayoría de ellas son áreas densas demográficamente. Los Mc Donald's se ubican en zonas de mayor población o con mayor actividad económica, lo que implica carreteras para la comunicación y un fácil acceso. Casi todos los Mc Donald's tienen área de parqueo que se caracteriza por ser un parqueo muy bien señalizado, con rótulos visibles señalando la entrada y la salida, flechas pintadas en el asfalto para circular y poder llegar al autoservicio. Todo pasa rápido en ellos, servicio rápido, entrada rápida, comer rápido y acceso rápido y fácil. Las veces que les tome el tiempo a los despachadores y cajeros el promedio estuvo entre 45 y 55 segundos, ninguno llegó al minuto. Sin embargo, una vez que desayunamos con mi hermano en Mc Donald's zona 9, a él se le antojo condimentar con pimienta los huevos, por lo que se levantó y camino hasta la barra y pidió pimienta, finalmente tuvo que comer sin ella porque la pimienta estaba en la bodega que aún no habían abierto, tal vez por ser muy temprano, no sé exactamente.

No todo es rapidez en Mc, ni todo es limpieza. Un domingo por la tarde que fui a hacer observación etnográfica al Mc Donald's de los próceres, pedí un combo big mac y me senté en la parte de afuera a observar a los grupos de jóvenes que se reúnen allí, esperando o saliendo del cine. Empecé a comer el menú muy despacio, primero se fueron acabando lentamente las papitas fritas con un toque de ketch up, luego pasé a desenvolver lentamente una hamburguesa que tal vez ya había pasado su tiempo de vida útil, con la misma lentitud que se acabaron las papitas, me fui comiendo el big mac, todo ello para poder estar el mayor tiempo posible observando sin tener que comer mucho, tratando de ordenar los datos de campo; hasta que a la altura de la mitad de dicha hamburguesa, sentí algo que no se dejaba masticar y no era otra cosa que un pedazo de plástico que se quedó en la lechuga. Uno de mis amigos inmediatamente habría reclamado una reposición pero para mí ya era suficiente. Por supuesto que no me fui de allí sin reportarlo a uno de los empleados que rápidamente se lo dijo a la jefa de turno, la cuál se disculpó y me ofreció una reposición que naturalmente no acepte.

Muchas son las personas que han comido en Mc Donald's, unos han refaccionado en el, otros solo han ido a una piñata porque los invitaron y a ellos no les gusta Mc, otros comen allí porque es lo más cercano, práctico, conocido, higiénico, y abierto buena parte del día, otros almuerzan eso porque es lo cercano al trabajo, es público, limpio y para el poco tiempo que tienen de comer es lo más rápido. Pero creo que pocos son los que pueden comer en Mc Donald's los siete días de la semana, estos, principalmente son jóvenes. Los modelos de estos restaurantes parecen clones¹ que se pueden instalar en cualquier punto de mucho tránsito, en vías rápidas de comunicación. Se ajusta a los tiempos modernos, a la aceleración del tiempo.

Comida rápida, modernidad y cultura de masas

Comida. Comida tradicional. Comida rápida. Comida lenta. ¿En qué consiste que la comida sea "comida rápida"? Fundamentalmente lo que hace que la comida sea rápida es la racionalización de su producción (industrialización de la cocina), que implica una alta tecnificación del trabajo y una división del mismo en donde tiene una función principal la técnica o "alta tecnología", ya sea mecánica o electrónica; y la racionalidad que se estructura en cuatro elementos que son: eficacia, cálculo, predicción y control.² Eficacia en la producción y en el servicio, cálculo de los rendimientos, predicción del funcionamiento y control de la información.

Alain Touraine (1969:412) define a la cultura o consumo de masas como el desarrollo de diversas técnicas que están dirigidas a explotar, según los métodos industriales, el mercado que crea un tiempo libre durante el cual el individuo puede gastar una buena parte de sus ingresos. La cultura de masas está íntimamente ligada a la civilización industrial, que tiene buena parte de sus fundamentos en los derechos del hombre que se instauran a partir de la revolución francesa, con lo que el hombre a pasado a ser un individuo más que una persona. El proceso civilizatorio que podríamos llamar industrial ha venido a crear del hombre una mercancía y con el casi todo su Ser y su Mundo.

El proceso de industrialización también ha alcanzado a la cocina, el comer se ha vuelto un mercado y una industria de servicios. En las primera décadas de este siglo tenemos la imagen del obrero de la industria de la construcción que va a su trabajo con su merienda o "lonchera" de metal hacia el trabajo, en el apogeo de los rascacielos en Nueva York, y en el momento de llegar la hora de comer (aunque no fuera exacta) se sentaba en una viga de acero, en lo más alto de la construcción, y se disponía a comer sus panes con su termo de café. Los panes, hamburguesas o sandwiches, sintetizan lo que sería una comida dentro de la civilización del trigo, pan que se hace de trigo, un pedazo de carne de res, que se puede sustituir por alguna otra carne, lechuga y alguna salsa.

¹ "Clones" les llama a los restaurantes de esta cadena, que se montan por medio del sistema de franquicias, George Ritzer en su libro: La McDonalización de la sociedad. ARIEL, Barcelona. 1996.

² Ibid, pgs. 38 y 39 y capítulos 3, 4, 5, y 6.

Ya sea globalización o mundialización de la economía o de la cultura estamos hablando en esencia de procesos de homogeneización, de regulación de las actividades económicas y culturales que alcanzan márgenes precisamente mundiales. El último mundial de fútbol, que también fue el último del siglo, pudo ser observado por millones de personas a través de la televisión se pudo percibir y leer imágenes que estaban siendo vistas en otros países, en diferentes lugares. En las ligas de fútbol de los barrios o colonias de la ciudad de Guatemala podemos escuchar nombres de equipos como: Inter de Milán o sólo Inter aludiendo al equipo italiano, Barcelona, Boca Juniors, Manchester, etc. Europa está mucho más cerca por las líneas aéreas y por la televisión por cable, vía satélite o por televisión directa, lo que hoy sucede allá se puede saber hoy aquí. Menciono a Europa por ser el epicentro de la civilización industrial junto a los Estados Unidos de América, que de este último también obtenemos mucha información por los mismos medios de telecomunicación y por algún familiar o amigo que está allá.

Incluso las artesanías tradicionales son objeto de comercialización a nivel mundial y en cualquier mercado de artesanías podemos encontrar artesanías de diferentes procedencias. Para una muestra de ello en el mercado central de la zona uno podemos encontrar artesanía mexicana, india o hindú, salvadoreña, hondureña, y costarricense principalmente, juntamente con la guatemalteca. De igual manera la artesanía guatemalteca se exporta y se encuentra en diferentes partes del mundo, principalmente en los continentes americano, europeo y asiático. Lo que nos interesa de estos procesos no es tanto una explicación económica sino más bien, como incide en la percepción que se tiene del mundo y de la vida dentro de las sociedades y de los colectivos y grupos sociales que pueden formar un tejido social, como afecta los hábitos o *habitus*, para decirlo con Bourdieu (1985:189), de las personas y de la cultura en la vida cotidiana.

La cultura de masas se caracteriza por: ser una abundancia, una exceso en el sentido que trasciende ámbitos, fronteras, linderos y se produce para una gran masa de consumidores. Las masas son conglomerados en principio amorfos, pero que según su trabajo y el tipo de consumo que realicen sobre los productos de “masa”, así se podrá ir caracterizando a las fracciones de clase, grupos sociales o colectivos que incluirían dentro del concepto de cultura o consumo de masas, que consume una cultura “alta, media y/o baja”³. Los medios de comunicación visuales o escritos juegan una papel importante dentro de esta cultura. Y finalmente, como ya lo ha hecho notar Umberto Eco (1995), se caracteriza por relatarse de dos maneras: en “apocalípticos e integrados”. “**La cultura de masas es la anticultura.**” (Eco 1995:28) Es la anticultura en el sentido que se opone al concepto de cultura como una forma sublime e íntima de cultivar el alma, en tanto que la populariza, la vulgariza; la comparte con una infinidad de individuos, que para los cuales, está no puede tener ningún sentido ni ningún interés creado puesto que es una cultura des-socializada.

En mi reflexión sobre los restaurantes de comida rápida, especialmente sobre los Mc Donald's, me he encontrado con una contradicción, con una paradoja que se me hace difícil de comprender y aún más, de hacer explicable. Esta paradoja no es otra cosa que he encontrado que los *Mc* pueden ser tanto un lugar como un no lugar. Es un lugar en

³ Umberto Eco. *Apocalípticos e Integrados*. (1995)

tanto que el individuo se relaciona, en tanto que se come allí cotidianamente, dije cotidianamente y no diariamente. Y es un no lugar en tanto que se consume en *Mc*, una hamburguesa por ejemplo, condicionalmente o excepcionalmente. Es un lugar cuando me doy cuenta que *Mc Donald's* también tiene una historia que contar, pero no es una historia real, que halla sucedido, sino que es una historia fantástica, que nunca sucedió mas que en la mente de aquel que la escribió y en aquellos que la han leído y/o escuchado. En esta paradoja encuentro la esencia de un análisis como el que a continuación desarrollare. Los *Mc Donald's* se historizan con Ronald *Mc Donald* y sus amigos, pero la "mc donalización" de la sociedad des-historiza al ser social, pretendiendo una sociedad "transparente", más rápida, homogénea; una sociedad mediatizada por los medios de comunicación, de transporte y de consumo.

He encontrado ciertos rasgos tanto del *Mc Donald's* como un lugar como un no lugar que serían los elementos constituyentes de mi argumentación. Como ya he dicho desde un inicio, al encontrarme dentro de mi universo de estudio, formando, por ende, parte de mi unidad de análisis, he tratado de formar un ensayo compuesto por estos elementos cuya última intención es hacer tangible mi percepción y la de otros, de comer con las manos en un espacio del anonimato. Para ello he decidido iniciar con la exposición de los *Mc* como un lugar para luego exponer al *Mc* como un no lugar, dado que buscamos un equilibrio de la crítica que se tenga de la vida cotidiana moderna dentro de las metamorfosis del trabajo y de una globalización de la economía.

I. Mc Donald's como un lugar

A manera de introducción, considero necesario trasladar unos datos sobre lo que representa el consumo y la producción de la transnacional Mc Donald's. Hasta el 20 de noviembre de 1984 Mc Donald's llevaba vendidas 50,000 millones de hamburguesas con las que se podrían dar ciento veintidós vueltas a la Tierra se les colocara una encima de la otra, formarían una torre de un par de millones de kilómetros de altura. Para 1985 vendía 140 hamburguesas por segundo en todo el mundo.⁴

Christiane Grefe (1988:21) nos proporciona el siguiente dato:

“En 1970, cuando Mc Donald's tenía casi un cuarto del tamaño actual, (datos calculados para 1984) se hizo el siguiente cálculo: en un año la empresa necesitó para el empaquetamiento 81.585 hectáreas de bosque: el consumo de corriente correspondía a una energía de más de 11,5 millones de toneladas de carbón, lo cual en ese momento equivalía al consumo anual de las ciudades de millones de habitantes tales como Boston, Washington y San Francisco.”

Estas cifras fueron calculadas hace veinte y ocho años, seguramente ahora han aumentado, pero nos hablan de lo que representa esta transnacional a nivel mundial de consumo y producción en el área de servicios, específicamente en el mercado de comida rápida. Para lograr todo ello la empresa crea una mística de trabajo dándole a los trabajadores una carrera con sus propios ritos de iniciación que se simbolizan en los “pines” que muchos de ellos portan y que se vuelven en objetos de valor para ellos, a tal punto que se los roban ellos mismos, según me informó un empleado de Mc Donald's. Pero esta disposición del trabajo los especializa o los vuelve empleados autómatas. En un Mc de San José Costa Rica, el que está cercano al Teatro Nacional, tenía una plaqueta que se titula “Nuestra Misión”, la cuál dice así:

“Brindar al cliente más de lo que espera, entregándole calidad, servicio y limpieza superiores por medio de nuestra gente, que con su actitud, características personales, trabajo en equipo y compromiso de superación continua, logra mejorar su calidad de vida y hace de Mc Donald's el restaurante número uno en el mercado de servicio de comidas rápidas.”

El empleado mejora su “calidad de vida” beneficiando a Mc Donald's con su “calidad, servicio y limpieza”. Mc Donald's tiene una manera lineal de ver el tiempo y el espacio, todo va en superación en una escala de menos a más. Es una misma imagen aquí y en la reconchinchina, lo mismo, siempre en lo mismo. Más ventas, más clientes satisfechos, esto es dudoso, más sucursales, más expansión mundial, no para, no se quiere detener, la cadena de restaurantes clones no se detiene.

Cuando el imperio socialista se abrió al capitalismo de mercado, una de las primeras cosas que los medios de comunicación transmitieron fue la apertura de un Mc Donald's en el centro de Moscú, el *american way of life* llegó a la ex Unión Soviética. El

3 Cf. GREFE, Christiane et. al. (1988)

presidente Arnoldo Alemán de Nicaragua, coloca la primera piedra de lo que será otro clon de la cadena en Managua. En Colombia, donde hasta hace cinco años no había Mc Donald's, se inauguró el primero en el centro de Bogotá en una calle histórica de la vida política nacional de Colombia. En China también está la casa del big mac. La gente celebra que hallan Mc Donald's en diferentes partes del mundo pero, ¿no queremos un mundo en donde sepamos conocernos y re-conocernos dentro y fuera de las diferencias que nos unen y separan. El archipiélago es un conjunto de islas unidas por lo que las separa.

La mcdonalización de la sociedad

Este es el concepto que emplea un sociólogo estadounidense, Ritzer, para caracterizar los procesos de racionalización de la burocracia, que es un concepto retomado de la tradición Weberiana, que aplicado a Mc él lo llama "mcdonalización" porque no es solo esta empresa que esta tomando este modelo, casi todo lo que está en el mercado de servicios, servicios que se les da a la clase trabajadora, la que vende su fuerza de trabajo o su título universitario o sus conocimientos técnicos. **"Por tanto, Mc Donald's y la mcdonalización no representan nada nuevo, sino que suponen la culminación de la serie de procesos racionalizadores desarrollados a lo largo del siglo XX."** Ritzer [1996:49] El aclara que toma el nombre de esta compañía para acuñar su concepto por considerarla como pionera en conformar un proceso así de preciso. Pero claro que tenemos que cuidarnos de hacer del proceso de "mcdonalización" un proceso ejemplar digno de imitar, que se convierta en una "jaula de hierro".

Es un proceso que tiene sus raíces históricas que por ahorita dejamos afuera de estos planteamientos pero que se inserta en la modernidad y en el sistema Mundial. Estos servicios que prestan son prácticas y hábitos que la persona realiza dentro del marco de la vida cotidiana, una vida cotidiana que se individualiza cada vez más en buena parte por estos procesos de racionalización de la economía o para decirlo con Ritzer de la mcdonalización en la vida cotidiana.

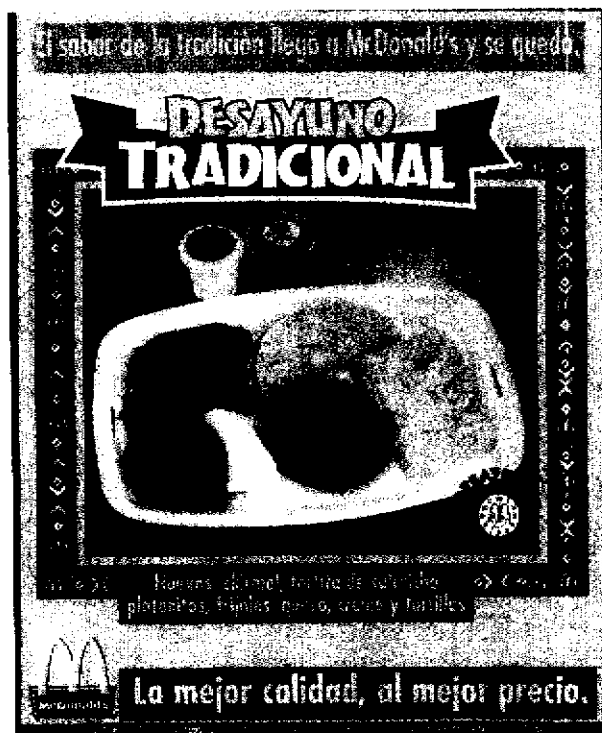
Este concepto de mcdonalización se basa en la industrialización, que de hecho es a uno de los procesos que alude la cita anterior. Posiblemente exista una relación directa, que aún no he comprobado como se expresa para el caso de Guatemala, entre las transformaciones de las formas de trabajo y los procesos de mcdonalización de la sociedad. Este concepto se basa principalmente en la sustitución técnica del trabajo humano en varias instancias del proceso de producción de la mercancía. Para que el cliente satisfecho pueda sin moverse, sin perder tiempo, sin salir de su trabajo ni de su casa, pueda consumir pagando estos servicios. Me voy a dar el lujo de parafrasear una frase de Marx que dice: **"Un espectro asedia europa: el espectro del comunismo."** (Derrida 1995:18) Pero yo lo parafrasearía: un espectro asedia el mundo: el espectro del consumismo. Y Guatemala está en el mundo, está dentro de la globalización cuando se venden las empresas del Estado, cuando el actual gobierno habla de modernizar las instituciones del Estado, cuando refugiados guatemaltecos han aprendido el inglés durante su refugio en los Estados Unidos, cuando los residentes guatemaltecos de los

Estados Unidos reciben llamadas por cobrar o mandan sus remesas para mantener la economía de sus familias en su pueblo, cuando se quiere firmar un TLC con México y otra retahíla de sucesos que aún no están estudiados.

Hamburguesa chapina y desayuno tradicional

La apropiación de ciertos elementos locales, hace de la transnacional Mc Donald's una empresa local pero global. Nuestra relación con otros seres humanos nos puede plantear la posibilidad de tomar cosas de ellos para darles un giro propio, pero que pasa cuando esto se da por parte de una empresa que presta el servicio de comida rápida, su percepción es múltiple, así como hay multiplicada de éticas también hay múltiples percepciones del *ser allí*, del estar en el mundo. Entonces, el servicio nos acerca y nos da la oportunidad de ser como nuestros clientes (los otros) "chapines", por eso en el mes de la independencia, septiembre, les ofrecemos una hamburguesa chapina, con aguacate y doble torta de carne. Pero el aguacate es un líquido o simulacro de salsa, muy líquida y que no tiene sabor de aguacate, gran diferencia entre esta hamburguesa y las mixtas o cheveres que se encuentran en la calle. La primera es una hamburguesa rápida y la segunda es una mixta de la calles pero con puro aguacate. "Doble carne..." ¿de donde serán los chapines tan carnívoros? Esto de doble no es más que un artificio publicitaria para que funcione como un dispositivo de distinción entre los consumidores. Comer

carne en un país tan pobre es considerado como un lujo, sea carne o no está claro que "estoy comiendo calidad a través de un buen servicio".



No sé si el desayuno entraría entre lo culinario como chapín puesto que la torta de salchicha no es tan común comerla durante un desayuno, culturalmente hablando. He de confesar que no lo he probado por ser de reciente oferta. Pero en este sentido la competencia voraz de "Mc" iba atrasada frente a Burger King que les lleva varios meses de ventaja con una oferta similar de desayuno, una apropiación de lo local.

"Mc Donald's Catedral". Este es el nombre del Mc situado en la 9a, avenida y 8a. calles de la zona 1, esquina opuesta a Magno y en frente del mercado

central. Hoy diríamos que se ubica en el corazón del centro histórico de la ciudad de Guatemala, aunque una cuadra los distancie de la catedral metropolitana. No, mas bien, el mercado central lo separa de la catedral pero este no es el referente para su nombre sino mas bien es la propia catedral de estilo Neo Clásico. Apelando a la referencia de

uno de los elementos simbólicos que constituyen la historia de Guatemala, y una de sus construcciones históricas de la ciudad, Mc se nombra en la historia en relación a un lugar, en relación a la catedral de Guatemala. Sí es un lugar, este no tiene ni auto servicio ni servicio a los peatones. La gente hace sus tiempos de comida en este lugar, se relaciona dentro de él.

Si hablamos de apropiaciones que se expresan y simbolizan en la decoración de los restaurantes de Mc Donald's, que buscan ser un lugar apelando a la historia local, encontré otros dos ejemplos en las fotografías de principio de siglo en el de la 6a. avenida entre 10a. y 11 calle, y en las replicas (que no sé si sean de algún original) de estelas mayas en el Mc Donald's Utatlán, sobre la Roosevelt. Además el primero, el de la 6a. avenida, está en un inmueble antiguo, dentro del "centro histórico de la ciudad", que fue adaptado para las necesidades del restaurante, por lo que lo único que conserva de original es la fachada, desapareciendo el interior. Esto pretende dar una imagen de una empresa que valora lo "nuestro", conservando los edificios históricos, apoyando el fútbol nacional, sirviendo desayunos chapines, decorando con replicas de estelas mayas, volviéndolas un objeto de valor coleccionable, una propiedad privada en vez de colectiva, hasta, perdonen, puede ser que contribuya de manera indirecta el saqueo de los sitios arqueológicos.

Tikal Futura es uno de los edificios "modernos" que recientemente se han construido en una de las áreas de mayor densidad demográfica de la ciudad por su crecimiento horizontal y que no hace falta que de más de talles sobre él porque ya es muy conocido. Pues bien, este edificio se llama como el lector ya sabe pero resulta que está asentado sobre Kaminal Juyú, y posiblemente creo que hasta se destruyó parte de Kaminal Juyú para realizar su parqueo, claro que antes se realizaron las excavaciones pertinentes, pero por ser monumental apela a Tikal que está a cientos de kilómetros de aquí en el centro de Petén y no al sitio que tiene a la par de sus cimientos. Pues en él se encuentran dos Mc Donald's: uno en el área de restaurantes del centro comercial y otro en primer nivel en el área de juegos. Entre los dos nos dan una muestra de la capacidad de adaptación, de "servicio", que tiene la empresa. El de arriba está en un área de comida, de estar, el otro está en un área de juegos, de ocio y recreación mercantilizada. El primero tiene como puerta una "M" amarilla, uno de los arcos es la entrada y el otro la salida, parece la entrada a un templo de la comida rápida, por dentro está dividido, como casi todos los Mc Donald's en área de fumadores y no fumadores y además tiene un área de juegos para niño reducida en un cajón.

Que paradoja es esto. Por si fuera poco, uno de los Mc más viejos, el de Utatlán, está decorado con replicas de estelas mayas, que como Tikal Futura no hace referencia al sitio arqueológico sobre el cual está asentado: Kaminal Juyú. Si el viaje etnográfico también se había constituido en lo lejano, exótico y moderno, estas dos construcciones, que no distan mucho entre si, también se van lejos pero dentro (endo) del territorio guatemalteco. ¿Qué poder ha hecho casi invisible e imperceptible a Kaminal Juyú? ¿Es esta una historia totalitaria o totalizante? ¿Qué identifica relacionando o identifica desvinculando?

Según uno de los informantes con que fue objeto de conversación esta tesis, para el 12 de diciembre, día de Guadalupe, los empleados de Mc Donald's se visten como lo manda la tradición. Claro que estas apropiaciones son circunstanciales y variables, pero el efecto que causan dentro del público, en la población, habría que investigarlo para determinar las valoraciones que se hacen sobre ello por parte, tanto de los trabajadores como de los consumidores.

Es la hibridación entre lo *moderno* y lo *tradicional*. Para modernizarnos a cuantas tradiciones hay que transformar, racionalizar o modernizar.

Una piñata en Mc Donald's

The advertisement is for 'Cajita Feliz' (Happy Meal) and is titled 'ZOOLOGICO DE PELUCHE' (Stuffed Animal Zoo). It features a grid of seven small images showing different stuffed animals: a bear, a panda, a tiger, a lion, a giraffe, a zebra, and a monkey. Below the grid, the text reads 'AHORRE Con la Cajita Feliz' (Save with the Happy Meal). At the bottom, a box states 'Todo esto por sólo: Q16.00' (All this for only: Q16.00).

Siguiendo las tradiciones o con lo moderno y lo tradicional, encuentro un parangón al respecto en las piñatas. La celebración de un cumpleaños de un niño al romper una piñata es una tradición que se encuentra en diferentes clases sociales, y según ella y su fracción de clase, tiene sus particularidades. La piñata se nos presenta como un acto social que implica una complejidad en la preparación de la fiesta, que en gran medida son estas preparaciones las que le dan sentido y significado. Para estos tiempos modernos, que posiblemente se consoliden con la "paz", las tradiciones son demasiado lentas y trabajosas, que requieren mucho tiempo más del que uno puede disponerles porque el trabajo no lo permite, por lo que una solución para que todos salgamos contentos y podamos celebrar la piñata es contratar a una empresa que nos organice todo el pastel ... y porque no puede ser Mc Donald's.

Procurando ser un buen etnógrafo trate de presenciar la mayor cantidad de sucesos diarios, cotidianos y excepcionales que se dan en el país de la hamburguesa, esto obviamente incluye a las piñatas. Algunos restaurantes de comida rápida prestan el servicio de organizar, armar y amenizar una piñata, Mc Donald's está entre ellos. Pone las instalaciones, la comida, el payaso (que puede ser Ronald Mc Donald), el pastel con dibujitos de Mc Donald, las sorpresas que son juguetes de Mc Donald's, su payaso y sus

amigos y la piñata impuesta que personifica a uno de los amigos de Ronald Mc Donald o a él mismo. Las instalaciones son prefabricadas, en un recinto cerrado, con resbaladero de plástico, piscina de pelotas, mesas y sillas empotradas y si es un día en el que hay mucha demanda, por lo general son los sábados, entonces no podemos tardarnos tanto porque detrás de nosotros vienen otros, así que así como le servimos “rápido” usted también desocupe rápido porque allí viene el otro cliente.

La tradición es lenta mientras que la modernidad es rápida. Es rápida pero el padre de familia trabaja más de ocho horas teniendo un buen sueldo que lo invierte en no complicarse la vida y hacer de ella una cosa más simple (rapidez) y no llevar más trabajo a casa para el fin de semana.

Para organizar una piñata en Mc hay una medida, cualquier cosa que se pase de esa medida será cobrada. Los dulces que están dentro de la piñata llevan un envoltorio de Mc Donald's, si los niños se van a meter al laberinto, que a la vez es resbaladero, piscina de pelotas, puente colgante, pasa manos y no sé que más cosas; se tienen que quitar los zapatos porque si no se daña el juguete, la instalación, como si mi casa fuera alfombrada. El helado lo pasan sin barquillos, la comida se reduce a la hamburguesa y a la “champaña gringa”, o sea, la coca cola en lugar del fresco o la horchata. ¿Y sobremesa? No hay tales porque estoy pagando el tiempo, el tiempo rápido racionalmente gastado para que todos puedan estar satisfechos, rápido a casa para abrir los regalos y que el que pueda venir que se venga, si no tiene otros compromisos. O tal vez, como pude detectar en el sonde que para algunos, además de no tener tiempo para organizar la piñata de su hijo o hija, no tienen suficiente espacio en mi casa y mucho menos su jardín donde puedan romper la piñata, entonces, ¿porque no? Mc Donald's para ellos podría ser un buen lugar para solucionar su problema.

No sólo las piñatas son las razones por las que los niños se acercan o conocen Mc Donald's, también las tremendas campañas de consumo que emprenden con las sorpresas que le “regalan” a uno por cierta cantidad “en su compra”, es una de las tantas maneras con que la cadena engancha a los niños. Mc es estar a la moda y estar a la moda significa estar al día, vivir mis tiempos. “Desea incluir la ... en su orden ...” es la frase que le dicen a uno. O tal vez el hijo que quiere ir a Mc Donald's sólo a comprar el muñequito que le hace falta en su colección y que salió esta semana, posiblemente no tenga que emplear muchos argumentos o hacer muchos caprichos para convencer a sus padres para que accedan ante su petición. Sin duda esto será tema de conversación con sus amiguitos: “ya tengo el último de los ... de Mc, mira”. Competencia podría ser eso, enseñarles desde pequeños a coleccionar bienes, coleccionar, almacenar, que sé yo.

Ronald Mc Donald sale en la televisión dándole consejos a sus amiguitos que más o menos dice así: “si un extraño te habla y te quiere regalar un globo, no le escuches ni le prestes atención porque puede ser un ladrón, un secuestrador, o alguien malo, tú no te separes de tus amigos que con ellos estarás seguro”. También aconseja a los niños a terminar sus tareas antes de “ir a jugar”. Ronald Mc Donald es alguien bueno, da consejos y quiere a todos los niños. Pero también es un fetiche, un muñeco que se puede comprar o alquilar en las piñatas, comer en sus pasteles, pintar en los libros de dibujar,

Ronald está en todos lados, en el mercado mundial, nunca existió pero la publicidad y la fantasía hacen creer que sí existió.

En Mc Donald's pradera, en la parte de atrás, hay una salón cuadrado, que está partido a la mitad en su interior, tiene las mismas cosas a ambos lados, cada una de ellas es un salón para celebrar piñatas. Todas tienen el mismo escenario, la escenografía no se cambia y eso que importa, lo que importa es celebrar la piñata aunque sea prefabricadamente.

Tomar un café en Mc

Tomar un café en Mc es para muchos ya una práctica, es para algunos el mejor lugar para hacerlo. También puede ser útil como punto de encuentro por la misma ubicación de cada uno de los restaurantes, la M amarilla puede ser vista a metros de distancia, encuentro parqueo, seguridad, buen horario y me puede entretener leyendo la prensa, comiendo algo con música de fondo y mirando quién entra, quién sale o quién está a mi alrededor, mientras la o las personas con las que me quede de juntar a tomar un café o que me pasaran a recoger para ir a tal lado. Es habitual que me pueda encontrar a conocidos específicos en ciertos Mc Donald's y a ciertas horas, inclusive la idea de esta tesis nació una vez que comía sólo en Mc.

El tomar un café no representa precisamente un tiempo de comida como tal, éste implica una preparación de los alimentos, cierto orden (sintaxis) para comerlos, un tiempo (hora) determinado y un menú específico para el tiempo de comida. Tomar un café puede equivaler a una refacción que se realiza principalmente en horas de la tarde, entre el almuerzo y la cena y después de haber terminado la jornada de trabajo. Tomar un café, al igual que cualquier tiempo de comida, es un espacio de socialización, en el que se come o se comparte la mesa con alguien conocido, de nuestra vida pública, privada y/o íntima.

Tomar un café puede ser un buen momento para charlar de asuntos de trabajo o privados. Para pasar con los cuates después del cine, de la parranda, del colegio, de la universidad; o antes de salir de viaje, antes de entrar a clases, para revisar mis cuentas mientras tomo un café, etc.

Sea como sea Mc Donald's puede presentarse como un lugar para socializar y compartir un café, aunque no de los mejores pero es un café platicado.

Mc Donald's patrocinador de nuestro fútbol

Este año vino uno de los equipos de fútbol de mayor tradición en Argentina, se le considera el equipo del pueblo, el equipo popular por encontrarse en un de los barrios populares de la capital federal Buenos Aires, a jugar un encuentro de exhibición o de fogueo con un equipo guatemalteco, era el Boca Juniors contra el Comunicaciones. Lo que me sorprendió y me llamó la atención fue que para posar ante los fotógrafos, de esos

actos rituales que se tienen antes de iniciar un partido, donde los jugadores posan con la mayor seriedad y concentración necesaria para iniciar el cotejo, pues me sorprendió que el equipo del Boca posara con Ronald Mc Donald's a la par. Un payaso que nunca ha existido, símbolo de una de las transnacionales más representativas del capitalismo actual, posando con el equipo del pueblo, con el equipo de las multitudes, pero si ni siquiera patrocina a Boca Juniors, es a Comunicaciones que patrocina. Bueno, no es tanto de sorprenderse porque otra empresa estadounidense que fabrica ropa deportiva y que tiene muchas ventas y diferentes ramas deportivas, viste al boca Juniors: Nike.

Mc Donald's es una de las empresas que patrocina "nuestro" fútbol. Ese nuestro fútbol se reduce a las "selecciones nacionales", a Comunicaciones y a Municipal, prácticamente a todo "nuestro" fútbol.

El fútbol se ha vuelto un espectáculo mundial, un fenómeno de masas a nivel mundial. Mc Donald's es patrocinador de la F.I.F.A. a través de los mundiales de fútbol y también de la copa de campeones de clubes de Europa. En ambos eventos se pueden observar vallas publicitarias de la empresa alrededor del campo de juego. ¿No podrá interpretarse esto como una ayuda al "desarrollo"? ¿Al desarrollo de quién y para qué? Sabemos que para suplir de carne a sus hamburguesas Mc Donald's necesita miles de miles de millones de carne, para producir el papel y el plástico de los envases de su comida, necesita de cientos de hectáreas de bosque y otra gran cantidad de plástico, y para mantener su cocina industrializada necesita una alta cantidad de energía eléctrica.

El logo de Mc Donald's aparece en el cuello de las camisolas de Comunicaciones y Municipal, además del de otras empresas, el fútbol es parte de la cultura de masas y con ello las camisolas de los equipos se venden al mejor postor, condicionando el fútbol por el fútbol.

"Para comer aquí o ..."

La idea en este apartado es la de la posibilidad de comer, por comer y no porque sea *bueno para comer*, en Mc Donald's como un tiempo de comida, es decir, como un acto social bien estructurado. Y la respuesta es que para aquellos que por su sistema de trabajo se les imposibilita poder estructurar una comida culturalmente, pues tienen la posibilidad de comer algo en Mc y en cualquier restaurante de comida rápida. La pregunta está en los gustos, que como ya apunto Bourdieu (1985) distinguen entre un los sujetos de un grupo social. ¿Porqué consumen una hamburguesa de "Mc"?

La hamburguesa puede ser la síntesis de la civilización europea occidental, posee carne de res y pan de trigo. El trigo ha sido un elemento fundamental en las civilizaciones del mediterráneo y del norte de europa. Puede resumir un tiempo de comida del comensal de esta civilización, principalmente de la parte noreuropea. Por eso no es de extrañar porque se ha constituido en la principal comida objeto de la industrialización, es una comida resumida, un tiempo de comida sintetizado producto de un proceso de civilización concreto. El tiempo con que cuenta la industrialización es un

tiempo cuantificable, medible y calculable, desde el tiempo que se emplea en elaborar una hamburguesa en cocina hasta el tiempo que emplea el cliente en comer una de ellas, desde el tiempo que se ahorra con las pantallas en cocina para ver la orden hasta el tiempo que ahorra una máquina de jugo de naranja o de chocolate. Que por cierto, si una de estas falla, que ya lo han hecho, la calidad y el servicio se quedó en un paréntesis.

No sé porqué Mc Donald's persiste en vender esa imagen de servicio, calidad y limpieza como si fueran insuperables, infranqueables, inexpugnables por medio de sus maquinas y de su alta tecnología. Lo hacen hasta erosionar las imágenes de la niñez en la publicidad, con el anuncio que no es mas que un montaje, del niño que está sentado en un columpio en movimiento, y conforme el movimiento que este le permite, puede ver o no ver la M de Mc... desde su ventana, si se acerca a la ventana la logra ver y por ello se ríe y si se aleja de ella, todo esto según el movimiento del columpio, no la mira y por eso: llora. También pueden ser causa de una discusión entre un padre que no quiere ir a allí y su hijo que sí quiere, aunque sea sólo por la oferta o muñequito. Que por cierto es lo único que cambia con mayor frecuencia en estos restaurantes, según la película de Disney que está en cartelera. El menú ha sido en esencia lo mismo durante años, a no ser por excepciones temporales como el menú de verano o la hamburguesa "chapina".

Me planteé la pregunta sobre si hay gente que come un tiempo de comida en Mc Donald's. La respuesta es sí, se pueden realizar los tres tiempos de comida según las condiciones, ya sea el desayuno, que es lo más claro, el almuerzo o la cena. La mayoría lo hacen excepcionalmente, poca gente puede comer más de dos o tres veces a la semana algo en Mc, y es una comida que no está estructurada.. Esto es en parte lo que lo hace un lugar donde se crean relaciones sociales, donde se socializa. Las familias que hacen sus *compras* durante el fin de semana y van a un centro comercial o algún Hiper Paíz, pueden almorzar en Mc al terminar sus compras o bien antes, y si van a uno de los que están en alguno de los centros comerciales de la ciudad, podrán dejar que sus hijos se tiren del resbaladero y caer en la piscina de pelotas, etc. El centro comercial se ha vuelto el lugar de distracción de los ciudadanos, no hay ni áreas verdes a donde ir ni áreas fuera del consumo por donde pasear, así que pueden hacer compras y pasear viendo vitrinas.

Cuando quiero comer en Mc me paro frente a una caja registradora operada por una empleado que en tono cortés pero mecánico me dice: "Buenas tardes señor, le puedo tomar su orden". Como si fuera la primera vez que he estado en Mc Donald's, miro el código/menú y le respondo: "Deme un ...", me hace una contra oferta como si fuera una gran oferta que representa un buen ahorro y una buena oportunidad: "Desea agrandar su orden por sólo ...", le respondo con una sonrisa fingida y le digo que no para que me vuelva a ofertar diciendo: "Desea incluir nuestra oferta de los ...", nuevamente le vuelvo a decir que no y finalmente me dice el total. Prepara la orden en un azafate con un mantelito publicitario que por lo general es publicidad de la misma empresa, coloca todo debidamente, me cobra, saca el vuelto de la caja y me dice: "... es su cambio señor, tenga. Buen Provecho". En cuestión de uno o dos minutos me han despachado, tomo el azafate y me dirijo a tomar un asiento en la zona de no fumadores, escojo una mesa que sea para dos, me siento y como fingiendo que no me doy cuenta de lo que están haciendo los que están a mi alrededor; no los miro directamente y si me miran rápidamente vuelvo

la vista hacia otro lado. Es posible que me encuentre con alguien conocido y nos demos un breve saludo, sino comeré tranquilo, sin comunicación. Pero también hay otra posibilidad, la de comer allí con los amigos, conversaremos si hay “tiempo” y tal vez nos sentemos en el área de fumadores, de no fumadores o afuera.

II. Mc Donald's como un no lugar

Hemos llegado al punto de tener que exponer las situaciones en las que considero a los restaurantes de comida rápida, en general, y a Mc Donald's específicamente, como un no lugar. Ya he explicado que los no lugares no son la negación *per se* de los lugares y que estos tampoco son un no-lugar en el sentido planteado por E. Levinas, en tanto que salirse de la esencia para buscar una liberación del *ser*. Estos no lugares son mas bien una manera provocadora de plantearle a la antropología otros escenarios de estudio, aplicando su mismo bagaje teórico hasta ahora acumulado, pero posiblemente aplicando otras técnicas de investigación propias de otros campos del saber, o acercarse a estos campos para buscar un trabajo de investigación trans-disciplinario.⁵

He decidido ampliar el concepto de no lugar con los planteamientos de la cultura de masas y el consumo de masas, por considerar insuficiente la noción de no lugar de Marc Augé además de considerarla muy cercana a lo que ya se ha dicho sobre la sociedad de masas (o sociedad de "trabajadores") y la sociedad de los medios de telecomunicación. Universos hasta ahora poco explorados por la antropología y que bien podrían ser susceptibles de un análisis antropológico, lo cual sería incursionar en el mundo de una sociedad compleja, o para decirlos con I. Wallerstein sería entrar al "Sistema Mundial".

Mas que nada he decidido utilizar la tesis de los no lugares, de Augé, y apoyarme en ella porque en el fondo, no tiene mucho de nuevo; así como no hay nada nuevo. Pero ¿porqué no tiene nada de nuevo? Porqué la alienación del hombre, la enajenación de su trabajo y por ende de su existencia, la crítica nihilista al superhombre, la cultura de masas y otras cosas aledañas a estas; son un gran conglomerado de ideas que vienen desde siglos atrás, con la misma constante de crisis, de duda existencial y de ganas de liberarse del pesado lastre de la "insoportable levedad del ser". Todo este conglomerado de ideas critican "negativamente"⁶ al tipo de sociedad que se construye a lo largo de la historia. Razón suficiente para apoyarse en dicha tesis, en la tesis de los no lugares. A pesar de carecer de un fundamento empírico que la sustente.

Pero por otro lado, me parece descubrir en ella algo que si es "nuevo", al menos para mi y para muchos de nosotros ha resultado provocador, es en la forma de como está planteada; forma que señala un nuevo horizonte en la antropología haciendo una imagen del lugar antropológico en tres elementos constituyentes que son: historia, identidad y relación (social) y de allí, contrasta con un "no lugar" que se vuelve difuso en la *diseminación* de los signos de lo lugares antropológicos.

La sensación de nostalgia y los fuertes olores a existencialismo que se leen en el libro, traen muy tímidamente un auto análisis de la propia vida del autor, de su trayectoria

⁵ Muy sutilmente me parece que me estoy contradiciendo. Levinas de no-lugar aludiendo a una trascendencia del ser y digo que el no lugar de Augé no tiene relación con éste por tratarse de campos diferentes; pero también hay un *ser antropológico* y posiblemente en la *mirada cercana* esté una trascendencia de ese ser antropológico, es decir el no lugar. Ver el capítulo 1.

⁶ Aludo a la negatividad que está en la Escuela de Frankfurt, principalmente en los pensamientos de Theodor Adorno y Herbert Marcuse.

como etnólogo y de su existencia antropológica. Reflexión ésta que se comprende si notamos la edad y la madurez alcanzada por el autor; razón por la cual, naturalmente, él haya tenido una sensación de soledad con la que termina el libro.

Por esto y por la posibilidad que deja Augé de agregar los datos empíricos y de hacer una “etnología de la soledad”, de proyectar una antropología de los “no lugares”, tomo el enunciado de los no lugares y trato de reflejarme en él, y conmigo mi mundo; en una pequeña pero transnacional parcela llamada “Mc Donald’s”.

Ronald Mc Donald sí existió

La imaginación es un maravilloso mundo de múltiples combinaciones, las probabilidades alcanzan a ser infinitas y con ello un umbral de la percepción se puede abrir. Somos finitos si queremos crear algo por nuestra propia cuenta, individual, aislada y solitariamente. La ficción o el arte de fingir, vive en nuestro imaginario, es algo similar a lo que ahora muchos llaman estrategia. Posiblemente todo relato sea una ficción o una sub-versión de la realidad, de la historia, de lo que realmente acaece, sucede y deviene. Si no fuera así no existirían los mitos y la posibilidad de crear nuevos mitos como Superman y todos los seres míticos que existen en los “cómic” y en las historietas de chistes. Y tampoco Ronald Mc Donald no habría existido. Personaje mítico que vive en el mundo del más allá, en la memoria imaginada. Es un mundo muy similar al nuestro donde existe el mal representado por el “roba hamburguesas”, donde existe la gula por el “come batidos”, y donde obviamente también existe el bien representado por nuestro personaje central, el protagonista de esta historia que es Ronald McDonald. Lo vemos en la televisión dando consejos a los “amiguitos” sobre como debe ser su conducta con sus amigos y en la calle, consejos de moral y urbanidad, la urbe es la civilización y el resto son bárbaros. Vaya lastre que nos dejó el imperio romano.

Pero históricamente esta historia nunca sucedió socialmente ni ha sucedido tal trama, todo ello es una ficción y por tanto es aprehensible. Verdad que me fue dada al analizar una entrevista que le hice a una niña. Yo, muy antropólogo con mi guía de entrevista y mi grabadora, me dispuse a entrevistar a unos niños, y a una de ellas cuando le hice la pregunta de si Ronald Mc Donald es un ser histórico, es decir, si existió realmente, me respondió naturalmente que sí existió. En lugar de que se cumpliera mi intención, que era la de que ella saliera cuestionada, fui yo el cuestionado ... maravillosa forma de aprehender.

La transnacional Mc Donald’s, una empresa que le da trabajo a una gran cantidad de gente o masa trabajadora en el mundo, una empresa que califica su éxito según la cantidad de sus ventas, de lo cuál desprenden cuantos clientes han quedado “satisfechos”, que da trabajo en el sentido como ya he dicho de trabajo como “work”, que implica una homogeneización del trabajador; también crea sus propias historias como esta de Ronald Mc Donald y sus amigos.

También tiene una organización de los trabajadores que se estructura alrededor de elementos que no son desconocidos para la teoría social y para la antropología en general. Uno de estos es los ritos de paso. El trabajador que entra a Mc tiene que empezar desde abajo, empezando con limpiar las mesas, recoger los azafates que dejan sobre ellas, trapeando el piso, este período dura más o menos, según algunos trabajadores, dos meses. Una vez terminada esta etapa, el trabajador pasa a otra escala que se simboliza en un "pin" que se le otorga al trabajador llamado: "la llave del éxito". Varias etapas de la carrera del trabajador y su estado liminal, están simbolizados en "pines", son las medallas del ejército de Mc y se vuelven objetos de valor entre los mismos trabajadores a tal punto que pueden llegar a ser codiciados y hasta robarlos. Cuando uno entra podrá notar que en algún lugar cercano a la barra de despacho, se coloca un cuadro con una foto del "empleado del mes", privilegio que se le da al que haya cumplido a cabalidad con su trabajo ("work"). Dejo en suspenso el análisis del funcionamiento y de la lógica de esta organización social impuesta por la "mcdonalización".

Si son formas de organización social teóricamente ya conocidas por la antropología, entonces son susceptibles de un estudio antropológico y por tanto también son lugares antropológicos.

No sé quién haya sido el trabajador y el hombre que se disfrazó para representar a Ronald Mc Donald como payaso, pero esa personalidad sí existió.

Otro elemento de apropiación en cuanto a términos de mercado se refiere, y entendido mercado desde la óptica liberal que proclama "Por la libertad de producir, consumir, intercambiar y servir sin coerción ni privilegios", es el servicio que ofrece la empresa a la "celebración de cumpleaños", o sea, las piñatas. Es sorprendente el interés de Mc Donald's por la niñez y es un interés por razones estratégicas de mercado y no por el buen desarrollo de los niños. Todos los objetos y significantes de una piñata en Mc son de, para y sobre Mc Donald's: el pastel, los dulces, la sorpresa, el regalo para la o el cumpleaños, la comida es un menú de Mc y se hace dentro de unas instalaciones construidas especialmente para eso, con juegos para niños como si estuvieran en un parque de una gran ciudad, resbaladero, pasa manos y piscina de pelotas; no son juegos colectivos o de sociedad, son juegos para cada quién los juegue. La empresa aprovecha el contrato comercial entre el celebrante y ellos para imponer su publicidad, su historia y le facilita con su "calidad", "limpieza" y "servicio" el trabajo de tener que preparar la piñata, puesto que uno trabaja mucho y no tiene tanto tiempo para ello.

Ronald Mc Donald sí existió dándole un giro a lo tradicional y apropiándose de los elementos integradores de la sociedad, pervivirá en la memoria de sus consumidores. Esto se asemeja a un régimen totalitario, en cuanto a que todo se vuelve mercancía y susceptible de estar dentro del mercado. Mi pastel de cumpleaños se vuelve un vehículo publicitario, al igual que las sorpresas, la misma piñata, los manteles, los empaque de la comida y de las bebidas, todo es vendido. Hay una existencia que es la compra y la venta o la oferta y la demanda.

La paradoja en la que muestra Mc Donald's aquí como un no lugar es la historia ficticia de Ronald Mc Donald que se utiliza como mecanismo publicitario pero que el tal no ha ocupado un puesto dentro de la historia de los pueblos pero como ficción que la hemos percibido y captado en imágenes, sí ha existido.

“ ... o para llevar.”

Vivimos en un *sistema de la moda* o en un *imperio de lo efímero* en donde todo artículo que sea necesario para nuestras actividades cotidianas puede convertirse en algo multi usos, con varios propósitos sin importar la ocasión, el momento, el uso. Y estos los adquiere el que quiera, mejor dicho: el que pueda pagarlos con dinero.

La comida también se puede llevar, y aunque el campesino también pueda llevar sus tortillas al campo, el no campesino puede comprar comida desde un auto servicio sin necesidad de descender del carro; o bien puede estacionar el vehículo, descender de él, empujar o halar la puerta de un Mc y pararse en frente de una caja registradora, pedir su orden especificando si es “para comer aquí o para llevar”, de lo cual dirá que es para llevar, antes de poder llevarse la orden tendrá que pagar y si es el caso recibir su vuelto y luego volver a montar en el carro y seguir su marcha. Así de “práctico”.

Tanto el campesino como el no campesino que almuerza en Mc Donald's o come algo allí porque no le dio tiempo para preparar o porque tiene “hueva de cocinar”, pueden llevar su comida y no interrumpir sus labores. Ambos comerán comida que sintetice un tiempo de comida y una buena sentada a la mesa. Los dos no tuvieron que molestarse en preparar la comida, en cocinar, y los dos se comerán la comida con las manos. Pero las diferencias entre los dos son muchas, creo que no se me escapa ninguna. Al campesino le cocino su mujer, mientras que al no campesino le cocino un equipo de cocineros de una de las grandes transnacionales del mundo. El campesino llevará su comida en trastos de plástico, o en algún otro recipiente y los regresará a su casa, mientras que el no campesino tirará todo lo que se utilizó para empacar su comida, todo el material publicitario, en un bote de basura, lo dejará en su carro o lo tirará en la calle. Los que intervinieron en preparar la comida para el campesino habrán sido miembros de su familia y casi seguro que utilizaron leña, frijol y maíz de su propia cosecha o que le compraron a otro campesino, y algún otro alimento fresco. Mientras que los que intervinieron para cocinar la comida del no campesino habrán sido trabajadores de Mc que no se sabe quienes son, utilizaron una cocina con alta tecnología y que requiere un consumo diario de una buena cantidad de kilovatios por hora, utilizaron carne congelada y otros alimentos instantáneos y de la industria de la comida.

El “para llevar” puede ser para alguien que pueda cumplir con su trabajo y necesite de algo rápido para comer y así no extenderse en el tiempo de comida y ganar tiempo en su trabajo. Puede ser alguien que pasa al auto servicio y se vaya comiendo solo en su vehículo. También puede ser alguien que va de paseo al centro comercial Los Próceres y pasa por la ventanilla del servicio peatonal del Mc y pide un menú o un helado, come lo que llama Mary Douglas un “snack” (1982). O también puede ser

alguien que se lleva la comida a su casa para comer con la familia, o alguien que se la lleva porque va de viaje con los amigos. Todas estas circunstancias son momentos e imágenes que forman parte de la vida cotidiana de los ciudadanos, de los que viven en la ciudad capital de Guatemala o en la Nueva Guatemala de la Asunción.

Pero la “comida para llevar” ha tenido una reciente variación aquí en Guatemala. Ya no es necesario que el cliente entre a las instalaciones de Mc Donald’s ni siquiera que pase por el auto servicio para llevar su comida, basta con llamar al 1 801 244 622 2 o al 1 801 BIG MAC 2 y Mc Donald’s paga la llamada y tenemos un servicio a domicilio al mejor estilo del que se da en los Estados Unidos. De alguna manera la sociedad de los Estados Unidos de Norteamérica es un paradigma para los empresarios guatemaltecos.

Casi todos los Mc Donald’s tienen área de parqueo y un auto servicio. Todos dan la comida para llevar o para comer allí. Los que están cercanos a zona de peatones tienen ventanilla para atención al peatón sin que este entre a las instalaciones. Todos están divididos en área de fumar y en área de no fumar. Por dentro todos tienen mesas para dos o para cuatro personas, algunos tienen barra con bancos para una sola persona. Los que han instalado recientemente no tienen las sillas y las mesas empotradas al suelo, estas se pueden mover, por lo que si en la mesa son más de dos hay posibilidades de halar una silla y sentarse. En los anteriores las sillas y las mesas están empotradas al suelo para que no las movieran y fuera más fácil la limpieza. Pero tanto estas como las anteriores son igual de incómodas. Son una pieza precisa de ingeniería, todo está calculado. Estas recientes transformaciones pueden contribuir a que el consumidor permanezca más tiempo y pueda juntar más de cuatro sillas en una sola mesa, ampliando las posibilidades de consumo y acercándose a otros rasgos de lo que sería un lugar; pero antes de comer en Mc no me tengo que identificar, soy un cliente más cuando me reciben con un: “Buenas tardes señor, le puedo tomar su orden”.

Esta es una breve descripción de lo que compone un solo Mc Donald’s y al igual que este hay un montón de clones como este regados por todo el mundo. Pueden ser un exceso de espacios de comida rápida máxime si agregamos a la cuenta el resto de cadenas de comida rápida como Burger King , el Pollo Frito de Kentucky, Pizza Hut, Taco Bell, Pollo Campero y otros. O puede ser una escasez de espacio si hay mucha demanda y como la hay en Mc Donald’s no se puede permanecer mucho tiempo, hay que circular para que la gente pueda entrar, pueda acceder al medio para satisfacer su necesidad.

La comida se ha vuelto una mercancía producida industrialmente, al consumir una hamburguesa consumo productos de una fábrica, y con esta transformación ha venido el consumo masivo de hamburguesas.

CONCLUSIÓN

El hábito de comer con las manos es según lo que se come pero no se le sitúa dentro de un tipo de comportamiento correspondiente a la “cultura alta”, para ello existen los cubiertos. Todas las culturas humanas y toda la especie humana come dentro de diferentes inventarios culinarios, condicionados ideal y materialmente. Durante este siglo y recientemente, la industrialización ha alcanzado la esfera de la producción de alimentos, de lo cuál tenemos como una muestra el fenómeno de la “comida rápida”. Ningún tipo de comida producido por este fenómeno es invento de las empresas que se enmarcan dentro de esta tipificación de “comida rápida”, todas han tenido sus propios procesos de construcción dentro de una sociedad.

Sin embargo, la “metamorfosis del trabajo” moderno la comida y el acto de comer se han vuelto un mercado de servicios a escala industrial y mundial. La tesis de los no lugares, con todo y las objeciones que ya le he realizado, me ha permitido realizar un enfoque de esta modernidad dentro de lo concreto de algunos restaurantes de Mc Donald’s y como posibilidad de realizar un tiempo de comida. Siguiendo la paradoja que plantea esta tesis de los “no lugares” he tratado de explicar en que circunstancias “Mc” es un lugar en la medida que se realiza un tiempo de comida estructurado y “Mc” es un *no lugar* en la medida que se realiza un tiempo de comida excepcional no estructurado. Digo por tiempo de comida estructurado (almuerzo, cena o desayuno) a la comida dentro de un espacio social y como un sistema de comunicación entre los sujetos o comensales. Y digo por tiempo de comida no estructurada (el entremés o “snack”) a la comida que no precisa de una regulación rígida, concreta; este se puede realizar en diferentes tiempos. Todo sistema culinario tiene sus comidas y sus entremeses según su proceso de civilización material e ideal.

El fenómeno de la “globalización” moderna ha permitido que el mundo se haga más chico pero que los espacios locales se agranden. Que por medio del internet personas de diferentes países se conozcan entre sí pero no conocen y es más, nunca han conversado con mas de alguno de sus vecinos del barrio. Que muchas personas en el mundo puedan comer la misma hamburguesa el mismo día y a la misma hora.

Todos estos fenómenos han estado fuera de la parcela antropológica. Pero para su inclusión hemos considerado que no podemos hacerlo sin tener bien claro el estado actual de la historia de la antropología, porque cuando se plantea poder estudiar con los métodos antropológicos la cultura de masas, se hace en base a un balance de lo que hasta ahora se ha investigado, y como el resultado de esta historia nos lleva a investigar el otro lado de la moneda, a realizar una “antropología de la riqueza”, o una antropología de las sociedades complejas o sociedades capitalistas. ¿Cómo el mundo moderno es susceptible de una investigación antropológica?

Al ver a la historia de la humanidad en dualidades: sagrado/profano, orden/caos, norte/sur, pobreza/riqueza; es inmanente que la lógica del pensamiento se estructura en dos polos, de los cuales, considero que la antropología solo ha tocado uno, que principalmente ha sido el mundo de los salvajes, de los primitivos, de los indígenas, de

los pueblos “sin historia”, de los “subdesarrollados”, de los “marginales”, de los “pobres”, de las sociedades “pre-capitalistas”; y apenas ha entrado en el otro polo que estructura la misma realidad, al mundo de la “civilización”. Tampoco estoy descalificando estos logros, mas bien recalco que por ellos se ha podido señalar que puede ser momento de hacer un desplazamiento de los lugares antropológicos a los no lugares.

He tratado de mostrar algunas situaciones de la vida cotidiana que se dan en los restaurantes de Mc Donald's, con ellas pretendo representar lo que significa el fenómeno de la comida rápida o el gusto por comer rápido. Para hacer una crítica a ello desde la antropología me he apoyado en la tesis de los no lugares que plantea Marc Augé. Por lo que he llegado a la conclusión de que Mc Donald's es tanto un lugar como un no lugar.

Es un lugar en tanto que se establecen y se realizan actos comunicativos y hechos sociales en estos restaurantes. Con los datos aquí proporcionados he tratado de demostrar los momentos en que comer en Mc Donald's es un hecho estructurado, en el que la hamburguesa y los otros alimentos que la acompañan pueden significar un tiempo de comida, ya sea este un almuerzo, una cena o un desayuno. Otro de los hechos estructurados que he mencionado son las piñatas aunque estas sean aprovechadas por la empresa para lanzar una breve campaña publicitaria con todos los anuncios en los envoltorios y demás objetos que se usan para esa ocasión.

La apropiación de la transnacional sobre elementos locales como el desayuno tradicional y la hamburguesa chapina que hemos mencionado, han puesto de manifiesto la necesidad de estas empresas por hacer historia de sus productos y de su mercado, sin lo cual, no tendría ningún sentido para el consumo y para la misma empresa.

Estos restaurantes se pueden pensar como un lugar antropológico al momento de realizar en ellos, una etnografía en el sentido de una participación del investigador dentro de la unidad de análisis, sin embargo también puede ser un no lugar por lo inconmensurable de la población que come en Mc Donald's. Las técnicas y el método de investigación aún está por precisarse.

He notado cierta identificación por parte de un segmento social como la juventud, que constituyen los receptores principales de los mensajes publicitarios que se lanzan a través de los medios masivos de comunicación, un fenómeno que se puede caracterizar como un fenómeno de moda en cuanto a que es una conducta general, o mas bien, un hecho social, cuyos significantes son producidos desde fuera del grupo social al cual está dirigido y no representan elementos de identidad para el grupo o sociedad. Los medios masivos de comunicación como la televisión son una imposición y manejan un discurso en monólogo, las intenciones, las necesidades y los gustos son dirigidos por estos medios. Sin embargo, alcanzan un gran poder de convocación estimulando el consumo de bienes que no son de primera necesidad. Por eso hemos considerado a los Mc Donald's como espacios de cultura de masas, como un no lugar, en el sentido de que es un escenario poco tradicional dentro de los estudios antropológicos y en el sentido rompe los parámetros de los lugares.

El fin general de este ensayo ha sido incentivar a realizar estudios más cercanos a la realidad del investigador, y no tanto buscar el viaje etnográfico a lugares remotos y exóticos, que también son válidos pero una de las reacciones que se supone que debe causar es buscar y comprender el mundo del antropólogo.

Aunque el título solo menciona a Mc Donald's como un "no lugar", también lo hemos considerado como un lugar puesto que el no lugar no es la negación del lugar y viceversa.

Sugiero un proyecto de investigación que pueda abarcar la totalidad del fenómeno puesto que es muy grande para ser cubierta por un solo investigador. Creo que este ensayo ha abierto los posibles caminos a seguir, enfocando el fenómeno como "cultura de masas", desde la antropología de la alimentación, desde una antropología industrial y desde una antropología de la modernidad.

Para la antropología de alimentación recomiendo la aplicación del triángulo culinario que explicamos en el capítulo dos para el menú que ofrece Mc Donald's, proyecto que no realicé por lo complejo del mismo y para ahorrar posibles errores grasos. Desde la antropología industrial sugiero un análisis del trabajo social dentro de las cadenas de comida rápida. Y desde la antropología simbólica y desde la "cultura de masas", sugiero la aplicación de un análisis semiótico a los diferentes mensajes que se emiten dentro del fenómeno de la "comida rápida", sean estos mensajes lingüísticos, icónicos, en imágenes televisivas o en publicidad y en la propia acción de comer; una percepción de la hamburguesa.

Para un futuro próximo, espero desarrollar un proyecto como este para ratificar la universalidad de la ciencia antropológica. Tampoco espero que el lector tome posiciones apoloéticas extremas y mal entienda mi postura.

EPÍLOGO

El trabajo de elaboración de esta tesis tiene algunas cosas a su alrededor que fueron determinantes para su planteamiento. Como se fueron dando los hechos hasta llegar a lo que hoy se presenta, me parece que no escapan al “mito del eterno” puesto que los dos proyectos que le antecedieron tienen algo en común con este que hasta aquí he venido realizando, lo que tienen en común es que dentro de los tres aparecía mi figura dentro del universo de estudio.

El primero de ellos buscaba un acercamiento digamos que ortodoxo a un universo de estudio ortodoxo, en el pretendía realizar una etnografía en el oriente de Guatemala, precisamente en el departamento de Chiquimula. Idea que paulatinamente la abandone después de realizar un par de visitas exploratorias y en las que me di cuenta que para lo que pretendía realizar, mis finanzas no podrían soportar un proyecto semejante y en ese momento, quería evitar los problemas que acarrear los tramites para gestionar un financiamiento que cubriera los gastos de un trabajo etnográfico; más un trabajo etnográfico como el que quería realizar, que como ya dije, se apegaba ortodoxamente a los cánones en cuanto a que pretendía permanecer un tiempo prolongado conviviendo con la comunidad. Posiblemente mi inexperiencia encubrió las oportunidades que el momento me brindó, pero sabiendo que la vida no puede ser tan injusta, poco a poco se han ido cumpliendo mis intenciones de realizar una o unas etnografías en el oriente guatemalteco.

Al tener que reducir costos para el trabajo de campo, mi perspectiva se redujo a la ciudad capital, y como desafortunadamente mi experiencia etnográfica era demasiado restringida, no conocía otros lugares con cierto detalle como dicha ciudad. Pero entrando más en detalle, mi visión comenzó a centrarse en uno de los lugares que más conocía y conozco, a saber, la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos. En ella comencé a notar que también era un lugar donde se establecen relaciones sociales y que se presenta como un mundo socialmente construido. Reúne varios elementos típicos de los lugares etnográficos o antropológicos como rituales, espacios privados y públicos, un proceso de socialización que va desde los iniciados, o sea, los de “primer ingreso”, hasta los que alcanzan el reconocimiento de ser antropólogos, es decir, los profesionales; una producción y por tanto un trabajo en sentido general y en sentido específico. De los rituales puedo mencionar principalmente el de graduación, que es todo un rito iniciático, con un estado liminal del individuo, en que no es ni estudiante ni profesional, al momento de esperar el veredicto del tribunal de tesis en su examen público y privado. El espacio público está representado por la biblioteca y el privado por los cubículos de los profesores. De cierta manera veo un paralelismo entre la Escuela de Historia y la aldea o el lugar antropológico, por lo que pensé realizar un tesis dentro de ella, lo cual nunca se dio por una razón que aun no tengo muy clara. Solo recuerdo que compartiendo con alguien esta mi idea y proyecto de investigación, reacciono como si se tratara de un absurdo puesto que habiendo tanto lugar que investigar fuera de la escuela, porque quería

realizarlo allí. Poco a poco me fui dando cuenta de que tal proyecto se trataba de una antropología de la antropología, lo cual despierta muchos temores. Aunque no lo haya realizado, dejo la posibilidad para aquel que tenga un poco más de coraje que de el que me faltó en ese momento, y emprenda un proyecto similar.

Comencé a recopilar bibliografía sobre el tema y hasta hice un esbozo del plan de trabajo para esta infeliz tesis, pero un día que estaba desayunando en uno de esos Mc Donald's y que recién había terminado la lectura de los No Lugares, dije "eureka", lo he encontrado, este será el tema de mi tesis. Y allí fue donde nació el tercer y definitivo proyecto de tesis, que en algo se asemeja al que usted, apreciado lector, tiene hoy en sus manos. Por azahares del destino esto ocurrió fuera del continente americano, mientras realizaba un viaje solo por tierras relativamente lejanas.

De allí en adelante el proyecto ha pasado por varios sobresaltos, desde la desesperación y las ganas de renunciar a todo, hasta la mayor sensación de certeza y de emoción al tener la noción de que se esta en lo que se quiere y que es algo por lo que vale la pena seguir adelante y recibir críticas; negativas y positivas. He tratado de abordar el tema desde diferentes perspectivas para que ha futuro, se vuelva en un fundamento o en un chispa que genere inquietudes afines al tema. Al final, mi interés último es que de esto salga nueva energía que revitalice la antropología en Guatemala, sé que suena a pretencioso, a utópico, pero permítanme un poco de imaginación y de vuelo, tal vez, un poco de locura.

Claro que me gustaría que este ensayo fuera una obra totalmente acabada. Sé que no he aprovechado bien el tiempo como para llegar a términos más precisos y que conforme pase el tiempo, la próxima vez que lo lea causara en mi hilaridad o vergüenza. De cualquier forma considero que por hoy, este ensayo cumple como un aporte circunstancial.

Hacer una antropología de los *otros* también implica una antropología de un *nosotros*, en el conjunto de la cultura humana todos sus elementos se relacionan entre si pero es esa misma relación(es) la que los separa y los une a la vez. Es como un archipiélago que es un conjunto de islas unidas por lo que los separa, y en cuyas aguas se puede navegar. Al igual que el hombre es un (h)omnívoro u omnívoro pero no come realmente de todo, en la vida cotidiana somos igual que todos pero realmente no nos relacionamos con todos, finitamente es imposible. Por eso, a todos aquellos elementos que no relaciono este en ensayo he de decirles que espero muy prontamente alcanzarlos. Y por todos aquellos elementos que no alcancé a juicio del exigente lector, pido que sea un juicio justo el que salga de esta lectura si en ella se pudo reconocer a él mismo.

BIBLIOGRAFÍA

ALBA RICO, Santiago. (1995)

Las Reglas del Caos. Por una antropología del Mercado. Anagrama, Barcelona. 308 pgs.

AUGÉ, Marc. (1993)

Los no lugares. Espacios del anonimato. Gedisa, Barcelona. 125 pgs.

Idem. (1997)

Pour une Anthropologie des Mondes Contemporaines. Flammarion, Francia. 195 pgs.

BARLEY, Nigel. (1989)

El Antropólogo Inocente. Anagrama, Barcelona. 234 pgs.

BÉJAR, Helena. (1993)

La Cultura del Yo. Alianza, Madrid. 231 pgs.

Idem. (1995)

El Ámbito Íntimo. Privacidad, Individualismo y Modernidad. Alianza, Madrid. 263 pgs.

BERMAN, Marshall. (1994)

Todo lo Sólido se Funde en el Aire. La Experiencia de la Modernidad. Siglo XXI, México. 386 pgs.

BERGER, Peter y Thomas Luckmann. (1994)

La Construcción Social de la Realidad. Amorrortu, Buenos Aires. 233 pgs.

BOURDIEU, Pierre. (1985)

La Distinction. Critique Sociale du Judgmente. Minuit, París. 670 pgs.

Idem. (1990)

Sociología y Cultura. Grijalbo, México. 317 pgs.

BUNZEL, Ruth. (1981)

Chichicastenango. Seminario de Integración Social Guatemalteca, Guatemala. 513 pgs.

- CASSANY, Daniel. (1997, 5a. ed.)
La Cocina de la Escritura. Anagrama, Barcelona. 255 pgs.
- CLIFFORD, James. (1995)
Dilemas de la Cultura. Antropología, Literatura y Arte en la perspectiva postmoderna. Gedisa, Barcelona. 429 pgs.
- De CERTEAU, Michel. (1996)
La Invención de lo Cotidiano 1. Artes de Hacer. Universidad Iberoamericana, México. 229 pgs.
- DERRIDA, Jacques. (1995)
Espectros de Marx. Trotta, Madrid. 196 pgs.
- Idem. (1989)
“Cómo no hablar. Denegaciones.” En: *Anthropos Suplementos 13*, Barcelona. Pgs. 3 – 29.
- DOUGLAS, Mary. (1982)
Food as a System of Communication. En: *In the Active Voice*. Routledge and Paul Kegan, Londres. Pgs. 82 – 104.
- DOUGLAS, Mary y Baron Isherwood. (1990)
El Mundo de los Bienes. Hacia una Antropología del Consumo. Grijalbo, México. 237 pgs.
- ECO, Umberto. (1995)
Apocalípticos e Integrados. Lumen, Barcelona. 366 pgs.
- ECO, Umberto. et. al. (1995)
La Nueva Edad Media. Alianza, Madrid. 155 pgs.
- ESTEVA FABREGAT, Claudio. (1984)
Antropología Industrial. Anthropos, Barcelona. 396 pgs.

FISCHLER, Claude. (1990)

El (h)omnívoro. El Gusto, la Cocina y el Cuerpo. Anagrama, Barcelona. 421 pgs.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. (1990)

Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad. Grijalbo, México. 363 pgs.

GEERTZ, Clifford. (1989)

El Antropólogo como Autor. Paidós, Barcelona. 163 pgs.

GOFFMAN, Erving. (1970)

Estigma. La Identidad Deteriorada. Amorrortu, Buenos Aires. 173 pgs.

Idem. (1971)

La Presentación de la Persona en la Vida Cotidiana. Amorrortu, Buenos Aires. 273 pgs.

GORZ, André. (1988)

Métamorphoses du Travail. Quête du Sens. Galilée, Paris. 303 pgs.

GREFE, Christiane, et. al. (1988)

El Imperio de la Hamburguesa. Gedisa, Barcelona. 220 pgs.

GRACIA, Mabel. (1996)

Antropología de la Alimentación. En: Ensayos de Antropología Cultural. Homenaje a Claudio Esteva-Fabregat. Ariel, Barcelona. Pgs. 381 – 393.

HABERMAS, Jürgen. (1988)

La Modernidad, un Proyecto Incompleto. En: Hal Foster et. al. *La Postmodernidad*. Kairós, México. Pgs. 19 – 36.

HARRIS, Marvin. (1997)

Bueno para Comer. Alianza, Madrid. 351 pgs.

LEVINAS, Emmanuel. (1987)

De Otro Modo que Ser, o Más Allá de la Esencia. Sígueme, Salamanca. 267 pgs.

LÉVI-STRAUSS, Claude. (1969)

El Triángulo Culinario. En: Claude Lévi-Strauss o la Pasión del Incesto. Arce, Cultura Popular. Pgs. 219 – 232.

Idem. (1986)

El Totemismo en la Actualidad. Fondo de Cultura Económica, México. 157 pgs.

Idem. (1994)

El Pensamiento Salvaje. Fondo de Cultura Económica, México. 413 pgs.

LYOTARD, Jean-François. (1990)

La Condición Postmoderna. REI, México. 119 pgs.

LLOBERA, Josep R. (1990)

El Trabajo de Campo, ¿Panacea Antropológica o Camisa de Fuerza Epistemológica? En: Josep R. Llobera. La Identidad de la Antropología. Anagrama, Barcelona. Pgs. 23 – 53.

RITZER, George. (1996)

La McDonalización de la Sociedad. Ariel, Barcelona. 251 pgs.

TOURAINÉ, Alain. (1969)

Sociología de la Acción. Ariel, Barcelona. 487 pgs.

TEDLOCK, Barbara. (1991)

“From Participant Observation to the Observation of Participation: the Emergence of Narrative Ethnography.” En: *Journal of Anthropological Research*. Vol. 47. No. 1. Pp. 69 – 94.

WISDOM, Charles. (1961)

Los Chortís de Guatemala. Seminario de Integración Social Guatemalteca,
Guatemala.