

DOPPIOZERO

Che cosa sta succedendo alle città americane?

[Matteo Meschiari](#)

22 Agosto 2019

L'America sta andando verso una nuova preistoria. Non è quella delle lotte tribali, della regressione culturale, dei Presidenti trogloditi. È qualcosa di più sottile, è una preistoria che ha a che vedere con un modo ancora inedito di abitare le metropoli, di immaginare la selva urbana, di guardare al futuro come a un passato remoto. Che cosa sta succedendo alle città americane? Non alla loro architettura, quasi sempre banale come è banale ovunque, ma alla loro potenza onirica. Che cosa ci dicono Atlanta, Dublin o Athens sulla svolta antropologica che ci attende? Da un viaggio in Georgia, un reportage sull'utopia dell'estinzione.

L'Atlantico in mezzo (premessa)

Imbarcatosi sull'*Arizona* la Vigilia di Natale del 1881, Oscar Wilde arrivò a New York il 2 gennaio dell'anno seguente e, per dodici mesi, girò Stati Uniti e Canada facendo conferenze, conoscendo scrittori, sparlando di poeti, giornalisti e mogli altrui. La *tournée* americana di Wilde, tra arguzie, frecciate e sarcasmo, è una *Wunderkammer* di aneddoti e citazioni che ha eccitato i biografi. Diversi libri hanno tentato di raccontarla ma raramente si è guardato a quel viaggio come a una specie di sulfurea etnografia, il tentativo parziale ma geniale di operare una lettura antropologica del Nuovo Mondo, quello che noi europei, con presunzione inarrivabile, crediamo di conoscere tanto bene. Nel manoscritto W6721M3P576 della Clark Library alla UCLA, ascrivibile al 1890, Wilde annotò un aforisma (ripreso poi in forma leggermente modificata in *Il ritratto di Dorian Gray*) che può riassumere il concetto: «è un volgare errore credere che l'America sia stata scoperta. È stata appena avvistata». L'americanista, l'antropologo, dovrebbe partire da qui, fissando il proprio osservatorio mentale nella zona incerta e sgombra da pregiudizi del *first contact*, nella geografia intuitiva della mano che non ha ancora cominciato a mappare. È dunque da qui che vorrei proporre alcune coordinate per parlare dell'abitare in America oggi.

La mia ipotesi è semplice: in America si abita in modo completamente diverso dal nostro, e cioè un oceano culturale separa il modo di fare casa in Europa da quello dell'americano medio. Non parlo solo di spazi interni e della loro gestione funzionale, di architettura vernacolare e di durata dei materiali di costruzione, di mercato immobiliare, di mobilità, di consumismo.

Voglio proprio dire che l'idea di casa a Springfield in Oregon e l'idea di casa a Spilamberto in Emilia sono agli antipodi. Il problema è che in Europa non ci rendiamo conto che la nostra idea dell'abitare si fonda su un assioma che ha radici nel Neolitico: la casa è tendenzialmente un luogo-per-sempre, è un granaio modificato per conservare beni e persone, è fondata su mattone, pietra e cemento. In America, invece, è come se la fase dei primi coloni continuasse a infestare lo spazio domestico, come un'angoscia, come un fantasma: tutto è un *fast-place*, uno *shelter*, un riparo fatto per essere abitato subito, adesso, e per essere lasciato domattina senza rimpianto. Al nostro mattone si contrappone la loro membrana, cioè la tela del carro che rotola via nelle

immense praterie a Ovest, e questo ancora oggi, anche se la loro dimora è di cemento e si innalza invincibile per decine di piani. Perché, più che della *house*, dell'involucro materiale, dobbiamo parlare della *home*, di un modo di sentire, di costruire paesaggi mentali. Cominciamo allora da Atlanta, in Georgia.



Atlanta in my mind

Tipica metropoli americana: grattacieli, *screen* pubblicitari come golem, traffico congestionato non solo nelle ore di punta, folle che si spostano come tappeti di formiche con il bicchiere Starbucks in mano. Immagine-cliché più che familiare: chi non ha in mente un film, uno qualunque? Ma al di là della diversità culturale, generazionale, individuale, al di là della geografia, questo sembra valere un po' ovunque nel mondo globalizzato, perché le città, tutte le città, sono immaginate e pensate attraverso le rappresentazioni collettive di chi le abita, e queste rappresentazioni definiscono sempre la funzione della città, dove "funzione" significa un'idea di "buon uso" (materiale, simbolico) dei suoi spazi, un sistema di modelli dell'abitare che determina gli sviluppi stessi del divenire urbano. Questo "credo" domestico, in bilico tra pubblico e privato, è rimasto fondamentalmente uguale a se stesso per 8.000 anni, da Uruk in Mesopotamia alle metropoli razionali dell'Ottocento e, in assenza di schemi aggiornati, la variante ottocentesca è sopravvissuta fino a oggi, da "noi" come da "loro". Ma ne siamo così certi? Perché in America un passato peculiare e una serie di smottamenti economici, sociali, urbanistici più recenti sta invece creando delle rappresentazioni inedite. La città è sempre meno un polo dialettico chiaro. Tutto è città ovunque, e l'anti-città (la *Wilderness*, la *Sylva*) non è più rintracciabile se non in forme parcellizzate, metaforiche, dunque onnipresenti. Come un virus selvatico che s'insinua ovunque.

Il problema fondamentale, per l'americano di ogni strato sociale, è che l'America è difficile da addomesticare, non solo agli inizi (come è ovvio), cioè tre-quattrocento anni fa, con i grandi spazi, gli animali feroci e i popoli ostili, ma anche oggi, soprattutto oggi, dove le metropoli del mondo sembrano assomigliarsi tutte e la funzione economico-urbana sembra livellare i comportamenti mentali dentro un'unica melassa neoliberista. La realtà, invece, è che a guardare bene, città come Atlanta non sono affatto metropoli globali, come non lo sono Chicago e New York. Per una qualche ragione, mentre da noi esperimenti veteromoderni come il Centro Direzionale di Milano restano essenzialmente romani, medievali, rinascimentali, le grandi città americane hanno fatto un vertiginoso salto in avanti verso la preistoria, diventando quasi subito delle aree abitate postfunzionaliste, pleistoceniche, pirate. In altre parole non sono mai state moderne. A loro non si applicano ad esempio le formule *smart* con cui cerchiamo di spiegare l'evoluzione della città qui da noi. Avete presenti i discorsi di intellettuali e architetti? Le reti urbane, neuronali, informatiche che si clonano a vicenda, Neobabilonia, la crisi della presenza-assenza, l'anaciclosi gitana, il capitalismo punk... A mio modo di vedere sono solo *gadget* intellettuali che spiegano Parigi come può farlo un modellino della Tour Eiffel. La città liquida o gassosa è una metafora dalle gambe corte, la psicogeografia situazionista e le derive degli Stalker sono la fiaba della nonna, l'invisibilità di cui parla il troppo citato Calvino è tutta nella scrittura.



Da un lato Le Corbusier e il Lego, dall'altro panegirici-palinodie dei *terrains vagues*, dei terzi paesaggi alla Gilles Clément, della società ludica, dei nomadismi a perdere. E in questa morsa dialettica, certamente appagante, si dimenticano le cose più importanti, cioè le tattiche di resistenza delle comunità senza nome, fatte di disoccupati, sottoimpiegati, *fleureur* occasionali, migranti, che rovesciano in rete tonnellate di informazioni, profili, megadati, usati contro di loro per indebitarli ancora di più, ma che determinano anche un poderoso *overload* digitale che somiglia sempre di più al suo contrario: la disconnessione, il Paleolitico *off line*. Ecco, questo futuro-passato, in America, è già in atto e, come per l'apocalisse di Benjamin, le città americane stanno guardando la fine dietro di sé, verso un allora lontanissimo.

Provo a spiegarlo meglio. Un mondo di informazioni-ovunque-e-sempre non è Babele, come ci piace dire troppo spesso, è Ebla, la città sepolta nella sabbia con le sue 5000 tavolette incise in caratteri cuneiformi: basta scavare in basso (invece di puntare il naso alle *cloud*) e troveremo semplicemente *Homo*, che caccia e consuma immagini da quando è *sapiens*. Ora, sono proprio le città americane a ricordarcelo, le città che stanno provando a chiudere il cerchio con *hipsters* dalla barba primitiva e SUV perfettamente inutili nelle vie del centro, ma capaci di portare con sé un po' della *Wilderness* per cui sono stati ipoteticamente progettati. Solo dettagli, colore, moda? No, il messaggio è forte e chiaro: il Neolitico è in frantumi. Il sistema inventato a Babilonia, la città-stato, l'alveare agricolo-produttivo che è arrivato infallibile fino a noi, adesso non funziona più. L'assenza di presenza di Facebook, lo schermo che ci scherma da tutto, la pausa pranzo tenendo per mano uno *smartphone* producono alienazione e solitudine, lo sentiamo ripetere fino alla noia, ma a pensarci bene sono la stessa alienazione e solitudine che serviva a un cacciatore-raccoglitore per camminare lungo le piste della selvaggina. La trance affettiva, culturale e sociale del neo-cacciatore americano si sta sintonizzando su una specie di *Paleolithic Turn*, un Pleistocene attuale che realizza il sogno più elementare dell'Apocalisse: "volete scommettere? io me la cavo, voi no". Pensateci. È una poetica della resistenza nata nei nonluoghi di Augé per separare Wolverine da Nonna Papera. Sono degli *Hunter games* molto reali fatti di "sopravviventi" e "inoperosi" che si contendono il primato del cibo, del sesso, dell'informazione.



Oggi Atlanta (Los Angeles, San Francisco, Boston) è la preistoria in atto. Lo si vede nei cartelloni pubblicitari dei telefoni, delle macchine e dei panini, e non perché (anche questo lo si sente ripetere fino alla noia) la tecnologia è un fossile in ritardo sull'immaginario o perché la fame superflua imita la fame atavica, ma perché le immagini virtuali che ornano le città sono la Lascaux di oggi. Atlanta come Altamira: pubblicitari, grafici, *storytellers* viaggiano di terra in terra in gilde di creativi erranti, e dipingono cosmografie effimere secondo i bisogni delle committenze locali. Nessuno sa i loro nomi, ma è la gente a pagarli, perché senza di loro le città americane sarebbero solo città. Invece le loro immagini rapprendono sogni, li lanciano come fionde più in là del muro di Gaza. E, checché se ne dica, in quanto *image-makers* non sono mossi (solo) da interesse e convenienza, ma dall'arte rabdomantica di anticipare un bisogno metafisico, di far gemmare nella testa delle persone delle catene d'immagini che sono domande di altrove nell'al-di-qua. Atlanta, se la guardate bene, è questa doppia volta del cranio e della caverna nella declinazione urbana più recente. La *Wilderness* 2.0 è nell'apparecchio visuale della città, un santuario paleolitico sepolto nel cuore gassoso della mediasfera.



Dublin, Zombieville

L'arte preistorica, oggi. Ma dove sono gli animali? Non dico i *pet*, dico quelli che funzionano da sempre come una zoologia del sé, quelli che vengono come il Felino la notte, per divorarci, per aiutarci a separare la Bella dalla Bestia. Non c'è preistoria senza animali, ma spesso gli animali si travestono, o si svestono, per tornare a essere dei mostri. Da Atlanta a Dublin, un nuovo esercizio di lettura urbana. Resuscitiamo per qualche minuto il signor Palomar. Eccolo. Scende dalla Nissan champagne metallizzata per sgranchirsi le gambe nel suo viaggio verso Savannah. Fa due passi nel centro di Dublin, che non è quello che usualmente definirebbe un centro, comincia a guardare gli edifici bassi di mattoni, le vetrine dei negozi, il *diner* all'angolo, i motel, i parcheggi semivuoti. Più si perde a contemplare l'architettura, gli spazi, le facce della città e più gli sfugge quello che alcuni chiamano stucchevolmente il *genius loci*: ma che cos'ha Dublin di così *uncanny*? Qual è il perturbante che incarna? D'accordo, c'è questa atmosfera da cittadina dell'America profonda imbalsamata agli anni Cinquanta; c'è il tuffo d'angoscia nel pensare che la gente che ci abita forse per tutta una vita, tutti i giorni dell'anno, tutti i minuti del giorno, la considera in qualche modo *normale*; c'è la domanda che ritorna a ogni negozio vuoto, a ogni edificio sfitto: "ma che cosa ci fanno qui?"; e forse c'è anche la tentazione antropologica di vedere in quel crocevia di edifici consumati un *case study*, la metonimia di qualcos'altro che potrebbe svelare l'essenza segreta dell'America.



Ma Dublin resiste, è refrattaria come una facciata di mattoni su cui sbiadisce da più di mezzo secolo un affresco pubblicitario della Coca Cola. Il signor Palomar risale sulla Nissan e stempera la frustrazione che gli preme in gola immaginando ostriche fritte e mint julep nelle luci dorate di Savannah.

Buon per lui, davvero. Ma il signor Palomar non poteva sapere (non era cosa del suo tempo) che la cittadina che ha appena attraversato sarebbe un set ideale per una serie TV sull'apocalisse zombie. *The Walking Dead* si svolge praticamente tutto in Georgia, e in qualche modo Dublin è un *déjà vu* di città dopo la città, uno *shining* della cultura cinematografica che mette in corte circuito passato prossimo, futuro anteriore e un ipotetico presente postumano. Impossibile leggere gli edifici *tired*, le insegne *vintage*, i negozi *five and dime*, senza l'ipotesto iconico del *zombie movie*. Ma è qui che nasce una domanda di segno opposto. Perché il *setting* di genere sceglie proprio *questa* America, ordinaria, periferica, *good old days*? Forse perché lo zombie, ancora prima di incarnare un fascio di irrisolti ontologici e tassonomici, funziona come un virus per aggredire l'America postmoderna, per innescare almeno nell'utopia cinematografica un *reboot* reazionario verso l'America del mito, quella tra Grande Depressione e Boom economico. L'immaginario postapocalittico si declina allora in un mondo paleourbano dove la regressione può coincidere con una preistoria clanica pre-polvere da sparo, con una fuga rurale pre-industriale e pre-elettricità, o appunto con la buona vecchia America ormai scomparsa, quella del furgone del latte, del giornale lanciato dal ragazzo in bicicletta e della tazza di caffè sul bancone in formica.



Lo Zombie/Zio Sam ha allora una precisa funzione morale: congelare nello spazio e nel tempo tutte le Dublin della Nazione, additare i rari sopravvissuti come gli eletti per rifondare il mondo nuovo, divorare l'umanità debole e corrotta, esaltare i valori di resistenza, autarchia e sopravvivenza. Autentico animale-guida, lo zombie è il richiamo della foresta, è una segnatura della natura selvaggia in cui lo spirito americano si è forgiato e instancabilmente continua a rappresentarsi: *Wilderzombieness*.

Forse è per questo che nei film di Romero, a parte l'etica naïf che stabilisce un nesso evidente tra zombie e merce, tra morte in vita e putrefazione del capitalismo, viene snocciolato un catalogo degli spazi ordinari americani, un campionario che è al tempo stesso critica terzomondista del sistema e celebrazione nostalgica del locale, della provincia, del quotidiano *home sweet home*. Paladino transgender, subalterno e reazionario, lo zombie è il custode postremo di una città che conferma nel collasso i ruoli, le relazioni e le logiche di potere consolidate. Le frattaglie urbane che restano in scena dopo il cannibalismo apocalittico, il voyerismo *splatter* che si gioca in primo piano ma che non sporca le scenografie sullo sfondo, l'orrore estremo portato nel supermercato, nella cameretta dei bambini o nella chiesa di periferia, o anche all'opposto gli tsunami asiatici e Fukushima che trasformano in zombie le metropoli, sono tutti l'antimateria visuale che rafforza la materia assertiva della città, e ne confermano la prossimità al nostro cuore. Se lo zombie è immagine dell'estinzione, le cittadine post-apocalittiche si riempiono di erbacce, si insuriscono come denti cariati, si svuotano come conchiglie senza mollusco, ma restano fondamentalmente l'unico scenario solido in un deragliamento moltiplicato dei corpi. Nella deriva virale, carnale, fisiognomica, l'inorganico di case e palazzi è l'ultima certezza visuale che resta, ma in una forma non-morto/non-vivente che diventa la radiografia *horror* delle città americane, la veduta malinconica e perturbante della fine della *polis* neolitica e della sua ideologia.

Il signor Palomar non è mai stato fan di Deleuze o dei *living-dead movies*, per questo a Dublin GA non ha visto facce nelle case, edifici come corpi di non-morti, volti con occhi come finestre spente e bocche come porte sfondate. Tuttavia, fuori Dublin, si è messo a contare le carcasse di animali investiti dalle automobili: 7 armadilli, 2 gatti, 4 procioni, 1 cerbiatto. Nella schermata asettica da videogioco della Interstate 16 (asfalto come un marciapiede, mezzeria come un prato all'inglese, pareti d'alberi ai due lati come tappezzerie di gobelin), le intrusioni ispidi dei piccoli cadaveri sembrano altrettante tappe di una caccia al tesoro macabra, una risalita verso un senso oscuro che il signor Palomar non riesce proprio a formalizzare. Una voce quasi primordiale gli sussurra che dovrebbe seguirle, ma il cartellone verde gli ha appena dato un buffetto: 31 miglia a Savannah. Con un po' di fortuna sarà là per il drink.



Athens dei cani

Tra i 35 e i 40.000 ogni anno. Intorno al 10 agosto ritornano in città, il traffico quintuplica, le file ai supermercati diventano più lunghe, più giovani. L'anno accademico comincia presto. Sono gli studenti della University of Georgia, transumanti dopo la pausa estiva, un *baby boom* che nello spazio di qualche giorno ripete la rivoluzione demografica neolitica e riempie Athens di tutti i segnali tipici del *surplus* agrario. Oggi come 10.000 anni fa: i granai di Kroeger sono pieni da scoppiare, fumo d'incenso s'innalza dai templi metodisti, evangelici e presbiteriani, i dormitori degli studenti si allargano di anno in anno ai piedi della cittadella sacra, *associate* e *full professor* recitano oracoli, i conflitti di casta si ricompongono nei ristoranti e nei pub. Ma c'è un problema di proporzioni mitiche: questa Uruk in Georgia non ha il suo eroe culturale, non ha il suo Gilgamesh, e allora c'è bisogno di un agglutinante identitario che si nasconde in un dettaglio onnipresente, spalmato praticamente ovunque con un'icona ossessiva rossonera: è la G dei Georgia Bulldogs, la squadra di football non professionista dell'Università.

Non bisogna farsi ingannare. Il fenomeno va molto oltre la banale tifoseria. La metà della gente che indossa magliette dei Dawgs, che beve in tazze dei Dawgs, che appiccica sul retro della macchina adesivi dei Dawgs, non si sogna nemmeno per un secondo di andare allo stadio, e guarderà distrattamente la partita in TV o probabilmente non la guarderà affatto. Il punto è che G nera e bulldog bianco su fondo rosso sono un'icona-valvola che indica a seconda del contesto 1) la squadra sportiva, 2) l'appartenenza dello studente all'università, 3) l'università stessa, 4) la città di Athens e, a volte, 5) l'intero stato della Georgia. La filiera metaforico-metonimica che lega piani e livelli e la nebulosità dei confini semantici fa sì che la G e il bulldog funzionino come un blasone, e dietro il blasone è ovviamente riconoscibile una divisa totemica che viene indossata in modo trasversale da tutti i gruppi sociali della città. Nel "Go Dawgs!" c'è un orgoglio che non è né campanilismo né coro da ultras, ma una variante locale del *Proud to be American*, un concetto tra i più imprendibili per l'occidentale europeo. Ma la cosa interessante, al di là delle analisi possibili, è il sistema di rimandi iconici di cui si veste la città per ricordare a se stessa di essere unita. A parte bandiere, striscioni e gazebo, il vero feticcio onnipresente è Uga.



Uga è un bulldog maschio appartenente all'avvocato di Savannah Sonny Seiler o, meglio, è una dinastia di bulldogs bianchi, oggi arrivati a Uga X, detto Que, che servono da mascotte per la squadra di football. Quando un Uga muore, un pubblico di 90.000 spettatori si alza in piedi prima del match e osserva un minuto di silenzio. L'immortalità di Uga è però garantita, ancor prima che dalla linea genetica, dalle innumerevoli repliche in ghisa, gesso, vetroresina e cemento sparse un po' ovunque per la città, dal giardino di casa (al posto dei nanetti) al parco giochi, dal supermercato all'ambulatorio medico, fino alla serie limitata di pezzi unici *king size*, dipinti e acconciati in modi diversi, che fanno la guardia, lucidi e prognati, a una quarantina di esercizi pubblici e commerciali. La geografia *kitsch* disegnata dai mille Uga di Athens è un dispositivo complesso: *landmark*, *hashtag*, periferiche vicarie di una memoria identitaria diffusa. Ma sono solo la punta dell'iceberg di una cartografia di controllo. Agglomerato urbano in cui gli autoctoni sono una sorta di minoranza sfilacciata, popolazione in ricambio permanente, *college town* soggetta a *studentification* immobiliare, economica e culturale, Athens ha escogitato un modello per non diventare una vasta *fraternity house* o, peggio ancora, uno *student ghetto*. Essenzialmente ha risolto il problema trasformandosi in città-evento, inventando un calendario ceremoniale che copre l'intero anno accademico e che controlla il caos dell'onda studentesca (leggi: migrazioni planetarie) intrecciando alle date canoniche (*Labour Day*, *Halloween*, *Christmas* ecc.) una fitta proposta di match, concerti e snack culturali. Su scala ancora più capillare sono i bar, i ristoranti e i locali (forse più di un migliaio) ad assorbire quotidianamente l'irrequietezza della diaspora.

Athens-città-evento è la soluzione planetaria finale: Babilonia la Grande, poi Nuova Babilonia, infine Little Babilonia. Siamo già oltre la crisi del visibile, le mappature precarie e la complessità postmoderna di città come Los Angeles, con la sua doppia iperrealità architettonica e simbolica. Oggi le distopie alla *Blade Runner* sembrano molto più lontane rispetto alle utopie contenitive di *Æon Flux* e *Divergent*. Lo *sprawling* e il disastro naturale che si spera che lo spazzi via, la megalopoli-carcinoma e la *Wilderness*-omeopatia che dovrebbe curarlo, sono modelli deficitari nella costruzione sociale del nuovo immaginario post-urbano. Come risolviamo l'invasione? Voltandoci dall'altra parte. Oggi le città sono invisibili non perché sono realtà potenziali consegnate al sogno o all'incubo, ma perché la pratica dell'evento totale, come uno schermo che trasforma una parete vuota in un paesaggio alpino, rende superfluo guardarle. Cattedrali romaniche fatte per esserci per sempre o torte di cemento armato che si sbriciolano dal basso mentre qualcuno le costruisce tra le nuvole sono nulla rispetto alla terza via dello spettacolo domestico. Un esempio? *Master Chef*. Canna palustre o acciaio non fanno "shelter", né "base", né "casa" quanto può farlo un filetto alla Wellington di Gordon Ramsay. Le cose più attuali nelle nostre città sono state sognate dai nostri padri e dai nostri nonni. Appena vengono realizzate, a dispetto di come appaiono, hanno il sapore di un aperitivo anni Settanta. Renzo Piano (n. 1937) e Zaha Hadid (m. 2016) sono modelli prigionieri del tempo. Un hamburger, invece, è per sempre.

Si potrebbe allora scivolare nella retorica un po' snob e un po' reazionaria che enfatizza la solitudine della metropoli e della rete, che trova conforto nella parola "nomadismo" perché facendo di necessità virtù nobilita con unguenti tuareg uno *status quo* di sradicamento cronico, di precarietà lavorativa e sociale. La città dormitorio o bed & breakfast, la casa usa e getta di Ikea, il deserto esistenziale che lascia solo ripari di fortuna, le solitudini in transito di Augé. Sì, molto bene. Ma non è questo che ha prodotto in America la fine della città, o della sua funzione storica, o della sua ragione sociale. La città che conoscevano gli americani è finita perché tutto quello che c'era da vedere, e che volevano vedere, non era più la città, non era nemmeno l'imitazione, la simulazione, la scenografia della città. Portare la *Wilderness* ad Atlanta con un SUV o con un rischio pandemia, sguinzagliare mute di zombie per ricordare l'Apocalisse imminente, riunire l'Utopia dei Pink Floyd, degli Stones o dei Rem per celebrare l'Isola-che-non-c'è, vuol dire clonare un'idea di città che, ormai si sa, non può sopravvivere a lungo. Ma dal momento che la gente è sempre più furba di se stessa, per continuare a vivere la città basta ignorarla: "Tu dove abiti?" "Un prosecco, grazie". Il che mi riporta al punto di partenza: che cos'è la preistoria se non una parola che usano gli storici per voltarsi dall'altra parte, per ignorare un enorme non detto? Mentre il mondo scivola nel collasso ambientale, mentre esodi e diasporre si

preparano sotto le mura delle fortezze, le città americane montano l'ultimo rifugio possibile prima dell'estinzione: la fiction. E noi le seguiremo molto presto.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

