

**Claudio Minca (ed.), *Introduzione
alla geografia postmoderna*,
Padova, Cedam, 2001**

Corso di Geografia del turismo e organizzazione
del territorio, AA 2014-2015

**Scienze sociali e postmodernità:
caratterizzare l'epoca attuale**

- Trasformazioni delle identità e delle culture
- Classificazione, omogeneizzazione, separazione (logica moderna) contro eterogeneità, diluizione, assemblaggio, ibridità (logica postmoderna)
- Trasformazione dei quadri dell'esperienza e dell'organizzazione spaziale - geografia e postmodernità
- Messa in discussione dell'idea di «originale e copia»

Alcune "differenze" tra modernismo e postmodernismo secondo David Harvey

Modernismo	Postmodernismo
romanticismo/simbolismo	patafisica/dadaismo
forma (coniuntiva, chiusa)	antiforma (disgiuntiva, aperta)
finalità	gioco
progetto	caso
gerarchia	anarchia
controllo/logos	finimento/silenzo
oggetto d'arte/opera finita	processo/performance/happening
distanza	partecipazione
creazione/totalizzazione/sintesi	decreazione/decostruzione/antitesi
presenza	assenza
concentrazione	dispersione
genere/confine	testo/inter testo
semantica	retorica
paradigma	sintagma
ipotassi	paratassi
metafora	metonimia
selezione	combinazione
radice/profondità	rizoma/superficie
interpretazione/lettura	controinterpretazione/fraintendimento
significato	significante
leggibile	scrivibile
narrazione/grande histoire	anti-narrazione/petite histoire
codice principale	idioletto
sintomo	desiderio
tipo	mutante
genitale/fallico	polimorfo/androgino
paranoia	schizofrenia
origine/causa	differenza-differenza/traccia
Dio Padre	Spirito Santo
metafisica	ironia
determinatezza	indeterminatezza
trascendenza	immanenza

Tabella 3.1 *Differenze schematiche fra il modernismo e il postmodernismo.* [Fonte: Hassan, 1985, pp. 123-24]

Espistemologia e postmodernismo

- Rottura con la concezione scientifica moderna
- Rifiuto delle verità universali
- Rinuncia alle pretese di oggettività
- Il sapere é sempre quello di un soggetto: é determinato socialmente, geograficamente e culturalmente
- Dimensione locale e situata di tutta la conoscenza (occorre sapere da dove uno parla)
- Questione della legittimazione del discorso
- Foucault: articolazione tra il sapere e il potere
- **Attitudine critica e riflessiva**

Postmodernità, postmodernismo e geografia

- La postmodernità sarebbe un concetto fondamentalmente spaziale
- Spatial turn delle scienze sociali (primato dello spazio sul tempo)
- Trasformazione dell'organizzazione dello spazio (compressioni spazio-temporali)
- Mediatizzazione e virtualizzazione crescente del reale e dello spazio (realtà virtuali, cyberspazio ...)

Metodi qualitativi

- Strategie di ricerca, strumenti e tecniche di raccolta e analisi dei dati, messi in opera dalle scienze sociali, nel quadro di un approccio comprensivo
- Strategie flessibili, interattive e riflessive
- Metodi che includono l'intervista semi-direttiva, il focus group, l'osservazione diretta e partecipante, lettura testuale di carte, paesaggi, ecc.
- Sensibilità alla dimensione interculturale e partecipativa della costruzione dei saperi
- Interesse crescente per le questioni etniche
- Rinuncia a una visione «dall'alto»

Geografie postmoderne

- Relativismo, frammentazione e instabilità dei grandi quadri teorici
- *Social Theory*: teoria sociale critica della letteratura anglosassone – riconosce l'importanza del discorso geografico
- Metafore del viaggio, della cartografia e della localizzazione si diffondono nelle scienze umane
- Il postmodernismo é associato al *Cultural Turn*

- Crisi della rappresentazione: cos'è la geografia? Cosa sono le scienze umane?
- Qualsiasi «mappa cognitiva» é necessariamente soggettiva e parziale
- Rifiuto della linearità e del positivismo
- Claudio Minca afferma di essere stato il «traduttore-traditore» di questi saggi
- Importanza dei contesti nella circolazione culturale; la traduzione non é una cosa completamente nuova, ma dialoga con l'originale
- Lettura e intertestualità

- Questione della traduzione dei titoli (esempi cinematografici)
- Postmoderno – atteggiamento filosofico
- Postmodernità- periodo storico
- L'idea di postmodernismo é molto criticata ma sempre citata (vedi il suo rapporto ambiguo con il marxismo)
- Best e Kellner: Archeologia del postmoderno
- Il termine nasce nel 1870 in ambito pittorico, ma si afferma nelle scienze umane in America a partire dagli anni Cinquanta come «rottura» con la modernità

- Negli anni Sessanta si afferma nell'arte e nella cultura pop
- Post-strutturalismo francese (dalle regole generali soggiacenti e «vere» alla riscoperta della pratica quotidiana della scienza (Derrida, Deleuze, Baudrillard ...))
- Decostruzione del linguaggio e attacco alla rappresentazione ..
- Foucault: potere e costituzione del soggetto
- Attenzione agli esclusi dai discorsi egemonici
- Soggettività, metalinguaggio, postmoderno e post-strutturale in molti casi si identificano

- Jameson = il postmoderno corrisponderebbe all'era del capitalismo globale?
1. Decostruzione e post-strutturalismo (Derrida, Barthes): attacco a tutto ciò che é *taken-for-granted*
 2. Corrente foucaultiana: femminismo, subalternismo, postcolonial studies
 3. Jameson e post-marxisti: città postmoderna e spazio postmoderno

- Dalla questione delle CLASSI a quella delle DIFFERENZE
- Ciononostante, in geografia sono i marxisti che pur criticando il postmoderno lo assumono (Michael Dear, Edward Soja e David Harvey)
- Luoghi del consumo: contesti urbani e stili di vita
- Derek Gregory: post-moderno come «disorientamento dell'occidentalismo»
- Soja: inserimento dello spazio nell'analisi sociale e teoria dello spazio come relazione sociale di Henri Lefebvre
- David Harvey e la condizione postmoderna

Ambiti di inclusione del postmoderno in geografia secondo Michael Dear

- I paesaggi culturali e il place-making
- I paesaggi economici del postfordismo e dell'accumulazione flessibile
- Le dispute sul concetto di spazio e sul linguaggio geografico
- La crisi della rappresentazione
- Discorsi femministi e postcolonialisti
- Costruzione dell'individualità e confini del sé
- Questione ambientale come problema culturale

- Culture e rappresentazione: la geografia costruisce tradizionalmente un Altro partendo da un punto di vista arbitrario
- Si tratta di riconoscere l'origine e il significato delle rappresentazioni (geografia culturale)
- Critica della rappresentazione etnografica e della cosiddetta *Natural Attitude*: imporre la propria visione = cultura interna e natura esterna, separazione del soggetto e dell'oggetto.
- Insomma non si deve pretendere che la realtà corrisponda alle rappresentazioni che ne vengono date

- «La realtà é una costruzione sociale»
- Diffidare del potere dell'Autore che contribuisce alla costruzione dell'Altro – costruzione culturale condivisa?
- La natura contestuale della conoscenza, che si contrappone agli Universali, implica dunque una rivalutazione del Luogo.
- Barnes e Duncan: la scrittura non può RIFLETTERE il mondo
- TESTO, DISCORSO, HERMENEUTICS

(Contesto del Testo)

- Il concetto di TESTO include anche carte geografiche, dipinti, fotografie, leggi e istituzioni sociali.
- Il testo fissa aspetti di altri testi e della vita sociale
- Intertestualità, morte dell'autore, MARGINI e „archeologia della conoscenza”
- L'idea del DISCORSO, elaborata da Michel Foucault, é presente in tutto il percorso post-moderno: **sono le regole di base di un'enunciazione che ne definiscono il sistema di riferimento.** I discorsi sono grandi strutture all'interno delle quali i testi sono scritti

- Ogni discorso nasce in un contesto sociale e culturale: non si crede più alle strutture universali alla Lévi-Strauss
- L'APPROCCIO ERMENEUTICO (Duncan e Ley) é una critica della mimesis, ossia di come riduciamo il mondo per scriverlo
- Fieldwork come osservazione tradizionale
- Positivismo (modelli del mondo)
- Relativismo „estremo”
- *Hermeneutics*: dialogo tra i «dati» (eufemismo per – persone oggetto della ricerca) e il ricercatore, limiti, secondo Minca, di questa relazione che resta asimmetrica

Differenza e identità

- Concetti spazializzati o associati a oggetti geografici
- Funzione normalizzante della cartografia e della statistica
- La pretesa neutralità della ricerca cancella aspetti geografici, identitari, di genere etc.
- Foucault si interessa molto allo spazio nella sua «microfisica del potere»: in più, gli spazi sono una delle forme principali del controllo
- La geografia postmoderna ha sviluppato particolarmente i concetti di PANOPTICON e di ETEROTOPIA

- *Geographical imaginations: power, space and knowledge* (Derek Gregory)
- Femminismo, genere e soggetto eccentrico
- Natura «gendered» dello spazio sociale
- Molteplicità del concetto di spazio e critica di un unico concetto dominante
- Critical geopolitics: decostruire i taken-for-granted della geopolitica tradizionale e delle geopolitiche «popolari»

- Orientalismo e Occidentalismo
- Partecipazione complessiva della geografia a un progetto imperiale
- Gregory: critica Said per non aver considerato la prospettiva di genere e per aver 'essenzializzato' l'Occidente
- Postmoderno come strategia del capitale: assunzione della cultura nel mercato (Jameson)
- Costante tensione tra PM come condizione e PM come maniera di conoscere

- Postmodern urbanism: urban planning e urban design: *townscape e waterfront*
- Importanza del turismo e dell' «appeal urbano» per la città postmoderna
- *Cosmopolitan aestheticism*: paesaggi da consumare
- Riqualificazione, turismo e gentrificazione: la contraddizione delle economie turistiche
- Grandi eventi e branding urbano
- Recupero di quartieri storici defunzionali: rapporto tra postmoderno e «autenticità»

- James Rouse: «rousification» e costruzione di «ambienti neotradizionali»
- La cultura come motore dell'economia (riqualificazione turistica)
- Contraddizioni: segregazione spaziale e disconnessione dei territori
- Critiche al postmoderno, ma ammissione della sua vivacità e diversità

Other figures in other places (Bondi e Domosh)

- Viaggi postmoderni: naturalizzazione ed esotizzazione della donna, conformemente al luogo
- Critica femminista del patriarcato. Tre posizioni:
- Uguali diritti
 - Universalismo e modernità come punti di vista maschili (problema delle *gendered identities* e della divisione sociale)
 - Differenza di genere come fenomeno complesso e non lineare, messa in discussione del concetto stesso di 'genere'

- Donne e luoghi: tradizionale esclusione dai luoghi di produzione del sapere
- Critica della conoscenza in quanto ambito «universale, neutrale, oggettivo, comunicabile senza problemi di interpretazione, in grado di cogliere la 'verità'»
- Femminismo vs positivismo
- Non esiste conoscenza a priori, staccata dal contesto
- Critica dell' «occhio divino»
- Forma universale della conoscenza geografica = sguardo cartografico – potere e sapere

- Non esiste conoscenza che non sia influenzata dalla soggettività di chi la produce. Anche il genere del produttore di scienza ovviamente influisce
- Calcolo e analisi VS esperienza sul campo, 'pericolosa' in quanto tocca la dimensione personale
- Il linguaggio non é neutro. Linguaggio e scrittura sono sempre politici. Vedi il linguaggio preteso impersonale della scienza («scienze dell'uomo»)
- Critica delle categorie binarie: vero /falso, uomo/donna ecc.

- Ma la geografia femminista ha anche indirizzato critiche al postmodernismo
- Cultura di massa e cultura d'élite
- Chi fa la geografia postmoderna? Quale reale interesse per i subordinati e subalterni?
- Il postmoderno non é sempre estraneo a logiche patriarcali
- Gender tourism = donna come „Altro" esotico. E per la geografia femminista il turismo ha sempre qualcosa a che fare con l'esplorazione e la conquista
- Decostruzione del sapere e autorità

Deconstructing the Map (B. Harley)

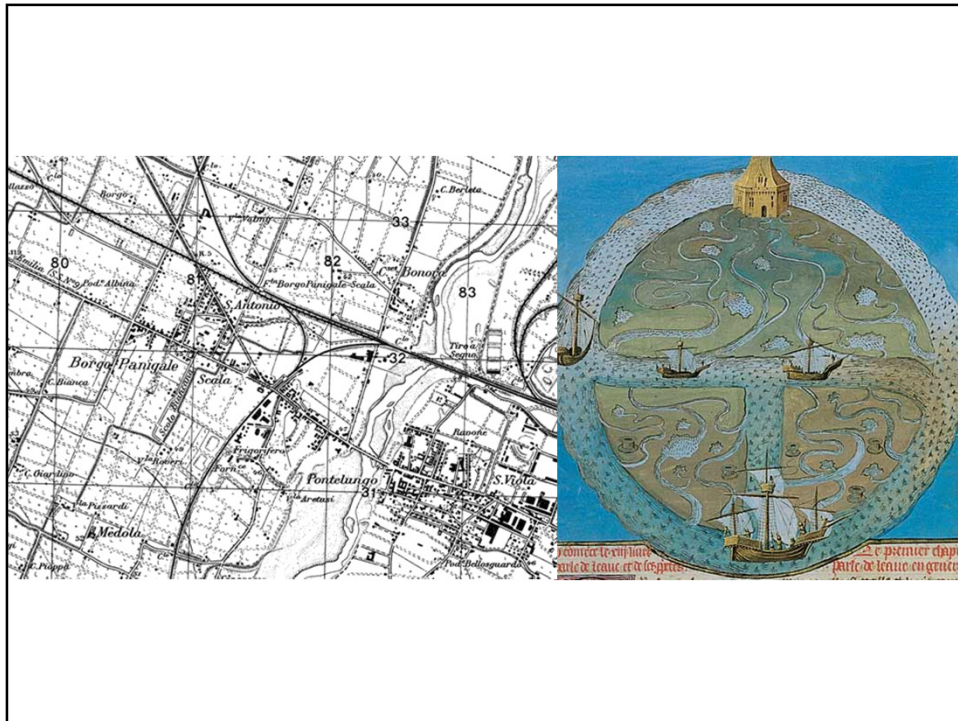
- Importanza delle carte, ma allo stesso tempo della coscienza sociale di chi le fabbrica
- Tecnologie, positivismo e arroganza cartografica
- Importanza della decostruzione, nel senso di Jacques Derrida
- HIDDEN AGENDA: progetto implicito della cartografia
- Onnipresenza del potere nella costruzione delle rappresentazioni: centralità del map-making
- «Particolare maniera umana di vedere il mondo»

Le regole della cartografia

- Il discorso secondo Foucault: «un sistema che rende la conoscenza possibile e la contiene all'interno dei propri confini» = SET DI REGOLE
- Che genere di regole ha governato lo sviluppo della cartografia?
 1. Regole tecniche
 2. Produzione 'culturale' delle carte
 3. „Modello corretto tra carta e territorio”:
impostazione POSITIVISTA: un mondo REALE e
OGGETTIVO può essere MISURATO e OSSERVATO
in maniera «vera»

- Specchio della natura: una cartografia 'scientifica' dovrebbe essere indipendente da fattori sociali
- Idea del «progresso lineare»: discredito delle carte del passato e delle carte prodotte da culture extra-europee come «non scientifiche»
- «Senso di alterità» per gli oggetti non conformi alla norma in nome di «obiettività», «accuratezza» e «veridicità»
- La «scatola nera» del cartografo: verità autoevidenti
- US Defense Department vs carte russe: scandalo delle «falsificazioni»

- Strutture sociali o spazio astratto?
- Interazioni tra regole e società: REGOLA ETNOCENTRICA
- Gerarchizzazione dello spazio: oggetti che hanno diritto a essere rappresentati più di altri (chiese, palazzi ...): strumento di discriminazione sociale
- Il POTERE DELLE CARTE é il fatto di presentarsi come immagini neutrali
- Ma in qualsiasi modo le analizziamo, riemergono le regole sociali: risultano essere non un riflesso del mondo, ma dell'ordine sociale che le ha prodotte



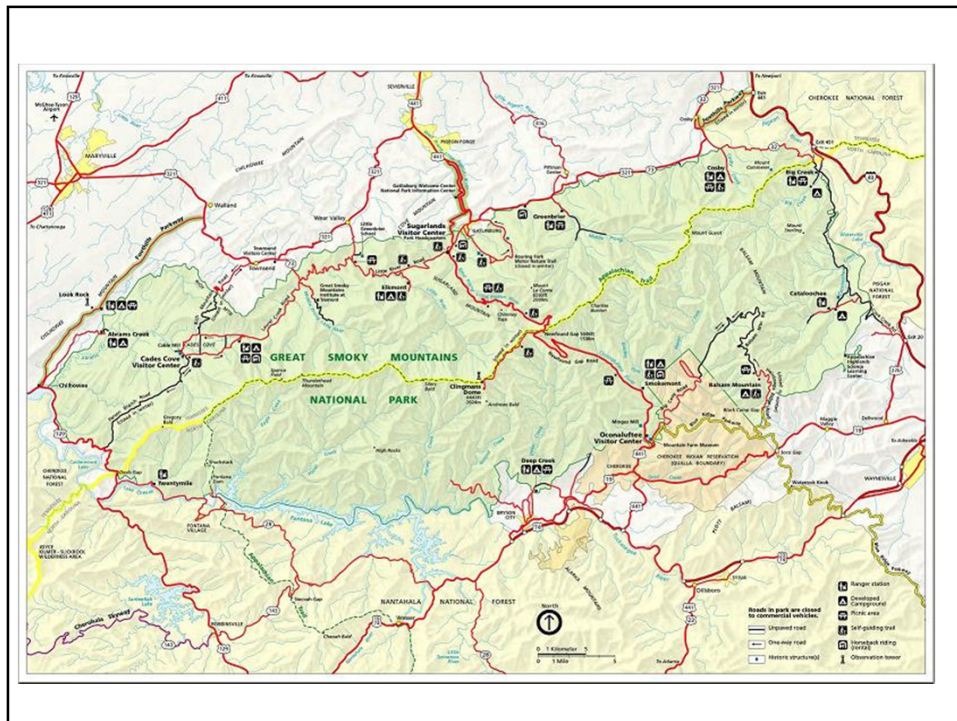
Decostruzione del 'testo cartografico'

- Implica una lettura più attenta e una contestualizzazione
- Cercare le contraddizioni tra retorica e logica
- 'Margini' del testo: decorazioni e dimensione ipertestuale
- Geografie mitiche: punti di interesse delle carte turistiche
- Topografia come metafora utilitaristica

- Una delle finalità della logica cartografica:
«convertire la natura in cultura, naturalizzare la realtà sociale»
- La RETORICA é una componente di ogni carta indipendentemente dal dualismo tra «scienza» e «arte» o tra «verità» e «propaganda»
- Legami tra Potere e Sapere (Foucault)
- Potere esterno e interno della cartografia
- Il potere esterno é lo sponsor: può essere lo Stato o un editore privato ...

- Formalizzazione degli affari di Stato (potere) e sorveglianza
- Il potere INTERNO implica:
 1. Come le carte vengono compilate
 2. Come si selezionano e rappresentano le informazioni
 3. Come l'informazione si gerarchizza
 4. Come si utilizzano i vari stili retorici per rappresentare il paesaggio

Controllo sull'immagine e «normalizzazione» del mondo



- «Quale tipo di immagine dell'America danno gli atlanti stradali?»
- «Geografia di un mondo fatto di monumenti e disabitato»
- Relazione con un turismo non collegato al tessuto sociale
- Carte e appropriazione del suolo (dalle enclosures ai territori indigeni)
- Le carte acquisiscono una AUTORITÀ che é difficile smontare
- Finalmente, la lettura postmoderna considera le carte come strumenti per definire (o imporre) un certo ordine del mondo

The restless urban landscape (Paul Knox)

- Paesaggi inquieti: «incessante formarsi e riformarsi del paesaggio urbano»
- Città postmoderna: dagli usi industriali ai flussi finanziari
- Luoghi e identità: industria della cultura e del turismo
- Built environment. Paesaggio urbano come testo: rapporti tra società, cultura e spazio

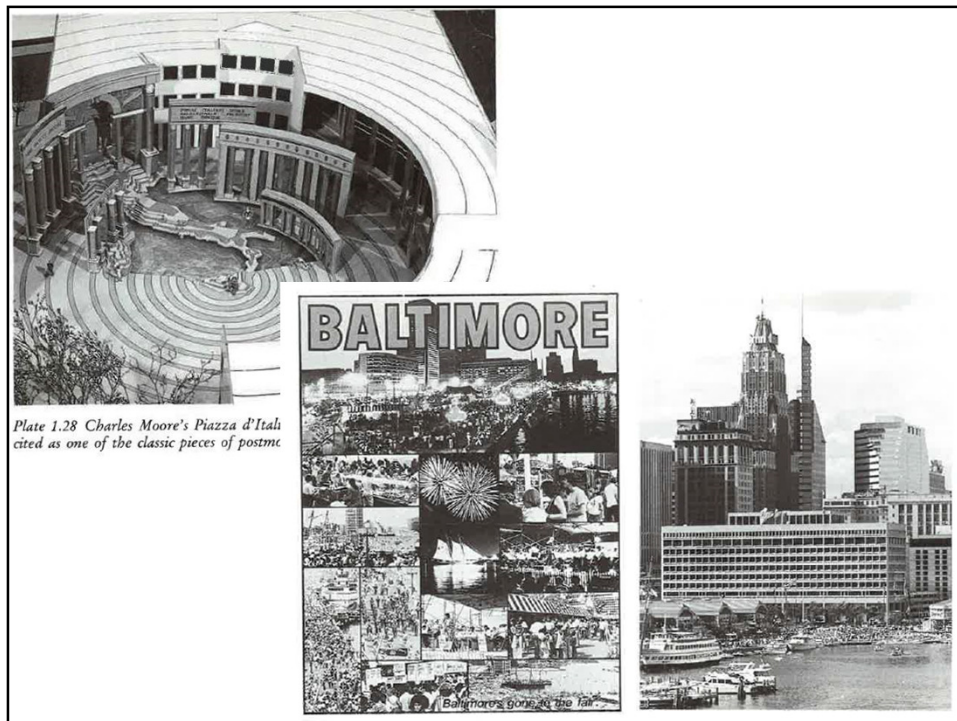
Modernismo e postmodernismo nei paesaggi urbani



Plate 1.1 (above) Le Corbusier's Dream for Paris of the 1920s and (below), the achieved design for Stuyvesant Town, New York



Plate 1.14 The 'Great Blight of Dullness' of which Jane Jacobs complained is well represented in this typical example of public housing in Baltimore.



- Turismo, città postmoderna e questione dell'autenticità
- Ricostruire il Louvre in Asia?



- In economia, decentramento e accumulazione flessibile
- Nel paesaggio urbano, più visibili i simboli del consumo di quelli della produzione
- *Commodity aesthetics*: ripensamento della cultura materiale delle élite
- Habitus e capitale simbolico: originalità e pervasività delle mode
- Estetizzazione della vita quotidiana, società dello spettacolo e bisogno di autenticità
- *Development industry*: invenzione dei bisogni; *community amenities*
- Nuove formule e segmentazione del SETTORE ALBERGHIERO: *suite, executive, budget, resort ...*

- Pacchetti CARE (*culture, amusement, recreation and entertainment*)
- Costruzione di frammenti autonomi di città
- Esempi di New York e Los Angeles: ricentralizzazione di *Downtown* e *Edge cities*
- Quartieri *money and brain* o *bohemian mix*
- Nuovi elementi del paesaggio: importanza della facciata
- Ecletticità dell'estetica postmoderna
- *Historic preservation* e *residential historic district*

- *historicism*: cioè l'allusione a stili storici mescolati in maniera eclettica con immagini e riferimenti contemporanei;
- *straight revivalism*: cioè l'accurata ricostruzione degli stili di un determinato periodo;
- *postmodern classicism*: cioè un classicismo caratterizzato da una certa libertà stilistica che va oltre lo straight revivalism per riformulare il linguaggio dell'architettura classica;
- *neovernacular*: cioè uno stile più orientato verso il recupero e la celebrazione della dimensione regionale e locale rispetto al revivalism;
- *ad hoc urbanism*: cioè l'enfasi particolare posta nei confronti della cura e della costruzione del contesto urbano e della sfera pubblica;
- *metaphor-metaphysical*: cioè la costruzione di edifici che evocano immediatamente la funzione o la forma alla quale si ispirano o che incorporano un particolare simbolismo;
- *postmodern space/radical eclecticism*: cioè una sorta di sintesi delle altre tradizioni postmoderne.

- Gentrificazione
- *Master planned communities*: stili (colonial revival, landscaping ..) et «autosufficienza»
- MUD/MXD landscape (*mixed use development; multi-use development*) : zoning con mix di usi commerciali e residenziali
- Edge cities
- High-tech corridors – attorno alle autostrade
- *Flex spaces* (uffici e laboratori); multifunzionalità dello spazio
- «Galassie metropolitane»

Fig.8.2 Il District of Columbia: elementi del nuovo paesaggio urbano

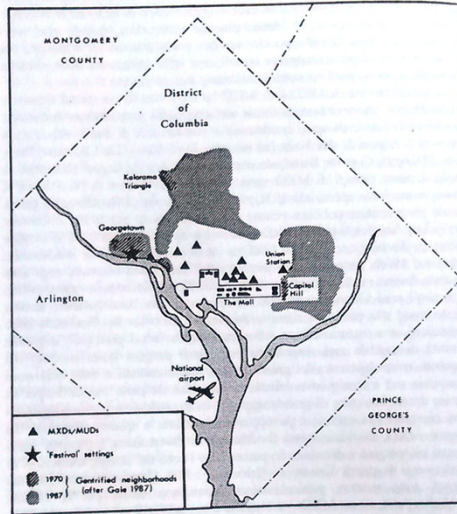
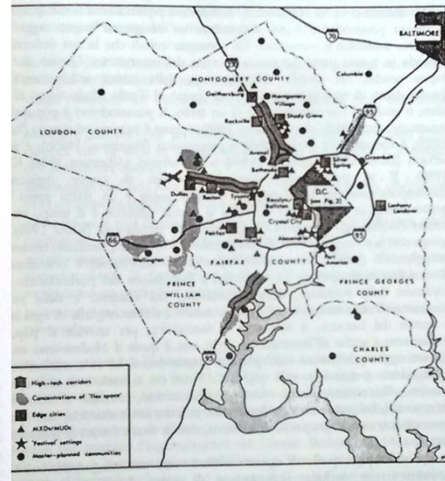


Fig.8.1 L'Area Metropolitana di Washington, DC: elementi del nuovo paesaggio urbano



The magic of the mall (Jon Goss)

- Lo shopping é una delle principali attività ricreative delle società «postmoderne» (vedi Rapporto Tyson's sulle preferenze degli americani nei primi anni Novanta)
- Lo shopping resta un'attività essenzialmente spaziale, e il tempo passato nei centri commerciali li rende uno dei luoghi più importanti per la vita di molti
- Sono diventati ugualmente attrazioni turistiche, con attività di intrattenimento e hotel nelle vicinanze
- Hanno colonizzato spazi come aeroporti, stazioni, antichi mercati dei centri cittadini ...
- Senso di colpa del consumatore?

- *Retail built environment*
- Autoritarismo dei designer (consumatore come oggetto)?
- Produzione materiale e simbolica che occupa lo stesso spazio della dimensione produttiva
- Coincidenza tra la propria identità e i beni di consumo che si acquistano – idea del valore «magico» dell'oggetto (prestigio sociale, invidia degli altri...)
- Divorzio tra l'oggetto e il processo sociale che lo ha prodotto (alta moda confezionata da manodopera sottopagata, prodotti usciti da lavorazioni nocive per l'ambiente etc..)
- E' una maniera per venire incontro ai desideri latenti dei consumatori.

- «Società del simulacro» di Baudrillard: lo spettacolo é la realtà
- La fidelizzazione del cliente non é più sulla qualità dell'oggetto, ma sulle caratteristiche del consumo, vedi tempo passato nel centro commerciale
- Nostalgia per il senso di comunità: dal funzionalismo modernista all'architettura che simula il villaggio antico o il negozio tradizionale
- Gentrificazione commerciale dei waterfront e dei centri urbani
- Galleria (modello di Milano esportato)
- «Ideologia della nostalgia» e appello ai «valori»

- Uno spazio civico?
- Metafora della strada urbana tradizionale, con segnali, panchine e anche servizi come baby-sitting, corsi etc.
- ... tranne quello che può danneggiare il commercio, vedi fontane pubbliche ...
- Spazi filtrati, security ... negli Stati Uniti alcuni shopping malls sono stati accusati di discriminare gli afro-americani nell'assegnazione dei negozi
- In generale, c'è un'esclusione degli aspetti 'brutti' del mondo esterno al centro commerciale ... comprese manifestazioni politiche
- Shopping Center come spazio 'liminale': tra locale e globale, tra Qui e Altrove ...

- Nel centro valgono regole spaziali differenti: non sei lì per dimostrare qualcosa, ma solo per accontentare i tuoi desideri.
- L'arredo evoca a volte viaggi, vacanze e esotismo
- EDONOPOLI, «destinazioni turistiche vere e proprie»; distrazioni, tour organizzati ...
- Atmosfera carnevalesca, tempi e spazi dell'altrove
- Ideale del mercato tradizionale come luogo di socializzazione: ricreare l'illusione?
- La letteratura specializzata loda la capacità degli SM di «mascherarsi» da piazza tradizionale: «psicogeografia», a volte rudimentale, dei designer

- Segregazione socio-spaziale (Harvey, Lefebvre ...): gli spazi per le boutique di lusso e quelli dei negozi a buon mercato sono rigorosamente separati e contrassegnati da contesti spaziali differenti
- Non ci deve essere troppo da camminare ... ma il *pedestrian mall* si richiama alla *flânerie*
- *Foodcourt*: attrattiva e valore simbolico
- Natura addomesticata nei centri commerciali: «naturalizzazione del consumo». Gli acquari evocano mari esotici
- Miti dell'Altrove: nomi che evocano spiagge, foreste, città, monumenti Vedi effetto delle piazze italiane negli shopping mall americani

- Confusione tra commerciale e civico, tra pubblico e privato
- Spazio rappresentativo (Lefebvre)
- Rivendicazione di una «apertura» degli spazi dei centri commerciali come spazi pubblici
- L'architettura, secondo Goss, può essere riempita dalla gente, non più come consumatori ma come protagonisti

Inside Exopolis (Edward Soja)

Scene 1: "Toto, I've got a Feeling We're Not in Kansas Anymore"¹

It's a theme park — a seven-hundred-and-eighty-six square-mile theme park — and the theme is “you can have anything you want.”

It's the most California-looking of all the Californias: the most like the movies, the most like the stories, the most like the dream.

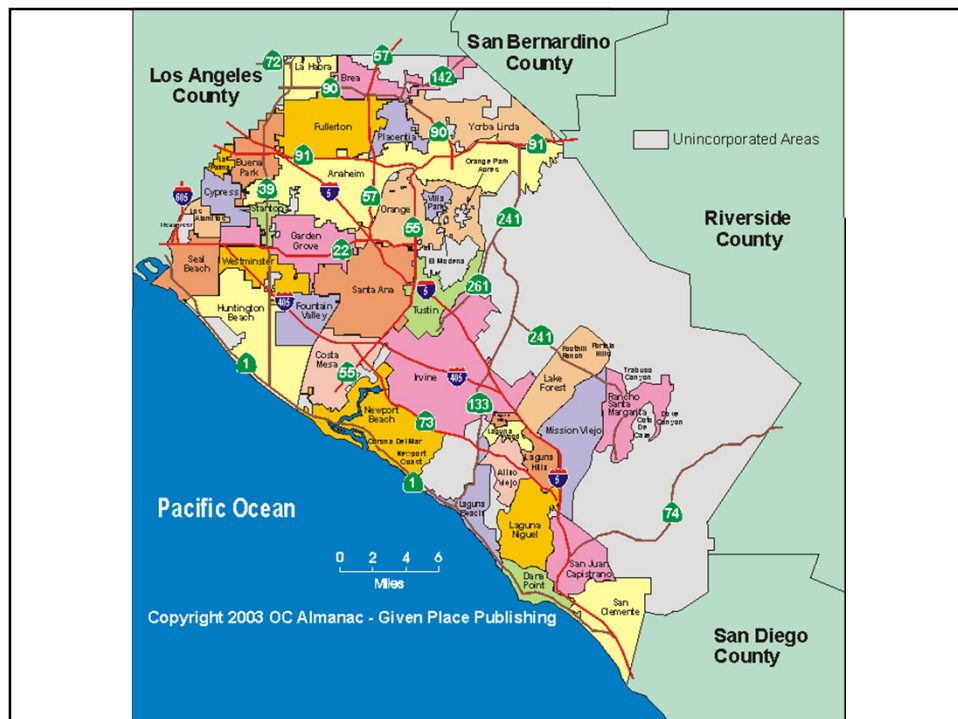
Orange County is Tomorrowland and Frontierland, merged and inseparable.
18th century mission. 1930s art colony. 1980s corporate headquarters.

There's history everywhere: navigators, conquistadores, padres, rancheros, prospectors, wildcatters. But there's so much Now, the Then is hard to find.

The houses are new. The cars are new. The stores, the streets, the schools, the city halls — even the land and the ocean themselves look new.

The temperature today will be in the low 80's. There's a slight offshore breeze.

Another just-like-yesterday day in paradise.
Come to Orange County. It's no place like home².



Orange County



- Orange County come mondo postmoderno
- Frontiere urbane con anelli concentrici: l'altrove turistico comincia alla prima periferia
- Exopolis postindustriali sotto forma di nebulose e cluster
- Una delle prime installazioni tipiche della regione é stata ovviamente quella di un centro commerciale
- Esempio dei viaggi nell'Iperrealtà di Eco: rappresentazioni in 3D di Cervino, Gioconda, etc.
- Valore politico delle creazioni «Old America» e concetto di «Utopia degenerata»
- Per Soja la questione non é il vero o il falso: l'esopoli é qualcosa di nuovo: «una società regolata in maniera crescente da simulacri che assorbono tutto»

- Retorica spaziale che fabbrica 'paradisi artificiali'
- Esopoli é la non-città, la città senza centro o simulacro di città
- Esempio dell'architettura dell'University of California(land) a Irvine
- Problema del consolidamento storico di una comunità urbana: «a Irvine anche la terra e il mare sembrano nuovi»
- Irvine exhibit: costruzione e esposizione vanno di pari passo. Retorica *Roots and Wings*
- Strutturalmente falso, intrinsecamente pubblicità, eppure una delle migliori strutture multiuso degli USA.
- Fabbricazione di «oggetti della Natura in modo da farli sembrare naturali»

- Città che sono il doppiopione di se stesse: dormitori della zona sud di Orange County
- «Devi essere felice, devi essere una persona completa e sempre impegnata e devi avere bambini che fanno un sacco di cose»
- Il *Marlboro Man* che non tossisce e il «formaggio analogico»
- «Bozzoli urbani» con funzioni residenziali specializzate ed estetiche ad hoc (Greek Island, Capri Villa o Uniquely American) ma con regole strette di estetica e di comportamento
- «L'exopolis trasforma il locale in globale in un batter d'occhio»

- *Leisure World – Retired Communities* (ma con centri finanziari)
- Diversi territori si stanno sovrapponendo (comunità residenziali, servitù militari, parchi ..): «guerre exopolitane» e «piccole tattiche dell’habitat»
- Installazioni nucleari e «danni collaterali»
- *Scamscape*: l’urbanesimo del «far credere»: Orange County come «capitale mondiale della frode»
- Baudrillard: «il reale non é più reale»
- «Non siete voi che visitate i parchi tematici, ma i parchi tematici che visitano voi»
- **Necessità di nuovi strumenti critici**