

Bienvenidos al desierto de lo global

Posted on 26 de octubre de 2026 by Gigi Roggero

Tal y como nos enseña la sociología, en la era definida como posindustrial, posfordista o posmoderna, las marcas dejan de ser simples etiquetas que definen las jerarquías de precios entre mercancías para convertirse en marcas con las que identificarnos, logos distintivos, estilos de vida. Porque los propios estilos de vida se han convertido en mercancía. No estás comprando un coche, una camiseta, un móvil: estás adquiriendo una forma de existir. ¿Cuántas veces habéis oído esa fórmula en los spots publicitarios?

Cuidado: no se trata solo de necesidades inducidas, como se decía en el vetusto léxico marxista, sino de la captura de comportamientos sociales y su traducción en forma de mercancía. A partir de los años ochenta, por ejemplo, las grandes multinacionales de la moda empezaron a enviar observadores por las periferias norteamericanas y las pistas de baloncesto de los barrios populares. *Cool hunters*, se llamaban, literalmente «cazadores de tendencias». Mimetizados entre los espectadores o viandantes, tenían la tarea de capturar los estilos de las vestimentas creadas por los propios chavales y que eran recurrentes entre ellos, que estaban a la moda, que eran molonas.

No estás comprando un coche, una camiseta, un móvil: estás adquiriendo una forma de existir

Entre llevar los pantalones caídos y zapatillas sin cordones, y atacar a la policía y saquear una tienda, la diferencia está en el valor que se le da a cada cosa: correcto o equivocado, bueno o malo, socialmente aceptado o no. En cambio, si lo miramos desde el punto de vista de la expresión de comportamientos que se convierten en tendencia, la diferencia desaparece: tanto los unos como los otros son comportamientos, y a menudo puede tratarse de las mismas personas. No por casualidad, en el fin de semana *maranza*¹—quinqui o cani— de Milán, las tiendas más apetecibles han sido las de ropa deportiva de Adidas, Nike y similares. Justo las multinacionales que, con sus *cool hunters*, han capturado, empaquetado y vendido tendencias. Desde esa perspectiva, se podría decir que los *maranza* se han cobrado su parte por el trabajo gratuito que cotidianamente ofrecen sus estilos de vida. Pero esta afirmación, objetivamente demostrable, no lo es subjetivamente, porque equivaldría a atribuir a los asaltos un significado que no tienen.

Limitémonos a una constatación más sobria. Por muy bien o mal que nos parezca, el fin de semana *maranza* ha llevado a Italia dentro de los flujos de las metrópolis globales. ¿No os recuerdan las imágenes de Milán —por antonomasia la única auténtica metrópoli de la península italiana— a otras que visteis en Londres en 2011, o en distintas ocasiones en las *banlieues* francesas, o a las que se repiten desde hace varias décadas en Estados Unidos, de Nueva York a Los Ángeles, y que desde ahí se difunden, por contagio comunicativo, a las ciudades y centros urbanos más pequeños? En otras palabras: ¿os gustan las tendencias de las mercancías globales? Pues esperad, porque llegarán también las tendencias de los *riots* globales, que viajan a la velocidad de las redes sociales y que a golpe de selfis icónicos crean

Si deseas contribuir, puedes suscribirte en <https://zonaestrategia.net/suscribete/> ¡Gracias por formar parte de nuestra comunidad y por tu valioso respaldo!

imaginario colectivo, reproducibilidad, organización instantánea del acontecimiento.

Evitemos subrayar lo obvio: las enormes diferencias entre Milán, París, Londres o Los Ángeles. Lo que nos parece materia de reflexión es que los sujetos de estas revueltas llevan hasta sus consecuencias más extremas esa libertad que, desde los años ochenta, constituye el mantra del capitalismo neoliberal. Y llevándola hasta sus últimas consecuencias, esto es, saqueándola, la desgastan, la desbordan, desvelan su vergonzoso núcleo de mistificación. Así, no son un simple producto del contexto sistémico, sino que se convierten, al mismo tiempo, en productores innovadores y, a veces, en excedentes de ese contexto. En resumen: entre el emprendedor de la *startup* y el emprendedor del saqueo la diferencia está, una vez más, en el valor que se le da a cada uno y no en su esencia: ambos desean dinero y mercancías mientras practican el *do it yourself*. Y quién sabe si algún que otro *cool hunter* no habrá ya propuesto una nueva marca llamada *riot* o *looting* como apuesta en la que invertir. Es el mercado, amigos.

Todos somos espectadores de trending topics que duran lo que dura un día

Seguramente habrá quienes encuentren en estas consideraciones una excesiva empatía hacia lo ocurrido, mientras que otros, al contrario, apreciarán una excesiva lejanía. La cuestión es que tanto los unos como los otros razonan a través de categorías ya disueltas, y no precisamente durante el último fin de semana. Así, resulta posible condenar o exaltar, indignarse o justificar. Da lo mismo, porque hoy día ni unos ni otros —exactamente igual que quien escribe, obviamente— tienen posibilidad alguna de incidir en la realidad. Todos somos espectadores de *trending topics* que duran lo que dura un día y que liberan una fuerza extraordinaria, pero efímera.

El Gobierno de Meloni hace su sucio trabajo y traza una continuidad entre las manifestaciones estudiantiles del viernes y los saqueos del sábado y el domingo, para poder mover a la policía y hacer que suenen las esposas. Que luego sirva para algo es dudoso, pero dentro de poco hay elecciones y hay que tranquilizar al buen ciudadano. Por otro lado, igual que los *maranza*, también la política viaja a través de *trending topics*. La izquierda se apresura a tomar distancia, mientras que la izquierda de la izquierda se apresura a distanciarse de quienes toman distancia. También aquí, al contrario que las derechas, se intenta enmascarar la impotencia con ideología. Está claro que los estudiantes de las manifestaciones y los *maranza* de los saqueos son todos jóvenes, parte de una generación a la que se le ha borrado el futuro, precarizado el presente y reescrito el pasado. No obstante, no viven en las mismas condiciones, ni tienen los mismos comportamientos. El estudiante que se manifiesta para reabrir las puertas de su propio futuro y el *maranza* que saquea para celebrar «el mejor cumpleaños de [su] vida» no comparten el mismo horizonte temporal.

En Francia, entre 2005 y 2006, de forma casi sincronizada, se produjeron revueltas en las *banlieues* y luchas estudiantiles contra el CPE (contrato de primer empleo). Ambos conflictos se desarrollaron en paralelo, con muy pocos puntos de contacto. O bien, tal y como señalaron algunos, existía una intersección: chavales de las periferias que iban a robarles la cartera a chavales de su misma edad que se estaban manifestando en el centro. Un colectivo italiano, cargado de banderas e ideología, viajó a las *banlieues* al grito de «¡Proletarios de todo el mundo, uníos!». Ocurrió lo que tenía que ocurrir: volvieron

Si deseas contribuir, puedes suscribirte en <https://zonaestrategia.net/suscribete/> ¡Gracias por formar parte de nuestra comunidad y por tu valioso respaldo!

cargados únicamente con sus banderas y su ideología, que habían dejado de ser cool hacía mucho, por lo que no valía la pena robarlas.

Hoy día no existe ese sujeto, y la pregunta histórica es si aún puede existir algo parecido

Desde entonces han pasado veinte años y gran parte del contexto ha cambiado; la guerra en general y la guerra a los jóvenes en particular ya no es solo metafórica, sino brutalmente concreta. Además, podría objetarse que las formas de violencia y conflictividad caóticas son parte indisoluble de la historia de la lucha de clases, les guste o no a quienes apelan al dogma idealista-religioso de la «conciencia», o a quienes distinguen la santidad del proletariado de la escoria subproletaria. La objeción es correcta, pero el problema es que en el pasado se constituía un sujeto —de forma distinta en cada ciclo— capaz de funcionar como línea de fuerza que atraía, descomponía, recomponía y resignificaba las muchedumbres caóticas. Hoy día no existe ese sujeto, y la pregunta —esta sí, histórica— es si aún puede existir algo parecido, esto es, si no sería necesario reflexionar políticamente en términos completamente distintos.

¿Estamos acaso defendiendo la inevitabilidad de lo que ocurre, la imposibilidad de la mutación, la aceptación de un destino ya escrito? En absoluto. E incluso si no existieran más que escasísimas posibilidades de una relación de minoría, tendríamos que apostar políticamente por ellas. La cuestión, no obstante, es cómo hacerlo. Tememos que lanzarse ideológicamente al caos de la actualidad sirva de poco, incluso, nos atreveríamos a decir, de nada. Intentar entender, eso es lo que podemos hacer. ¿Es el final de las *Tesis sobre Feuerbach*? Podría ser, pero hay que agarrar siempre el mundo por la cabeza si lo que se pretende es transformarlo de verdad.

Publicado originalmente en [Machina-DeriveApprodi](#). Traducción [A este lado del Mediterráneo](#), editado por Zona de Estrategia.

1. **Maranza**: neologismo de origen milanés, combinación de las palabras *marocchio* (marroquí) —en la jerga popular, sinónimo de inmigrante— y *zanza*, que podría traducirse *grosso modo* como el *cani/choni* de los dosmiles. En los últimos años, el significado del término ha ido más allá de la identificación «étnica» para definir a chicos y chicas que, en su forma de vestir y comportarse, no se adecúan a los códigos de normalidad social. O, según un telediario del canal Sky de octubre de 2022: «Importunar a viandantes, turistas y gente de su edad por las calles de la ciudad. Ese es el objetivo de los *maranza*, grupos de chicos que llevan a cabo extorsiones, amenazas y agresiones. Un fenómeno nacido en redes sociales, especialmente TikTok, que empezó a darse a conocer el verano pasado [de 2022]». Así, el *maranza* forma ya parte de las nuevas clases peligrosas, un enemigo interno que, junto con la persona migrante y pobre, cumple actualmente en Italia una función mediático-social similar al *mena* en el Estado español, con diferencias culturales pero con connotaciones racistas o clasistas muy similares. [??](#)

Si deseas contribuir, puedes suscribirte en <https://zonaestrategia.net/suscribete/> ¡Gracias por formar parte de nuestra comunidad y por tu valioso respaldo!

Si deseas contribuir, puedes suscribirte en <https://zonaestrategia.net/suscribete/> ¡Gracias por formar parte de nuestra comunidad y por tu valioso respaldo!