

MARANZA: IL CAPITALISMO DELLO STIGMA

Come la marginalità
è diventata l'algoritmo
più virale d'Italia.



L'Evoluzione di un'Etichetta

Anni '80

Dispregiativo.

Coniato per indicare i giovani di periferia dallo stile rozzo e ostentato. Un marchio di inferiorità di classe.

*Era un insulto!
Stile rozzo, poveri.*

Pandemia 2020

Stigma Etnico.

Rispolverato dai media come etichetta criminalizzante per i giovani di seconda generazione (2G) e provenienza nordafricana.

*Etichetta mediatica
Criminalizzazione mirata
delle 2G.*

Oggi

Riappropriazione.

Un atto politico di autodefinizione. Una presa di coscienza identitaria e una risorsa per la visibilità digitale.

*Atto politico. Nostra
identità, nostro orgoglio.*

Non è solo una moda giovanile. È il ribaltamento di un'etichetta esterna in un orgoglioso segno di appartenenza.

Bricolage Identitario: Oltre il Passaporto

Seconde Generazioni (2G).
Nati in Italia. Forniscono la
navigazione culturale
bilingue (es. Youssef, 21 anni,
genitori marocchini).

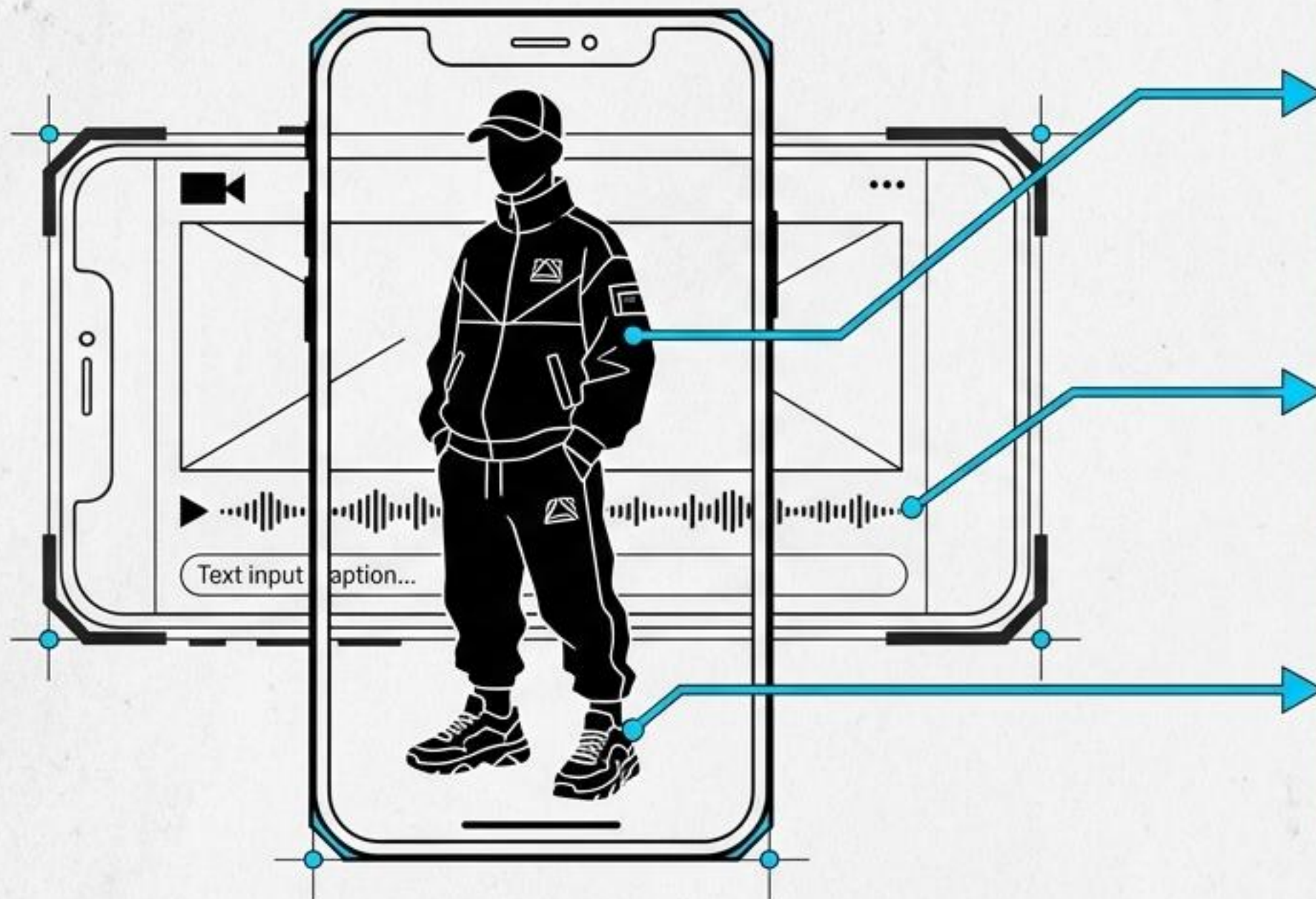
Arrivi di Prima Generazione.
Arrivati da adolescenti.
Portano l'innovazione linguistica
e i riferimenti della cultura di
strada transfrontaliera
(es. Omar, 19 anni).

Italiani di Periferia.
Locali emarginati.
Condividono le condizioni materiali
e la solidarietà di classe (es.
Kevin, 20 anni, origini italiane).

Identità Maranza.
Non è il passaporto
che conta. Maranza
è chi vive certe cose,
chi deve arrangiarsi.

Punti di contatto fluidi.
Realtà di strada condivisa.

La Lingua come Codice a Barre Algoritmico



Italiano Standard.
Ottimizzato per la reach algoritmica e la comprensibilità del pubblico mainstream.

Arabismi e Slang Locale.
Parole come Khalas o Yalla inserite per certificare l'autenticità e blindare l'appartenenza alla community.

Brand Sportivi Globali.
Consumo ostentato non come emulazione borghese, ma come compensazione simbolica e linguaggio di sfida.

La marginalità periferica si trasforma in una narrazione algoritmica serializzata.

Genealogia delle Sottoculture

Paninari (Anni '80)

Centro metropolitano benestante.

Tv e riviste (mediatizzazione verticale).

Ostentazione per confermare lo status dominante.

Hip-Hop (Anni '90)

Periferie, centri sociali, piazze fisiche.

Musica e radio indipendenti.

Consumo ribelle, opposizione alla cultura egemone.

Maranza (Anni '20)

Piattaforme digitali ibridate con la periferia (onlife).

Algoritmi social (iper-accelerazione orizzontale).

Consumo come compensazione simbolica e monetizzazione.

La Fabbrica dei Contenuti

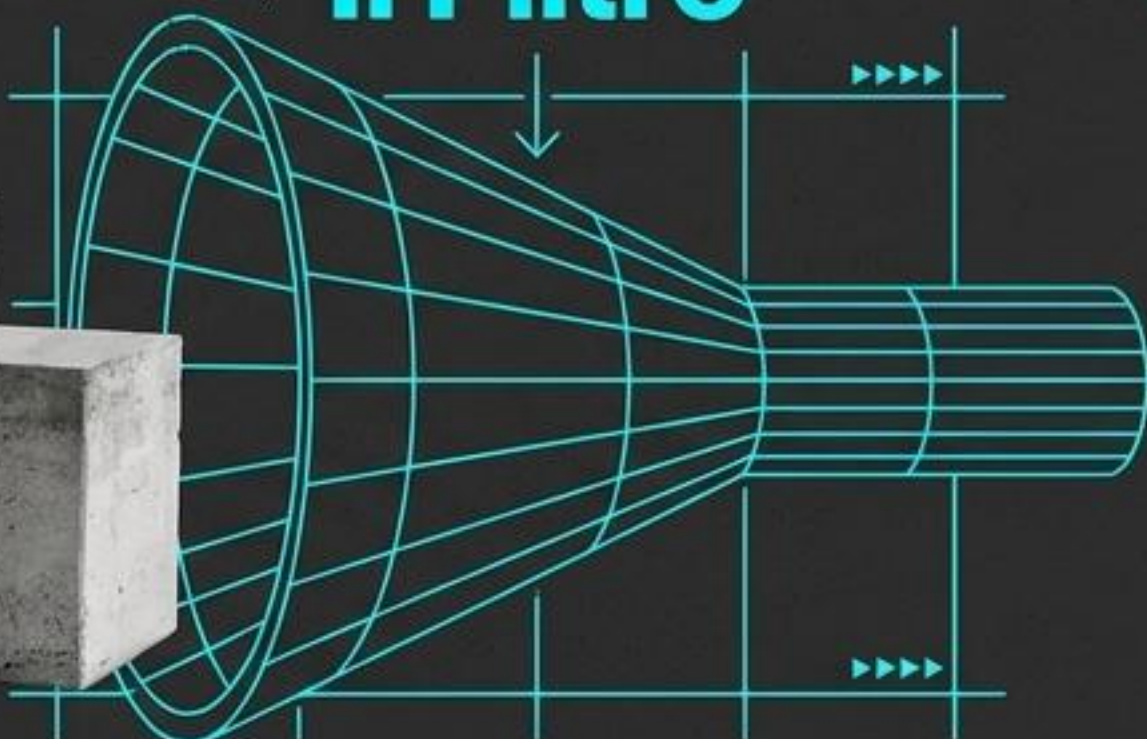
La Strada



Il Vissuto.

Quartieri, stazioni, centri commerciali.
La marginalità fisica come set
narrativo.

Il Filtro



Alfabetizzazione Algoritmica.

Intuizione strategica dell'economia
dell'attenzione. Calibrare la
trasgressione per evitare la censura.

Il Prodotto



Autenticità Connessa.

Autofiction popolare.
Un personaggio digitale coerente
che monetizza la propria alterità.

L'autenticità non è spontaneità ingenua:
è una complessa performance relazionale.

Il Paradosso di Genere: Visibilità vs. Sopravvivenza

L'Esperienza Maschile: Iper-visibilità Performativa.

- Monetizzazione dello stigma tramite codici machisti.
- Possibilità di trasformare lo svantaggio in capitale sociale.
- Rischio: Scontro istituzionale e sorveglianza poliziesca.

L'Esperienza Femminile: Invisibilità Strategica.

Conformità istituzionale per garantire la mobilità sociale a lungo termine (scuola, lavoro).

Assenza di benefici economici dall'economia dei creator.

“Io ho scelto l'invisibilità. [...] Non posso permettermi di sbagliare. — Fatimah, 21 anni.”

Il Razzismo Algoritmico e lo Shadowban

Il Soffitto di Vetro: Demonetizzazione.

La marginalità viene sfruttata per trattenere gli utenti sulla piattaforma, ma il creator è escluso dai ricavi.

Brand Safety.

Gli inserzionisti escludono le demografiche problematiche. I contenuti vengono penalizzati invisibilmente.

Filtro Semantico.

I sistemi di machine learning identificano linguaggi non-standard e slang di strada come potenziali violazioni.

Viralità.

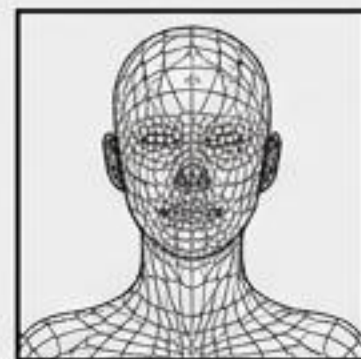
L'algoritmo premia l'esagerazione e lo stereotipo intrattenente del maranza. L'engagement esplode.

Oltre l'Algoritmo: Imprenditoria della Marginalità



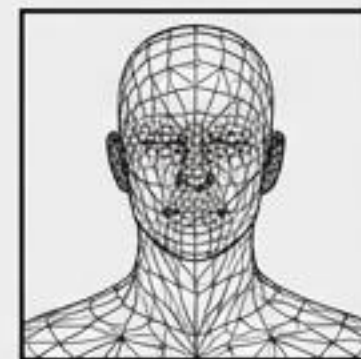
Ayoub & Usso Mutualismo Fisico

Dalla viralità pandemica all'apertura del lounge bar Lux a Bologna. Ancoraggio territoriale reale.



IlVuCumpra E-commerce Etnico

Utilizzo delle challenge TikTok per aggirare la pubblicità tradizionale e vendere prodotti halal e abbigliamento identitario.



ArabGT Arbitraggio Geografico

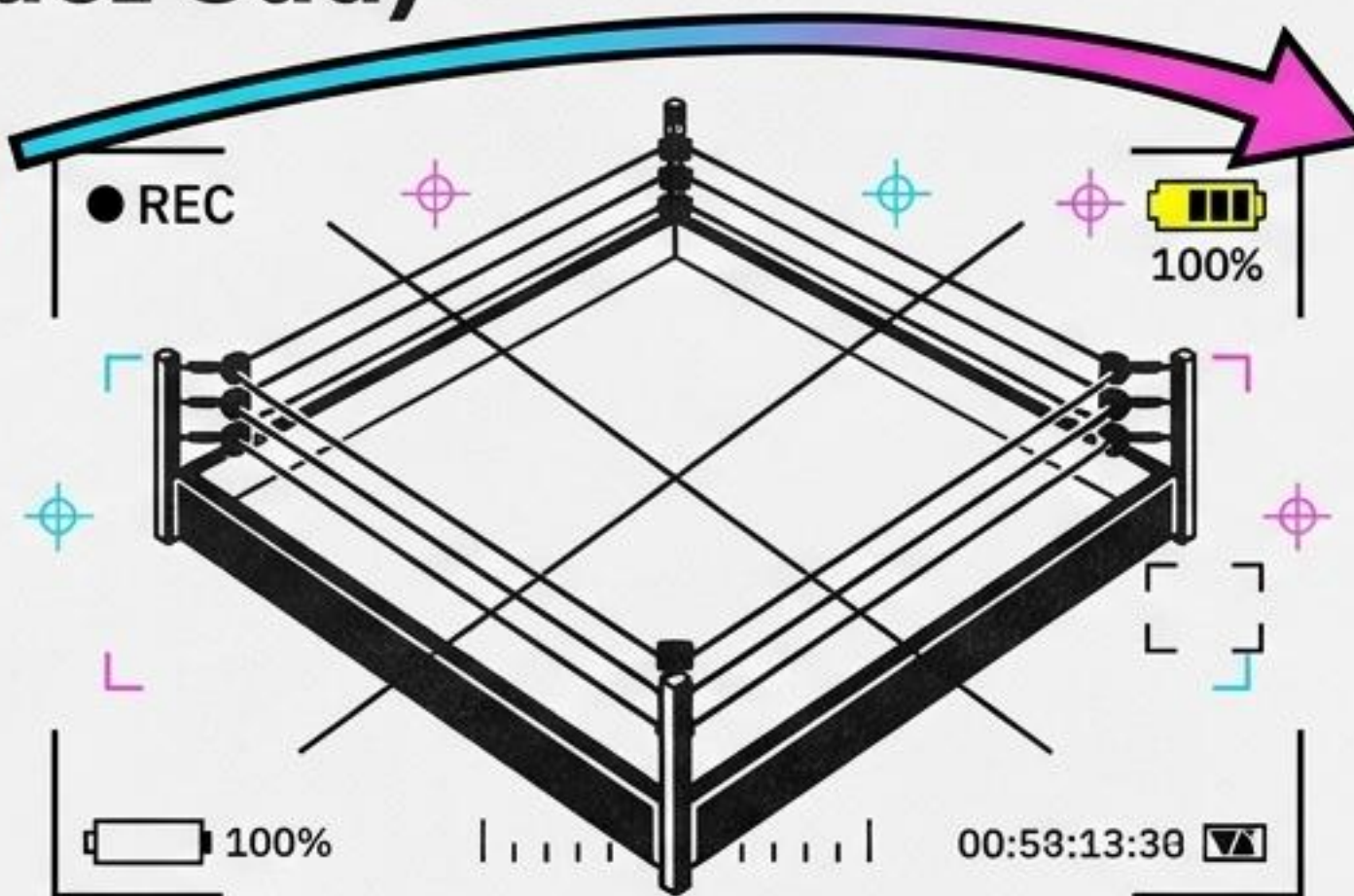
Dai motori in Italia al noleggio auto di lusso a Dubai. Trasforma l'identità arabo-italiana in un asset internazionale.

La Marginalità Produttiva sposta il profitto dalla piattaforma alla community.

Il Mercato dell'Indignazione (Caso Invasione del Sud)

Il Creator

La Provocazione (Don Ali).
Un annuncio fittizio e teatrale
di un'invasione territoriale,
ottimizzato per generare
rabbia e visualizzazioni.



I Media

L'Amplificazione.
I telegiornali trasformano la
finzione in allarme sociale,
monetizzando il panico
attraverso l'audience.

Le Istituzioni

La Sicurezza Performativa.
La polizia schiera agenti contro una minaccia
inesistente per riaffermare l'autorità.

Come nel wrestling, tutti sanno che è una finzione, ma tutti traggono profitto dallo spettacolo. L'unico a pagare è il creator (account sospeso).

Il Ciclo del Capitalismo dello Stigma



Il sistema estrae valore senza cancellare la disuguaglianza.

L'Infrastruttura Strutturale: Il Modello T.R.A.P.



Bivi Evolutivi: Dove va la Sottocultura?

Il Presente

Cattura Commerciale.

Assorbimento nel mainstream. L'estetica viene svuotata della sua carica di opposizione e venduta dai grandi brand come folklore urbano.

Repressione Securitaria.

Il panico morale giustifica la sorveglianza intensificata. I maranza vengono criminalizzati e spinti ai margini della società fisica e digitale.

Politicizzazione.

Dalla visibilità all'attivismo. L'uso delle piattaforme per denunciare il razzismo sistemico, la crisi abitativa e le ingiustizie globali.

“Non aspettano il permesso di esistere. Se lo stanno prendendo.”

I Maranza non sono un'emergenza di ordine pubblico. Sono lo specchio scomodo di una società che produce sistematicamente l'esclusione, per poi capitalizzarla cinicamente come spettacolo.