

SERENDIPIA URBANA #4: CALLAO, MADRID

Posted on 19/03/2009 by Naider

Una serendipia es un descubrimiento científico afortunado e inesperado que se ha realizado accidentalmente. Se puede denominar así también a la casualidad, coincidencia o accidente.

La navegación hipertextual en Internet ha puesto de relieve la importancia de este "método científico" en la sociedad actual y sucede que, a veces, en las ciudades te topas con serendipias afortunadas. Encuentros fortuitos y casuales, no previstos y, de algún modo, ajenos al orden lógico de las cosas. La navegación sin rumbo -el paseo de toda la vida, vamos- ofrece también encuentros inesperados y sorprendentes sin más valor que el mero hecho de toparse con ellos.

El fin de semana pasado en Madrid, en una Gran Vía abarrotada de gente (y de carteles publicitarios en las fachadas, sobre lo que sería urgente hacer algo, por cierto), encuentras un remolino humano alrededor de una marquesina de autobús. ¿Alguien se ha caído y le están atendiendo? ¿O será que el autobús ahora es un medio de transporte masivo y favorito de la población? ¿Una manifestación? ¿Reparto gratuito de cualquier cosa?

Nos acercamos un poco y vemos a un tipo envolviendo en plástico a una chica pegada a la parte exterior de la marquesina, donde destaca el anuncio de una conocida marca de ropa. Primera intuición: un acto reivindicativo con toques de expresión artística y de intervención urbana dirigida a causar sorpresa y después reflexión en torno al modelo consumista imperante en nuestra sociedad y blah, blah, blah.



Pero, pensándolo un poco más, llega la segunda intuición: un acto genial de marketing de la propia empresa de ropa, que utilizando técnicas de guerrilla se está quedando con todos nosotros,

consiguiendo que estemos expuestos durante varios largos minutos -algo impensable en la publicidad tradicional- al anuncio de la marquesina.



En realidad, preguntando después al chico, nos enteramos que la primera intuición era la correcta, pero es una nueva señal del signo de los tiempos, de esta postmodernidad líquida, viscosa y mórbida en la que vivimos, y que hace que ya sea difícil comprender las manifestaciones críticas y haga difícil diferenciarlas de las meras técnicas publicitarias. Una nueva razón para pensar que ese sistema que, mediante los patrones de consumo y de belleza, nos esclaviza como sociedad y como personas, es el mismo sistema que puede aparecer delante de nosotros como crítico de sí mismo, volviéndonos locos y acrílicos.

También te puede interesar:

[Serendipia urbana #3. Ría de Bilbao destino Dubai](#)

[Serendipia urbana #2. Koh Samui \(Tailandia\)](#)

[Serendipia urbana #1. Barcelona](#)

Ciudades a escala humana

There are no comments yet.