

Villa y corte

Publicado en Periódico Diagonal (<https://www.diagonalperiodico.net>)

[Villa y corte](#)

Enviado por ter el Jue, 05/14/2015 - 11:44

Foto portada:



Antetítulo (dentro):

Consumo como vida en la ciudad

Sección principal:

[Culturas](#)

Cuerpo:

[Este artículo pertenece a la revista **Cercanías**, editada por **La Marea y Diagonal**, [que puedes comprar en tu quiosco o aquí](#)

Madrid tiene en su carné de identidad una sucesión de títulos rancios, como las personas de la nobleza. Recuerda a esos aristócratas que han perdido todo su dinero y sólo conservan de su pasado un caserón vacío y una lista de apellidos. **Entre ellos está el de villa, que es una pretensión de ser ciudad pero sin salir del pueblo, uno más grande y con cierta infraestructura rural.** Durante siglos, su paisaje y el rumbo de los acontecimientos han estado determinados por esa condición de “capital” de provincia, anclada en el centro de un río dudoso, puerto de secano de todos los pueblos del país. En los últimos tiempos, su entidad pasa por ser ínsula barataria. Si el símil cervantino no convence, aquí no somos tiquismiquis a la hora de desenterrar huesos por unas monedas, pongan que se parece a cualquier isla pirata, ya sea de ebook o franquicia de cine.

La ciudad ha pasado en cerocoma de la marcha dominical, el mercadillo ambulante L-X-V y el pequeño comercio, a un sofisticado despliegue de experiencias para toda la familia, mercados temáticos y comercios multidimensionales, todos con la máxima calidad. Dice la autoridad, y lo apoya el crédito de las personalidades ilustres, que esto es un gran avance para Madrid, que ahora sí estamos en el buen camino de transformar nuestra modesta villa en una ciudad ultra moderna y con todas las comodidades de cara al futuro. Que lo de considerarnos un poco atrasados con respecto a otras metrópolis está superado. **Ahora somos igual que las demás urbes europeas,**

con nuestro turismo interior, nuestro mercado optimizado y nuestras inversiones extranjeras en suelo y negocios.

En efecto, es sorprendente el efecto de homogeneización de las grandes capitales del mundo. Ya te tienes que ir muy lejos, a un sitio raro con una guerra antidemocrática, **para que la línea urbana no te sea familiar: un continuum de tiendas y bares de la misma marca que en London, New York o Barcelona.** Ha costado, pero por fin los madrileños hemos aprendido que lo más importante es la ropa, y por eso el noventa por ciento de los comercios son de moda, calzado y complementos, sin olvidar los puntos de móviles y conectividad global. Calles repletas de franquicias de trapos y hasta arriba de gente, como le gusta a Rajoy. **La vida de cines, paseos, puestos de libros y chucherías ha quedado felizmente superada. La cultura es ahora deporte y cocina.**

Aquí ya no se es nadie sin tener tu parcela de actividades deportivas: running en los espacios más o menos acondicionados (de Madrid Río al carril bici de muchas calles que no tienen ni acera propiamente). Padres con aspecto de salir todo el rato en anuncios, de practicar deporte urbano de élite, quien dice una bici, un monociclo, circuito de cross-fit o skeleton urbano. **También están esos padres de familia en mallas, con una equipación de deportista de élite completa, echando el bofe por los espacios interbloques.** La ciudad es un río que no fluye, en kilómetros de cristaleras transparentes de gimnasios, venga a girar las ruedas de las elípticas.

Con el ejercicio, viene la degustación de productos de primera calidad. **Las gastrotecas, despachos de cervecerías artesanales y bistrotts de comida de temporada, elaborada con imaginación en un entorno ecológico, y a precios elevados,** es lo que todo buen ciudadano espera de su entorno, porque si no, para qué paga el garaje, lleva al niño al cole concertado y recicla la basura. Para lucir el cuerpo, regenerado en el deporte y alguna clínica de tratamientos de belleza, en un entorno seguro y de mucha calidad. El Bar Premium, los menús degustación con pequeña cata de vinos seleccionados... **Todo eso es la cultura de la calidad de mercado y de las personas de marca.**

El comercio es vida. Por tanto, queremos que los barrios se enriquezcan con la inversión en nuevos negocios y personas, ambos de mayor calidad que los existentes. En contra de las críticas de demagogos y enemigos del sistema, eso nunca es malo, lo que hay que entender es el cambio de mentalidad, y dar la bienvenida al progreso inmobiliario y urbano como lo que es, una oportunidad para la riqueza. Las ciudades han de ser el **reflejo de lo que queremos y a lo que vamos dirigidos: a ser productos, cada vez más sofisticados y de mayor calidad.** De momento bio-urbanos pero siempre con la mente puesta en lo mini digital, mónadas consumistas híper desarrolladas.

Nuestros gestores lo saben, no tienen miedo de ponerle nombres de marcas comerciales a edificios históricos o estaciones de metro. Pronto lo harán con calles y plazas, como en otras grandes ciudades. Eso no es un atentado ideológico, sino la modernidad. La publicidad en vallas móviles, en 3D, reflectantes, son los ojos de nuestros sueños. No hay burbuja inmobiliaria, sólo hay emprendedores y ganancias. Aquellos que no lo entienden, incluso se atreven a pensar que es incorrecto desde el punto de vista político e intelectual (como dicen en las tertulias), deberían plantearse ir desocupando su espacio. **Aquí no hay sitio para gente como ellos. Tampoco para los que reclaman soluciones igualitarias o hasta imaginan una ciudad como lugar de encuentro colectivo.** Los seres humanos normales no somos iguales. Eso pertenece al pasado y quizá lo mismo se puede enseñar a los niños en alguna recreación con animatronics. Hasta la reubicación definitiva de (infra) ciudadanos con poco nivel adquisitivo, el proceso es imparable.

Cuando éramos pequeños, subíamos a nuestras casas después de jugar en el descampado, contemplando la periferia como un lugar muy lejano de Madrid. Entonces soñábamos con un futuro de rascacielos inteligentes, coches voladores y preciosas casas unifamiliares en forma de óvalo y con grandes ventanales. **Al final de este proceso macroeconómico, lo más parecido que hemos encontrado han sido los escaparates de los gimnasios, donde se asoma corriendo una multitud que no va a ningún sitio.** Nuestra ciudad no estaba en los dibujos animados de anticipación de Warner Bros, sino en los augurios de la Exhibición de Atrocidades, y en las calles de Teorema Zero, donde los anuncios persiguen a los viandantes.

Villa y corte

Publicado en Periódico Diagonal (<https://www.diagonalperiodico.net>)



Temáticos:

[urbanismo](#)
[ciudad marca](#)
[consumismo](#)

Geográficos:

[Madrid](#)

Edición impresa:

Licencia:

[CC-by-SA](#)

Posición Media:

Cuerpo del artículo

Compartir:

Tipo Artículo:

Análisis

Autoría foto:

[Miguel Brieua](#)

Autoría:

[Grace Morales](#)

Formato imagen portada:

grande

Origen noticia:

[Cercanías](#)

Villa y corte

Publicado en Periódico Diagonal (<https://www.diagonalperiodico.net>)
