

El arco de Arévalo

He aquí un asunto aburrido: el de los anuncios que degradan y ensucian paisajes y edificios. Desde hace treinta y cinco o cuarenta años estamos presenciando campañas contra tales prácticas "comerciales". En los años "veintes" hizo una, con éxito parcial, *The Architectural Review*. Siguieron y siguen otras en Alemania, Francia, Estados Unidos, y en otros países, incluso el nuestro. Pero aquí, con éxito nulo, como se ve en este ejemplo. Que el arco no es el Partenón ni la Catedral de Toledo es cosa que sabemos todos, pero es una muestra del notable estilo de ladrillo que perdura a lo largo de varios siglos en la parte norte de Avila. Aunque el arco no sea románico ni mudéjar, sino sólo un tardío barroco, es obra digna y graciosa en su modestia. No cabe duda que los comerciantes que lo han decorado con tan innobles letreros comprendieron la dignidad y gracia de la obra, y contaron con que el viajero también lo comprendería y, al detener en ello su vista, se viesan forzados a leer los anuncios. Todo esto es muy comercial, muy de "psicología de masas", pero al suponer que tales procedimientos pueden tener éxito, lo que hacen los anunciantes es dar por sentado que todo viajero tiene una mentalidad a la altura del mulo que toma tranquilamente su piscolabis al pie del "Restaurant Chocolate", etc. A las personas normales no se las puede tratar así. Es un caso de injuria al público, que si no está castigado en las leyes, podría estarlo.

Por otra parte, esos anunciantes provocan una ofensa a España. Los turistas de mala intención no necesitan trucar fotos de suburbios para desacreditarnos, pues les basta con exhibir en sus países fotos como éstas, verdaderas para nuestra desgracia.

L. MOYA.

