



## EL CRISTAL Y EL COMERCIO

Se fueron las épocas de vender el buen paño en el arca. Esto requería mucho tiempo: había que informarse bien de dónde estaba el buen paño y después ponerse a buscar el arca que lo guardaba. Ahora, un buen escaparate con sus artículos llamativamente presentados, nos trae a la memoria, entre prisa y prisa, que debemos comprar aquello que nos hacía falta.

Para los que recuerdan con nostalgia los viejos tiempos idos, recuerdos que suelen ocurrírseles cómodamente sentados en un confortable sillón dentro de una habitación a buena temperatura artificial, bien iluminada, hay que presentarles lo que era una tienda del viejo Madrid. Como recuerdo, pero sólo como recuerdo, puede pasar.

Ahora, los comercios se instalan con mucho lujo, y el vidrio colabora muy eficazmente, presentando unos amplísimos escaparates de grandes lunas. Los comercios exponen todo: las mercancías y los compradores. Todo muy abierto y muy publicitario. Uno, sin embargo, disiente un poco de esta tendencia comercial: cuando un comprador se prueba, por ejemplo, unas gafas o un sombrero, desea que le contemplen el menor número de personas posible. Con el vendedor, basta.

Pero constituir un espectáculo para el que va por la calle, ya divierte menos. El vidrio ofrece grandes posibilidades, pero tiene sus limitaciones y sus oportunidades. Un poco de recato y de discreción en su empleo sería muy de elogiar en el comercio.



*Entrada a un  
bar, en Milán.*