THE PUBLICITY

Este mundo difícil
en el que ahora vivimos
con la duda perenne
de no saber
qué marca de jabón es la mejor
o qué equipo de fútbol
ganará finalmente el campeonato
ni qué joven modelo
tiene las piernas más publicitarias;
este horrible bullicio
de roncos autobuses anunciando coches
o de coches promocionando playas
ese ruido caliente
del aspirador vecino
que empieza a ronronear
cuando el sueño es más dulce
ese ladrido
de los perros de lujo saltando en los
sillones
y esa bronca entre putas en un bar
quitándose un cliente;
en fin toda esta horrible
confusión de carteles y chillidos
la algarabía loca
de la que algunos viven
sin dejar que vivamos los demás
ha de acabar: terminará cayendo
como la pared vieja de un castillo.
Solo siento -creedme-
perderme el espectáculo
fascinador y limpio
de poder ver el mundo
sin su capa de afeites
y colores malignos

UAB
Universitat Autònoma de Barcelona
Biblioteca d'Humanitats

sin calendarios llenos de señoras
enseñando las tetas
para anunciar
una marca de brandy o unas medias
o un tipo de rastrillo
y oír de nuevo
palabras olvidadas
voces alegres; familiares; libres;
que no suenen a anuncio
y salir a pasear por esos campos
sin tropezar
con los carteles de la Coca-Cola
chillando en la pared
de una casilla al borde del camino.

José Agustín goytisolo, de Algo sucede, Ed. Lumen