

La costumbre forma en el hombre una segunda naturaleza. Y si el hábito va de acuerdo con la ley de la Naturaleza, entonces origina en el hombre conceptos, ideas inmutables.

Así, por ejemplo, aunque los relojes marquen la hora oficial que quieran, nadie creerá en serio que son en el mes de Julio las diez de la noche cuando todavía palpiten en el cielo los últimos resplandores del sol poniente.

Y otro ejemplo incrustado en la carne viva de la costumbre popular: «Digan lo que quieran los termómetros», el madrileño castizo o de adopción no aceptará que ha llegado la auténtica canícula hasta que no ve aparecer en manos de los vendedores de frutas las primeras sandías.

Cuando la bola verde, de jugosa y purpúreas entrañas, forma pirámides en las esquinas de la ciudad, el madrileño exclama, convencido:

—¡Ya está aquí el verano!

Este año, la aparición del rico fruto ha tenido carácter sensacional. Presentación de *supervedette* en esas revistas en las que el empresario ha echado la casa por la ventana.

Monda y verde, la sabrosa cucurbitácea se ha presentado en nuestras calles, acompañada de una de esas *réclames* exorbitantes que los yanquis gustan de hacer para sus películas: «¡Aquí está la película más cara del año!»

Así llega, oronda y maciza, la sandía. Ha



Ya están aquí las sandías... Para el madrileño castizo, ellas son el signo mejor de que el verano ha aparecido en la ciudad...

(Fot. Vide)

Estampas de Madrid en guerra

La sandía, "supervedette"

batido el *record* hortelano. «¡Aquí está la fruta más cara de la temporada!»

No hemos resistido a la tentación de obtener el testimonio gráfico del suceso. Vedlo: Esa pulida bola esmeralda que la vendedora ofrece al comprador era en cualquier tiempo pasado una sandía modesta; ni muy pequeña ni muy grande, honesta en su modestia, el ama de casa tenía que hacer fina geometría con el cuchillo para que no se quedara sin raja ninguno de la familia. El postre, refrescante natural y popular, no salía caro.

Una sandía de seis kilos de peso completaba el yantar mesócrata, y estaban bien empleados los ocho o diez reales que por ella se daban, por la fruición con que los chicos se «lavaban la cara» al apurar la pulpa acuosa y dulce.

¿Qué vale hoy en Madrid esa sandía de peso corriente? Nada más y nada menos. Sencillamente el doble de lo que en tiempo normal costaba la mejor piña tropical, lujo en las mesas de los ricos.

Uno no acierta a calcular con qué clase de agua mineral costosa y rara habrá obli-

vante dichoso. ¿Arrastrará hogaño arenas de oro el líquido que corre por las milenarias acequias valencianas? ¿Qué delicado, difícil y costoso laboreo habrá habido este año que hacer en el ubérrimo terruño levantino para obtener estas sandías próceras?

Como «los más viejos de la localidad no recuerdan caso igual», sucede que los más veteranos vendedores se han creído en el caso de exhibir junto a la tablilla del precio de la sandía el volante del Mercado Central, donde reza el precio de coste. Para que el comprador no crea en un abuso de especulación. Y, realmente, el vendedor callejero no obtiene sino un honesto margen ganancial, que no le compensa ni el trabajo de escuchar los—llamémosles pintorescos—comentarios que el público hace a la carestía de su veraniego postre favorito.

Lo más apreciable, y también lo más lamentable, es la sensación de desencanto que la conversión de la sandía en mercancía suntuosa ha producido en el consumidor madrileño. Las clases proletaria y media—ya no hay otras, ¿verdad?—esperaban la llegada del verano como una compensación, como un desquite a las pasadas escaseces invernales.

—Ya vendrá el buen tiempo—pensaban—. Y con él, por obra pródiga de la Naturaleza, vendrán las verduras abundantes, las ricas frutas múltiples y diversas.

Alimento sano y barato; no requiere trabajo, el condimentarlo, ni exige gasto de combustible.

Cuando empezaron a llegar las ciruelas, las manzanas, los melocotones, las peras y los tomates, el madrileño torció un poco el gesto.

Eran caras. El presupuesto del

trabajador no daba para adquirirlas. Ciertamente mil gramos de ciruelas o «fresquillas» tienen buen reparto entre la prole; pero dos o tres pesetas en un postre cuando el haber del combatiente y el jornal medio del trabajador es de diez pesetas, resulta un despilfarro. Esperemos el calor, el fuerte y áureo sol de Julio. Entonces madurarán las solanáceas, la sandía, el melón, que no corren, como la fruta de árbol, el riesgo de las heladas. Sólo necesitan sal y agua, y de los dos elementos tiene un tesoro el Levante feliz.

Y ya están aquí—¡oh decepción!—sandías y melones. Flamantes y costosos como joyas. Y como joyas auténticas, inasequibles para el bolsillo del ciudadano trabajador, del madrileño que durante todo un invierno dramático ha dado al mundo un ejemplo inigualable de estoicismo, de austeridad heroica, de bravura sin par.

El ansiado paraíso vegetal del verano se ha esfumado. Y no era un ensueño de glotón, no. Era la esperanza lógica, y también justa, de un millón de estómagos que, después de un invierno heroico de privaciones se creían con derecho a una compensación cuando el buen tiempo de los frutos naturales pródigos en las tierras fecundas de la España leal.

ALVARO REAL

EUGENIO ALONSO

Un entrañable compañero nuestro de Prensa Gráfica Eugenio Alonso, ha muerto en Madrid. Su muerte nos afecta profunda y sinceramente. Desde hace muchos años, Eugenio Alonso había vinculado su vida a la vida de Prensa Gráfica. Hasta tal punto estuvieron su espíritu y sus horas llenas del sentido del trabajo, que nuestro compañero, viejo y enfermo ya, sólo dejó de asistir a su tarea cuando le era material y físicamente imposible, cuando la muerte ya estaba sobre él. Hasta última hora se negó a cuanto pudiese significar para él apartamiento del trabajo, alejamiento de su actividad de siempre. Hombre bueno, trabajador infatigable, compañero ejemplar, Eugenio Alonso deja en nosotros, en cuantos le hemos conocido a lo largo de una convivencia de muchos años, un recuerdo imborrable. Descanse en paz nuestro amigo y camarada, y reciban sus familiares la expresión de un duelo que ellos saben hondamente sincero.

SECCIÓN DE ANUNCIOS TELEGRÁFICOS

10 PALABRAS: PTAS. 4,15

CADA PALABRA MÁS: 40 CÉNTIMOS

FUMADORES: Cigarrillos Masi-tor. Perfec. Paq., 1 pta.; por correo, 6 paq., 6,60. Hospital, 102. Barcelona.

TAQUIGRAFIA, por Martín Ez-tala. Redactada forma que hace innecesario profesor. Sexta edición, 6,50. Provincias, 7 pesetas. Librería Moya. Carretas, 37. Madrid

EL IMPUESTO DEL TIMBRE A CARGO DE LOS SEÑORES ANUNCIANTES.