

El lucro de las carreritas de alfileres, tan desproporcionado, es positivo. La gente, sin regatear, los adquiere á los precios verdaderamente fantásticos que señalan las chiquillas expendedoras. Somos de esta hechura característica: no nos paramos en pequeneces. Las economías insignificantes no creemos que valen la pena. Ningún español calcula lo que representa, al cabo del año, el derroche de una peseta diaria. Soltar las 365 juntas causaría un síncope mortal á los que tiran gustosos la de todos los días, alegando que «eso no va á ninguna parte.»

Prueba de lo que desdeñamos las economías menudas, es otro tráfico, el de los billetes de lotería. A la puerta de las administraciones donde no hay sino entrar para elegir de entre los números el que más agrade, industriales activos os venden la misma mercancía con un sobreprecio proporcional á vuestra generosidad ó vuestro capricho. Dos pasos al frente y os ahorraréis el sobreprecio; y además — esto ya es el *bouquet*, — y además no corréis el peligro de que os endosen un décimo falso. Nunca me he explicado cómo puede ser una profesión la de revender billetes de lotería. Lo es, no obstante, y los no charnegos de Madrid rara vez acuden á las administraciones para tentar la suerte: al salir del café, de la viña X ó del sótano Z, del teatro por horas ó de donde Dios disponga, es cuando adquieren «los 28.000 duros» ó «el gordo» de Navidad.

**

Fósforos y periódicos dan un contingente lucido á la venta ambulante. Tampoco las cerillas, por lo general, las compra nadie en tienda. Ha de ser en la calle, en la esquina, en el quicio de una puerta, donde se adquiere la cajetilla con el retrato de la celebridad y la belleza, reunidas del modo más graciosamente incoherente y disparatado. A veces me divierto en mirar estos casamientos, sin dispensa, de las cajas de cerillas. Cleo de Merode y Canalejas; Martínez Campos y Liana de Pongy; Réjane y Maura; la princesa de Caramán Chimay y el conde de Romanones... Son estas cajas el *Allegro* y el *Pensiero* — ¡caritativamente pensando! — de los señores formales que encuentran unida su efigie á la de las *demi mondaines* más vivarachas de ambos mundos.

Si les molesta habrán de resignarse. Su cara pertenece al público, que hace de ella lo que quiere. Tal ha sido siempre el destino de las caras ilustres ó famosas, empezando por las de las divinidades, que estampadas en la moneda corrieron desde los tiempos primitivos por tabernas y sitios peores aún, siguiendo por las de los reyes que vinieron á reemplazar á los dioses y entregaron su efigie á la profanadora promiscuidad de las transacciones comerciales, y continuando, desde la Edad media, por la de los hombres más celebrados, populares y eminentes, á quienes la caricatura cogió en sus garras de bestezuela burlona, y á quienes presentó bajo aspectos propios para redimir á los demás hombres de la servidumbre de la admiración, que pesa bastante y agobia no poco. La caricatura gusta por eso: porque entrega á la risa lo que antes volaba y se erguía en los dominios de lo heroico y respetable. ¡Reirse á carcajadas de lo que está más alto que nosotros! Eso siempre será delicada fruición.

El genio de la Edad media, tan bien adivinado por Víctor Hugo, que lo clasificó entre las épocas regocijadas y grotescas de la historia, ha dejado elementos preciosos para la evolución de la caricatura. El Renacimiento los desarrolló; la Edad moderna se empapó en ellos. No existe hoy cosa que no se caricature. Y en la caricatura han encontrado filones de oro los periodiquitos y modestas ganancias los vendedores ambulantes.

Otras no tan lícitas, reprobables diría mejor, son las que sacan estos mismos vendedores de las fotografías transparentes y los libracos sucios. Lamento que no se persigan semejantes modos de vivir; pero, yéndome á la raíz de las cosas, como procuro por lo general hacer para no incurrir en injusticia, lamento más aún que el público esté dispuesto á comprar tales porquerías. Se compra lo que se vende; pero sería más exacto aún decir que se vende lo que se compra. Y por desdicha, tienen siempre infinitos compradores los consabidos librecos y fotografías, no ya *in*, sino *anti-decorosas*. Sacar dinero de porquerías es malo, pero es peor sacar dinero del bolsillo para porquerías.

**

En cuanto á otras industrias callejeras y humildes, en ellas pueden encontrarse revelaciones acerca del estado social. Es consolador que aumente la venta de cepillos, jabones color rosa y verde lechu-

ga, esponjas de á veinte céntimos, elixires para los dientes y polvos para el mismo uso. Eso indica que la gente se lava más. Tampoco me desagrada la venta de flores por la calle, los ramilletes, esos sencillos ramilletes de á *perra*, que luego vuelvo á ver adornando el pecho de una muchacha vestida de percal y con pañuelo sobre los caracoles del peinado. Es la poesía en pequeño, la nota graciosa y estética, la sonrisa, el pedazo de alegría y de goce que necesitan todos para vivir y respirar. Es lo superfluo del pobre, tan necesario como lo indispensable. ¡Cuántas ilusiones, cuántas venturas, cuántas ternuras, qué de verdadera pasión representa á veces el ramillete de violetas ó de rosas te á *perra gorda*!

**

La venta en la calle de objetos de escritorio de lata la poca costumbre de escribir que aquí se tiene. Parecerá que es lo contrario: no, no me equivoco; es como digo. Porque esos objetos de escritorio vendense al menudeo: un cuadernillo de papel y cinco sobres es la cantidad que más á menudo se despacha. Y con un cuadernillo de papel y cinco sobres, calculen qué nutrida correspondencia ha de permitirse un individuo.

La venta de cuadernillo y cinco sobres explica la costumbre de escribir en los cafés. Muchísimos españoles no han poseído en su vida el lujo de un tintero, un palo de pluma y un pliego de papel secante, y cuando se les ocurre la necesidad de enviar una carta, en el café se remedian. La tinta, en los cafés, suele ser agua clara del Lozoya; el cabo, un garabato; el papel, puré de patata rayado; el pico, un trozo de hierro viejo cubierto de mugre; pero ¿qué les importa á los improvisados pendolistas de ortografía autónoma y estilo pintoresco, que redactan el sablazo, la epístola amatoria ó la breve carta á la familia? Buenos están los tiempos para andarse con repulgos.

**

Me faltó recordar, entre los vendedores ambulantes, á los que, con misterio, al oído, ofrecen la sortija de pedrería y oro, fina, auténtica, por unas cuantas pesetas, pues se trata de sacar á una familia decente de un apuro, y es mala vergüenza que conste que desbarata así, en la calle, sus joyas. Eternamente habrá quien, tentado de la codicia, piense adquirir el *Regente* por cinco duros, aunque sea robado... ¡qué diantre! ¡Pues si se fuese á reparar! Y eternamente esos cándidos pillos tronarán contra la maldad y la perfidia humanas, cuando lleven su sortija á casa de un platero y se encuentren con que es de magnífico latón y riquísimo vidrio.

EMILIA PARDO BAZÁN.

LA VIDA CONTEMPORÁNEA

EL COMERCIO EN LA CALLE

¿No os habéis fijado nunca en los humildes puestos del comercio callejero, en esos vendedores ambulantes que infestan las calles y plazas de la villa y corte? Industriales en reducidísima escala pregonan su mercancía á gritos, os detienen al paso para que os fijéis en las ventajitas y excelencias de un lapicero económico ó de una pastilla de jabón modesta y limpia. Os ofrecen el último juguete de sorpresa — el ratón que se mete en el agujero, el gato que le persigue; — os facilitan la adquisición de horquillas, peines, carteras, portamonedas, espejitos de mano; os embocan un torero de yeso ó un almanaque de pared, cuando no os brindan á *perro grande y chico* obras de escritores conocidos, asegurándoos — y puede que tengan razón — que el papel *vale más*. Los editores que echaron mal sus cuentas ó á quienes por cualquier motivo se les torció el negocio, suelen lanzar así al mercado el remanente de sus almacenes, para que lo dispersen y liquiden los vendedores ambulantes; oficio que ellos desempeñan á las mil maravillas. Yo he oído pregonar en la Puerta del Sol los poemas de Campoamor, viejas ediciones estancadas, á precios de sofocante baratura. Campoamor regalaba sus obras á quien quería publicirlas; así es que tuvo editores á centenares, y seguirá teniendo. También oí gritar mi nombre en la Puerta del Sol, recientemente, por docenas de *camelots*; era un resto de edición del primer año del *Nuevo Teatro Crítico*, publicado hace unos catorce ó quince por una casa editorial que nació bajo muy buenos auspicios — la de Manso de Zúñiga — y que por causas ajenas probablemente á los vaivenes de la librería quebró algunos después. «Hay mucho de melancólico en estos fines de amor», dice Pablo Bourget; y yo, substituyendo lo amoroso, que aquí no viene á cuento, por lo de editorial, digo que en los fines de un negocio emprendido con bríos y desgraciado por razones que no me toca analizar, hay mucho de triste. Pero si los libros corren, ¿qué más da que los disperse el viento de tempestad de la quiebra, que la brisa igual y suave de la venta tranquila, encalmada, en el mostrador de los libreros?

**

Una de las formas de la venta ambulante está íntimamente unida á la mendicidad. Niñas escuálidas os asedian con la *carrerita de alfileres* (los alfileres son la mercancía mendicante por excelencia) á precio doble ó triple del que la misma carrerita alcanza en cualquier tienda de sedas ó perfumería. En efecto, aquí se observa que la mercancía callejera suele costar más que la de los comercios. Siempre el dar un artículo, aunque sea caro y malo, á cambio de la limosna, es un adelanto con respecto al sistema de pedir *en seco*; siempre lleva inherente la idea de que nada se da por nada en este mundo. Acaso los alfileritos se conviertan en base de la supresión de la mendicidad, supresión tan apetecida y soñada, y por ahora tan improbable, en este Madrid bendito, donde no se logra apearse á la puerta de ningún comercio, casa ó templo, sin que á derecha é izquierda surjan mendigos, lisiados, tullidos, ciegos, chiquillos y mujeres con cría.