



R60-D
2201
1072

FERIA DEL REGALO

Boletín de información, editado por el Comercio e Industria de Pontevedra

Gratis

Depósito Legal: VG-1-1958

Número 6

Editorial



VENDER y COMPRAR

Buenos días,
PONTEVEDRA

FORMA de CONSEGUIR el REGALO de la FERIA del COMERCIO PONTEVEDRES

El tiempo hace evolucionar los conceptos y hasta a veces commueve y remueve las formas. Una evolución radical se ha producido a través de la Historia, del concepto del Comercio y del comerciante. Todos recordamos la definición de Cicerón al decir que el comercio era el arte de engañar, definición que causa un efecto un tanto deprimente en el ánimo de cualquiera. Sin embargo, para un romano, no tenía nada de particular tal concepto, ya que al Imperio no le interesaba lo más mínimo tal actividad, pues le bastaba con despojar a los pueblos conquistados de todos sus bienes para no tener que preocuparse del Comercio para nada. Así la opinión de Cicerón resulta comprensible.

En la actualidad el Comercio y el comerciante gozan de un prestigio y un nombre bien ganado. La evolución ha arrastrado al concepto falso hasta el estrado de la realidad y también de la justicia. Hoy ya nadie cree en el concepto ciceroniano del Comercio. El Derecho Mercantil, la Economía y la Sociología lo han elevado al puesto que le corresponde. Esta elevación no es por tanto convencional, sino científica y si se quiere incluso técnica. Y escribimos esto, porque hay algunas gentes todavía que creen que el Comercio no es tal vez el arte de engañar, pero sí el de enriquecerse. Y claro, aunque nada tenemos que ver con esta actividad, si tenemos que ver con la justicia, que obliga a todos a ayudar a poner las cosas en su lugar.

Para aclarar suficientemente el concepto, haremos un breve análisis del papel que en la civilización le ha correspondido y le corresponde al comercio.

La historia de la colonización tiene mucho que ver con la industria mercantil, y podemos decir que a ella se debe en gran parte. Las grandes vías de comunicación, han sido creadas por el Comercio y las rutas del mundo, por él ha sido jaladas. Sin duda alguna, sus beneficios iba buscando, se nos dirá. Y nada más natural, pues lógico parece que el que arriesga algo, sea su vida o su hacienda, reciba por ese riesgo una justa compensación.

Pero la mayor aportación del Comercio a la civilización, no se limita a lo anteriormente expuesto, sino que es mucho mayor, si le concedemos la paternidad de todos los adelantos técnicos que actualmente posee la humanidad. En este aspecto los beneficios reportados, son inabarcables. Se nos puede decir que esos adelantos corresponden a la Industria, y en parte así puede parecer, pero a poco que se profundice la cuestión, las razones resultan con predominio mercantil. Claro que en principio son los industriales quienes impulsan las mejoras y las innovaciones técnicas, pero ¿con qué fin? Con el único fin de que esos inventos tengan una utilidad comercial. Nadie ignora hoy en día que el industrial es también comerciante y que la única diferencia es que el comerciante compra para vender y el industrial, compra y produce al propio tiempo que vende. No hay por tanto diferencia alguna en el fin, aunque sí en los medios. Y aún queda una tercera y gran tarea del Comercio: la función que desempeña en la Economía moderna, cargando con la función de la distribución, y también con la de la circulación de la riqueza y de los bienes de consumo. Podemos decir que aún aquellos que no somos comerciantes, participamos abundantemente de los frutos del comercio. He aquí un argumento sencillo y contundente:

Quando compras un par de zapatos, por ejemplo, ¿sabes a dónde van a parar las 245 pesetas que pagas? Seguramente que más del noventa y nueve con noventa y nueve por cien lo ignoras. He aquí una estadística distributiva:

Treinta y cinco pesetas van a parar al creador de la res que ha proporcionado el cuero; diez, a las empresas porteadoras; seis, al fabricante de maquinaria con que se confecciona el zapato; una, a la empresa eléctrica que suministra energía; cuatro, al fabricante de accesorios; tres, al cultivador del cáñamo; ochenta y dos, a los obreros que lo fabrican; veinte céntimos, al médico del Seguro; tres pesetas con cuarenta céntimos, al fabricante de envases; dos con cincuenta, a las compañías de seguros; diez, a la dependencia del vendedor; tres, a los bancos; cinco, a las agencias de publicidad; catorce con cuarenta, beneficio del fabricante; dos con cincuenta, a los fabricantes de papel y útiles de escritorio; treinta y tres con cincuenta, beneficio comercial del detallista; y el resto, que son veintinueve con cincuenta, a las arcas del Tesoro público, quien a su vez lo distribuye a ingenieros, maestros, jueces, policías y demás funcionarios, y sufragar los gastos públicos.

Este es el significado y la importancia de comprar y vender. Esta es una gran función del Comercio, sin la cual nuestro actual sistema económico tendría que ser radicalmente cambiado.

MARIANO MONTANES

Entra V. en un comercio que se halle inscrito en la lista publicada por este periódico o, sencillamente, que tenga el leterero de adherido a la FERIA del Regalo. Realiza us-

ted sus comprar y, en proporción a las mismas, el comerciante entregará el número de boletos correspondiente. Si, por olvido, no lo hiciera, pídselos.

Al pedirlos, no sólo favorece su propios intereses sino que coopera al mayor realce de la feria.

Si es V. pontevedrés tenga presente que cada boleto es un paso hacia el mayor futuro de Pontevedra.

Si vive V. en los alrededores, pida también el boleto de la FERIA del Regalo. Es un obsequio que le hace al Comercio de la capital.

Cada boleto, en el mismo día de su fecha, da derecho a entrar en el sorteo que se celebra diariamente, a las dos de la tarde en la Oficina de Información de la FERIA, sita en la calle de Michelena.

Un solo boleto opta a los cuatro premios diarios que el Comercio de la ciudad ofrece a su clientela.

Cuatro boletos son premiados diariamente por el Comercio pontevedrés.

Premios

QUE SE SORTEARAN ENTRE LOS COMPRADORES:
DIA 15 (Lunes)

(SORTEO EXTRAORDINARIO)

- UN JAMON.
- UNA CAJA DE CHAMPAN «FREIXENET».
- UN PAR DE ZAPATOS.
- UN SURTIDO DE PERFUMERIA FINA.
- UN SURTIDO DE PRENDAS DE VESTIR.

DIA 16 (Martes)

- UN JAMON.
- UNA ESTUFA.
- UNA PLANCHA.
- UN PARAGUAS.
- UN PAR DE ZAPATOS.

PONTEVEDRA, es así



Una vista aérea de la ciudad, con el curso del Lérez, que pasa bajo el puente de La Barca y se dirige a Marín para salir al mar.

Así va la FERIA

- La Feria del Regalo está hecha para el comerciante que hasta ahora ha preferido ignorar sus propios defectos. Pero el comerciante pontevedrés que limita sus artículos, limita sus ventas; quien limita sus ventas perjudica el desenvolvimiento de nuestra capital.
- Que la crítica hable a nadie puede parecer extraño; es su oficio. Que los demás laboren, es beneficio para todos. Ya lo dice el refrán: «Una cosa es hablar y otra dar trigo».
- Cada vez es mayor la demanda de boletos por parte de los clientes, lo que demuestra que la Feria del Comercio ha prendido favorablemente en el corazón de todos los pontevedreses.
- Unas señoras se han marchado sin comprar de un comercio porque no pertenecía a los adheridos a la Feria del Regalo. Tanto mejor para las señoras.
- No es comerciante de un pueblo quien no muestra antes que su artículo, el amor que siente por ese pueblo. Obras son amores...
- Si es que oyes hablar con entusiasmo y calor de la Feria del Regalo es que te dicen la verdad. Si oyes críti-

cas en contra, es que no las conocen.

■ Diálogo oído al vuelo: «Si siguen sonando los altavoces como hasta ahora, comprar, tendremos que comprar en Pontevedra, pero habremos de ir a vivir a otro sitio». Nos agrada que, aun en las cosas más serias, la ironía pontevedresa campe por sus respetos.

■ El altavoz que circula por las calles no es un instrumento de ruido. Es un despertador que trata de sacudir de la modorra a todos aquellos que siguen con la cabeza apoyada en la almohada de los sueños y desconocen que la realidad de la vida, de la industria y el comercio de una ciudad en todas sus manifestaciones, es poner el corazón en marcha y encaminarlo hacia el progreso de los pueblos.

■ Todos aquellos que sólo saben de música para adormecerse, que se vayan a las ciudades muertas, por que una ciudad que vive, que late y que progresa, no es un cementerio, sino una ciudad que sueña. Sueña desde que amanece hasta que el sol se oculta. Quede el silencio para las ciudades sin vida, pa-

ra las ciudades que duermen durante el día.

■ Napoleón, que era hombre de guerra, decía que la música que más le agradaba era el rugido del cañón. Para las ciudades que progresan, su música favorita es el ruido de la actividad.

■ El comerciante local que no colabora en esta empresa común del pueblo pontevedrés, engaña sus propios intereses.

■ Nunca es tarde cuando aun puedes llegar. La Feria del Regalo ha abierto sus puertas al comercio y al cliente. Nadie debe quedarse en la puerta.

■ La Feria Pontevedresa sigue su marcha ascendente. Ya se ponen en tela de juicio posiciones hasta ahora inamovibles. Se pesan gracias a ella todos los problemas en la balanza de la ciudad. Hace falta más actividad, hace falta más trabajo, hace falta más entusiasmo. Gracias a la Feria vamos sabiendo lo que tenemos y lo que no tenemos.

■ Así como el comercio necesita el cliente, el cliente pide cada día que pasa mejores y más variados artículos. La ciudad exige una mejor ordenación de su vida.

OPINA EL COMERCIO

3 PREGUNTAS PARA 2 COMERCIANTES

Lo que contesta D. Miguel Otero

Don Miguel Otero, prestigioso comerciante pontevedrés, contesta así a nuestro cuestionario:

1.—El comercio en general debe ir acorde con los tiempos, por lo que debe renovarse constantemente y dar formas más atractivas a sus establecimientos, para con esto llamar más la atención del público comprador.

■ Ha comenzado ya una era de renovación en el comercio pontevedrés, caminándose con paso seguro hacia la necesaria modernización, pero no sólo por el interés que el sistema reporte a los propios comerciantes, sino por el cariño que todos deben sentir hacia la Población, se considera indispensable la intensificación de la reforma para que nuestro comercio responda en todo momento a la urbanización que con tanto celo vienen orientando nuestros regidores municipales.

Otros dos prestigiosos comerciantes van a opinar desde esta sección sobre la problemática del comercio pontevedrés. Las preguntas de nuestro cuestionario de hoy son las siguientes:

1. ¿Considera usted necesaria una renovación en las formas tradicionales del comercio pontevedrés?
2. Si es importante el escape-rate en la vida de un establecimiento, ¿está dispuesto el comercio pontevedrés a perfeccionar sus lugares de exposición?
3. ¿Qué fórmula considera usted como suficiente para la captación comercial de las zonas limítrofes.

2.—En las ciudades modernas tienen excepcional importancia los escaparates, al extremo de que las empresas seleccionan entre su personal los que para ello reúnan condiciones

especiales para tal cometido, e incluso desplazan a éstos empleados a centros de perfeccionamiento. (No hace falta añadir que la luz es el principal elemento de un escaparate.)

■ Al público deben exhibírselo los géneros en forma tal de que no tengan lugar a dudas en su elección, considerándose que este procedimiento facilita extraordinariamente las ventas y favorece a los compradores evitando pérdidas innecesarias de tiempo.

3.—Esta pregunta queda contestada con las anteriores. Cabe añadir que el público de estas zonas encuentre en Pontevedra lo que con mayores desplazamientos busca en otras poblaciones.

Así responde Calzados Dandy

Escueta, pero muy rotundamente, nos contestan en "Calzados Dandy" a las preguntas de nuestro cuestionario. Hay filosofía con (Continúa en la pag. 3)

DESDE EL MOSTRADOR PONTEVEDRES llama la suerte

ANGELITA LIS GARCIA, premiada el día 13, nos dice:

«Una estufa eléctrica, gracias a Santa Lucía...»

En la Oficina de Información de la FERIA DEL REGALO encontramos a la señorita Angelita Lis García, que espera cubrir los rápidos trámites para llevarse un premio que le ha correspondido en el sorteo del día 13, gracias a un boleto conseguido...

- Señorita, ¿dónde obtuvo usted ese boleto?
- En la mueblería «Los Muchachos».
- ¿Comprando muebles...?—le preguntamos.
- Sí, y unas alfombras.

Suponiendo que lo de las alfombras nos lo dice por despistar, le preguntamos a boca jarro:

- ¿Cuándo es la boda?
- ¡Uff! Pues...

—Todo el mundo se casa. Y a usted ya no le falta todo, pues además de los muebles y las alfombras se lleva usted de la «Feria del Regalo»...

- Una estufa eléctrica—contesta sonriendo.
- ¿Contenta de la suerte?

—Precisamente hoy es el día de Santa Lucía, que es mi Patrona...

- Ya puede usted agradecerse lo.
- Naturalmente...

- Y ¿al Comercio pontevedrés?

—También se lo agradezco, porque ha puesto los medios para que Santa Lucía me favoreciera.

Ganados por la gracia con que nos contesta la señorita Angelita Lis García, le preguntamos el secreto que tuvo y tiene para conquistar la suerte de la «Feria del Regalo».

- Cómo dije antes, Santa Lucía lo sabe, que no yo.

UNA ENTREVISTA IMAGINARIA con una señora afortunada:

Lo importante es comprar; pero que a uno le toque el premio

El periodista a veces llega con retraso a las entrevistas, como nos ha ocurrido con doña Cristina de Toledo Freire—y le rogamos nos perdone—, con domicilio en la calle de Benito Corbal, número 15, a la que le ha correspondido un jamón a través de un boleto ofrecido por «Almacenes El Globo». Sin embargo, como el periodista tiene mucha imaginación suple las contestaciones personales que podrían recogerse a viva voz de la entrevistada por lo que uno supondría respuestas naturales en estos casos.

- ¿Satisfecha de la «Feria del Regalo?»
- Pues... claro. Un jamón no toca todos los días.
- ¿Cuándo recibió el boleto tenía esperanza en la suerte?
- Pues... la verdad es que el jamón no lo veía tan «globo» como podía suponerse.

—¿Usted, como compradora, se siente halagada por estos obsequios que ofrece el Comercio pontevedrés?

—A los que somos asiduos clientes de nuestro comercio de la ciudad, siempre nos conmueve una gentileza por parte de nuestros proveedores.

—Puede indicarme algún defecto subsanable del comercio local?

—Quizás los tenga, pero quedan sobrepasados por sus virtudes.

- ¿Una de sus virtudes...?
- Sencillamente: esta «Feria del Regalo».

—Le quedan esperanzas de obtener un nuevo premio?

- ¿Por qué no? El que hace un cesto hace ciento.

—¿En el momento de ir a comprar era para usted importante la posibilidad del premio?

—En absoluto. Lo importante era la compra. Lo demás, como debe ser, vendrá por añadidura.

Le damos las gracias a nuestra imaginación y lamentando haber llegado con retraso a la cita con doña Cristina de Toledo Freire, favorecida por la suerte en el sorteo de la Gran Feria Comercial de Pontevedra, le damos la enhorabuena... y que la historia se repita.

UNA CHICA ESTUDIANTE, favorecida con una almohada FIRESTONE

Se llama Felisa y es muy simpática

Otra señorita muy simpática la afortunada en el sorteo de la FERIA DEL REGALO. Se llama Felisa Lorenzo Coto y vive en el lugar de Valladares, de la parroquia de Marcón. La suerte, como puede observarse, salta en el girar de la rueda por todo el ámbito del municipio pontevedrés.

- ¿Dónde fué obsequiada con el boleto?
- El boleto se lo entregaron a mi papá cuando fué a comprar un paraguas de caballero a la «Gamisería Pazos», de la calle de la Oliva. Con esta lluvia, como comprenderá usted, no se puede andar por la calle sin paraguas.

—¿Así que entonces la afortunada no fué usted?

- Claro que fuí yo, porque papá me regaló el boleto.

Cuando vi el número, el 1514, ya me gustó. Lo que menos esperaba es que este quince y este catorce cogidos de la mano, me proporcionasen una almohada «Firestone».

- ¿Una almohada para tener dulces sueños?
- Sí, sí, dulces sueños...

- ¿Por...?
- Con lo que tengo que estudiar no tengo tiempo para sueños.

- ¿Qué estudia usted, señorita?
- Voy por el cuarto de Bachillerato.

—Bueno, para soñar quizás no... estudiando tanto como exigen ahora en el Instituto; pero para que repose la cabeza, eso sí.

La señorita Felisa es un chica muy simpática... y, además, afortunada.

Pontevedrés: Cada boleto de la Feria del Regalo es un paso hacia el mayor futuro de Pontevedra. Pídale en el Comercio donde realiza sus compras.

Comprador forastero: Pida en el comercio donde realice sus compras el boleto de la Feria del Regalo pontevedresa. Es un obsequio que le hace el comercio de la capital.

El COMERCIO es VIDA

Es fácil escribir una carta de ventas. No lo es tanto escribir una carta que venda.

El comercio necesita propaganda, y ésta ha de ser racional y científica.

No hacer beneficios no es únicamente una cuestión de contabilidad. Es un desastre, y ha de tratarse como a tal. Todas las casas serias realizan beneficios. — H. N. Casson.

Lo primordial es que el vendedor sepa satisfacer los deseos y conozca los problemas del consumidor. No basta buscar la simple coyuntura para ofrecerle el producto o servicio que pueda servir de satisfacción a su deseo; se requiere que su mente esté dispuesta a la compra y que usted sepa despertar ese deseo. — Leonard.

Una persona que vende debe ser activa para que no titubee el cliente. La indiferencia y el entusiasmo son contagiosos. Cuando un vendedor no dice nada, el cliente empieza a vagar y su interés por la mercancía desaparece.

Para poder repetir las ventas, esfuércese en vender artículos de primera calidad. Durarán más y crearán mayor número de satisfacciones, resistiendo inmunes los ataques de la competencia. — Hellebush.

Según una estadística, de cada cien clientes que se van de un almacén y van a compra a otro sitio, unos ochenta y dos se van por algún abuso o porque han sido tratados con indiferencia. La razón principal por la que se han perdido clientes es el servicio defectuoso o indiferente de los vendedores.

Un comerciante que espera tranquilamente a sus clientes, ignora lo que saben los cazadores: que las liebres no vienen, se las hay que ir a buscar.

Lo que los vendedores hagan en la «línea de fuegos», sea en la puerta principal o en la de servicio de las casas, tras un mostrador o en oficinas de negocios, determina la cantidad de humo que sale de las chimeneas de las fábricas. Este humo está, pues, en relación directa con la habilidad de las fuerzas de venta. — Elmer Wheeler.

Junto con cada artículo se vende insensiblemente un servicio. Para vender mucho y bien no hay que querer vender, sino, ante todo, hay que querer servir al comprador. — A. Altman.

Los detalles de presentación, el don de gentes, los buenos modales, las maneras corteses, la facilidad de expresión, el tono mesurado y la actividad sencilla pero segura, son requisitos completamente indispensables para el vendedor.

El buen rematador, seguro y convencido de su poder de venta, no se desalienta ni se desmoraliza al ver que el comprador difiere o rechaza la oferta. Para él las negativas no significan más que lo que son: simples excusas. Y en vencerlas pone todo su afán. — Charles B. Roth.

El edificio de los negocios tiene cuatro piedras angulares: el personal, los mercados, el capital y la producción; cada una de ellas tiene una considerable importancia y sin reunir las cuatro no es posible que pueda ninguna empresa llegar a sostenerse. — J. Garaló.

Centros de Enseñanza Profesional



El Hogar Provincial de Enseñanzas profesionales es un Centro de indudable importancia con vistas al futuro de Pontevedra, encasado con sentido realista. He aquí un detalle parcial del edificio del Hogar Provincial y una de las clases.

PAROLA NA FEIRA...Y PUDO QUISO



As duas nenos ouviron falar da Feira do Regalo e desde o primeiro día non pegan ollo. Soñan decote con cal vai ser o regalo que vai entrar pola porta pra encher de ledicia a casa. As duas pallican:

—¿A tí que che parece que será iso da Feira do Regalo...?

—Eu penso que n'essa feira debe de haber muitas cousas bunitiñas e boas... ¡Quén nos las dera!

—E os regalos ¿serán pr'os nenos da vila? ¿Pr'os señoritos...?

—Coido que tamén poden ser pra nós, según dixó entre mamá que veu á feira a mercar duas mantas e levou tres pr'á casa. Unha d'elas tocoulle na sorte dos boletos que dan os comerciantes a quen lles compra algunha cousa.

—¿E non regalarán tamén traxes de frores para nenos, e impermeables de pexigrás pequenitos

que servirán pra nós...?

—Eu penso que sí, e a min gustaríame que tamén ós nenos nos tocasen algunhas cousiñas d'esas que se ven a través dos vidros dos escaparates.

—¡Hai tantas cousas bunitiñas, que dá xéniro velas!

—Pois... ¿quén sabe, muller, si hoxe teñen boa sorte a túa nai e a miña e... tanto lles toca que ten que vir papal co carro de bois a buscar o ben de Dios que nos fai falla...?

—¿Que o Neninho Xesús te aí!

—¿Qué che parece si lle rezamos ós anxeliños pra que fagan un milagre...?

—Paréceme ben. Vamos... ¿Sabes a doutrina...?

—Santos a anxeliños das alas branquiñas: dáinos boa sorte...

—E a min tamén que son pequeniña e non lle fixen mal a ningún, e quefelle muito ó noso canción, e ó gato, e ó tío Chuco...



Queres, es poder. La frase es de importación, pero mejor que el aceite de soja. Por su valor ecuménico se ha hecho axioma universal y, tomada como lema, puede ser un excelente acicate para llegar a muy buenos fines. Fruto de su aplicación es la hermosa realidad de los resultados ya conseguidos por el Comercio pontevedrés en su Feria del Regalo.

Nada mejor aplicado a este fenómeno de desperdiciamiento que la sentencia en cuestión: Pontevedra quiso y... ¡pudal! El Comercio y la Industria de la capital, guiados por este lema británico de origen y universal de aceptación, quiso hacer un esfuerzo bien organizado y ese «querer» ha llevado a la organización magnífica de la Feria del Regalo, la cual premia con el más rotundo «pudo», la inteligente labor puesta en todas y cada una de las facetas de esta desconocida manera de actuar hasta hoy inédita en la ciudad pontevedresa.

OPINA el COMERCIO

(Viene de lo 3.º)

mercial en las palabras que ofrecemos a continuación:

1.—El tiempo manda y la tradición si lo es de verdad tiende a perfeccionarse. El comercio forma

parte de la vida y los estímulos a emplear para el cliente de hoy son la perfección de los estímulos por los que se movía el cliente de ayer.

2.—El escaparate es el espejo del comercio en el que se mira el cliente. Por mi parte haré todo lo posible en mejorar hasta el máximo la exposición de los artículos de mi comercio.

3.—Buenas vías de comunicación con los alrededores. Dinamismo. Ofrecer artículos de la mejor calidad.

Queres es poder. No cabe ya duda. A la vista están los resultados de la buena aplicación de este axioma en nuestra provincia. De no haberse propuesto con tesón llegar a una meta eficaz, todo continuaría por los mismos derroteros de siempre, lentos e ineficaces, postergándose a sí mismos los propios interesados en dar impulso de vida moderna a sus empresas particulares con la vitalidad colectiva de un cooperativismo bien entendido y bien enfocado.

Esta prueba, este ensayo de actividad vibrante, con nuevas maneras en la actuación de la vida comercial ontevedresa, marca un hito en el rumbo del progreso de la capital y coloca a ésta en el verdadero camino que le corresponde, dada su capacidad de elementos que garantizan cualquier exigencia por parte de la clientela que afluye a la capital desde su periferia.

Querer es poder. Quiso y pudo. He aquí el «slogan» de la Feria del Regalo.

Un frofeo del Chacaritas Juniors, de Buenos Aires



El alcalde de Pontevedra y presidente de la Junta Local de Navidad de los Húmedos, acompañado del delegado de Deportes del Ayuntamiento, en el momento de recibir del presidente y Junta Directiva del Club Pontevedra la copa de plata con pie de alabastro, donada por el presidente de honor del Club Chacaritas Juniors, de Buenos Aires, como trofeo para la celebración de un partido de fútbol, a beneficio de la Campaña de Navidad.

¡COMERCIANTE!:

EN LA OFICINA DE INFORMACION DE LA FERIA DEL REGALO TIENES TODOS LOS BOLETOS QUE DESEES PARA FAVORECER A TU CLIENTELA.

Las Plazas Pontevedresas

Por Cuña Novás



La Avenida de Montero Ríos, que tiene enfrente a la Alameda.

Varios son las plazas de la capital pontevedresa. Cada una tiene su propia personalidad y su significación en la vida de la ciudad. Es la primera, la más señorial, con más empaque antiguo, asoportada en uno de sus laterales, la plaza de Mugartegui. Allí nunca hay nadie. Las ventanas se cierran. Dentro, tras los cristales, la vida se remansa. Los latidos se hacen más lentos y más profundos, más sensibles las cosas. La plaza tiene en este momento un silencio de tristeza iluminada. Los días feriados—el primero y el quince de cada mes—la plaza de Mugartegui se ilumina con los colores de los tejidos a gusto de la labradora, del oro falso de las cadenas, dijes y aderezos que ya no pretende pasar como de ley el vendedor ambulante que sabe de todas las psicologías de la región y las psicologías de todos los compradores habidos y por haber. El no ha dado nunca gato por liebre. Siempre dió gato y supo ofrecerlo con tanta galanura que el comprador llevó gato pensando que era liebre. Hoy, ni ropavejerós haciendo el paño bueno ni el ruido de los hierros viejos. La plaza está sola. Miro hacia arriba y veo un retazo de cielo azul sobre el que flotan, altas, ligeras nubes grises. Las hojas de la hiedra que se arraiga al murrallón lateral tiene los bordes secos. Una muchacha cruza los soportales, dobla la esquina, dejando en la paz melancólica de la plaza la cálida vibración de su paso. Después, otra vez la plaza quieta y sola, tibia como un regazo.

La plaza segunda, la del Teucro, es una plaza a la que le pusieron piedra nueva y horizontal, piedra limpia y clara, nuevo el chorro de su

COMPRADOR: EXIJA LOS BOLETOS, EN PROPORCIÓN A SU COMPRA, QUE LE DARÁN DE RECHO AL REGALO DE LA FERIA.

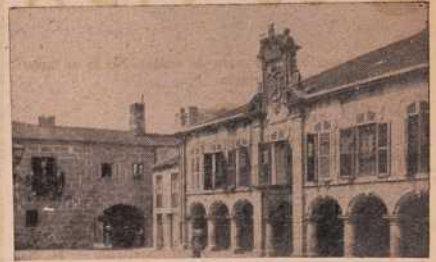
Es una plaza que aun hoy que trabar a la vida de la ciudad. Es una hermosa plaza para representar un Auto de la Pasión del Señor.

También los días feriados tiene esta plaza su oficio. Allí se vende el espiegel, el tomillo, la malvarrosa, el comino y la simiente de salvado. La víspera de San Juan se compra en ella el ramo que endulzará el agua del siguiente día. Y no sabemos si, a espaldas de toda fiscalía, se venderán unas mujeres a otras, cerrando los ojos, las raíces de la mandrágora.

La plaza tercera, la de la Leña, se acurruca en torno a un crucero. Si la de Mugartegui es una plaza vibrante,

musical, y la del Teucro está hecha como para dar representaciones de teatro clásico, la de la Leña es una plaza religiosa, una antela para la fe. En ella apacienta la luna las últimas claridades de la noche en la ciudad.

Pero a pesar del hábito, también tiene su utilidad profana. En ella se reúnen los carros de ruedas de madera sobre los que se amontonan los frutos del pino, que son los frutos del fuego, los frutos iniciadores del calor de hogar, aunque tanto hornillo de petróleo, tanta cocina de gas butano, tanta electricidad, pronto dejarán cesante de empleo y sueldo a los buscadores de piñas.



La plaza de la Herrería, con la fuente de la canción popular.

La plaza cuarta, la Herrería, partida en dos por el urbanismo, es la plaza del domingo. Hasta hace poco, muy poco, la Banda de Música, al fondo, cobijada de las inclinencias bajo unos soportales

que no dan pena ni gloria, atacaba a Wagner acompañando el entusiasmo del timbalero. Pero siempre fué Soutullo el admirado por la concurrencia. Aquella «Leyenda del besos, tantas y tantas veces oída, es recuerdo perenne en los oídos de los melómanos domingueros. Hoy, esta plaza ciudadana es salón para lucir las galas y modas femeninas al mediodía de la primavera y, en Reyes, sus juguetes los niños.

Y después, la Alameda. Al fondo, la ría, hasta Marín.

Y después, las afueras de la ciudad. Voy andando por la Avenida de Monteporreiro, bajo la sombra dorada de los álamos. Los márgenes de la Avenida están cubiertas de hojas de color amarillo limón; en algunas el follaje es algo más oscuro. Resulta hermoso caminar oyendo el crujir de las hojas bajo los pies, con el cielo luciendo en toda su plenitud invernal, azulado, frío y transparente.

Me detengo y permanezco unos instantes contemplando las aguas verdes y brillantes del río. El viento juguetea con las hojas secas y susurra con temblorosa canción entre las ramas casi desnudas.

Hacia un lado se levanta, con sus líneas armoniosas, nitidamente blancas, la silueta de una fábrica de tableros: Tafisa.

Allá lejos, está la ciudad; sobre el horizonte se recortan las siluetas azules de sus campanarios: Santa María, San Bartolomé, San Francisco..., tres esquinas de su vida que, a pesar de todo, será, como el agua del río en que se refleja, transitoria.



La plaza de Mugartegui, con sus típicos soportales y su vieja historia.



Otro rincón pontevedrés, moderno y acogedor.

— Realidades pontevedresas

LA REPOBLACION FORESTAL

Una de las principales fuentes de riqueza de la provincia

Los Ingenieros de montes Ares y La Sota, fueron los procuradores de la gran riqueza que significa la repoblación forestal en la provincia. Ellos supieron sembrar hace años, para que ahora se recoja la fecunda cosecha.

La repoblación forestal constituye en la actualidad una de las principales fuentes de riqueza de Pontevedra. Muchos de sus municipios nutren los presupuestos de sus más importantes obras con el producto de los aprovechamientos. La Diputación Provincial, que tiene en consorcio con los ayuntamientos, repobla millones de hectáreas de monte, dedica a esta faceta la economía una atención extraordinaria.

Con arreglo al proyecto de ordenación de los aprovechamientos en los montes de la península de Morrazo y en el Ayuntamiento de Pazos de Borbón, correspondientes a las repoblaciones iniciadas en 1926 y en 1941, se puede efectuar en la primera—una corta anual superior a los 12.000 metros cúbicos, lo que supone, al actual precio oficial de la madera, un ingreso neto de 10 millones de pesetas. A Pazos de Borbón, se cifra un 11 m o de aprovechamientos de 5000 metros cúbicos, equivalentes a cinco millones de pesetas.

Una demostración del interés y celo con que la Diputación cuida la repoblación forestal, se refleja elocuentemente en el

acuerdo adoptado hace poco, de aprobar un plan para el establecimiento del Servicio Provincial contra incendios en los Montes, presupuesto en la cifra de 36.701.550 pesetas.

En este plan de localización y extinción de incendios está incluida la previsión. Por otra parte, además de la reparación y mejoramiento de las casas forestales existentes, se edificarán otras seis se realizarán corras, podas y claras en las masas; se

construirán 225 kilómetros lineales a fin de acelerar la parcelación de todos los montes en rodales de 30 a 50 hectáreas, con calles de 8 a 20 metros de ancho. Pero no por eso la Diputación descuida su protección a la ganadería, pues al mismo tiempo que fomenta y lleva a cabo la repoblación forestal, aumenta la superficie dedicada al pastoreo, que, si en un principio, se presentaba como un serio problema—secuela de aquella—, hoy ya

no lo es, ni siquiera en sus más mínimas características. Mientras el campesino dispone cada vez de más amplias zonas dedicadas a pastizales, la producción maderera de Gallaica supone una tercera parte de la nacional. Esto significa que ambas riquezas—quizá las principales de la provincia pontevedresa, con la de la pesca—se compaginan, sin que el progreso de una perjudique a la otra, como erróneamente se afirmaba antes.

Otros 4.076.203 pesetas han sido consignadas por la Diputación para diversas atenciones de los servicios forestales durante el año que ahora termina.

La aventura es—también otra interesante faceta de la riqueza de la provincia, y su producción se cifra en cien millones de pesetas. Por ello la Diputación, entendiendo que debe ser mejorada, encausa una intensa labor hacia la sustitución progresiva de la gallina rural por la de razas establecidas y ambientadas, para lo cual hará entrega a los avicultores, gratuitamente, de gallos seleccionados, divulgando y demostrando la ventajosa necesidad de adoptar sistemas modernos y sencillos de alimentación. Para estimular a los avicultores, establecerá diversos premios y proclamará los cuclados sanitarios y fomentará todo cuanto signifique mejora de las aves.

He aquí un ambicioso plan digno de todos los elogios.



El Lago de Castiñeiras en el monte forestal de Otero Radondo.

COMERCIANTE: ENTREGANDO LOS BOLETOS A TUS CLIENTES, AUMENTAS LAS VENTAS Y BENEFICIAS A LA CIUDAD.