

CELTIBERIA SHOW

LUIS
CARAN
DELL

LA BEBIDA MISTERIOSA

Una revista infantil daba recientemente en su sección «La página loca» la fórmula de un «juego de sociedad» para divertir y entretener a los invitados. Recomendando la lectura del texto del grabado, con la receta de la «bebida misteriosa» que produce «gran hilaridad» al ser ingerida por uno de los invitados.



¿JUGAMOS?

LA BEBIDA MISTERIOSA

VAYAN A LA COCINA Y COJAN UNA BOTELLA VACÍA. LLÉNENLA DE LOS SIGUIENTES INGREDIENTES:
SALFUMAN, 20 GR., BIXIDO CÁUSTICO 50 GR., PEROBRATO SÓDICO, 40 GR., MATARRATAS, 25 GR., TINTA CHINA, 12 GR., DETERGENTE, 50 GR., VINAGRE, 30 GR., ACEITE DE RICINO, 25 GR.
REGRESEN AL SALÓN Y PREGUNTEN SI HAY ALGUN INVITADO QUE SEA CAPAZ DE TOMARSE UNA COPA Y DECIR DE QUE LICOR SE TRATA. COMO NUNCA FALTA UN ENTENDIDO QUE QUIERA HACER LA PRUEBA, ESTE JUEGO PRODUCE GRAN HILARIDAD, AL CONTEMPLAR LOS ESFUERZOS DEL CATEDRÓFICO QUE, POR REGLA GENERAL, SUELE DARSE POR VENCIDO.

¿QUE LE HAN ECHADO LOS REYES?

Un redactor de la «Hoja del Lunes» de Granada hacía el otro día un reportaje sobre los regalos de Reyes. Preguntaba a diez o doce personalidades de la ciudad lo que a cada uno le habían echado. Las respuestas eran interesantes. Un catedrático contestaba que lo que los Reyes le trajeron fue «un nuevo ministro». Un industrial decía que «muchos, muchísimos problemas». A todo el mundo le habían traído un problema, una esperanza, una preocupación, una alegría o un disgusto, aparte de los clásicos calcetines o la clásica corbata. La respuesta más interesante a nuestros efectos era la de un sacerdote de los que se califican comúnmente de «preconcilia-

res». Transcribo la respuesta porque me parece una formulación insuperable del integrismo religioso. Decía así:

«Yo pedí a sus Majestades un cemento celestial para tapan las grietas por donde entra el humo de Satanás. Pero me han traído una careta antigás de uso personal, marca «Pascendi», inventadas por San Pío X y de una eficacia absoluta». Y añadía:

«Además, un telegrama de Santiago el Mayor diciendo que no le obliguen a venir otra vez a caballo, que no quiere cambiar el Santiago Matamoros por el Santiago «Mata-cristianos»».

VENDEDOR «AGRESIVO»

Que la agresividad es una virtud del celtiberismo empresarial americanizado de nuestros días se demuestra en el anuncio insertado hace unos días en un periódico de Barcelona.

Importante Empresa Artes Gráficas

BUSCA AGENTE DE VENTAS CON AGRESIVIDAD

Necesario disponga vehículo propio y con preferencia bien introducido en industria y comercio. Podemos proporcionar cartera de clientes.

SUBLIMACION DE ENERGIAS

Un amigo de Alicante me manda un folleto que se distribuye en estos días en la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales de la ciudad y que él recogió para que pasara a engrosar los fondos del museo celtibérico. Habla el folleto de la necesidad de la continencia a fin de «sublimar las energías sexuales». Cita a diversos autores en apoyo de esta tesis, autores a los que llama «célebres», «profundos», «poéticos», etcétera, que dicen cosas tales como:

«¿Quieres tener el entendimiento de los ángeles? Pide antes al cielo corazón de ángel, cuando el pecho es puro como el cristal, los ojos se vuelven más transparentes. Nada despeja el entendimiento como el olor de las azucenas».

O:
«La moderna endocrinología nos dice también que los valiosos elementos elaborados por las glándulas sexuales se reabsorben por la continencia. Por ejemplo, 20 por ciento de calcio, 30 por 100 de fósforo, potasio, magne-

sio y colesantina, que actúan benéfica y positivamente sobre el sistema nervioso».

Y cuenta una alicionadora historia que titula «Pasión desenfadada». Dice así:

«Un alumno del colegio de Belén obtuvo cada año las mejores notas y el primer premio. Su padre, que no entendía de educador, y para premiar tanta diligencia, cuando su hijo cumplía los quince años, le dio en vacaciones toda clase de facilidades para el placer, incluso el prohibido.

El muchacho las aprovechó. Al volver al curso siguiente era de los últimos. Su mirada vagaba en clases y en los estudios. Sus profesores le amaban. ¿No te da vergüenza? Tú has sido el primero. Estudia, trabaja.

El callaba, hasta que un día, cuando le estimulaban de nuevo, rompió a llorar:

—Padre —dijo— he vivido en vacaciones como un cerdo y ahora no puedo pensar en otras cosas.

Había perdido la concentración en el vicio impuro».

MODAS PARA OBREROS

En una posible «Guía Comercial de Celtiberia» no podría en modo alguno faltar esta «boutique» obrerista.



SU MAJESTAD EL ALUMNO

Una empresa de enseñanza por correspondencia distribuye ahora una tarjeta de propaganda en la que expone el principio fundamental que la guía: su dedicación absoluta e ilimitado servicio al alumno. He aquí los pintorescos términos de esta publicitaria tarjeta. Dice:

«Quien paga, exige. Y, ¿quién paga nuestro sueldo? Al alumno le debemos nuestro empleo y nuestra paga. Nos guste o no nos guste, por él co-

bramos, de él dependemos, para él trabajamos.

Más claro todavía. Si el alumno reclama algo que le corresponde, lo que sea, no hay duda. Hay que servirle aunque reclame con malos modos.

Cobramos por servirle. Pero, cuidado. Servirle significa servirle bien. Porque el alumno, amigos, es el jefe más alto. Como jefe es quien nos manda, quien tiene derecho hasta a un elefante sin reembolso».