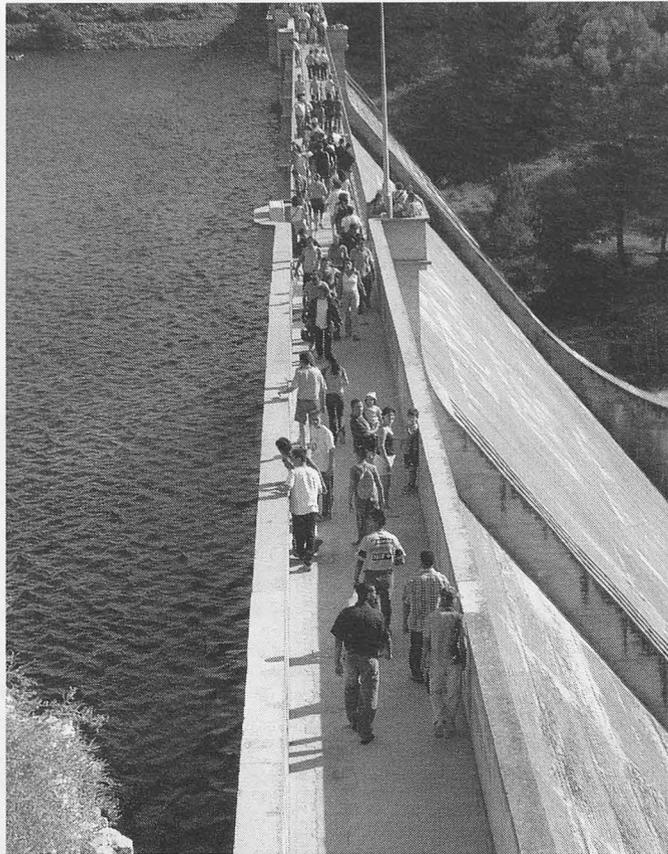


La romería vuelve a “vaciar” La Solana

Aurelio Maroto

¿Quién dijo que el adelanto de la vendimia influiría en la romería? La Solana volvió a quedarse vacía para el tradicional “Castillo”. Se calcula que unas 15.000 personas pasaron por el santuario, incluidos los que fueron andando o incluso corriendo. Muchísimos grupos de amigos y familias montaron sus vivaques para vivir la romería “in situ”. Cada uno lo hizo a su manera, de manera más o menos religiosa, pero la ermita donde aún estaba la imagen también recibió miles de visitas, con gran participación en las celebraciones: misa y rosario de la aurora.

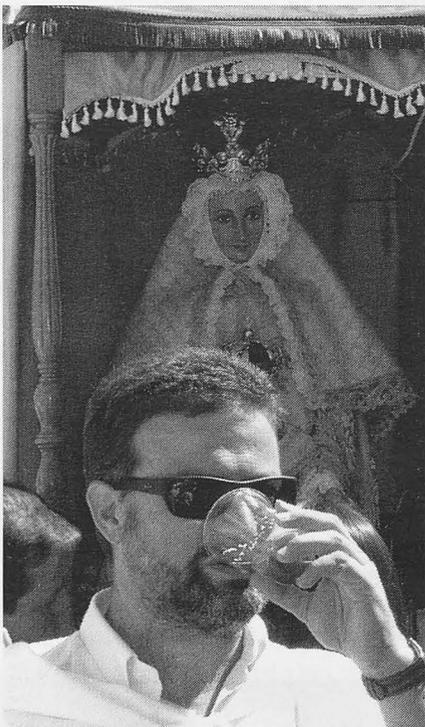
La Policía Local no precisó actuaciones más allá de las habituales. Sí hubo varios traslados en ambulancia, pero sin mayores consecuencias, a excepción de un rumano que se despeñó y provocó heridas importantes, y la violenta pelea entre dos hermanos solaneros residentes en Madrid que se enzarzaron entre botellazos y martillazos. Cruz Roja realizó su despliegue habitual y atendieron con presteza los incidentes, sobre todo pequeñas heridas, contusiones y alguna intoxicación etílica.



Los solaneros cruzan la presa en la romería.

El domingo, a la una en punto, llegó la caravana al Altar de la calle Alhambra. Diego García-Abadillo abrió el cochecillo y cantó los primeros “vivas” a la Virgen y al Chatillo.

Junto a la comitiva, la Banda de Música, romeros, caballos y vehículos (menos que el año pasado), la imagen bajó en procesión hasta el Humilladero. Por la noche, la procesión quedó deslucida por el mal tiempo, aunque hubo un buen número de alabarderos y banderas.



Nemesio de Lara se refresca ante la Patrona.

Una fiesta consumista

La Romería al Castillo también genera compras desorbitadas en grandes supermercados y tiendas especializadas. La fiesta religiosa queda a un lado al hacer la lista de la compra, que incluye todo lo necesario para uno, dos e incluso tres jornadas de fiesta. Julio Pérez, responsable de la firma Intermarché, asegura que “jueves y viernes son los momentos álgidos de la semana, la gente espera hasta última hora para hacer sus compras y se producen grandes colas”. Pero llama la atención el volumen de ventas, que crecen hasta un tercio por encima de lo habitual.

Los productos estrella son las bebidas, sobre todo las alcohólicas. Los jóvenes optan por el whisky, la cerveza y el ponche, aunque tampoco faltan refrescos y agua, “los carros de la compra van hasta arriba de bebida”. Los jóvenes compran más bebida que los adultos, aunque en valores absolutos son estos últimos quienes gastan más en los preparativos. También se dispara la venta de frutos secos, carnes o pescados, en particular la sardina. Además de los productos perecederos también destaca la venta de sillas, mesas o toldos.

Los asados de carne se llevaron la palma. Las carnicerías no dieron abasto. Pedro Rodríguez-Rabadán, propietario de la firma “Pedrín e Hijos”, no tiene dudas: “se vende más del cincuenta por ciento más que una semana normal”. Carne de cordero, panceta de cerdo, chorizos, morcillas y salchichas son las viandas predilectas. En su opinión “ahora la gente no escatima, quiere carne de primera calidad y si no se la das, no vendes. Hasta tal punto que se vende más que en Navidad o en la feria”.