

MORA Y SU COMERCIO E INDUSTRIA EN UNA GUÍA DE 1901

Hará veinte o treinta años que vinieron a nuestras manos, en fotocopia, unas cuantas páginas *morachas* de un libro que parecía ser una guía de la provincia, sin más referencia externa que la fecha de 1907. Habida cuenta de su interés, y dada la escasa nitidez de la reproducción que poseíamos, nos propusimos buscar el volumen de procedencia con el fin de poder publicar una copia del documento en *Memoria de Mora*. Puestos manos a la obra, logramos encontrar un ejemplar (dos, de hecho) que hemos podido fotografiar y reproducir en calidad suficiente para nuestro propósito. Además, dos testimonios paralelos —dos fichas de biblioteca, en las que ahora no cabe detenerse— nos permiten establecer que, pese a que la obra carece de pie de imprenta y no se consigna en ella fecha ninguna, fue publicada en 1901. Lo que casa bien con la alusión interna al «pequeño parque» que entonces proyectaba el Ayuntamiento (p. 148), y que nos sitúa por tanto unos años antes de 1907, fecha de inauguración de la Glorieta.

Esta es la ficha pormenorizada del libro: [Guías Arco. Guía práctica de Toledo y su provincia. Obra lujosamente impresa e ilustrada con fotografías de Alguacil, Sucesores de Compañy \[sic\], Redondo, Irigoyen, Garzón, A. Rodríguez y otros. Contiene itinerarios, monumentos, agricultura, industrias, comercios, academias, fondas, cafés, restaurantes, teatros, tipos y costumbres, etc.](#) Madrid, Ambrosio Pérez y Compañía, s.a. [1901], 254 págs., 19 cm. Consagra a Mora las planas 145-165, ambas inclusive. El enlace anterior remite a la reproducción digital de estas páginas morachas, a cuya consulta directa no debería renunciar el lector.

Aquí termina lo esencial de nuestra tarea, si bien nos hemos permitido describir y comentar el documento para quienes deseen ser acompañados en su travesía.

Mora

Así reza el epígrafe que marca la parte del libro dedicada a nuestra villa, precediendo a un texto sin nombre de autor (pp. 145-148), pero muy bien informado, y excelente-

mente escrito, por alguien que conoce a fondo a Mora y sus habitantes y que proyecta una visión positiva, algo idealizada tal vez, pero sólidamente fundada. Se subdivide, tras un inicio sin rótulo ninguno, en tres apartados más, titulados respectivamente *Aspecto de la población*, *Carácter de sus habitantes* y *Cultura*, entre los que se intercalan tres fotograbados en páginas sucesivas: «Estación de Mora» (p. 146), «Ruinas del castillo de Mora» (p. 147) y «Plaza de Mora» (p. 148).

Nos detendremos brevemente en este texto inaugural. El autor, tras ofrecer un rápido apunte de su situación, comunicaciones, terreno y producciones, subraya la vertiente industrial de la villa, con la excelencia de sus fábricas de jabones, «con las que no ha sido posible nunca sostener competencia —escribe—, pues de parte alguna salen tan bien elaborados los productos» (p. 145), y también de la manufactura de «esquilas y cencerros para el ganado», destinados principalmente a la exportación, «no solo para España, sino para muchos puntos del extranjero», y que proporcionan beneficios tan considerables «que su producto bastaría para hacer de Mora una población de vida holgada e independiente». Enumera a continuación los edificios más notables (entre ellos el antiguo Ayuntamiento, del que apenas si nos ha llegado dato alguno) y anota genéricamente la antigüedad del lugar y su condición de parte integrante de la dote de Zaida en su matrimonio con el rey Alfonso VI.

Excelente en todo se revela la nota sobre el *Aspecto de la población*, tan breve como atinada (dispensando el error de considerar romano el castillo): «Blancas como la nieve las casas, limpias como un salón, relucientes los metales de las puertas, diáfanos los cristales de las ventanas; un pueblo que ríe y denota bienestar y salud» (p. 146). A destacar su cierre impresionista, en estilo nominal, tan sugerente como poderoso: «Algunas altas chimeneas, penachos de humo que acusan su actividad. Peatones, carros, caballerías que van y vienen apresuradamente» (p. 146).

No menos certero resulta el apartado *Carácter de sus habitantes*: «serios, pero no descorteses; precavidos, pero no desconfiados; altivos, pero no soberbios». A lo que añade: «Hospitalarios, sobrios, leales, fieles cumplidores de su palabra; pero, sobre todo, ante todo y por encima de todo, trabajadores». Lo justifica cumplidamente, en varones y mujeres: «Los hombres trabajan de sol a sol; cuando en el campo no se ve, en su casa; cuando en su casa no hay, en la del vecino; todo menos holgar. La misma fiebre sienten las mujeres: por el día, las labores de la casa, la limpieza, a que se dedican con saña, con encarnizamiento; por la noche, antes de acostarse, *al esparto*, es decir, a trabajar en el esparto hasta ganar el pan del día siguiente» (p. 146). A ello

agrega un apunte de buen conocedor, y del que podemos dar fe los morachos de edad: «Los días de fiesta, los de Mora *no trabajan*. Y cuando se pregunta a una mujer del pueblo si su marido está trabajando, contesta: —No, hoy *no trabaja; está en lo suyo*» (pp. 146-148). Y valora el autor: «Pues bien: ese día que *no trabaja* se levanta una hora antes que los demás, y una hora después llega a su casa, luego de haber estado doce o catorce bregando como una fiera» (p. 148, como la cita inmediata).

Tal vez la aseveración final parezca algo dulcificada y elemental, pero cierta en el fondo: «En Mora no hay pobres. Todos, quién más, quién menos, tienen su pedazo de tierra, su casuca, sus ahorros. No hay apenas tabernas; no hay, en consecuencia, riñas ni crímenes, ni motivo alguno para dar que hacer a la justicia».

El último apartado de esta nota introductoria (*Cultura*, p. 148) nos coloca ante la deficiente instrucción de los morachos, solo «mediana» (en calificación más que piadosa), porque «hay muchos analfabetos». Queda lugar sin embargo para el optimismo: «pero van disminuyendo a tal punto, que a la vuelta de algunos años habrán desaparecido por completo». Y apostilla el autor: «Tan meritoria labor realizan las escuelas nocturnas de adultos». Y remacha aún: «Este avance tiene más mérito, porque es a costa del sueño, del reposo, de que tan necesitados deben de hallarse y se hallan».

Sobre la higiene, «queda dicho que mucha al expresar que la limpieza es en Mora un vicio, no solo en las casas, sino en las calles. No ya [...] las inmundicias que afean otras poblaciones, sino ni un papel se ve en las vías públicas», apunte que asocia a la actuación de un Ayuntamiento que goza del respaldo de la población. Para cerrar sintetizando: «Mora es un pueblo modelo, al que debieran imitar todos los de Castilla y la mayoría de los de España». Nada menos.

Mora industrial y comercial

Todo ello se configura como presentación de la propaganda que sigue, bajo el título [Guías Arco. Mora industrial y comercial](#), en las páginas 149-165, a las que remitimos de nuevo al lector a través del enlace inmediato. Describiremos y comentaremos brevemente a continuación cada uno de los anuncios, cosa que no debería sustituir la consulta directa por parte del lector.

- **Almacén de frutos coloniales y del país de Gregorio Lillo.** Ocupa la mitad inferior de la p. 149 y la p. 150 íntegra. Trae en la primera, bajo la razón social o nombre

destacado, un fotograbado de la fachada del establecimiento. En la segunda, dos enunciados informativos, «Gran depósito de garbanzos de todas clases» y «Compra de cereales en comisión y por cuenta propia», seguidos por sendas fotografías con estos pies descriptivos: «Vista del establecimiento de Gregorio Lillo» (con padre e hijo, homónimos, tras el mostrador atendiendo a un cliente) y «Un rincón de los almacenes de Gregorio Lillo». Es uno de los pocos anuncios extensos de nuestra guía que no incorpora una parte sustancial de texto.

- **Viuda e Hijos de Zalabardo.** En cabeza, además de la razón social, y también en letras destacadas, figura su localización (lo que resulta casi constante en nuestros anuncios, como veremos): «Calle de Yegros. Mora». Ocupa las páginas 151 y 152, en cada una de las cuales inserta una fotografía, sin pie ni encabezado, que representa respectivamente el local de venta y una vista parcial del taller con obreros en acción. El resto del espacio, en ambas planas, lo llena el texto, con la descripción de un establecimiento en el que la sencillez exterior no deja de sorprender, pues «tras aquella modesta puerta hay uno de los más grandes capitales de Mora, uno de los comercios más activos de la provincia, y una fabricación importantísima que va en progresión creciente». En el interior de la fábrica, por el contrario —se nos dice—, hallamos abundancia de productos y movimiento incesante de los dependientes y del público, en un dinamismo que se incrementa aún en los locales de la fábrica, con «una legión de operarios» que se agita, calderas en ebullición y depósitos «atestados de enormes bloques de jabón» que acaban resultando insuficientes para la demanda que concitan. «En toda España, y muy especialmente en Madrid—dice el Sr. Zalabardo—, se expende en grandes cantidades, sin que podamos servir los pedidos que diariamente nos hacen». Y es que «el que una vez haya gastado el jabón legítimo de Mora —opina el redactor— pasa cualquier sacrificio por volver a usarlo».
- **La Valenciana.** Se encuentra en la parte superior de la p. 153. Tras la razón social que precede, figura una fotografía del local (en el que se reconocen las vitrinas que aún conserva —¿o quizá imita?— Sobrino de Cañaverál en su establecimiento actual de la calle de la Imagen). A continuación, en letra muy pequeña: «Confitería y repostería.—Fábrica de dulces y peladillas.—Especialidad en mazapanes». Y finalmente, y en tres líneas sucesivas: «De/ Indalecio Fernández Cañaverál/ Calle Honda, 11 — Mora».

- **Pelayo Biezma.** Ocupa la mitad inferior de la misma p. 153. Tras la razón social, y en doble línea a la derecha, reza: «Exposición de muebles/ Orgaz, 6.—Mora». El resto, redactado, trae: «Antiguo ayudante de los Amaré, [Biezma] conoce admirablemente la parte técnica de la construcción de muebles, y a la vez, dotado de conocimientos del dibujo y pictóricos, y de una intuición artística de primer orden, sus obras resultan tan acabadas y bien hechas como pudieran salir de la mejor ebanistería madrileña». Para agregar: «Claro está que, obligado por las exigencias del ambiente, más especialmente se dedica a las obras de batalla, que son las de más fácil salida; pero aun en ellas, siempre hay algún rasgo que revela al hombre de gusto y acostumbrado a *ver cosas*». La frase final, en futuro, hace pensar que la instalación del establecimiento era entonces reciente.
- **Manuel Mantero. Dentista.** El anuncio llena entera la p. 154, que centra un gran retrato fotográfico del Sr. Mantero preparado para atender a una paciente reclinada en el sillón dispuesto al efecto. Al pie de la foto, «Marinas, 3.—Mora».
- **Droguería de Carlos Roldán.** El encabezado se completa con la dirección: «Calle de Toledo, 5 y 7./ Mora», distribuido el conjunto en cinco líneas. Tras ellas, un fotograbado de la fachada del establecimiento, y, al pie, cuatro breves párrafos en los que se enumeran los productos que vende «este acreditado establecimiento»: todo género de drogas, artículos de perfumería, objetos de escritorio, colores, barnices, esencias, jabones, cosméticos. «Sin disputa, es uno de los mejores establecimientos de su especie», sentencia.
- **R. Cano. Fábricas a vapor de aceites finos y de orujo.** También aquí el encabezado se prolonga en dos líneas más: «Tejidos y fábrica de calzado/ Mora». Por debajo, una fotografía exterior de la fábrica, y en la parte inferior de la página, 13 líneas de texto, en cuatro párrafos, en los que se valora que, de las «muchas y muy buenas fábricas de aceites» instaladas en Mora, «merece especial mención la de R. Cano, por la excelencia de las primeras materias que emplea, la bondad de su maquinaria y el esmero en la elaboración de sus caldos», cualidades que le han valido «una fama justísima y una demanda que va cada día en aumento». Acaba indicando que el Sr. Cano «se dedica también con mucho éxito a la fabricación y venta de calzado y a la expendición de tejidos». Todo lo cual se incluye en la p. 156.
- **Ataúlfo Carbonell. Fábrica de calzado.** Añade «Mora» en el encabezamiento del anuncio, que ocupa por entero la p. 157. Sigue un fotograbado de la fachada del

establecimiento, sito en el número 3 de la calle de Toledo, y 10 líneas de texto, donde leemos que «la fábrica de calzado de Carbonell es la mejor de Mora», debido a las condiciones que reúne el producto que fabrica: «Materiales de primera, buen corte, excelente aparato, duración, solidez, elegancia». Concluye: «No es, pues, extraño que su parroquia aumente día por día, que no pueda dar abasto al trabajo, y que tenga un número de operarios que para sí quisieran fábricas de mayor *postín*».

- **Fábrica de jabón de Aquilino Contreras.** Este enunciado inicial se completa con la dirección: «Calle de Carretas, 26/ Mora». El anuncio se sitúa en la p. 158: tras una fotografía del interior de la fábrica, con una caldera en funcionamiento, sigue un texto relativamente extenso que pondera la calidad de los jabones elaborados por «el veterano Aquilino Contreras»: «No cabe mayor pureza en los ingredientes, mayor perfección en la fabricación, mayor aseo en las operaciones anteriores y posteriores, mejor calidad en los productos». Pero juzgamos especialmente interesante su parte inicial como prueba inequívoca de la fama extraordinaria del jabón de Mora que, fabricante aparte, provocaba incluso falsificaciones, elogio implícito si los hay. Vea el lector: «Raro será el español que alguna vez en su vida no haya oído hablar del jabón de Mora, y que no haya tenido en sus manos una pastilla del susodicho jabón./ Probablemente sería falsa. Si todo Mora se dedicase exclusivamente a fabricar jabón, no podría producir el que con su nombre se expende; mucho menos cuando, en realidad, son contados los jaboneros de Mora, y contadísimos los que poseen el secreto de su fabricación».
- **Farmacia de Vicente Gálvez.** Se añade «Mora» en el encabezamiento del anuncio, que llena la p. 159. El fotograbado que sigue representa la mesa o mostrador con parte del instrumental ante las vitrinas en que se alinean los tarros, ampollas y otros recipientes (todo ello, o buena parte, lo conocimos hasta hace no tanto en el local de la calle de Santa Lucía, donde creemos que estaba situado ya entonces el establecimiento). A continuación, el texto que inserta abunda sobre todo en las cualidades del Sr. Gálvez, quien «ha conseguido una cosa bastante difícil en un pueblo: la simpatía y el respeto de todos, tirios y troyanos, ricos y pobres». Y añade: «No solo es un perfecto caballero, un corazón excelente y una bondad sin límites, sino también una inteligencia clara y una gran laboriosidad», alguien que «ha hecho de su profesión un sacerdocio», mirando, al elaborar sus productos, «más que al lucro, [...] el fin humanitario al que están destinados».

- **Antolín Díaz. Exposición de muebles.** Añade en cabeza, como en otros casos, la dirección de la firma, de esta forma: «2 — Plaza de Panaderos — 2/ Mora». Sigue una fotografía del interior de la tienda, abarrotada de muebles, y 12 líneas de texto (ocupando todo ello la p. 160) que destacan la calidad de sus existencias, propias de un establecimiento de una gran capital, así como la abundancia, «la solidez, la perfección y la economía de los trabajos que en él se realizan». El párrafo final, expresando la seguridad de que, «a la vuelta de algunos años, su dueño verá colmados sus deseos», nos hace pensar, como en el caso de Pelayo Biezma, que se trataba de un comercio recién abierto entonces.
- **Tomás Maestre. Confección de toda clase de prendas de niño. Imprenta.** Se completa también con la dirección: «Calle de Toledo, núm. 9. Mora». Sigue una fotografía del taller de imprenta, sin texto ninguno. Se publica en la mitad superior de la p. 161.
- **Hotel del Comercio.** Remata la p. 161 en su mitad inferior, y se trata de un recuadro, sin ilustraciones, que, tras la razón social, escribe en cuatro líneas: «Muy en breve se trasladará/ a la calle de Toledo, mejoran-/ do de local, este acreditado/ hotel».
- **Manuel Muñoz. Tejidos del reino y extranjeros.** El frente se completa así, en dos líneas suplementarias: «Paquetería y quincalla/ Calle Ancha, núm. 16.— Mora». Integran también la página del anuncio (p. 162) una fotografía centrada y un texto en el tercio inferior, donde dice ser una de las casas «más importantes de Mora y de toda la provincia de Toledo», a la vez que indica como especialidad «las tiras bordadas y los adornos», entre otros artículos que trabaja, sobre todo «las mantas de viaje y bufandas». Acaba señalando «lo módico de sus precios, a la vez que la amabilidad y tacto del Sr. Muñoz y de toda su dependencia».
- **Melitón Redondo. Coloniales y tejidos.** Forma parte asimismo del encabezado una escueta mención de lugar («Mora»). El anuncio ocupa la p. 163 y se compone también con una fotografía exterior del establecimiento y un texto posterior, en este caso relativamente breve (siete líneas) y bastante convencional: nos informa de su ubicación en la Plaza de la Constitución, de su gran extensión y de la abundancia de su clientela, atraída «no solo por la excelencia de los géneros, sino también por la simpatía y cariñoso trato de don Melitón Redondo y su sobrino».

- **Hijos de Sobrero.** En el encabezado, como casi siempre, se agrega la mención de situación —«Mora (Toledo)»—, y el resto, sin fotografiado y llenando la p. 164, es un largo texto de 17 renglones en seis párrafos. La conceptúa como una de las casas más importantes de Mora y de la provincia, en que no hay punto «donde el nombre de Sobrero no se pronuncie con el respeto que inspira el trabajo y la honradez»; para agregar: «Fundada por el padre de sus actuales poseedores, [...] la esfera de sus negocios es amplísima y abarca ramos diversos [...]: tejidos, paquetería y quincalla, curtidos, coloniales y banca».
- **Alejandro Díaz Bernardo.** Ocupa la mitad superior de la p. 165 (y final por lo que respecta a la guía de nuestra villa), y ultima el encabezado, tras el nombre y en letra muy pequeña, con la referencia «Tejidos del reino y extranjeros, camas,/ colchones, mundos, etc.», y la localización: «Manzaneque, 3. Mora». Sigue una fotografía del interior del establecimiento, con el Sr. Díaz Bernardo y un dependiente tras el mostrador.
- **Carlos Rodríguez.** Completa la página en distribución simétrica con el anuncio anterior, insertando primero el fotografiado (del Sr. Rodríguez atendiendo a una caballaría en presencia de varios miembros de una familia en el exterior de la casa), y el nombre al pie, seguido por la referencia de la dedicación y el lugar: «Profesor veterinario/ calle de Toledo, 43.—Mora».

Todo ello nos ofrece una visión de Mora, y de su comercio e industria, hace ya más de cien años. Si el lector ha tenido a bien acompañarnos hasta aquí, es el momento de [ir al documento](#) y examinarlo directamente, sin intermediarios.