

Martín Collado y sus cromos

Jesús Hurtado Navarrete

Las viejas colecciones de cromos, protagonistas de tantos y tan gratos recuerdos llenos de nostalgia, no son, contra lo que pudiera pensarse, un invento moderno. En Europa la aparición del cromo como medio divulgativo o de promoción de un artículo determinado, tuvo su lugar de entrada hace ahora más de un siglo.

En nuestro país para no ir más lejos, en puertos de mar como los de Barcelona, Vigo, Gijón, La Coruña... Málaga, se recibían de forma intermitente productos de ultramar, muchos de los cuales (café, cacao, vainilla), llevaban en sus envoltorios multicolores estampillas destinadas a alabar la calidad, sabor y procedencia de dichos productos.

Muy pronto el público infantil comenzó a sentirse atraído por aquellas etiquetas o "estampas" en blanco y negro y más tarde en colores llamativos.

Aparecieron nombres y marcas extranjeras, aves exóticas, flores, razas humanas, animales... etc., que hacen que surja en Inglaterra y poco más tarde en países con tradición imperial como España, un coleccionismo, que, en realidad, se remonta a los siglos XVII y XVIII.

Hoy día hay importantes coleccionistas de obras de arte, sellos de correos, muñecas, llaveros, insignias deportivas y de cromos de fútbol, sin duda la temática más perseguida cada año. Jugadores driblando, chutando, cabeceando y despejando el balón; estadios famosos con sus banderas al viento o los escudos representativos de los clubes españoles de primera división participantes en el nuevo campeonato liguero.

Aunque ya existían cromos de jugadores de foot-ball a comienzos del siglo pasado, el primer campeonato de liga que se celebró en nuestro país (1928-29) y que ganó el F.C. Barcelona, ya cobraría una gran importancia al salir una edición compuesta de 80 cromos en blanco y negro.

Los deportes de masas, en especial el fútbol y el boxeo, experimentaron un extraordinario arraigo popular en aquellos años, naciendo numerosos grupos de hinchas en todas las ciudades y pueblos de nuestro país.

EL ARCA DE NOÉ

A comienzos del siglo pasado, muchas fueron las familias que procedentes de otras provincias andaluzas se afincaron en nuestra ciudad. Los Martín



Fotografía de Martín Collado Herrera

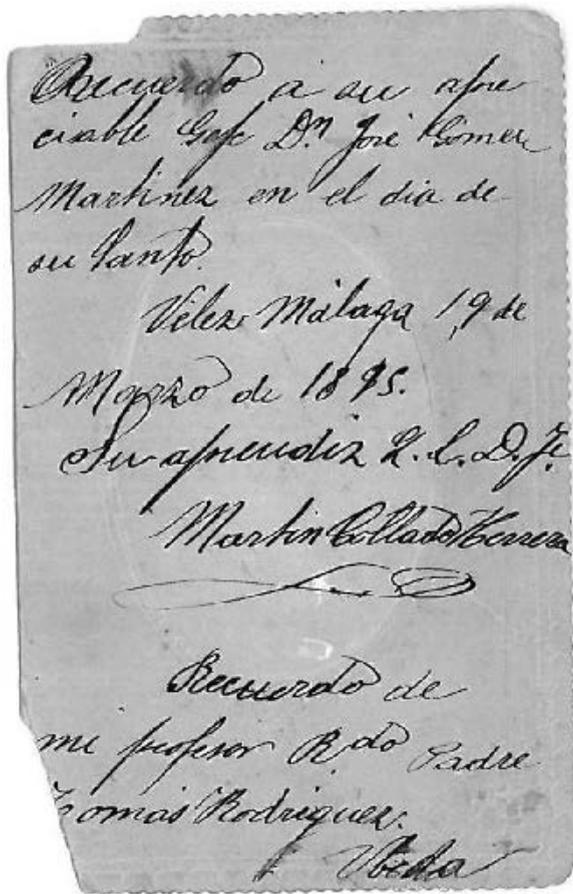
Collado de Úbeda fueron una de ellas, familia emprendedora que al poco tiempo de instalarse en Vélez en 1894, abrieron un respetable comercio en la hoy ya desaparecida calle Juan Fernández Palma, 3, antigua Mesones.

La trayectoria profesional de Martín Collado, fue primero el de prototipo de aprendiz de dependiente en el comercio de tejidos y quincalla de la calle La Piedad que regentaban desde 1891, los hermanos, Manuel y José Gómez Martínez, y tras hacerse con todos los conocimientos necesarios adquiridos en esa pionera empresa y gracias al pequeño capital que poseía su madre, decide establecerse por su cuenta.

Inicialmente era un pequeño comercio, que desde el principio basó en el precio fijo y en el pago a plazos y al contado, una novedad en la ciudad.

Logró de su Bazar al que denominó "Arca de Noé", pero que nunca llegó a ponerlo como letrero, que fuera un establecimiento organizado por secciones, con un surtido muy diverso, orientado fundamentalmente a la compra periódica de bienes de equipamiento de la persona, uso y vestido, y del hogar.

Este nuevo negocio, lo que hoy pudiera ser un gran supermercado, y que se inauguraría casi a la par



Tarjeta de felicitación de Collado a su jefe

que la zapatería de los alicantinos Esclapez en 1914, paso a paso empezaría a suministrar al cliente veleño y forastero, todo lo que en particular podía demandar en aquella época, es decir, desde una simple golosina para los pequeños, hasta telas, sombrillas, lámparas de petróleo, bastones, bisutería, óptica, estilográficas, espejos y cuadros... etc.

Unos años después y una vez afianzado incorporó también a su negocio la prestación de otros servicios más, como la juguetería, en la que era muy notorio su peculiar forma de mostrarlos en sus escaparates, en fechas cercanas a la Navidad, e incluso en las escaleras del local que tenía dos plantas.

Su aparición en Vélez-Málaga supuso una competencia peligrosa para otras tiendas tradicionales que ya existían, caso de la Sastrería Modernita "La

Anuncios económicos		
<p>INCIPAL</p> <p>to episo</p> <p>ROTH</p> <p>NCIA</p> <p>os de todas cla</p> <p>El una novedad.</p> <p>REGOVIA</p> <p>A 1 y 7 Paños:</p> <p>AGA</p>	<p>LA VELEÑA SASTRERÍA MODERNISTA DE ARTURO ZOLA JIMÉNEZ Se ha trasladado a PIEDAD, 4 Frente al establecimiento de don Martín Collado Herrera. PEDRO 4 - VÉLEZ MÁLAGA</p> <p>ESCUELA DE PRIMERA ENSEÑANZA a cargo de DON JACQUEM SILLANO Y BOMBES Enseñanza primaria por los más modernos sistemas pedagógicos, hasta la instrucción militar inclusiva PIZARRO 10 - VÉLEZ-MÁLAGA</p>	<p>EL ARCA DE NOE Gran establecimiento de MARTÍN COLLADO HERRERA Tejidos, Camisería, Lona y Cristal Lampistería, Quincalla, Oprien y or- retería. Géneros de punto—Objetos de adorno, Garsas—Guantes—Som- breros de paja, etc. etc. Piedad, 1 y 3 Vélez-Málaga</p> <p>LA RIOJANA Gran Fábrica de Chocolates MÁLAGA Productos analizados por el Laborato- rio Químico Municipal Esta casa posee además completa surtido en café, té y cereales que van- de en las mejores condiciones, garan- tizando su íntima satisfacción.</p>

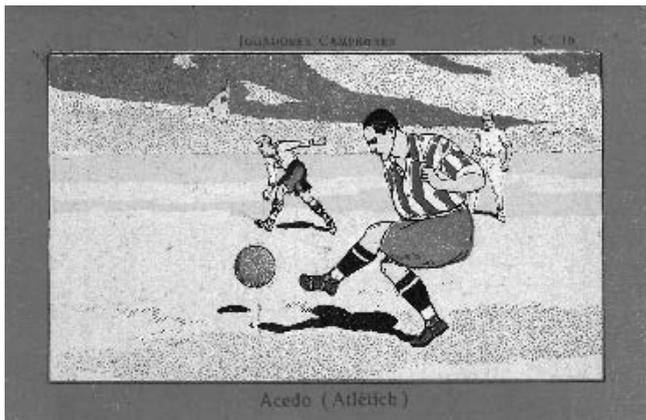
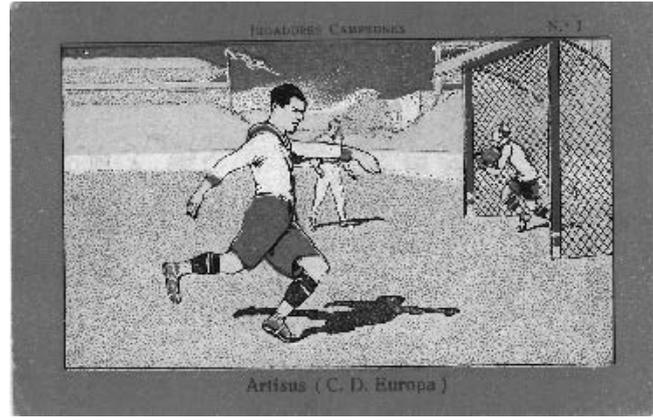
Publicidad de la época con anuncio de la tienda



Fotografía de la Mujer e hijas de Collado

Veleña" que regentaba Arturo Zola Jiménez. Era muy peculiar verle correctamente vestido con su amplio guardapolvo blanco capitaneando amablemente un tipo de comercio minorista, de grandes dimensiones. El local había sido anteriormente una antigua posada, en el que se exponía a la venta una gran variedad de artículos. La posibilidad de comprar cosas diversas en una misma tienda resultó muy atractiva para el público en general.

Pronto se hizo muy popular, hasta el punto que sería animado para entrar en política, siendo nombrado concejal en el ayuntamiento veleño el 2 de octubre de 1920 y Teniente Alcalde el 1 de abril de 1923. Formó parte de las legislaturas de los alcaldes, José Romero de la Cruz, José Peña Ramos y Manuel Martel Gallardo. Independiente de su aparición en la política y para seguir triunfando como comerciante, Martín Collado Herrera, puso en idea los primeros reclamos publicitarios en forma de 22 cromos a través de una colección que tenía como protagonistas a los jugadores del Athletic Club de Bilbao y del Europa de Barcelona, en concreto los que formaron las alineaciones del partido correspondiente a la final del Campeonato de España (entonces no se conocía por Liga), celebrado en el campo de Las Cortes, el 13 de mayo de 1923, y que ganó el equipo vasco por (1-0) gol conseguido por el delantero Travieso.



Estos cromos, de una peculiar cartulina endu-
recida, fueron expresamente pedidos por él en fechas
cercanas a la Navidad de 1923, a la firma francesa
Guerin-Boutron, que tenía por entonces un sistema
pionero de fabricación denominado cromolitografía,
una técnica capaz de imprimir una imagen en color a
un precio razonable. Martín Collado dominaba perfec-
tamente el francés, idioma que incluso inculcaba prac-
ticaran su mujer e hijas.

Aquella forma de hacer publicidad, indepen-
dientemente de anunciarse en los periódicos locales,
no era nueva en nuestro país, ya que Barcelona fue pio-
nera en importar este tipo de coloridas estampaciones,
pero si que fue el primero en toda la provincia mala-
güeña y por las fechas que manejamos, de Andalucía.
No dejaba de resultar ciertamente curioso que el fút-
bol fue utilizado por avispados comerciantes desde sus
primeros tiempos para sacar partido comercial al
invento, mucho antes incluso de que las primitivas
estrellas percibieran una sola peseta por su populari-
dad o virtuosismo, o que lo hiciesen bajo mano y siem-
pre en muy modestas cantidades.

La idea, como hemos aclarado, prestada de
Francia, y donde irrumpen en tropel muy especialmen-
te los fabricantes chocolateros, decidió introducir en
sus tabletas unos tarjetones postales, a modo de rega-
lo. Estos se convirtieron poco después en cromos
aprovechando el tirón del "foot-ball".

Al fin y al cabo eran los niños, los mediana-
mente acomodados, los que más chocolate consumían.
Cromo a cromos nacería también el coleccionismo, y
con él la competencia entre fabricantes, bien es verdad

que no tanto respecto al precio de la tableta o la cali-
dad del producto alimenticio, sino basada en la belleza
o el interés de esos cromos, muchos en su mayoría de
las pioneras casas en este asunto como las "Amatller"
de Manresa, "Eduardo Pi", "Chocolates Orthi",



Cromo típico de la empresa de Chocolate Orthi

“Evaristo Juncosa” de Barcelona o “Buena Salud” de Murcia.

El caso es que fueron muchísimos los niños veleños y de fuera de ese término municipal, que en aquella época se desvivieron por tener al alcance de su mano cualquier colección de cromos, más en especial la que ofrecía el Bazar “Arca de Noé” denominada, “Jugadores Campeones”, y que tenía publicado en una parte del reverso del cromo el pionero Reglamento Internacional de Foot-ball Asociación, y en la otra, la extensa gama de productos que ofrecía al cliente, indicando el popular eslogan de aquellos tiempos:

Jamás se dice ¡No hay!

Los cromos esta vez no se incluían en las tabletas de chocolate. Para obtenerlos sólo era requi-

Por el Ath. de Bilbao: 12. Larraza, 13. Travieso, 14. Lagarreta, 15. Germán, 16. Acedo, 17. Duñaveitia, 18. Aguirrezabala, 19. Carmelo, 20. Sabino, 21. Sesúмага y 22. Vidal.

Estos 22 cromos muy perseguidos por los coleccionistas, y tras siete años de búsqueda incansable por todos los mercadillos y variadas ferias del papel antiguo de España, fue felizmente completada por el autor de este artículo en 1997.

Cromos de valor incalculable para el coleccionista profesional, y que se han mostraron en Bilbao y Barcelona dentro de los numerosos actos y exposiciones que se celebraron con motivo de los centenarios del Athletic Club de Bilbao en 1998 y del equipo catalán en 2007.

Existen estudios que consideran, que en realidad en el comercio poco ha sido lo que se ha inventado y que los métodos mercantiles modernos son tan antiguos como el mundo, pues ya los comerciantes del mercado indio, los de las grandes ferias de la Edad Media, los de los zocos árabes, los de las plazas españolas sabían por instinto, que su tarea era atraer al cliente y que lo conseguían ofreciendo mercancías apetecibles, expuestas abiertamente y fácilmente accesibles o algún reclamo interesante. En eso Martin Collado fue sin duda un aventajado al que este artículo quiere recordar para memoria de otros tantos que viniendo de fuera, se hicieron y se identificaron como grandes veleños.



Reverso de cromo con reglamento del foot-ball y reverso del cromo número uno

sito que el comprador hiciera un gasto de como mínimo 50 céntimos de peseta. Entonces la persona que realizaba la compra podía elegir el jugador que desease dentro de las existencias que en ese momento tuviera el comerciante.

Los cromos de Martín Collado se hicieron tan populares, que ni decir tiene de los revuelos que se formaban a la entrada del comercio entre la chiquillería por hacerse con algunas de las (aún la palabra cromo no era popular) tarjetas a color de footballers. Estas medían 10'5 ctms de ancho, por 7 de largo y la relación de jugadores que incluía la colección es la siguiente:

Europa de Barcelona: 1. Artius, 2. Alcázar, 3. Vidal, 4. Pelao, 5. Pellicer, 6. Cros, 7. Serra, 8. Xavier, 9. Juliá, 10. Alegre y 11. Bordoy.

Tras el Arca de Noé, se ubicarían en la ciudad Vélez-Málaga otros comercios, hoy día decanos, caso de la mercería de Antonio Piédrola “Río de la Plata” y la de Guillermo Téllez, la de Tejidos y Confecciones Escaño o la de juguetes de F. Rueda.