

lados alemanes en varias localidades de las dos Américas; las erigidas por la República Argentina y el Brasil y Chile en muchos puntos de Europa; la creada en México en la calle del Angel por una Sociedad Austro-Húngara; las que ha fundado el Gobierno italiano en el local de sus Cámaras de Comercio en Paris; y en Buenos Aires, Montevideo y otras ciudades de América, y la de productos españoles que va á crear muy pronto en México la Cámara de Comercio española.

Los servicios prestados por todos estos diferentes Museos son indiscutibles, y han ejercido y continuarán ejerciendo una influencia preponderante en la industria y el comercio en general.

Dícese en Bélgica, por ejemplo, que el Museo Comercial de Bruselas y el de Ambères, pero sobre todo el primero, más antiguo, han contribuído al desarrollo del comercio y de la industria belgas en estos últimos años, tanto ó más que las grandiosas obras ejecutadas en el célebre puerto del Escalda.

Los alemanes han obtenido también magníficos resultados de la creación de los Museos Comerciales.

Y están fuera de duda las grandes ventajas que los establecidos en Europa en relación con

el 5º tipo indicado, por el Brasil y la Argentina y Chile, han proporcionado á estos países, en el sentido de la popularización de sus principales productos exportables.

Como el Museo Comercial que ha servido de estímulo y modelo á los demás de Bélgica y de la Europa entera, es el de Bruselas, por su organización comenzaremos este estudio, continuándolo para todos los otros, en el orden cronológico en que los visitamos ó adquirimos datos acerca de ellos.

LOS MUSEOS COMERCIALES EN BÉLGICA.

Apenas se penetra en Bélgica, el país más poblado del mundo, puesto que cuenta con 5.800,000 habitantes, ó sea más de 196 por kilómetro cuadrado, se observan por todas partes los signos indudables de un progreso industrial extraordinario y de una notable actividad mercantil.

Muy justificadamente ocupa una categoría preponderante, desde el punto de vista económico, entre las naciones más civilizadas de Europa.

Sus campos cultivados atestiguan por doquiera el buen estado de la agricultura, y se diría que es aquella nación un hermoso y bien cuidado jardín.

Testimonio de ello dan en Bruselas las bellas y monumentales construcciones de las avenidas ó *boulevares* Anspach, del Norte y del Mediodía, en que á derecha é izquierda se ven ricos almacenes, cafés lujosos, casinos y teatros de primer orden; y el gran carácter artístico del Palacio de las Bellas Artes, de la Sinagoga, de la Bolsa, del Teatro flamenco, y sobre todo, del soberbio Palacio de Justicia.

En Bélgica se observa, en efecto, un movimiento irresistible de renacimiento artístico y de feliz aplicación del arte á las industrias todas.

El estímulo de la competencia, el deseo de hacer mejor, el estudio del éxito brillante conquistado por tal ó cual Departamento en las Exposiciones internacionales, la ambición de perfeccionar dentro de los límites de lo científico y lo humano la autonomía económica, y el legítimo orgullo de hacer renacer y dar esplendor al arte nacional, han sido las palancas principales con que se ha dado tan vigoroso impulso al movimiento patriótico indicado.

Los franceses han tenido por muchos años el cetro y el secreto del arte industrial, y en honor de la verdad lo conservan aún y lo conservarán por mucho tiempo.

Pero en todos los países se ha despertado

también el deseo, desde hace algunos años, de crear especialidades artístico-industriales.

Y el artículo de Paris, hecho con amor por el obrero parisiense, y de justa y universal nombradía, ya no es el único en los mercados consumidores.

A su lado luchan por llamar la atención las especialidades de Bélgica, los artefactos de Londres, los productos alemanes y el artículo de Viena, de Italia ó de Rusia y del Japón.

Y tan brillantes resultados los han conseguido, y siguen obteniendo cada vez con mejor éxito, el Gobierno belga y los de las demás naciones, por medio de la creación de Escuelas y de Museos artístico-industriales. Y lo que del arte aplicado á la industria se dice, con más razón puede asegurarse de las bellas artes todas.

En la arquitectura, por ejemplo, los estilos se independen, se acentúan, se nacionalizan. La monotonía de las construcciones cede el paso á la originalidad.

En la pintura y la escultura, se nota igual tendencia. Las diferentes escuelas rivalizan en la producción de grandes obras, imprimiendo en todas el gran sello del arte nacional.

Bien puede el Jefe del Estado belga pasear tranquilo en los muelles de Ostende durante la temporada que atrae á aquella linda estación

balnearia á todo el alto mundo europeo. Sabe que el saludo que por todas partes le acoge no es una simple fórmula de cortesía, sino la manifestación de afecto del pueblo que se siente prosperar y engrandecer bajo su administración inteligente.

Y bien podrían estar los belgas orgullosos de sí mismos, si lo estuvieran, porque como país productor, casi nada, ó nada tienen que temer de la competencia extranjera, ni en la calidad ni en el precio de sus manufacturas.

A pesar de esto, treinta y siete años hace ya que vienen preocupándose de buscar por todos los medios posibles el desarrollo de su comercio de exportación.

Una circular del Gobierno en 1855, dió á los agentes del servicio exterior las instrucciones generales que deberían observar en la redacción de sus informes comerciales y en la remisión de muestras de los productos de importación en sus Distritos.

Las disposiciones principales de ese interesante documento, expedido por el Ministro entonces de Negocios Extranjeros en Bélgica, son las siguientes:

“Hé aquí los puntos que, desarrollados dentro de justos límites, según su importancia relativa, constituyen un buen informe comer-

“cial: dar una idea general de las operaciones
“mercantiles de la residencia ó del distrito consular, y una noticia especial de lo que se refiere al comercio con Bélgica; importaciones por una parte, exportaciones por otra.
“Comparar estos resultados con los de los años anteriores ó los del año, al menos, precedente al informe. Aclarar las cifras y los cuadros, con hechos y consideraciones que los apoyen.
“Señalar los productos belgas que hayan ganado ó perdido en el favor del Mercado. Decir cuáles productos belgas, no conocidos aún en él, podrían encontrar allí una colocación ventajosa, y por qué medios se llegaría á obtener ese resultado.

“Si una mercancía extranjera es preferida á la similar de Bélgica, dar las razones de esa preferencia.

“Designar los precios de venta de los principales productos que los países extranjeros remiten á aquel Mercado, en competencia con los nuestros. Enviar, si fuese posible, muestras con etiquetas hechas cuidadosamente, á fin de que puedan ser consultadas con utilidad y den á conocer las condiciones que debe llenar la mercancía, para satisfacer al gusto y á la moda de los consumidores.—Si el Consul juzgase necesario el envío de piezas ente-

“ras, pedirá previamente la autorización res-
“pectiva.

“En general, el Cónsul procurará obtener
“muestras sin gastos, y si éstos fuesen indis-
“pensables, dará cuenta de ello al Gobierno, el
“cual se reserva determinar, según las circuns-
“tancias, el monto del gasto que cada Agente
“podrá hacer en el particular.

“Dar á conocer el modo de envase, así como
“el surtido que debe componer un bulto de
“mercancías, á fin de que pueda venderse sin
“que sea necesario abrirlo y deshacerlo.

“Indicar el precio de compra de las mercan-
“cías que puedan servir de carga de retorno;
“las épocas más favorables y las estipulaciones
“ordinarias para las ventas y las compras; la
“época y el modo más convenientes para las
“expediciones; las casas de comercio de la pla-
“za, más sólidas y de mejor reputación, así co-
“mo sus condiciones habituales de tratar en
“las diversas operaciones; el costo del flete pa-
“ra Amberes, Ostende y las Ciudades Hanseá-
“ticas, así como para los principales puertos
“de Holanda, Inglaterra, Francia é Italia; el
“curso del cambio sobre esas plazas, las condi-
“ciones de seguros, de comisión, etc., etc.

“Deberán igualmente los Cónsules especifi-
“car en sus informes los derechos de entrada

“ó de salida, aplicables á los artículos que in-
“diquen, como susceptibles de llegar á ser mo-
“tivo de comercio entre el país de su residen-
“cia y Bélgica, siendo igualmente importante
“que tengan á su Gobierno al corriente de las
“modificaciones que se introduzcan en las tari-
“fas y reglamentos de Aduana.

“Enviarán cuentas simuladas: 1º, de compra
“de los principales productos exportados del
“distrito consular: 2º, de venta de los princi-
“pales productos belgas ó extranjeros importa-
“dos en el mismo distrito.

“Estas cuentas son de gran utilidad, porque
“permiten formarse juicio exacto del resultado
“de una operación.

“Lo mismo sucede con la indicación que de-
“ben hacer, tan positiva como sea posible, de
“las necesidades anuales de la localidad ó del
“país en que residan.

“El Cónsul nada omitirá de todo aquello que
“sea propio para dar estabilidad y desarrollo
“á la colocación ventajosa de los productos bel-
“gas, así como para prevenir los errores y evi-
“tar todo lo que pueda causar perjuicio al co-
“mercio ó amenazar las relaciones y la paz del
“país.

“Y no se dejará, por lo mismo, influir por
“el temor de suministrar detalles demasia-

“do minuciosos en apariencia, ni por el de re-
 “petir lo que ya figure en sus informes ante-
 “riores, puesto que eso queda justificado con
 “la importancia de la materia.”

Se ve, pues, por este extracto, que desde 1855 tenía ya el Gobierno belga la idea de la utilidad de presentar á sus industriales colecciones de muestras de las mercancías vendidas en los mercados extranjeros, por los competidores de Bélgica.

Las disposiciones de la circular antes extractada fueron observadas hasta 1880, más ó menos fielmente, según el grado de actividad y vigilancia de los Cónsules.

Numerosas muestras fueron enviadas por ellos al Ministerio de Negocios Extranjeros, anunciándose su recepción al público para que durante un tiempo determinado ocurriese á examinar las colecciones á las oficinas del Departamento.

Las muestras eran repartidas en seguida, provisionalmente, entre las diversas Cámaras de comercio del reino, y por último, enviadas al Instituto superior de comercio de Amberes, para la enseñanza práctica de los alumnos.

Tal manera de proceder, utilísima en los primeros años, no llegaba á satisfacer después á las exigencias de la situación. Acentuándose

cada vez más la crisis industrial y mercantil, el señor Ministro Frère-Orban, como ya se ha dicho, decidió, en 1881, la creación de

EL MUSEO COMERCIAL DE BRUSELAS.

Este se halla instalado en un gran edificio de tres pisos, en el centro de la ciudad, en la calle de los Agustinos, cerca de la Bolsa, de la Administración de Correos, y de las principales Estaciones de los ferrocarriles.

El edificio tiene seis ventanas en la fachada, y su profundidad es doble de su anchura. Además de las ventanas, contribuye á dar claridad al Museo un gran tragaluz de cristales sobre el patio, á pesar de lo cual el piso al nivel de la calle es algo sombrío.

El Gobierno gastó en comprar el edificio y en adaptarlo 250,000 francos, y anualmente paga 10,000 francos á la municipalidad de Bruselas, hasta el completo de la suma debida por el terreno ocupado.

La primera instalación costó 75,000 francos, y cada año las Cámaras votan 25,000 para el sostenimiento del Museo, fuera de los sueldos del personal.

Esa suma de 25,000 francos se emplea en la compra y transporte de las colecciones, gastos de escritorio, adquisición de obras para la Bi-