

## «El Museo Comercial de Melilla: arquitectura y proyección económica»

SALVADOR GALLEGO ARANDA \*

### RESUMEN

La construcción del Museo Comercial a principios del presente siglo, bajo los auspicios de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Melilla, se convertirá en el exponente más fiel de un planteamiento corporativo que fusiona, en sí mismo, la arquitectura —inmueble— y la proyección económica —conquista de mercados—, utilizando para ello la exposición permanente de productos industriales que contribuirá a la nacionalización del comercio que se realizaba con el vecino Reino de Marruecos.

### ABSTRACT

*At the beginning of this century the Museum of Trade was constructed with the help of the Official Chamber of Commerce, Industry and Navigation in Melilla. It is the main exponent of a corporate approach that combines real-state architecture with an economic aim, to capture the market, using the permanent exhibition of industrial products in order to strengthen trade between Melilla and Morocco.*

La instauración de un Museo en la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Melilla, a principios del presente siglo, lleva implícita una serie de connotaciones de carácter sociológico, ideológico e institucional, entre otros, cuyo reflejo será, en gran medida, fruto de las enormes expectativas puestas, a nivel nacional, en el desarrollo económico de esta ciudad norteafricana y en su entorno más cercano: el llamado Imperio de Marruecos.

Todo lo mencionado —y lo omitido— quedará de manifiesto y materializado, fehacientemente, en las gestiones realizadas para su instalación definitiva, cuyo exponente más significativo será, sin lugar a dudas, la edi-

---

\* Profesor Asociado del Departamento de Historia del Arte. Universidad de Granada.

ficación de su inmueble, símbolo arquitectónico de la Melilla comercial y, en dichos momentos, puente de mando de una ciudad en desarrollo que llegará a convertirse, bajo la tutela de dicha Corporación —primer organismo oficial civil de la urbe—, en la capital del Marruecos Oriental de nuestro Protectorado (Lám. 1).



Lám. 1. Cámara Oficial de Comercio (1913-1915). C/ Cervantes, 7. Fachada.

De forma paralela, el valor intrínseco que conlleva el edificio, lo que trasciende, es que su levantamiento parta, por un lado, de una idea tan original y efectiva como la creación de un Museo Comercial y, por otro, que su emplazamiento, dada la carestía de los alquileres, motive la redacción de un proyecto específico de nueva planta que, a la postre, cobijará, a su vez, otros servicios complementarios (Biblioteca, Clases Comerciales, etc.), así como la propia Sede corporativa, convirtiéndose, por ello, en la primera Cámara de Comercio española con domicilio social propio.

### *EL ORGANISMO: FUNCIONES Y OBJETIVOS*

La Cámara Oficial de Comercio melillense va a cumplir, según D. Rafael Fernández de Castro —Secretario cameral y Cronista Oficial de la Villa—, con la misión para la que fue creada (R. O. 26 de septiembre de

1906), es decir: *Conducir y velar por la prosperidad de los intereses materiales de las ramas de producción que la integran* <sup>1</sup>.

Si bien, habría que añadir que, dado el remarcado carácter castrense de la ciudad y en defensa de los derechos de sus asociados civiles, abrigará, en su seno, otra serie de competencias ajenas a las que la titulan (Comercio, Industria y Navegación), que quedarán representadas en las Secciones de Propietarios, Agricultura, Minería, Titulos profesionales y, finalmente, Estudios y Trabajos Africanistas.

Será en esta última sección, donde surja la propuesta, aprobada en sesión plenaria de 9 de enero de 1907, de instalar un Museo Comercial con el auxilio económico, en forma de subvenciones, de los Ministerios de Estado y Fomento, así como la designación al frente del apartado técnico y científico del mismo, del Sr. Goutinelle y de D. Manuel Becerra —Ingeniero Director de la Junta de Obras del Puerto de Melilla— <sup>2</sup>.

Con ello, la Corporación se anticipará a las conclusiones adoptadas por el II Congreso Africanista —celebrado en Zaragoza del 26 al 31 de octubre de 1908— para el tema primero (Comercio), cuyo punto segundo, «Medios para realizar expediciones comerciales y crear museos de productos africanos», hace extensivo la creación de los Museos Comerciales a entidades que, ajenas a los Centros Comerciales Hispano-Marroquíes, tiendan a su desarrollo comercial <sup>3</sup>.

Entre dichas colectividades quedarán englobadas las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación, las cuales, siguiendo a D. Ramón Abella (Cónsul de España en Suiza), *tienen como principal misión el promover la expansión comercial más allá de las estrechas fronteras del país de origen de la mercadería, facilitando las relaciones mercantiles entre las diversas naciones* <sup>4</sup>, y estarán facultadas: *para promover y organizar por su cuenta Ferias, Exposiciones, Concursos y Museos Comerciales y de industrias terrestres y marítimas* <sup>5</sup>.

Para el caso concreto del organismo melillense hay que adicionarle, además del aumento de sus competencias titulares —ya enumerado—, la extensión de su jurisdicción, al circunscribirse en su seno, por la Real Orden

---

<sup>1</sup> FERNÁNDEZ DE CASTRO, Rafael. «La Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Melilla». *La Esfera*, 154, 9-diciembre-1916 (año-III), s.p.

<sup>2</sup> Cámara de Comercio, Libro de Actas., T-1, Sesiones 9 enero y 12 abril 1907, págs. 193 y 206.

<sup>3</sup> CC., Bol., n.º 11, Melilla, diciembre 1908, pág. 4.

<sup>4</sup> Centro de Información Comercial del Ministerio de Estado. *Las Cámaras de Comercio*. Madrid: Ministerio del Estado, 1913, pág. 5.

<sup>5</sup> Reglamento General de las Cámaras, Cap. I, Art. 10. 4.

aludida (1906), las Plazas Menores de Chafarinas, Alhucemas y Peñón de Vélez de la Gomera, así como dejar recogido, en los sucesivos reglamentos de régimen interior (primer tercio del siglo veinte), la gestión de un Museo Comercial que, bajo el cuidado y la custodia de su Secretario General, tendrá como líneas rectoras: el desarrollo y la nacionalización del comercio verificado por Melilla con Marruecos, ya que no se podía consentir, dada su ubicación privilegiada y su creciente actividad mercantil, la ausencia de los artículos de consumo españoles en la zona. El objetivo será, entonces, dar a conocer los centros de producción nacional, acrecentando, con ello, nuestra influencia en las transacciones mercantiles con el Maghreb.

### *EL MUSEO COMERCIAL: PRECEDENTES*

Aun existiendo, dentro de la clasificación establecida por el Consejo Internacional de los Museos (ICOM), los Museos de Comercio y de las Comunicaciones, el Museo Comercial, por sus contenidos, parece quedar incluido en los Museos de las Ciencias y de las Técnicas, concretamente en su apartado de Museos de Manufacturas y Productos Manufacturados.

Partiendo de esta premisa, tomaríamos como precedente, al estar relacionado en gran medida con su contenido y función, el «Museo Victoria y Alberto» cuyo antecedente más inmediato es el «Museo de Manufacturas» (1852), basado en la Exposición Internacional celebrada en el Cristal Palace de Londres en 1851, si bien, por su marcado carácter institucional, deberíamos remitirnos, asimismo, al «Museo de Arte y Industria» (1858), fundado en Lyon por su Cámara Oficial de Comercio.

El Museo Comercial o «exposición permanente de productos nacionales», se nos presenta, pues, como una variante significativa, por su duración temporal, de los certámenes expositivos —internacionales, nacionales, regionales, locales, etc.— que, anualmente y en ese período, dominan el panorama mundial.

Para el muestrario melillense es digno reseñar, como precedente más inmediato, el conocimiento de este tipo de manifestaciones desde principios de siglo, cuando, como «Asociación Mercantil e Industrial y de Propietarios» (1899-1906) —organismo predecesor de la Cámara—, tiene constancia de la exposición comercial permanente establecida en Barcelona, por el Fomento del Trabajo Nacional <sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> CC., LA., T-1, Sesión 12 mayo 1901, pág. 71.

De idéntica o mayor trascendencia será, una vez aprobada su constitución (1907), la solicitud de colaboración remitida al director del Museo Comercial de Stuttgart —fundado en 1882—, cuyos estatutos servirán de base para la reglamentación del funcionamiento de la exposición cameral <sup>7</sup>, así como, de forma paralela, la asimilación de las experiencias coetáneas llevadas a cabo, tanto nacional —Barcelona, Madrid, Zaragoza, etc.— —como internacionalmente— Río de Janeiro, Montevideo, etc.—, a la hora de implantar este efectivo sistema de propaganda.

Junto a ello, en el aspecto organizativo, se inician las gestiones para su oportuna implantación, jugando un papel trascendental tanto las labores de difusión y solicitud de muestrarios, como la petición de subvenciones. Ambas se verán aunadas y evolucionarán, de forma paralela, desde el primer libramiento ministerial (6.000 pts.) —mayo de 1909— <sup>8</sup>, con el que se consigue el reconocimiento oficial, hasta el nombramiento de la comisión, en agosto de 1914 <sup>9</sup>, que procederá a la instalación y colocación definitiva de los artículos recibidos, para su exposición, en el espacio proyectado como Museo.

### PROYECTOS ARQUITECTONICOS Y MUSEO COMERCIAL

Apenas conocida, de forma oficiosa, la ayuda gubernamental asignada al Museo Comercial, se acuerda, en la sesión plenaria del día 7 de mayo de 1909, invertir dicha cantidad (6.000 pts.) y lo que se conceda en el futuro, en la construcción de un sencillo edificio para su instalación, así como *solicitar para ello la concesión gratuita del solar* <sup>10</sup>.

En este sentido, existe una referencia en las actas plenarias camerales de finales del citado ejercicio, de la elaboración de un proyecto edificatorio para tal fin, que parece concretarse al año siguiente (1910), según deja constancia, fechas más tarde (1913) <sup>11</sup>, el propio autor y, a su vez, arquitecto del inmueble D. Enrique Nieto, si bien, el no poder contar con la planimetría del mismo y siendo conocedores de que, en esos momentos, se ignoraba su futura ubicación, sólo nos permite especular sobre su planteamiento (distribución, alzado, dimensión y ornato) partiendo de un más que probable trasvase de ideas a los que han de ser los planos definitivos.

---

<sup>7</sup> CC., LA., T-1, Sesión 10 julio 1907, pág. 216.

<sup>8</sup> CC., Bol., n.º 21, Melilla, 15 junio 1909, pág. 4.

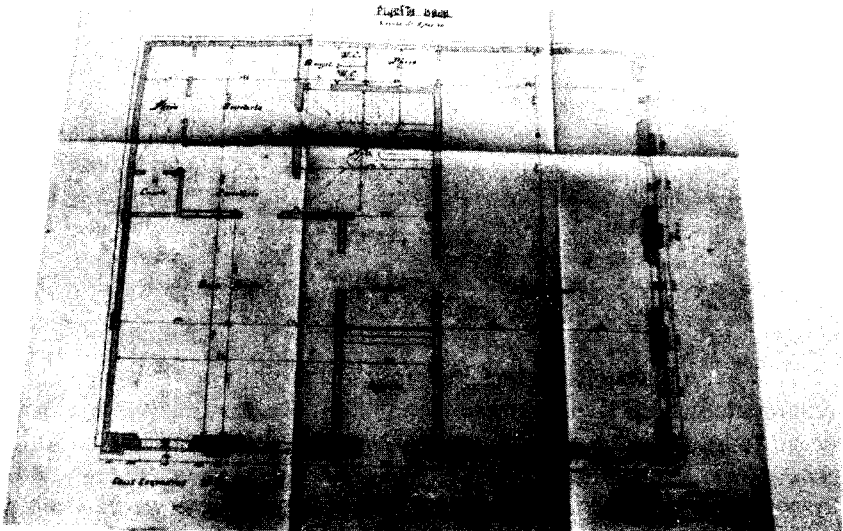
<sup>9</sup> CC., Bol., n.º 110 s, Melilla, 1 septiembre 1914, pág. 2.

<sup>10</sup> CC., LA., T-1, Sesión 7 mayo 1909, pág. 302.

<sup>11</sup> CC., LA., T-2, Sesión 26 julio 1913, pág. 254.

Será a mediados de 1912 cuando, finalmente, se solicite la concesión del solar n.º 189 del B.º Reina Victoria —hoy, Héroes de España—, con carácter gratuito, al Excmo. Sr. Capitán Gral. de Melilla <sup>12</sup> para la construcción de un Museo Comercial, cuya tramitación al Ministerio de la Guerra dará como fruto dicha cesión (R. O. 26 de octubre de 1912), si bien, la propiedad del terreno concedido, así como el edificio que en él se construya, seguirán perteneciendo al Estado <sup>13</sup>.

A principios de 1913, ante la inminente demarcación del solar y con un presupuesto inicial de cuarenta mil pesetas —incluidos los servicios complementarios al Museo y sede cameral— <sup>14</sup>, se solicita del arquitecto Sr. Nieto la redacción del proyecto que, elaborado de forma altruista, presentará un mes más tarde, mereciendo la aprobación del pleno de la Corporación. La duración de las obras abarcará desde el día 2 de agosto, en que se coloca la primera piedra, hasta el día 31 de julio de 1915, en que se inaugura oficialmente el inmueble, y serán llevadas a cabo por los contratistas Sres. Mariné y Bonet.



Lám. 2. Proyecto de edificio para Cámara de Comercio (abril, 1913). Arq.: Sr. Nieto. Planta baja.

<sup>12</sup> CC., Bol., n.º 83, Melilla, 15 julio 1912, pág. 3.

<sup>13</sup> CC., Bol., n.º 90, Melilla, 15 diciembre 1912, págs. 2-3.

<sup>14</sup> CC., LA., T-2, Sesiones 6 y 28 enero 1913, págs. 188-189 y 196-197.

El proyecto constructivo planteado por el técnico catalán, sobre una superficie de 405 m<sup>2</sup>, se traduce en un edificio de dos plantas a dos vientos. Si exceptuamos la secretaría y zonas de acceso (ingreso, vestíbulo y hall con la escalera al piso superior), toda la parte inferior estaba destinada (Lám. 2), inicialmente, a las dos salas del Museo Comercial, si bien la de la izquierda (9 x 8'90 m.) se dedicará, finalmente, a las Clases Comerciales, quedando la otra (17'25 x 8'65 m.) de forma exclusiva para la exposición permanente <sup>15</sup>.

La ubicación del Museo en sus bajos, facilitando el acceso inmediato y orientando sus salas en linde con las líneas de fachadas, nos habla de la principalidad concedida al muestrario y su funcionalidad distributiva, en aras de una mayor luminosidad. A cobijo visual y sonoro, motivado por el más que esperado transitar mundano por sus expositores, quedarán a resguardo, en su planta superior, los servicios de biblioteca, salón de actos y despacho de la presidencia.

El edificio responde, según D. Eduardo Gallego <sup>16</sup>, al estilo «Imperio Modernizado», es decir, a un lenguaje artístico que revitaliza *el que se desarrolló*, según los Sres. Fatás y Borrás, *al modo neoclásico, en tiempo de Napoleón I*, empleándose, *sobre todo, para muebles, vestuario, joyería y, en general, artes industriales* <sup>17</sup>.

Dicha definición estilística se fundamenta en la relación simbólica existente entre la función principal del inmueble, Museo Comercial o de productos industriales, y las formas decorativas empleadas en los exornos de su continente, acordes con las obras de «arte menor», si bien, una lectura formal de los ornamentos que circulan por pilastras y entropaños, parece conciliar mejor con un modernismo que fusiona elementos geométricos, procedentes de la secesión vienesa, y volumétricos, reflejo del art nouveau francés, respondiendo, igualmente y al unísono, a la pretendida intención del arquitecto.

La integración de las artes que respira el movimiento modernista, rezuma los frontispicios y se instala, por obra del mismo técnico, en el diseño de la Biblioteca, molduraje de sus salas y farola del vestíbulo, así como en la colocación y distribución de unos armarios, estantes y vitrinas que, a la usan-

---

<sup>15</sup> GALLEGO ARANDA, Salvador. «La construcción del edificio de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Melilla: Enrique Nieto». *Aldaba* (Melilla), 15 (1990), págs. 39-48.

<sup>16</sup> GALLEGO, Eduardo. «El nuevo edificio de la Cámara y Museo Comercial de Melilla». *La Construcción Moderna* (Madrid), 21 (15-XI-1915), págs. 324-327.

<sup>17</sup> FATAS, Guillermo y BORRAS, Gonzalo M. *Diccionario de términos de Arte y elementos de Arqueología y Numismática*. Zaragoza: Guara, <sup>4</sup>1980, pág. 120.

za de exposiciones ya celebradas (Zaragoza, 1908; Valencia y Santiago, 1909; Palma de Mallorca y Valencia, 1910), buscan una pretendida cohesión orgánica entre las artes decorativas y la conformación del Museo.

Un ligero análisis sobre la procedencia de los expositores recibidos —libres de fletes y exentos de arbitrios—<sup>18</sup>, nos habla de la preeminencia de los productos nacionales de la región catalana (25) —alimentación, tejidos y papel— (Lám. 3), sobre los de la andaluza (10) —vinos y licores—,



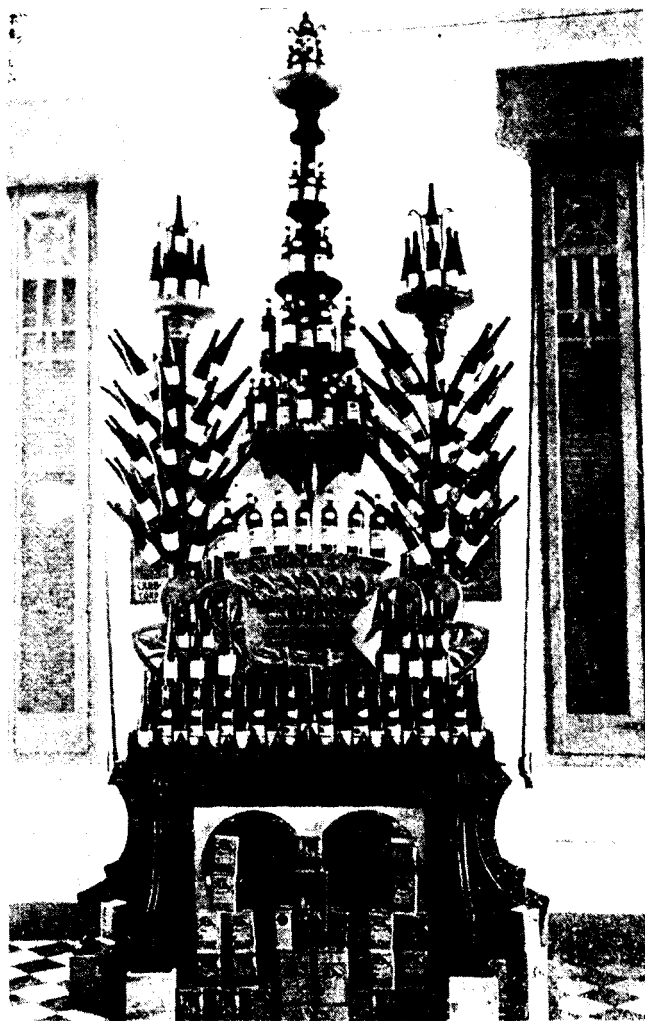
Lám. 3. Museo Comercial de Melilla (1915). Expositor: Viñas y C.<sup>a</sup>. (Barcelona). Foto: Sr. Peso.

<sup>18</sup> CC., L.A., T-2, Sesión 23 junio y 15 septiembre 1914, págs. 375-376 y 390.



levantina (6) —producción variada—, Melilla (3) —minerales—, Madrid (2), y Otros (5), en el momento de la inauguración del Museo.

Destacar, entre otras de igual importancia, las siguientes firmas: Carbonell y Cpñía. (Córdoba) (Lám. 4), González Byass y Cpñía. (Jerez de la Frontera), El Aguila (Madrid), Viuda de Wenceslao Guarro y Luis Guarro (Barcelona), Anís del mono (Badalona), Bodegas Franco-Españolas (Logroño), y Rocería Valenciana (Valencia). En el caso melillense rese-



Lám. 4. Museo Comercial de Melilla (1915). Expositor: casa Carbonell y C.<sup>a</sup>. (Córdoba).  
Foto: Sr. Peso.

ñar, junto las Compañías Mineras —Minas del Rif y Norte Africano—, la fábrica floreciente de mosaicos de D. Juan Montes <sup>19</sup>.

El éxito previsible alcanzado por la muestra, a partir de su inauguración <sup>20</sup>, hace a los camerales plantearse de nuevo la idea de su ampliación, por medio de la erección de otro edificio, de planta baja, en el solar colindante. Con tal propuesta, se pretendía recuperar y aumentar la parte del espacio destinado a Museo, en un principio, y que se había dedicado, finalmente, a las ya citadas Clases Comerciales (Lám. 5).



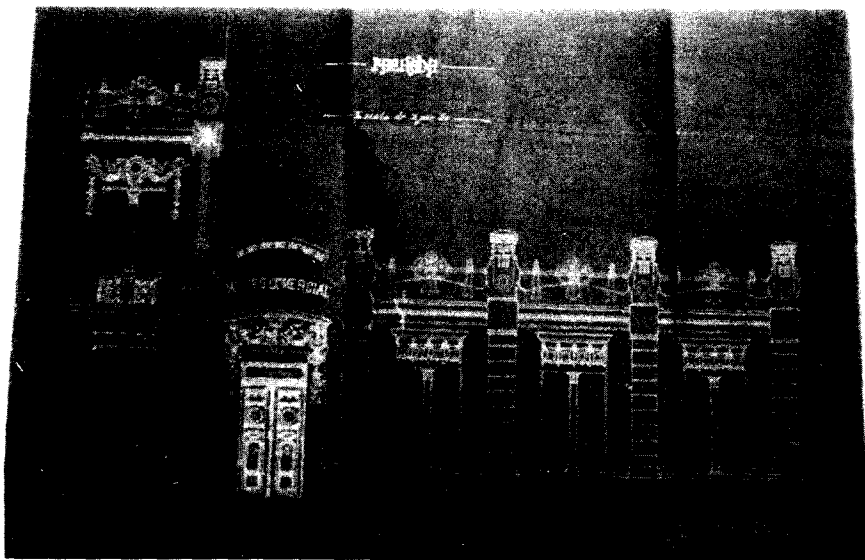
Lám. 5.: Museo Comercial de Melilla (1915). Sala de exposición. Planta baja.  
Foto: Sr. Peso.

Por ello, y aunque se desestime —por el Ministerio de Guerra— la petición corporativa de la cesión del solar n.º 190 del B.º Reina Victoria <sup>21</sup>, dicho organismo seguirá laborando por conseguirlo, a través de subvenciones, e incluso solicitarán del Sr. Nieto la confección de los planos del nuevo inmueble. Fruto de ello será el proyecto de ampliación de Museo Comercial (Lám. 6) y, a su vez, de las Clases Comerciales

<sup>19</sup> CC., Bol., n.º Extr., Melilla, 31 julio 1915, págs. 25-26.

<sup>20</sup> *El Museo Comercial estará abierto todos los días laborables de 10 a 12 de la mañana y de 5 a 7 de la tarde* (CC., Bol., n.º 120, Melilla, 1 agosto 1915, pág. 1).

<sup>21</sup> CC., Bol., n.º 119, Melilla, 1 junio 1915, pág. 2.



Lám. 6. Proyecto de ampliación de Museo Comercial. Arq.: Sr. Nieto (febrero, 1916). Alzado.

que, firmado con fecha de febrero de 1916, no llegará nunca a ejecutarse <sup>22</sup>.

A partir de esta fecha, y ante las distintas negativas recibidas, irá decayendo, paulatinamente, el empuje inicial de una Corporación que, aunque mantiene abierta la exposición permanente, verá como sus muestrarios ni aumentan ni se renuevan con los últimos productos de las casas ya establecidas. Esta lenta agonía culminará con la expropiación del edificio durante la guerra civil (1939), circunstancia que motivará el traslado de la Cámara a otro inmueble —calle Prim, n.º 9—, que no reunirá las mínimas condiciones exigidas para su reinstalación, y obligará, por tanto, al almacenamiento de todos los expositores junto con la Biblioteca —2.500 volúmenes— y el material de las Clases Comerciales <sup>23</sup>.

Este desesperanzador final no es óbice para que valoremos, en su justa medida y a modo de conclusiones, la enorme labor desarrollada por la Cámara Oficial de Comercio melillense, en la búsqueda y conquista de nuevos mercados mediante el asentamiento de los productos nacionales.

<sup>22</sup> CC., Bol., n.º 129, Melilla, 1 mayo 1916, págs. 8-9.

<sup>23</sup> CC. LA., T-6, Sesión 24 febrero 1939, pág. 275v.

Es, en dicha pretensión, donde adquiere todo su valor semántico el término «Imperio modernizado», visto desde una perspectiva histórica neoimperialista que, como medio de penetración pacífica de España en Marruecos, se basa en la colonización económica.

No desdice en absoluto, más bien acrecienta el ingenio, el medio de financiar la obra, la cesión del solar, la participación altruista del arquitecto por excelencia de la ciudad, pero, sobre todo, que el primitivo edículo se convierta en palacio, coronándose, de modo figurado, en concordancia con una ideología contagiada de reminiscencias imperiales.

Para finalizar y con el mismo carácter simbólico, no sabemos si intencionado o no, fue la feliz elección del inmueble por «V Centenario de Melilla, S. A.» (1997), para instalar su sede en uno de los bajos —el que nunca se utilizó como Museo— durante el período en que duró el evento, así como la selección, por los organizadores del «Congreso Nacional de Arquitectura Modernista» —celebrado en Melilla del 23 al 26 de abril del mismo año—, del proyecto de ampliación del Museo como cartel anunciador del encuentro. En dicho asiento y reproducción planimétrica quedarán fusionadas, de nuevo y después de muchos años, la proyección económica y la arquitectura, a través del Museo Comercial de Melilla.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO FERNÁNDEZ, Luis. *Museología. Introducción a la teoría y práctica del Museo*. Madrid: Istmo, 1993.
- CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE MELILLA. *Ley de Bases de 29 de junio de 1911. Decreto-Ley de 29 de julio de 1929: Reglamento General de las Cámaras. Reglamento para el Régimen Interior de la Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de Melilla*. Melilla: Cámara Oficial de Comercio, 1930.
- CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE MELILLA. *Reglamento para el Régimen Interior de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Melilla. Aprobado en sesión del 22 de Diciembre de 1920*. Melilla: Cámara Oficial de Comercio, 1921.
- FUENTES IRUROZQUI, Manuel. *Las Cámaras de Comercio*. Madrid: Consejo Superior de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de España, 1963.
- GALLEGO ARANDA, Salvador. *Enrique Nieto en Melilla: la ciudad proyectada*. Granada: Universidad y Centro Asociado de la UNED de Melilla, 1996.
- MARTINEZ VERÓN, Jesús. *Arquitectura de la Exposición Hispano-Francesa de 1908*. Zaragoza: Diputación Provincial, Institución Fernando el Católico, 1984.