

Fervor expositivo. La empresa Fusoni y el origen de las exposiciones artísticas en Buenos Aires durante la segunda mitad del siglo XIX

Expository fervor. The Fusoni firm and the origin of artistic exhibitions in Buenos Aires during the second half of the 19th century

Lucas Andrés Masán¹

Resumen: En este artículo exploramos la trayectoria de la casa Fusoni en Buenos Aires durante la segunda mitad del siglo XIX, atendiendo a su perfil sociocultural y conectivo. Trazando los contornos de este almacén indagamos su dimensión expositiva y su diversidad de acciones, resaltando su carácter pionero como una de las primeras galerías artísticas del país. Las conclusiones a las que arribamos rescatan la heterogeneidad de la compañía, ubicándola como un importante terreno mixto que ofreció ricas experiencias sensoriales a la comunidad, siendo uno de los sitios principales para el intercambio icónico, dinamizando con ello la cultura visual porteña.

Palabras clave: Comercio; Exposición; Exposición cultural.

Abstract: In this article we explore the trajectory of Fusoni's house in Buenos Aires during the second half of 19th century, focusing on its sociocultural and connective profile. Tracing the contours of this warehouse, we investigate its exhibition dimension and its diversity of actions, highlighting its pioneering character as one of the first art galleries the country. The conclusions we reached rescue the heterogeneity of the company, ranking it as an important mixed place that offered rich sensorial experiences to the community, being one of the main sites for iconic exchange, thus invigorating the visual culture of Buenos Aires.

Keywords: Commerce; Exhibition; Cultural exhibitions.

Recibido: 4 de octubre de 2021

Aprobado: 9 de agosto de 2022

¹ Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Centro Interdisciplinario de Estudios Políticos, Sociales y Jurídicos. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. ORCID 0000-0002-9783-7792. andresmasan@gmail.com

Introducción

Adentrarnos en los orígenes de las exposiciones artísticas en Buenos Aires durante la segunda mitad del siglo XIX nos conecta con la trayectoria de la casa Fusoni, por tratarse de un proyecto empresarial que permite observar las coordenadas que adquirió la cultura visual porteña entre las décadas de 1850 y 1870. Asumiendo distintos formatos y desarrollando numerosas actividades durante aquellos años, Fusoni representó un sitio de convergencia social en torno al arte y la observación, óptica desde la cual indagaremos en esta firma que no ha sido estudiada en profundidad. Pese a esta ausencia, cabe apuntar la existencia de trabajos que han explorado el rol de salones y sitios de esparcimiento en la conformación de una nueva sociabilidad urbana durante la segunda mitad del siglo XIX en Buenos Aires, más especialmente durante su etapa como estado independiente entre 1852 y 1862 (Bruno, 2019; Gayol, 2000; González Bernaldo, 1999; Telesca y Amigo, 1997). Dado que no se han detenido especialmente en este almacén y si en las redes que conformaron la explosión asociativa de entonces, proponemos trazar aquí un perfil general de la empresa, entendida no solo como un comercio de importaciones sino también como un *locus* social tendiente al intercambio y circulación de imágenes. Esto nos conduce a remarcar la dimensión expositiva del comercio, examinando su desarrollo como parte de una comunidad que modificaba sustancialmente su cultura visual. En este contexto, los cambios provocados en una sensibilidad visual que reclamaba para sí una mirada ampliada y estimulaba el goce contemplativo (Masán, 2019), fueron alentados por este lugar de exposición, el más importante de entonces en Buenos Aires. En particular, analizaremos de qué manera Fusoni se inscribió en una trama colectiva de elaboración del ideario modernizador (Giunta, 2006; Masán, 2020; Sabato, 2009), conectado con un clima de reconfiguración de la cultura visual urbana de los “curiosos porteños” (Amigo, 1999; Masán, 2020; Telesca y Amigo, 1997). Proponemos como hipótesis que en una atmósfera de renovación y estimulaciones diversas, *lo de Fusoni* ofició como un espacio de promoción y tramitación de nuevas exigencias de carácter sensitivo. De allí que contemplemos al negocio en un sentido amplio, es decir, como una metáfora social de la modernidad citadina. Esto a partir de dos características encarnadas por la empresa: su eclecticismo y su exhibicionismo.

La casa Fusoni: una firma ecléctica

Hacia mediados del siglo XIX se estableció en Buenos Aires un emprendimiento que ejerció un rol importante en la cultura porteña entre las décadas de 1850 y 1870. Nos referimos a Fusoni & Maveroff, firma creada por los hermanos homónimos junto a Aquiles Maveroff. Aunque existen dudas respecto de sus orígenes, es posible afirmar que para 1855 el almacén se hallaba como uno de los tantos proyectos empresariales vinculados a la importación en la ciudad (*Almanaque de Buenos Aires*, 1855, p. 93) y que para finales de la década de 1860 contaba con un gran número de personas dentro de su planta estable (Ballesteros, 1869, p. 31).¹ En

¹ No hallamos consenso historiográfico sobre los albores del emprendimiento, ya que mientras algunos autores han ubicado el año de fundación en 1855 (Cutolo, 1963; Gesualdo, 1968; Petriella y Sosa Miatello, 1976, p. 821), otros señalan que se trató de un negocio que funcionaba desde 1837 (Devoto, 2008, p. 59; Sergi, 1940, p. 155). Creemos que existen dos momentos empresariales: uno en 1837 que correspondería a la firma Fusoni, y otro a mediados de la década de 1850 que comprendería la asociación con Aquiles Maveroff. La triangulación entre las planillas censales de 1855 y 1869 confirman esta hipótesis, rubricando que los Fusoni llegaron al país en 1837 ya que mientras Antonio Fusoni figura como originario de Italia nacido en 1836, su hermana Francisca

lo que a nuestros objetivos concierne, la segunda mitad de la década de 1850 representó el despegue de la firma en materia expositiva, aspecto que se consolidaría en el decenio siguiente: no solo en relación con la calidad de sus muestras, sino también en cuanto a cantidad, constituyéndose como una cita obligada para “las personas de buen gusto y amantes de las artes” (*La Patria*, 1868, septiembre 3).

Debe considerarse que en sus comienzos Fusoni contó con una favorable novedad introducida en la ciudad que permitiría modificar su margen de acción empresarial. Aludimos a la iluminación a gas introducida en 1856, publicitada entonces por su eficiencia, ya que “1.000 pies cúbicos de gas, darán tanta luz como las que producen 3 arrobas de aceite ó 50 libras de velas de cebo o 40 libras de velas de estearina” (*El Nacional*, 1856).² Esta iniciativa comandada por la Compañía del Gas, permitiría no solo abaratar los costos en iluminación y proveer otra comodidad en la obtención de la misma, sino también modificar radicalmente la calidad de la irradiación, haciendo posible veladas más nítidas en la nocturnidad.³ Aspecto que, algún tiempo después, resultará nodal en la exposición de obras.

Pese a su denominación legal, la empresa fue conocida en la época como *lo de Fusoni*, posiblemente debido al peso ejercido por el hermano mayor del clan, Fernando Stanislawo Maximiliano, quien comandó el negocio durante aquellos primeros años.⁴ Nacido en la ciudad lombarda de Como en 1821, arribó a Buenos Aires a mediados del siglo XIX (Gesualdo, 1968) y erigió este almacén naval, con artículos de ferretería, pinturería y algunos otros ramos menores (Cutolo, 1963, p. 176). Sobre el socio principal, el también proveniente de Italia Aquiles Maveroff, había nacido en 1830 también en Como y llegó al país en 1851 (Maeso,

nacida en 1837 ya está asentada en Buenos Aires. Este detalle rubrica la hipótesis planteada por Segri respecto de la fundación del almacén aquel año. En otro sentido, la planilla del relevamiento municipal efectuado en 1855 nos permite ver que Aquiles Maveroff había llegado al país en 1851 y que por entonces se desempeñaba como “mozo principal” del establecimiento. Cfr. Maeso, 1855, p. 181 y Ballesteros, 1869, p. 31.

² La Compañía del Gas se erigió como un gran adelanto en la época, ofreciendo una relación favorable de costes comparativos respecto del sistema tradicional de velas de estearina. Para finales del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX se suplantaría el sistema de gas por el de iluminación eléctrica, considerada más limpia, segura e higiénica que su predecesora. Cfr. *El Nacional* (1856, enero 1) y *Anales de la Sociedad Científica Argentina* (1893, p. 43).

³ Fundada en 1854, la compañía contó con Jayme Lavallol (presidente), José Meirelles (secretario) y una comisión directiva compuesta por Tomás Gowland, Mariano Casares, Marcos Muños, José Soler, Federico Jaunett, Braulio Vidal, Jorge Nuttal y Antonio Demarchi (*Almanaque comercial*, 1855, p. 115). El ingeniero de la compañía fue el inglés Guillermo Brage, personaje involucrado también en la distribución de agua clarificada –junto a Charles Pellegrini en 1856– y en obras férreas, asesorando a la comisión del Ferrocarril Oeste (*Diario de sesiones de la cámara de senadores*, 1889, p. 294; Registro Oficial de la República Argentina, 1882, p. 482). En las celebraciones del 25 de mayo de 1856 la Municipalidad fue iluminada por gas, espectáculo remarcado en la prensa local como un adelanto, puesto que “el gas iluminaba a *giorno* el frente de la Municipalidad, mientras que el de la Recoba vieja parecía un fantasma pardusco, la luz de reverberos y faroles de luz rojiza y débil” (*El Nacional*, 1856, mayo 26). La usina del gas fue retratada por el fotógrafo francés y agrimensor Esteban Gonnet en el primer álbum de este tipo sobre Buenos Aires, destacando los principales adelantos de la ciudad moderna (Gonnet, 1864).

⁴ Si bien Fernando Fusoni comandaba la empresa, la misma se componía de otras personas, como nos permite apreciar la cédula del Primer Censo Nacional. En septiembre de 1869 se hallaban en el almacén Fusoni sus hermanos Bernardo, Antonio, Ángel, Rosa y Francisca, junto a los pequeños Pedro, Rosa y Elisa. También estaban allí los Maveroff (Aquiles y sus hermanos Carlos y Ángela, junto a los niños Beatriz, Aquile y Hugo). El local contaba además con la presencia de los comerciantes italianos Ruggero y Carlos Bossi, Fortunato Ferrari, Juan Corti, José Ortelli, José Dell’Oca, Luis Guansiolli, Ludovico Schivia, Carlos Rivolta, José Baldasare, Emilio Antoni, Francisco Andreotti, Juan Bolchini, Vicente Vialotto, Enrique Bianolli y Bautista Regazoni. El resto de los empleados eran los carpinteros Evaristo Leido y José Leona, el vidriero Marcelino Molinado, los cocineros Eladio Milan y Pascual Tanobbi y las mucamas María San Pedro y Segunda Fernández (Ballesteros, 1869, p. 31).

1855, p. 181). Considerado un miembro destacado de la elite peninsular, Maveroff se desempeñó muy activamente a partir de la segunda mitad de la década de 1860, fundando el periódico *La nazione italiana* en 1868 (Baily, 1982, pp. 508-509),⁵ ocupando cargos en la comisión directiva de la mutual Unione e Benevolenza entre 1868 y 1871 –institución fundada en 1858 y de la que sería también su presidente– (Sacchi, 2006, p. 646) y presidiendo el Hospital Italiano en 1872 (Pontoriero, 2012, p. 20). En agosto de 1869 participó, junto a otras 14 personalidades de renombre, de la Comisión para inmigrantes (*Registro Nacional de la República Argentina*, 1877, p. 481). Maveroff fue además uno de los fundadores del Banco de Italia y Río de la Plata, incorporándose como socio promotor el 19 de marzo de 1872, figurando en el consejo de administración y ejerciendo la vicepresidencia el mismo desde 1872 hasta 1875 (Cutolo, 1963, p. 483). La participación de Aquiles Maveroff en el paquete accionario del Banco de Italia será superior a la de Fusoni, siendo esta más bien “simbólica” (Devoto, 2008, p. 207). Fusoni participó no solo de la entidad crediticia sino también en la fundación del Círculo Italiano en 1873 (Scardin, 1899, p. 131), espacio que nuclearía a centenares de los más exclusivos comerciantes de la colectividad (Baily, 1982, p. 510).

Tanto Fusoni como Maveroff fueron actores destacados de la comunidad italiana asentada en Buenos Aires, representando su empresa otro espacio por donde desarrollar la sociabilidad. Eran tiempos en que la ciudad crecía a pasos notables (duplicando su población de unos 90.000 habitantes en 1855 a 180.000 en 1869) y los sitios de exposición e intercambio acompañaban estas modificaciones socio-demográficas, estimulando la curiosidad de una sociedad en expansión y apertura hacia el mundo. Fusoni expresaba estas dimensiones.

Ubicado en sus orígenes en las calles Perú 62 1/2 y Parque 273 (*Almanaque comercial*, 1855, p. 93), para fines de la década de 1850 se trasladó a la dirección Merced 69 (Imagen 1). Por entonces el almacén contaba con una buena afluencia de público y diversidad de intereses, brindando productos vinculados a las artes y oficios tales como pinturas, esculturas, metales, espejos, papeles pintados y joyería, entre otros. La ecléctica oferta y los dividendos de la actividad comercial posibilitaron que, hacia finales de la década de 1850, el local se transformase en el mayor importador de objetos vítreos de la ciudad (Schávelzon et al., 2015).

⁵ *La nazione italiana* circulaba tanto en la ciudad como en el interior. Para 1869 se podía adquirir suscripciones o ejemplares sueltos en distintos sitios de Buenos Aires, entre ellos casas fotográficas, confiterías, librerías, mercerías y, desde luego, también en la mutual Unione e Benvolenza.

Imagen 1: Sello de la casa Fusoni Hermanos, Buenos Aires, 1858



Fuente: Fusoni Hermanos, Sello del almacén, Buenos Aires, 1858. Dirección General de Patrimonio, Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Para apreciar la importancia de Fusoni Hermanos conviene señalar un evento ocurrido en noviembre de 1867, cuando la publicación ilustrada *El mosquito* anunciaba a su público un cambio de dirección, expresando que “La imprenta y la oficina de *El mosquito* se ha trasladado a calle de Cangallo 89, frente a la casa de Fusoni” (*El mosquito*, 1867 noviembre 24). Tal aclaración respecto a la proximidad con el almacén revela la jerarquía de éste, inscripto como referencia geográfica para aquellos habitantes. Para 1869 se estableció en calle Cangallo 114 (*El río de la plata*, 1869 agosto 12),⁶ anexando un sitio más amplio en Cangallo 124 (Imagen 2) y manteniendo la sucursal de Parque 285 (*Impuesto de Patentes*, 1870, pp. 5 y 80).

⁶ En su *Historia de la República Argentina*, Vicente Fidel López señala que esta casa de Fusoni perteneció al general José de San Martín (1888, p. 225).

Imagen 2: Almacén de Fusoni y Maveroff, Buenos Aires, ca. 1870



Fuente: La calle Cangallo tomada desde la esquina San Martín, en dirección oeste. Fotografías sobre papel. Autor desconocido, ca. 1870. Colección particular, citado en D’Onofrio, 1944, p. 33.

Teniendo en cuenta esta breve descripción, es posible caracterizar al almacén Fusoni como una empresa que, por su dinamismo, nos ofrece claves sobre el desarrollo cultural porteño, concretamente respecto de su visualidad. Pues si observamos más de cerca la trayectoria de la firma, detectamos dos características que la inscriben como una metáfora mercantil que expresó ciertos trastocamientos de aquella sociedad. Nos referimos a lo que fueron tal vez sus rasgos esenciales: su faz exhibicionista y su eclecticismo. Ello debido a que con el correr de los años y el éxito generado en sus galerías, la casa fue adquiriendo un talante más heterogéneo, extendiendo su campo de acción hacia diversos rubros. En tiempos donde no existían salones de exposiciones artísticas *per se*, *lo de Fusoni* se colocó en la percepción colectiva como un lugar de referencia para quienes gustaban contemplar obras de arte.

Antesala de los Salones Nacionales

En su clásico trabajo sobre el artista Prilidiano Pueyrredón (1823-1870), Arminda D’Onofrio señaló que la casa de Fusoni se había transformado “por la índole de sus actividades y la inquietud aglutinante de sus dueños, en la sede semioficial de los artistas porteños”, catalogándolo como un “modesto e incipiente anticipo de los actuales salones de exposición con que cuenta hoy Buenos Aires” (D’Onofrio, 1944, p. 84). La expresión de la autora no resulta desmedida, ya que diversos autores, en efecto, han considerado a Fusoni como la antesala de

los Salones Nacionales (Amigo, 1999; Cutolo, 1963; Gesualdo, 1968; Malosetti Costa, 2010; entre otros). Esto debido a que por sus amplias salas se presentó buena parte del repertorio artístico de la segunda mitad del siglo XIX con producciones visuales y objetos “con gran repercusión entre el público y la prensa” (Malosetti Costa, 2010) en tiempos previos a la institucionalización del arte nacional. El almacén cumplió de hecho un rol muy destacado en la circulación de imágenes, comercializando fotografías por suscripción de Panunzi y Gonnet o exponiendo obras pictóricas de Pueyrredón, Pallière, Manzoni, Aguyari o Sheridan, por mencionar algunos de los nombres más representativos del momento. Análogamente, Fusoni encarnó un lugar de intercambio entre los artistas, donde además de comprar sus elementos de trabajo, contactar con novedades y asistir a las muestras, podían compartir experiencias, impresiones y conceptos, permutando así sus sensibilidades y nutriéndose unos de otros. Para mediados de la década de 1860 la denominación sobre la empresa ya estaba clara, tal como lo expresaba el periódico *El Nacional* al remarcar que: “Puede decirse sin temor de ser desmentidos, que el almacén de los Sres. Fusoni es una verdadera galería de pinturas. No hay semana que no tenga en exposición preciosos cuadros dignos de figurar en la más distinguida galería” (1864). Conviene preguntarse cuál fue el derrotero de la firma para colocarse en tal posición, en virtud de lo cual es necesario remontarse a algunos años atrás.

En 1857 el gobierno municipal planeaba realizar una exposición de obras de arte, para lo que designó una comisión especial con destacados artistas que sería la encargada de efectuar la selección de los trabajos.⁷ Aunque esta iniciativa no pudo concretarse debido a las inestabilidades políticas que confluían en la batalla de Cepeda (1859), resulta valioso poner en consideración la jerarquía cobrada por el fenómeno expositivo para la comunidad en general. Esto porque en efecto, aunque el proyecto quedó trunco debido a la imposibilidad del Estado de llevarlo adelante, algunos sectores de la sociedad civil insistían en la importancia de este tipo de acciones, razón por la cual los hermanos Fusoni brindarían su espacio como *locus* para la muestra. El ofrecimiento resultaría valorado por la prensa, señalando que: “los señores Fusoni han querido tomar sobre sus hombros la tarea de realizar la exposición de bellas artes, mientras el gobierno no puede realizarla. Agranda sus almacenes, hace salones ad-hoc, reúne bellos cuadros y esculturas” (*La Tribuna*, 1859 septiembre 7). Es preciso subrayar también que primó cierta democratización del fenómeno, pues no se expusieron solo los artistas de renombre -como el propio Pueyrredón, Sheridan, Manzoni o Pallière, sino que también hubo lugar para los jóvenes emergentes ya que: “No hay especulación ni parcialidad en la exposición de los hermanos Fusoni. Las obras artísticas se encuentran tras de los cristales, sin preferencia ni parsimonia. Las composiciones de Manzoni, de Noel, de Sheridan se tutean con las obras y los ensayos de otros menos conocidos o recién nacidos, sin que uno quite el mérito al otro” (*La Tribuna*, 1859 septiembre 7). Al cabo de muy pocos años, la casa Fusoni estaría netamente colocada dentro de la vidriera artística de la ciudad como un sitio de visita obligada.

Por aquel entonces circuló también la viñeta empresarial realizada por Rudolf Kratzenstein, en donde es posible advertir una alusión directa a este objetivo, jerarquizando explícitamente la situación expositiva (Imagen 3).

⁷ La comisión estaba compuesta por José María Gutiérrez, Antonio Somellera, Joseph Dubourdier, Juan Bedat y el presidente, Prilidiano Pueyrredón (*Registro Oficial del Gobierno de Buenos Aires*, 1857, p. 51).

Imagen 3: Detalle del *Sello de la casa Fusoni Hermanos, Buenos Aires (1858)*

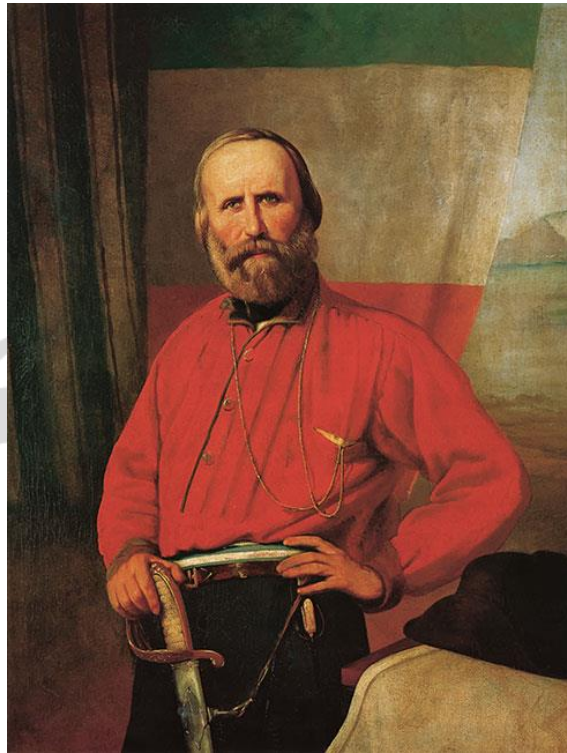


Fuente: Sello de la casa Fusoni Hermanos, elaborado sobre imagen 1.

La imagen muestra dos individuos ubicados en el interior del recinto que parecen dialogar o intercambiar conceptos frente a un cuadro en el extremo izquierdo de la sala, mientras dos mostradores franquean la puerta principal, lo cual nos sugiere que el local se hallaba dividido en dos grandes núcleos: el de contemplación por un lado y el comercial por el otro, ambos compuestos por una nutrida variedad de objetos. Por otra parte, lo que este sello nos muestra es que no se trataba de un local cerrado al público sino uno que invitaba a recorrerlo, ofreciendo distintas experiencias sensoriales al transeúnte. Esto nos lleva a considerar que Fusoni operaba como un multiplicador de prácticas escópicas, exponiendo tanto en sus salas como en sus amplias vidrieras objetos artísticos al público en general. Este aspecto quedaría rubricado en numerosas ocasiones, siempre que Fusoni organizaba alguna muestra de productos artísticos o, como veremos luego, otra clase de objetos.

Fusoni encarnaba un sitio que impulsaba a los artistas emergentes, tal como lo confirmaba en 1859 cuando un joven llamado Fermín Rezábal Bustillo presentaba sus trabajos en este establecimiento. Se trataba de dos obras, uno de ellos “copia del cuadro de Murillo y sacado de otro muy exacto que trajo el señor Pereyra de Europa” (*La Tribuna*, 1860 noviembre 9). La crónica del periódico fundado por los hermanos Varela se refería a Leonardo Pereyra, quien un año antes había “traído consigo de Europa una rica colección de pinturas, originales algunas de los principales artistas europeos, copias otros de los primeros artistas” (*La Tribuna*, 1858). Merece la pena destacar una vinculación indirecta que conduce a otro actor muy relevante de entonces: Pereyra era un personaje influyente y amigo del citado Pueyrredón, quien a su vez era el maestro de pintura del joven Rezábal que exponía en las salas de Fusoni. Recordemos que Pueyrredón había sido el presidente de la comisión de la trunca exposición que, por motivos políticos, debió ser suspendida y se llevó a cabo en la casa Fusoni como emprendimiento privado. Asimismo, al año próximo de aquel evento cultural, Pueyrredón colgará precisamente en el salón de Fusoni el retrato de Garibaldi (Imagen 4), antes de donarlo a la mencionada mutual italiana Unione e Benevolenza. *La Tribuna* también se hizo eco de este evento, señalando que “El retrato del libertador italiano es uno de los más perfectos que hemos visto. El almacén de los señores Fusoni está lleno de visitantes por estos días” (*La Tribuna*, 1860 diciembre 5).

Imagen 4: Retrato del General José Garibaldi (1860)



Fuente: Prilidiano Pueyrredón, Retrato del General José Garibaldi (1860), óleo s/ tela, 117 x 90 cm. Colección privada. Unione e Benevolenza, Buenos Aires, Argentina.

Estas huellas nos permiten divisar el peso específico de un local “lleno de visitantes” que ofrecía las obras artísticas “tras de los cristales, sin preferencia ni parsimonia” y que impulsaba no solo a artistas consagrados sino también a los jóvenes talentos. Al mismo tiempo, su intervención en la organización de la exposición de 1859 constituye un ejemplo que expresa formas voluntarias de sociabilidad que se multiplicaban por fuera del Estado (Sabato, 1998, pp. 19 y 20) al calor de un proceso de complejización social y política en que Fusoni oficiaba como articulador. Esto porque no solo se presentaban obras de artistas consagrados y emergentes, sino que también se impulsaba la circulación de iconografía regional, como atestigua la exposición de lienzos como los del peruano Luis Montero y el uruguayo Juan Manuel Blanes a finales de las décadas de 1860 y 1870 respectivamente, trabajos que causaron un fuerte impacto en el público local por sus dimensiones, técnica y tratamiento pictórico. Ambos casos nos ofrecen indicios para ver con mayor nitidez la ascendencia de esta sala en el ámbito de una ciudad en plena expansión demográfica, sensitiva y de sociabilidades.

Sobre *Los funerales de Atahualpa* (Imagen 5) se subrayó en *La Revista de Buenos Aires* que se trataba de un “hermosísimo cuadro”, catalogado como “la verdad transmitida al lienzo, pero la verdad que sorprende y que admira” (*La Revista de Buenos Aires*, 1867, pp. 291-292).

Imagen 5: Los funerales de Atahualpa (1867)



Fuente: Luis Montero, *Los funerales de Atahualpa* (1867), óleo sobre lienzo, 420 x 600 cm. Museo de Arte de Lima, Perú

Aunque no estuvo exento de rispideces,⁸ la tela suscitó opiniones favorables, estimulando incluso a Vicente Fidel López a enviar una carta a la citada publicación elogiando la obra y señalando que

El lienzo del señor Montero tiene las proporciones que se requieren en la pintura natural: contiene diez y siete figuras principales, y treinta y seis entre todas las que toman parte en la acción. De ellas, el cadáver de Atahualpa se puede considerar como un esfuerzo soberano del arte del pintor: cosa singular! el muerto es el que allí más vive. (*La Revista de Buenos Aires*, 1867, p. 144)

Las palabras de López serían reproducidas en los números 47 y 48 del semanario *El inválido argentino* en noviembre de 1867, precisamente en el momento en que el cuadro luego de haber sido exhibido en el Teatro Solís de Montevideo, se trasladaba para su colocación en las salas de Fusoni. Como ha señalado Roberto Amigo, aquella muestra representó un verdadero acontecimiento político y social para los porteños, puesto que el artista “debió enfrentar el problema de conseguir un local adecuado para la exhibición porteña. Su primera opción fue el Club del Plata, pero la comisión de socios rechazó la solicitud, cuestión que suscitó airadas críticas” (Amigo, 2011, p. 143) mientras que finalmente se inclinó por los salones de Fusoni Hermanos, siendo expuesto el 24 de noviembre de 1867. Precisamente antes de su presentación, Vicente Quesada subrayaba que el artista “viene a Buenos-Aires,

⁸ Roberto Amigo ha señalado que el cuadro de Montero expresó una metáfora de la época en el escenario rioplatense, ya que tanto la guerra del Paraguay como la epidemia y la política formaron parte del marco cultural desde el cual se interpretó *Los funerales* en el espacio público ampliado durante 1867 (Amigo, 2001; 2011, p. 133).

trae su cuadro y lo exhibe en el gran salón que la benevolencia y la generosidad de los señores Fusoni y Maveroff ponen a su disposición” (*La Revista de Buenos Aires*, 1867, p. 291). Posiblemente esta predisposición de la casa Fusoni motivó a Montero a mostrar su agradecimiento con la empresa rifando un cuadro de su autoría titulado “La siesta” (Rosas Berrío, 2016, p. 15).

Vale retomar dos elementos que Roberto Amigo ha señalado sobre esta obra y que revisten gran interés para nuestros fines. Por un lado, las cuestiones relativas a las dimensiones físicas del lugar en el que debía colgarse el lienzo, ya que se trataba de “una pintura de gran tamaño”. En este sentido, podemos inferir que el local de Fusoni resultó espacialmente apropiado, al punto de que “el cuadro comenzó a exhibirse ‘de día y de noche’ en el almacén naval Fusoni Hermanos y Maveroff”, permaneciendo hasta el último fin de semana de febrero de 1868 (Amigo, 2001, p. 25). Este detalle adquiere relevancia pues sugiere un segundo elemento relevante que se vincula con la importancia del servicio de iluminación a gas antes referido, aspecto que reaparecerá unos años después en la muestra de *El juramento de los treinta y tres orientales* del uruguayo Juan Manuel Blanes (Imagen 6), organizada en septiembre de 1878 en la célebre tienda.

Imagen 6: El juramento de los treinta y tres orientales (1878)



Fuente: Juan Manuel Blanes, *El juramento de los treinta y tres orientales* (1878), óleo s/ lienzo, 311 x 564 cm. Museo de Bellas Artes Juan Manuel Blanes, Montevideo, Uruguay.

Aunque por entonces se destacó que los cuadros de Blanes habían “llegado a no ser más que un pretexto y atraer más gente de noche que de día” (*El mosquito*, 1878 septiembre 1), lo cierto es que ambos ejemplos nos muestran que los cuadros eran apreciados también en la nocturnidad. Este aspecto sugiere que en las salas de Fusoni la experiencia contemplativa se prolongaba por más tiempo, promoviendo el intercambio no solo a la luz del día sino también al atardecer e incluso por la noche. Ahora bien ¿a qué se refería el cronista al catalogar a estas obras como “pretexto”?

La naturaleza de aquella muestra contiene huellas que nos permiten entender la apreciación y entrever la modificación a la que estaba asistiendo la empresa, pues en *El mosquito* se señalaba que:

La exhibición permanente de los cuadros de Blanes ha dado lugar a una nueva clase de diversión. El salón de Fusoni es ahora como un terreno mixto en donde se encuentra la sociedad y que no tiene el inconveniente de obligar a cada uno a una actitud determinada: es un terreno libre en el cual cada uno anda a sus anchas sin otro deber social que el de observar las leyes de la civilidad pueril [...]. (*El mosquito*, 1878, septiembre 1)

Fusoni constituía un sitio aglutinante, un lugar donde “(...) se forman grupos, sea de caballeros o de señoras solas, sea de ambos sexos; allí se saluda a los conocidos, se conversa con los amigos” (*El mosquito*, 1878 septiembre 1). Debe considerarse que el caudal de personas que visitaban la muestra no estaba únicamente motivado por los cuadros de Blanes sino que se habían incorporado otros aditamentos. Esto porque la firma añadió, sumados a las muestras de cuadros, otros espectáculos que permitieran a los concurrentes permanecer más tiempo en el recinto. Lo cual explicaría por qué a las salas de Fusoni:

[...] asistía una numerosa concurrencia de gente que no venía precisamente atraída por la noble actitud que Blanes ha sabido dar a los principales tipos de sus Treinta y Tres [...] Los artistas de la sociedad del cuarteto, la violinista vienense Sra. Bielsmith, otros artistas de valor han abrillantado esas reuniones, pero lo que más que todo ha hecho que la concurrencia ha sido siempre compacta y que la entrada ha dado hasta el fin resultados satisfactorios, ha sido el concurso de las niñas aficionadas, que se han gentilmente prestado a dar más brillo a esas selectas reuniones. (*El mosquito*, 1878, septiembre 8)

Independientemente de las valoraciones y características de esta clase de eventos – aspectos que escapan al presente análisis–, nos interesa enfatizar la naturaleza de este viraje y cómo fue perfilándose a través de los años, pues la importancia de Fusoni en materia expositiva asumió distintos perfiles, no estando agotado a un único ramo o disciplina como la pintura. Esto nos vincula con otros ejemplos que, por su naturaleza heterogénea, nos permiten conectar con una segunda característica de la empresa como lo fue su variedad.

Un síntoma de esta pluralidad puede encontrarse hacia la segunda mitad de la década de 1860, cuando en consonancia con el *boom* experimentado por la fotografía en Buenos Aires (Alexander, 2009; Buchbinder et al., 2000; González, 2011; Príamo, 2015), se ofrecía la venta del álbum de Gonnet o fotos por suscripción de Panunzi en sus instalaciones. Para 1868 se promocionaban retratos fotográficos como los de Monzón, señalando:

EXTRAORDINARIA EXPOSICION DE RETRATOS! En el establecimiento de FUSONI hermanos y compañía, calle de Cangallo. Las personas de buen gusto y amantes de las artes, deben visitar este establecimiento, en dónde el fotógrafo MONZON ha espuesto (sic) seis retratos de tamaño natural algunos, sobre cuyo trabajo artístico y lo módico de sus precios, llama la atención del público de Buenos Aires. (*La Patria*, 1868, septiembre 3)

No se trataba solo de producciones fotográficas, sino que el eclecticismo iría impregnando las salas de Fusoni con mucha intensidad. Para 1871, mientras José Manuel Estrada destacaba desde la *Revista Argentina* las obras de José Aguyari expuestas en el “almacén de los señores Fusoni” (*Revista Argentina*, 1871, p. 379), era posible asistir a una muestra conjunta de otros productos. Algo similar a lo ocurrido en la muestra de objetos de barro realizados

por los hermanos Cubero junto a obras de Ignacio Manzoni, evento que *El plata ilustrado* refería de esta manera:

Merecen igualmente toda la atención y protección las hermosas figuras de barro que se hallan espuestas en lo de Fusoni, y que son producto de una industria nuestra, visto que son hechas aquí, y muy artísticamente por los señores Cubero hermanos. Proteger lo que es nuestro, es animar nuestra industria, y dar un paso para la emancipación. En el mismo salón hay dos naturalezas muertas del inspirado pincel de Manzoni, y un bellissimo retrato del inolvidable y benemérito ciudadano doctor Roque Pérez, obras que son acreedoras á la más alta atención. (1871, octubre 15, p. 12)

El abanico de muestras, en consonancia con las características del proyecto empresarial y de una sociedad cuyo consumo se complejizaba, poseía un caudal tan amplio como plétórico. Con esto queremos decir que por aquellas salas circularon todo tipo de incitaciones visuales compuestas tanto de obras pictóricas como de otros objetos visuales, incluyendo planos y detalles de proyectos arquitectónicos como el de la cárcel de Buenos Aires a cargo de Enrique Aberg y Carlos Kihlberg. Si bien se trató de un propósito que no se llevaría a cabo, sus autores “decidieron al menos darlo a conocer al público exhibiendo los planos y la memoria en la casa de Fusoni Hermanos y Maveroff del centro porteño, lo que era el sistema habitual en Buenos Aires para promocionar obras de arte y de arquitectura.” (Schávelzon y Ruiz Díaz, 2017). En otro sentido, y como muestra de la amplitud de intereses tanto de los empresarios como del público asistente, a finales de la década de 1860 se efectuó el primer montaje y exposición del esqueleto de un dinosaurio. Se trató del Megaterio exhibido en junio de 1869 (Perazzi, 2008, p. 196).

Muy posiblemente esta versatilidad es lo que le valió a Fusoni una relevancia que no se limitó al ámbito local y cuyas actividades hallaron repercusión también a nivel internacional, tal como lo expuso la publicación española *Correo de Ultramar* en 1872 al destacar que “hace tiempo se formaban grupos delante de las vidrieras de Fusoni y Maverouf (sic) (...) para admirar estos preciosos productos del arte”, remarcando que ahora “vemos reunirse nuevas gentes y amigos de lo bello en torno de los mismos objetos” (*El correo de ultramar*, 1872 febrero 5). Incluso décadas más tarde, el nombre de Fusoni reverberaba, siendo una nítida referencia en materia expositiva, como se expresaba en nota relativa a la creación del Museo de la Plata en los *Anales de la Sociedad Científica Argentina* de 1892, donde se recordaba que:

Hace algunos años tenía lugar un ensayo de exposición, si mal no recuerdo, en la calle de Cangallo, en el piso bajo de la casa de comercio de los señores Fusoni; notábase en ella una buena, aunque no muy numerosa colección de cráneos de indígenas de las antiguas y modernas razas que han vivido ó aún habitan la Argentina. Simétricamente alineados sobre gradas vestidas de tela roja, aquellos cráneos parecían mirar al visitante con sus órbitas vacías y quererle referir con sus desnudas mandíbulas la ignorada historia de sus pueblos, perdida en el secreto de los siglos. (p. 18)

Los eventos aquí citados se vinculan a una dimensión que iba complejizándose en la firma con el correr de los años y que, al tiempo que expresaba su versatilidad e innovadoras estrategias comerciales, nos ofrecen pistas para considerar a la empresa como un importante “terreno mixto” que condensó preocupaciones más hondas no solo de sus propietarios sino de gran parte de la comunidad. Esto nos conduce a lo que identificamos como un segundo componente de la firma: su eclecticismo.

Un importante terreno mixto

Como hemos expuesto, para la década de 1860 Fusoni resultaba un espacio destacado dentro de un ecosistema donde la circulación y el consumo de imágenes experimentaba notables transformaciones, ampliándose considerablemente en una sociedad con avidez visual (Masán, 2019, p. 4). Dentro de este proceso general de reasignaciones, redefiniciones y pujas políticas de distinto tenor, y en buena medida producto del aumento demográfico mencionado aunque también solventado por un flujo migratorio heterogéneo y una tradición que se reconfiguró luego de la caída de Rosas, el ámbito de las sociabilidades se expandió considerablemente (Bernaldo de Quirós, 1999; Gayol, 2000), modelando un escenario teñido por una “sensación de renacimiento social” (Bernaldo de Quirós, 1999, p. 251) cuyos perfiles se realizaron por la percepción de una relativa estabilidad política, configurando un contexto cultural en el cual todo estaba por hacerse (Palti, 2007, p. 13) y donde una efervescente vida pública favoreció la definición de múltiples perfiles (Bruno, 2011, p.14). En sintonía con estas nuevas exigencias, el almacén proponía experiencias de contemplación no circunscriptas a objetos icónicos, sino que en su interior ofrecía un conglomerado de productos -mayormente importados- que estimulaban el desarrollo de distintos ramos de la industria y las artes. Ingreseemos al local para evaluar más de cerca su carácter proteico y complejidad.

En 1868 la firma colocó una publicidad a página completa dentro del exitoso *Gran Almanaque de la Tribuna*, donde se perfilaba como “El más grandioso y más surtido establecimiento de su ramo en toda la América del Sud” (*Gran Almanaque de La Tribuna*, 1868, p. 226).⁹ Se subrayaba especialmente una abundante oferta en insumos y materiales que iban desde un “magnífico surtido de papeles pintados, los más ricos y modernos” hasta una variedad de productos químicos; pasando por instrumentos de Geodesia y Física; diferentes clases de espejos -ingleses, franceses e italianos-; enseres para máquinas de vapor e incluso “carpas y tiendas de campaña de fabricación francesa, y otras construidas aquí, especiales para este clima”, además de todo lo necesario para desarrollar el arte en sus diversas expresiones, incluyendo “grabados de los mejores artistas europeos”, vidrios, cristales, papeles y pinturas de toda clase (*Gran Almanaque de La Tribuna*, 1868, p. 226). Conceptualmente alineado con lo expuesto previamente acerca de la circulación icónica, Fusoni se jactaba incluso de su colocación en el tránsito internacional de mercancías, advirtiendo que poseía “corresponsales en todas las principales ciudades de Europa y Norte América” (Barrabas, 1869, p. 226). Estas singularidades nos conectan con otra de sus características en tanto proyecto empresarial, como fue la pluralidad de emprendimientos llevados a cabo por la sociedad durante la segunda mitad del siglo XIX. Este resulta un elemento cardinal para comprender la ascendencia de la firma dentro de la comunidad, ya que esta ambiciosa empresa encarnó, tal vez como ningún otro comercio de la época, una faceta multiforme de carácter propiamente moderno que se plegó a una estructura general de reelaboración política y social a escala nacional.

⁹ Si evaluamos el impacto de una publicación en función de su tirada, el primer *Gran Almanaque* lanzado por el periódico *La Tribuna* tuvo una acogida de gran importancia. Su tirada fue de unos 40.000 ejemplares, mientras que publicaciones exitosas como *El Nacional* o el propio periódico de los hermanos Varela oscilaban los 5.000 ejemplares. Debe recordarse que se trataba de una ciudad con casi 200.000 habitantes. Según los propios editores, 1 de cada 4 porteños leerían este *Almanaque* (Cfr. *Gran Almanaque de La Tribuna*, 1869; Mulhall, 1869, p. 154).

Si observamos el fenómeno de manera general, la gama de intereses y rubros en los cuales se desempeñó la compañía resulta prácticamente innumerable, no obstante lo cual una breve descripción de algunas de sus actividades puede servirnos como huellas del caleidoscópico contexto cultural en que operó. Pues además de las fundamentales muestras aludidas y del intercambio de remesas, artículos y correos entre Europa y Buenos Aires, la firma incursionó en negocios de diverso calibre que iban desde la producción de espejos ornados hasta la construcción de líneas telegráficas, pasando por la comercialización de bienes y servicios de todo tipo. En este sentido, cabe referir que, como ha quedado señalado, la empresa promovía no solo el intercambio artístico, sino que también se encargaba de la venta de instrumentos más específicos tales como los barómetros y los higrómetros, imprescindibles para las tareas de reconocimiento y mensura de un Estado que ampliaba su territorio. Hacia finales de la década de 1860, desde Bahía Blanca se encomendaba la compra de tales rudimentos señalando que “Estos aparatos pueden conseguirse en casa de Fusoni, a varios precios según su calidad” (Hudson, 1871, p. 423). Los negocios prosperaban y para 1869 los hermanos Fusoni poseían una quinta en la zona de Belgrano y varias tierras en otros puntos de la provincia que iban desde los alrededores de la ciudad hasta la lejana zona de Bahía Blanca (Mulhall y Mulhall, 1869, pp. 71-85). Eran tiempos de bonanza para la firma, cuya casa central había sido trasladada a la concurrida calle Cangallo, quedando situada frente al singular Banco de Mauá de reciente construcción (Mulhall y Mulhall, 1869, p. 57). También desde su colocación física Fusoni comenzaba a adquirir un capital simbólico en la comunidad, edificando una identidad propia que expresaba diversidad de intereses. Incluso su incidencia en la sensibilidad epocal resultó significativa en términos espaciales, como atestigua el plano de la ciudad de Buenos Aires confeccionado en la imprenta del alemán Rudolf Kratzenstein, objeto cartográfico conocido como “plano Fusoni” (Imagen 7).

Imagen 7: Plano de Buenos Aires con detalles de sus vistas principales, 1859



Fuente: Fusoni Hnos (1859).

Una de las singularidades de este mapa se conecta con el espíritu versátil de la empresa al ofrecer una multiplicidad de visiones de la ciudad, de diferentes lugares y distintos ángulos. En cierto sentido resulta un *anticipo visual* de lo que será el primer álbum fotográfico realizado por Esteban Gonnet en 1864 y expuesto también en las salas de Fusoni. Desde otra perspectiva, el plano Fusoni muestra la capacidad empresarial para acometer, promover o gestionar acciones significativas en la comunidad, ya que fue pensado como un objeto portable que permitiría al visitante/habitante tener la ciudad en sus manos, quizás como un soporte visual que posibilite un conocimiento más detenido de la misma. Derivado de lo anterior, es posible ver en el mapa una continuidad con otras producciones cartográficas previas, como los esquemas presentes en almanaques y guías que orientaban el tránsito de las personas en el interior de la cada vez más compleja urbe rioplatense. Precisamente por ello el mapa Fusoni resulta un elemento tendiente a reordenar el espacio y promover el tejido conectivo entre sus habitantes y el entorno, especialmente considerando que son tiempos en que la ciudad estaba modificando sustancialmente su status como *locus* habitable, reconfigurándose urbanística, social y demográficamente (Amigo, 1999; Giunta, 2006; Masán, 2019). Es posible incluso pensar esta primera intervención de la firma en la esfera pública como el inicio de una fructífera relación con las entidades gubernamentales a nivel provincial y luego, a partir de 1862, también nacional. En años sucesivos, la colaboración de la firma Fusoni con el Estado asumirá diversas maneras y operará en distintos ramos.

Sabemos que la actividad de la compañía durante la década de 1860 estuvo vinculada, por ejemplo, a la comunicación, a través de la reparación de estaciones y unidades locomotoras del Ferrocarril Oeste en 1863. También colaboró con el sector público proveyendo toda clase de materiales como por ejemplo durante la Guerra del Paraguay (1865-1870), dotando de enseres al Ministerio de Guerra que iban desde carpas y mochilas hasta botiquines y zapatos, pasando por tenedores, cucharas, calderos de lata y espumaderas (*Memoria del ministro de Estado*, 1866, pp. 21-27 y 40-42). En 1869 y a instancias del Rector de la Universidad de Buenos Aires Juan María Gutiérrez, el Gobierno de la Provincia adquirió “instrumentos de química, que por intermedio de la casa de los Sres. Fusoni hnos y Maveroff, se han traído de Europa para aquel establecimiento” (*El Río de la Plata*, 1869, agosto 12) por la suma de 8.000 pesos. Esto marcaría una tendencia, ya que durante la década siguiente es posible encontrar mayor actividad para la sociedad, suministrando materiales varios al Departamento de Guerra y Marina (*Registro Nacional*, 1872, p. 415) y al Ministerio del Interior en 1872 (Da Rocha, 1918, p. 275); abasteciendo a la Marina por un total de 424 pesos fuertes en agosto de 1874 (*Registro Nacional*, 1877, p. 260-261); proveyendo de una “carpa grande” a la Oficina de Ingenieros Nacionales en 1875 (*Memorias del Ministerio del Interior*, 1875, p.190) o vendiendo “materiales telegráficos” a la Dirección de Correos y Telégrafos en 1877 (*Registro Nacional*, 1877, p. 275). En términos simbólicos, podemos referir que visualidad, modernidad y ampliación del Estado convergen en Fusoni el 20 de octubre de 1874, al proveer de un anteojo de larga vista al Ministerio de Hacienda por la suma de 100 pesos (*Memoria del Ministerio de Hacienda*, 1874, p.93). Pese a la notable importancia de estas acciones en tiempos de lo que historiográficamente ha dado en llamarse como la etapa de “organización nacional” (Allub, 1983; Bonaudo, 1999; Bragoni y Míguez, 2010; Halperín Donghi, 1982; Oszlak, 1982; Otero, 2006; Rock, 2006; Sabato y Lettieri, 2003; Sabato, 2009) y muy posiblemente motivados por sus lazos con la elite dirigente, el accionar de Fusoni tampoco se limitó a la provisión sino que también incursionaron en la financiación, evidenciado por ejemplo con la subvención de

obras públicas de magnitud como la construcción de dos Lazaretos, uno en la provincia de Corrientes y otro en el Chaco, en Julio de 1874. Afirmando el carácter ecléctico de la compañía tanto como sus vinculaciones con las preocupaciones conectivas de entonces, participaron en “la construcción de una línea telegráfica entre Buenos Aires y el Arroyo del Medio” en Octubre de 1870 (*Registro Nacional*, 1884, p. 118), así como otros tendidos de mayor extensión,¹⁰ sea en su mantenimiento y/o renovación.¹¹ Precisamente en este punto, quizás uno de sus emprendimientos más significativos haya sido la construcción de una línea telegráfica entre Buenos Aires y Rosario (Sarmiento, 1875, pp. 84 y 85), que se sumó a la colocación de postes de fierro entre esta ciudad y Córdoba (*Registro Nacional*, 1884, p. 84)¹², obra que se realizaría con aparatos “de Morse (direct Winter) patentado por Siemens” (*Registro Nacional*, 1884, p. 119). Debe remarcarse que este proyecto en cuestión causaba entusiasmo desde hacía unos años, como muestra *La patria* en mayo de 1868 señalando: “Esta es una gran nueva que transmitimos al público y muy especialmente al comercio, que con el hilo eléctrico activará sus operaciones de una manera sorprendente, dando más ensanche a sus transacciones” (*La patria*, 1868 mayo 21).

La empresa fue haciéndose acreedora de contratos debido a que expresaba calidad y confianza, aspecto rubricado en 1871 cuando el presidente Domingo Sarmiento organizó la primera Exposición Nacional en Córdoba, convite en donde Fusoni & Maveroff tendría participación. Según refiere el astrónomo estadounidense Miles Rock, en aquella ocasión la empresa se hizo acreedora de dos preseas: un 5° premio por sus caños de plomo y un 2° premio por la exposición de “dos mesitas de ébano incrustadas en marfil” (Rock, 1871, pp. 25 y 59) realizadas por el italiano Vicente Severo (Victory y Suárez, 1871, p. 213). Un lustro después, la recientemente constituida Sociedad Científica Argentina galardonó con el segundo lugar a los caños de plomo de Fusoni en la Segunda Exposición de 1876 dentro de la categoría “Productos industriales y agrícolas” (*Anales de la Sociedad Científica Argentina*, 1876, pp. 139-140). Estos caños cumplían funciones neurálgicas en la nueva ciudad proyectada, siendo usados por primera vez en el sistema de aguas corrientes de la ciudad (Cutolo, 1963, p. 176; Pontoriero, 2012, p. 20), servicio que había sido inaugurado por el propio Sarmiento el 20 de septiembre de 1868 (Sarmiento, 1899, p. 249). Desde mediados de la década de 1870 la casa comenzó a menguar en sus apariciones, sin dejar rastros considerables. Sabemos que la sociedad de fabricación de caños presentó quiebra en 1876, según consta en el fallo de la Suprema Corte de Justicia de Enrique Rodríguez Larreta contra “los señores Moreno Hnos.

¹⁰ Algunos de los recorridos fueron “de Rosario a Santa Fe, y desde allí por un cable subfluvial á la ciudad del Paraná, y desde este punto hasta el Paso de la Patria, pasando por los pueblos de la costa del Paraná, hasta Corrientes, y otra línea desde el Paraná por todos los pueblos de Entre Ríos hasta Monte Caseros”. El monto de este contrato, firmado originalmente con Edward Hopkins pero transferido a la firma Fusoni/Maveroff, ascendía a la suma de 500 pesos fuertes por milla. (Véase Sarmiento, 1875, pp. 103 y 104)

¹¹ Ejemplo de ello es el contrato realizado para la instalación de dichos postes en la línea Rosario-Córdoba. El convenio ascendía a 60.000 pesos fuertes, sin contar los 38.000 pesos fuertes del tendido de “dos alambres para poner en los postes colocados por Fusoni Hnos. y Maveroff”, firmado con Enrique Moneta (Cfr. Sarmiento, 1875, pp. 103 y 104; *Registro Nacional*, 1884, pp. 84-85).

¹² El convenio rubricado el 17 de agosto de 1870 preveía un recorrido para la línea telegráfica, el cual “empezará desde la Estación Telegráfica del Rosario, cruzará las manzanas del Pueblo, alcanzará la línea del Ferrocarril Central Argentino, seguirá al costado Sud de dicho Ferrocarril, hasta la estación de Córdoba” (*Registro Nacional*, 1884, pp. 84-85). Se estipulaba también que los trabajos quedarían finalizados en el lapso de seis meses, por una suma total de 60.000 pesos fuertes.

Fusoni y Maveroff¹³, confirmando la sentencia de primera instancia en octubre de aquel año (Rojo y Tarnassi, 1878, pp. 242-245). La labor expositiva por su parte, fue cesando, siendo la última gran aparición pública del Arte en sus salas *El juramento de los treinta y tres orientales* aquí citado, antes de que lo de Fusoni fuera reemplazado por la cervecería de los ingleses Day & Peaksen hacia 1878 (*El mosquito*, 1878 junio 2). Aunque no sabemos con certeza las razones y las condiciones del cierre del almacén y si bien siguió operando como importador en años venideros,¹⁴ es probable que aquella misión expositiva que encarnaba Fusoni se haya visto atravesada por la creación de un espacio destinado a tal fin como la Sociedad Estímulo de Bellas Artes, fundada el 15 de enero de 1877 y entre cuyos impulsores se encontró Francisco Fusoni –hijo de Fernando– como vocal (Amorena, 1875, p. 4). El legado familiar seguiría íntimamente conectado al Arte.

Reflexiones finales. El *almacén Fusoni* como metáfora social y visual de Buenos Aires en la segunda mitad del siglo XIX

Este repaso por la trayectoria de la empresa nos muestra un dinámico escenario en el cual adquirió forma una cada vez más promocionada variedad visual que incitaba sensorialmente a aquellos habitantes. Se trató de un momento abigarrado en donde comenzaba a pensarse con imágenes y por intermedio de ellas, detalle que sustenta la importancia dada a las mismas en este trabajo. Es posible afirmar que la casa Fusoni en Buenos Aires permitía a una parte de la población satisfacer necesidades que surgían de una sociedad en plena reconfiguración, pues tanto por su labor expositiva como por su variedad, la empresa operó como un aglutinante social de una comunidad motivada por temas diversos y abierta a distintas experiencias.

El perfil polifacético de esta empresa nos ofrece así una vía para examinar el entramado cultural de entonces, pues debe considerarse que, a juzgar por el interés, repercusiones y éxito de sus muestras, aquel almacén/galería resultaba un sitio neurálgico de una cultura visual en plena expansión. Por aquellas amplias salas transitaban dibujantes, grabadores, fotógrafos, impresores, ingenieros, pintores, arquitectos, topógrafos, naturalistas e ilustradores, además de un nutrido público ávido de consumos icónicos. Estos elementos nos permiten postular que en términos generales, la casa Fusoni fue un nodo clave en la configuración de una mirada exigente y demandante (Masán, 2019, 2020), estimulando tanto la observación como la curiosidad, constituyendo un ámbito que por su propia idiosincrasia y estrategias no promovía el “aislacionismo” estético sino precisamente lo contrario. De acuerdo con este enfoque, podemos ver en Fusoni un sitio de intercambio de experiencias contemplativas

¹³ La causa refiere a los rosarinos Moreno, con quienes los Fusoni obtuvieron un préstamo del Banco Hipotecario de \$19.405,33 en 1875, poniendo en garantía el establecimiento de tubos y planchas de plomo situados en Barracas al Norte, el cual había sido comprado a Miguel Ballesteros el 20 de noviembre de 1871 y escriturado el 15 de mayo de 1875. La propiedad fue rematada por la firma Adolfo Bullrich y Cía (*Fallos de la Corte Suprema*, 1884, p. 403).

¹⁴ Hemos hallado en 1883 una mención a un producto importado –la “Tintura perigozzi”– introducido por Fernando Fusoni (*El mosquito*, 1883 diciembre 2), lo cual sugiere que la actividad importadora continuó aunque no con un espacio físico preponderante. Ya para 1885 la empresa no figura en las guías comerciales de Buenos Aires ni en otros registros consultados, y su establecimiento de la calle Cangallo lo ocuparía la cervecería Stadtman y Trüb (Amorena, 1885; Mayer, 1885). Aunque no disponemos de material empírico que confirme el cierre de la compañía, está claro que para inicios de la década de 1880 había perdido su ascendencia en la prensa y presencia dentro de la comunidad, precisamente en tiempos donde un nuevo proyecto artístico de carácter nacional comandado por la Sociedad Estímulo de Bellas Artes configuró otras bases para las muestras artísticas.

comunitarias, un espacio de semiosis colectiva en donde, a modo de arena, se negociaba la cultura visual entre artistas y creadores de distinto tenor.

En términos históricos Fusoni representó una antesala de los Salones Nacionales debido a la promoción dada a las artes en sus instalaciones, impulsando bases de circulación y criterios de exhibición para lo que serían las exposiciones de fines del siglo XIX, ya con un Estado consolidado y un Arte nacional institucionalizado con los primeros modernos (Malosetti Costa, 2001). Pero, además, consideramos que espacios como el de Fusoni expresaron metafóricamente una sociedad en mutación debido a que sus instalaciones representaban lugares eclécticos, estimulantes y novedosos. Es preciso remarcar que este tipo de proyectos se insertaron dentro de una trama mayor como la ampliación de la cultura visual urbana, la cual venía experimentando singulares trastocamientos desde la etapa independiente de Buenos Aires. Lugares como Fusoni, así como las recepciones de hoteles, *foyers* de teatros, los salones de recreo y vistas ópticas, las salas de retrato o los *ateliers* de los pintores compartían una funcionalidad neurálgica para aquella comunidad: se constituían en sitios en los cuales era posible, se promocionaba y se incitaba, el “mirar”. Colocado en esta trama general, el salón de Fusoni nos ofrece evidencias sugerentes respecto a la multiplicidad de perspectivas que la nueva mirada moderna estaba asumiendo y cómo aquello que “estaba por hacerse” también estaba siendo visualizado, imaginado y/o exhibido. En una sociedad donde todo estaba por verse y mostrarse (Masán, 2020), el almacén coadyuvó en la configuración de expansivas y cada vez más exigentes sensaciones icónicas en muchos de aquellos individuos. Estas dimensiones pueden ser vistas como un mosaico complejo que, lejos de constituir nichos aislados de la experiencia, sustentaban materialmente un proceso general en donde se modelaba una atmósfera de ciudad moderna, jerarquizando, reclamando y confiriendo un peso más relevante a lo visual.

En la atmósfera de reconversiones en que se insertó la empresa, la transitoriedad de los pasajes sensoriales que se ofrecían al público en general en diversos soportes –tales como fotografías, obras pictóricas, litografías, publicaciones periódicas, almanaques, publicidades, entre otros- constituían un atisbo de aquella novedosa visualidad que convergía en *lo de Fusoni* con gran concurrencia. Ansias de mostrar y deseo de variedades, aspectos centrales de un curso de modernización que, con sus intermitencias y bemoles, fue promovido por Fusoni en una coyuntura donde cobró forma un “fervor expositivo”: una empresa moderna que se proyecta también a través de imágenes.

Referencias

- Alexander, A. (2009). *Primeras vistas porteñas. Fotografías de Esteban Gonnet. Buenos Aires 1864*. Biblioteca Nacional.
- Allub, L. (1983). *Orígenes del autoritarismo en América Latina*. Katún.
- Almanaque comercial y guía de forasteros para el Estado de Buenos Aires* (1855). Imprenta de la Tribuna.
- Amigo, R. (2011). El gran debate: Los funerales de Atahualpa en el Río de la Plata. En N. Majluf (Eds.), *Luis Montero. Los funerales de Atahualpa* (pp. 132-151). Asociación Museo de Arte de Lima.
- Amigo, R. (1999). Prilidiano Pueyrredón y la formación de una cultura visual. En F. Luna, R. Amigo, Guinta, P. L. (Eds.), *Prilidiano Pueyrredón*, (pp. 30-54). Banco Velox.

- Amigo, R. (2001). *Tras un Inca: Los funerales de Atabualpa de Luis Montero en Buenos Aires*. Fundación para la Investigación del Arte Argentino.
- Amorena, J. A. (1885). *Memorandum enciclopédico, administrativo y comercial descriptivo de Buenos Aires*, Jorge Mackern.
- Anales de la Sociedad Científica Argentina*. (1876). Tomo II. Pablo Coni,
- Anales de la Sociedad Científica Argentina*. (1892). Tomo XXXIII. Pablo Coni.
- Anales de la Sociedad Científica Argentina*. (1893). Tomo XXXV. Pablo Coni.
- Baily, S. (1982). Las sociedades de ayuda mutua y el desarrollo de una comunidad italiana en Buenos Aires, 1858-1918. *Desarrollo económico*, 21(84), 485-514.
- Ballesteros, E. (1869). *Libreto de Censo de la República Argentina, Provincia de Buenos Aires, Primera sección de policía*. S/d.
- Bancos de emisión y hacienda pública*. (1889). Imprenta de La Tribuna.
- Barrabás, D. (1869). *Gran Almanaque de La Tribuna*. Imprenta de La Tribuna.
- Bonaudo, M. (Dir.) (1999). *Nueva Historia argentina, Tomo IV: Liberalismo, estado y orden burgués (1852-1880)*. Sudamericana.
- Bragoni, B. y Míguez, E. (Coords.) (2010). *Un nuevo orden político. Provincias y Estado Nacional, 1852-1880*. Biblos.
- Bruno, P. (2019). De la ciencia al espectáculo. Vistas urbanas en los salones de proyecciones ópticas durante la década de 1850 en Buenos Aires. *Terra Brasilis (Nova Série)* 12, 2019.
- Bruno, P. (2001) *Pioneros culturales de la Argentina: biografías de una época, 1860-1910*. Siglo XXI.
- Buchbinder, P., Alexander, A. y Priamo, L. (2000). *Buenos Aires ciudad y campaña. Fotografías de Esteban Gonnet, Benito Panunzi y otros, 1860-1870*. Fundación Antorchas.
- Cutolo, V. O. (1963). *Nuevo Diccionario Biográfico argentino (1750-1930)*. Tomo III: F-K. Elche.
- D'Onofrio, A. (1944). *La época y el arte de Prilidiano Pueyrredón*. Sudamericana, 1944.
- Da Rocha, A. (Comp. y Coord.) (1918). *Colección completa de leyes nacionales sancionadas por el Honorable Congreso durante los años 1852 a 1917, Tomo III: años 1868 a 1874*. Librería de la Facultad.
- Devoto, F. (2008). *Historia de los italianos en la Argentina*. Biblos.
- Diario de sesiones de la cámara de Senadores del Estado de Buenos Aires, 1856*. (1889). Escuela de Artes y oficios de la Provincia.
- El Correo de Ultramar, parte literaria e ilustrada reunidas. Tomo XXXIX* (1872, febrero 5). Lasalle y Mèlan.
- El inválido argentino*. (1867, noviembre 17). 47, p. 372.
- El inválido argentino*. (1967, noviembre 24). 48, pp. 380-381.
- El mosquito*. (1867, noviembre 24). 253, p. 4.
- El mosquito*. (1878, junio 2). 804, p. 4.
- El mosquito*. (1878, septiembre 1). 817, p. 4.
- El mosquito*. (1883 diciembre 2).
- El Nacional*. (1856, enero 31). 1122, p. 4
- El Nacional*. (1856, mayo 26). 1210, p. 2.
- El plata ilustrado. Semanario de literatura, artes, modas y ciencias*. (1871, octubre 15). 1, p. 12.
- El Río de la Plata*. (1869, agosto 12). 6, p. 5.
- El Río de la Plata*. (1869, agosto 13). 7, p. 4.
- Fallos de la Corte suprema de justicia de la nación. Tomo decimoctavo*. Pablo Coni, 1884.
- Fusoni Hnos. (1859). *Buenos Aires con las vistas principales y sus divisiones*. Pelvilain.

- Gayol, S. (2000). *Sociabilidad en Buenos Aires. Hombres, honor y cafés 1862-1910*. Del signo.
- Gesualdo, V. (1968). *Enciclopedia del Arte en América*. Omega.
- Giunta, R. (2006) *La gran aldea y la revolución industrial: Buenos Aires 1860-1870*. Edición del autor.
- Gonnet, E. (1864). *Recuerdos de Buenos Ayres*. Fotografía de mayo.
- González Bernaldo, P. (1999). *Civilidad y política en los orígenes de la nación argentina. Las sociabilidades de Buenos Aires, 1829-1862*. Fondo de Cultura Económica.
- González, V. (2011). *Fotografía en la Argentina 1840-2010*. Fundación Alfonso y Luz Castillo/Arte x Arte.
- Gran Almanaque de La Tribuna* (1868). Imprenta de La Tribuna.
- Halperín Donghi, T. (1982). *Una nación para el desierto argentino (1846-1876)*. Biblioteca Ayacucho.
- Hudson, D. (Dir.) (1871). *Registro estadístico de la República Argentina. Tomo quinto: 1868*. Pablo Coni.
- Impuesto de Patentes. Registro de los contribuyentes de la Ciudad de Buenos Aires, Año 1870*. (1870). El Nacional.
- Estrada, J. M. (1871). *Revista Argentina. Tomo XI*. Imprenta Americana.
- La nazione italiana. Giornale della mattina commerciale, político, artístico, industriale*. (1869, marzo 17), p. 1.
- La Patria*. (1868, septiembre 3). 102, p. 3.
- La Patria*. (1868, mayo 21). 27, p. 1.
- La Revista de Buenos Aires. Historia americana, literatura y derecho*. (1867, septiembre). 53(V).
- La Revista de Buenos Aires. Historia americana, literatura y derecho*. (1867, octubre). 54(V).
- La Tribuna*. (1860, diciembre 5), p. 3.
- La Tribuna*. (1860, noviembre 9). p. 4.
- La Tribuna*. (1859, julio 9). p. 2.
- La Tribuna*. (1859, septiembre 7). p. 2.
- La Tribuna*. (1858, septiembre 17). p. 3.
- López, V. F. (1888). *Historia de la República Argentina. Su origen, su revolución y su desarrollo político hasta 1852. Tomo VII*. Imprenta de Mayo.
- Malosetti Costa, L. (2001). *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*. Fondo de Cultura Económica.
- Malosetti Costa, L. (2010, marzo). *Un panorama del siglo XIX*. Centro Virtual de Arte Argentino, 2010. http://www.cvaa.com.ar/00sigloxix/03_01_goulou.php
- Masán, L. A. (2019). Imágenes de una ciudad ansiosa. Sensibilidad visual en la prensa porteña de 1860. *Anuario del Instituto de Historia Argentina*, 2(19). <https://doi.org/10.24215/2314257Xe096>
- Masán, L. A. (2020). *Estrellas y amapolas. Las pinturas rurales de Prilidiano Pueyrredón y las sensibilidades en el Buenos Aires de 1860*. [Tesis doctoral], Universidad Nacional de La Plata. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/122427>
- Maeso, J. (1855). *Censo municipal del Estado de Buenos Aires*. Imprenta de la Cróncia.
- Mayer, E. (1885). *Gran guía de la ciudad de Buenos Aires*. Hugo Kuntz.
- Memoria del Ministerio de Hacienda presentada al Congreso Nacional* (1874). Imprenta, litografía y fundición de tipos de la Sociedad Anónima.
- Memoria presentada por el ministro de Estado en el Departamento de Guerra y Marina al Congreso Nacional* (1866). Imprenta del Comercio del Plata.

- Memorias del Ministerio del Interior presentadas al Congreso Nacional* (1875). Imprenta Americana.
- Mulhall, M. G. y Mulhall, E. T. (1869). *Handbook of the River Plate; comprising Buenos Ayres, the upper provinces, Banda oriental and Paraguay*. Standard office.
- Oszlak, O. (1982). *La formación del Estado argentino*. Editorial de Belgrano.
- Otero, H. (2006). *Estadística y nación. Una historia conceptual del pensamiento censal de la Argentina moderna, 1869-1914*. Prometeo.
- Palti, E. (2001). *El tiempo de la política. El siglo XIX reconsiderado*. Siglo XXI.
- Perazzi, P. (2008). Derroteros de una institución científica fundacional: el Museo público de Buenos Aires, 1812-1911. *Runa*, 29, 187-206. <https://doi.org/10.34096/runa.v29i1.1205>
- Petriella, D. y Sosa Miatello, S. (1976). *Diccionario biográfico italo-argentino*. Asociación Dante Alighieri.
- Pontoriero, G. (2012). Fuerzas Armadas y desarrollo energético en la Argentina: el papel de la Marina de Guerra en la primera mitad del siglo XX. *H-industri@. Revista de historia de la industria, los servicios y las empresas en América Latina*, 6(10), 1-33. <https://ojs.econ.uba.ar/ojs/index.php/H-ind/article/view/376>
- Priamo, L. (2015). *Buenos Aires. Memoria antigua. Fotografías 1850-1900*. Fundación Cepa *Registro Nacional de la República Argentina, Tomo décimo sexto* (1877). Sociedad Anónima de tipografía y producción de tipos a vapor.
- Registro Nacional de la República Argentina, Tomo sexto: 1870 a 1873* (1884). Imprenta de la República.
- Registro Nacional de la República Argentina, Tomo undécimo: año 1872*. (1872). Imprenta Americana.
- Registro Oficial de la República Argentina, Tomo tercero: 1852 a 1856*. (1872). Imprenta de la República.
- Registro Oficial del Gobierno de Buenos Aires* (1857). Imprenta del orden.
- Rock, D. (2006). *La construcción del Estado y los movimientos políticos en la Argentina, 1860-1916*, Prometeo.
- Rock, M. (1871). *Catálogo de los minerales y las rocas presentadas en la exposición nacional de la República Argentina en Córdoba*. Rivas.
- Rojo, N. y Tarnassi, A. (1878). *Fallos de la Suprema Corte de Justicia Nacional, Tomo noveno*. Pablo Coni.
- Rosas Berrio, D. (2016) *Intertextualidad en la obra "Los funerales de Atahualpa" de Luis Montero Cáceres*. [Tesis de Maestría], Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Sabato, H. y Lettieri, A. (2003). *La vida política en la Argentina del siglo XIX. Armas, votos, voces*. Fondo de Cultura Económica.
- Sabato, H. (2009). *Historia de la Argentina, 1852-1890*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2009.
- Sabato, H. (1998). *La política en las calles. Entre el voto y la movilización, Buenos Aires, 1862-1880*. Sudamericana.
- Sacchi, D. (2006). I consoli e l'ospedale: le prime collette per la fondazione dell'ospedale italiano di Buenos Aires (1853-1858). *Quaderni storici. Nuova Serie*, 123(41), 639-669.
- Sarmiento, D. (1875). *Bosquejo de la biografía de Dalmacio Vélez Sarsfield*. Imprenta de la Tribuna.
- Sarmiento, D. (1899). *Obras completas, Tomo XXI: discursos populares*. Imprenta y Litografía Mariano Moreno.

- Scardin, F. (1899). *Vita italiana nell'argentina. Impressioni e Note*. Compañía Sudamericana de Billetes de Bancos.
- Schávelzon, D. y Ruiz Díaz, M. (2017, enero). Un proyecto desconocido para la Cárcel Correccional de Buenos Aires (Enrique Aberg, 1883). Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas. <http://www.iaa.fadu.uba.ar/cau/?p=7330>
- Schávelzon, D., Frazzi, P. y Girelli, F. (2015). Aportes para el estudio del vidrio plano en la arqueología (observaciones en la Casa Alfaro, San Isidro). *Urbania*, 4, 91-111.
- Sergi, J. (1940). *Historia de los italianos en Argentina*. Ítalo-argentina.
- Telesca, A. M. y Amigo, R. (1997). La curiosidad de los porteños. El público y los temas de vistas ópticas en el Estado de Buenos Aires (1852-1862). En *Memoria del V Congreso de Historia de la Fotografía* (pp. 33-36), Comité Ejecutivo Permanente para los Congresos de Historia de la Fotografía en la Argentina
- Victory y Suárez, B. (1871). *Boletín de la Exposición nacional Córdoba*. Bernheim.