

ELECTRODOMÉSTICOS

Cultura, usos y símbolos

ESTE LIBRO HA PERMITIDO SIN DUDA PLANTEAR UN DEBATE INÉDITO EN LOS ÁMBITOS ACADÉMICOS Y PROFESIONALES ACERCA DEL HOGAR MODERNO Y SU RELACIÓN ESTRECHA CON LA CULTURA MATERIAL.

En su contenido se revisa de manera clara, amena y novedosa el surgimiento de los aparatos electrodomésticos durante el siglo XIX y XX, sus cambios formales, su publicidad y la forma en que la tecnificación invadió los hogares, tres aspectos que sin duda incluyen adicionalmente temáticas sobre el consumo, los comportamientos domésticos, las transformaciones físicas y simbólicas al interior de la casa, y las nuevas mentalidades modernistas que surgieron a partir de la mecanización de las labores hogareñas, que a la larga dieron pie al surgimiento de nuevas formas de distribuir el tiempo y las labores domésticas entre hombres y mujeres en la actualidad.

Los autores que intervienen en este interesante libro demuestran la nueva tendencia multi e interdisciplinaria del diseño, estableciendo con ello una nueva línea sobre la cual avanzar en el conocimiento de lo que rodea a los objetos cotidianos —en este caso electrodomésticos—, desde las actividades caseras, tediosas, cansadas y eternas; los espacios domésticos que con el tiempo fueron cambiando de acuerdo a las modificaciones inducidas por la higiene, la seguridad, la conveniencia y la convivencia familiar; el nuevo e influyente papel de los medios de comunicación en su difusión y apoyo, hasta la caracterización de los usuarios directos y los beneficiarios del uso y servicio de los indispensables aparatos electrodomésticos.

Juan David Chávez Giraldo
Didier Correa
Augusto Solórzano
Federico Medina Cano
Rosa Povedano
Jorge William Montoya
Isabel Campi
Claudio Lamas
Marcos Da Costa
Pedro Álvarez Caselli

Designio / Libros de diseño

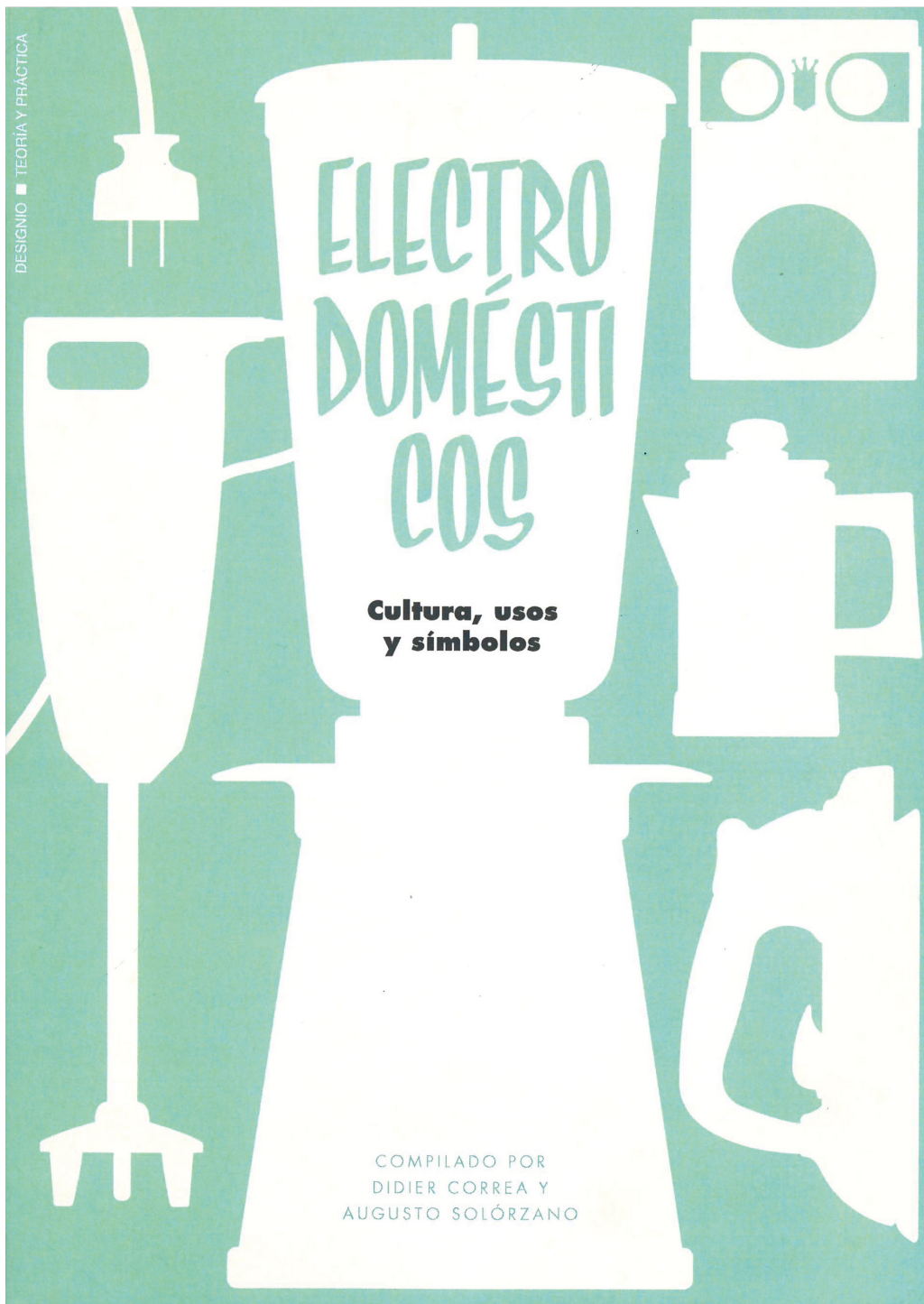
www.editorialdesignio.com



ISBN-13: 978-9685652395



9 789685 852395



**EL DISEÑO Y LOS ELECTRODOMÉSTICOS.
CULTURA, USOS Y SÍMBOLOS**

Didier Correa
Augusto Solórzano
compiladores



DESIGNIO ■) ■ ■ TEORÍA Y PRÁCTICA

ISBN: 978 968 5852 39 5

DDR. Editorial Designio S.A. de C.V.
Correo electrónico: designio@editorialdesignio.com

 WWW.EDITORIALDESIGNIO.COM

© Juan David Chávez Giraldo
© Didier Correa
© Augusto Solórzano
© Federico Medina Cano
© Rosa Povedano
© Jorge William Montoya
© Isabel Campi
© Claudio Lamas
© Marcos Da Costa
© Pedro Álvarez Caselli

Diseño y formación: Oscar Salinas Losada y Carolina Rodríguez
Portada: Oscar Salinas Losada
Cuidado de la edición: Ana María Losada
Editores: Oscar Salinas Flores
Ana María Losada

La reproducción total o parcial de este libro, en cualquier forma que sea, por cualquier medio, sea éste electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia no autorizada por los editores, viola derechos reservados. Cualquier utilización debe ser previamente solicitada.

Impreso y hecho en México / *printed in Mexico*

ÍNDICE

- 09 PRESENTACIÓN
- 11 PRÓLOGO
- 15 INTRODUCCIÓN
- 21 ELECTROHOGAR: LA FANTASÍA ELECTRODOMÉSTICA DEL ESPACIO ÍNTIMO
Juan David Chávez Giraldo
- 39 HOGAR SIN FUEGO
Didier Correa Ortiz
- 51 LOS ELECTRODOMÉSTICOS Y LA VIDA PRIVADA
Augusto Solórzano
- 61 LOS ELECTRODOMÉSTICOS Y LA ESTÉTICA DE LA CULTURA COTIDIANA
Federico Medina Cano
- 83 SUPERVIVENCIA CULTURAL DE TIPOLOGÍAS DE OBJETOS.
ALGUNOS SECRETOS DE LA BATIDORA DE BRAZO
Rosa Povedano
- 103 LOS RADIOS ZENITH TRANSOCEÁNICOS ROYAL
Jorge William Montoya Santamaría
- 127 LOS ELECTRODOMÉSTICOS DEL HOGAR CATALÁN
Isabel Campi
- 141 ELECTRODOMÉSTICOS AERODINÁMICOS BRASILEÑOS
Claudio Lamas de Farias
- 161 EL DISEÑO BRASILEÑO DE ELECTRODOMÉSTICOS: EL PIONERISMO
DE WALITA DE LOS AÑOS 1960
Marcos Da Costa Braga
- 183 NARRATIVAS GRÁFICAS DEL PAISAJE DOMÉSTICO:
UN ESTUDIO DE CASO A PARTIR DE LAS CONTRAPORTADAS DE LOS
DIRECTORIOS TELEFÓNICOS, MEDELLÍN 1956-2012
Augusto Solórzano y Didier Correa
- 195 PUBLICIDAD, MODERNIZACIÓN DE LA MUJER Y TECNOLOGÍAS
PARA EL HOGAR EN CHILE, 1945 Y 1970
Pedro Álvarez Caselli
- 253 LOS AUTORES

EL DISEÑO BRASILEÑO DE ELECTRODOMÉSTICOS: EL PIONERISMO DE WALITA DE LOS AÑOS 1960

Marcos Da Costa Braga

Notas preliminares

Además de los sectores tradicionales como la construcción civil, el diseño de mobiliario y el diseño de interiores, el sector industrial de los electrodomésticos fue uno de los pocos espacios que abrió sus puertas para la actuación pionera de los diseñadores brasileños entre los años 1960 y 1970. En este texto, el diseño es entendido como la concepción, la innovación y la creación que posibilitó el desarrollo local de objetos industrializados. Por lo tanto, no estamos tratando de casos en los cuales el proyecto haya sido concebido fuera del país y luego, sus procesos adaptados para la producción en territorio brasileño.

El sector de los electrodomésticos representa uno de los casos en que se desarrollaron proyectos nacionales de diseño y puede considerarse como uno de los sectores más significativos y peculiares entre los ejemplos de diseño industrial concebidos en los años 1960 y en los años 1970, mismos que para Katinsky se convertirían en 'fenómenos aislados contra la corriente' al producir a partir de la adopción de proyectos de diseño creados en el extranjero. Precisamente, esta tendencia sería marcada por el 'avance de las multinacionales' que impulsarían 'la importación del proyecto' y abrirían paso a una 'insolente realidad cotidiana'.¹⁶⁶

El campo profesional del diseño brasileño en los años 1960 es marcado por el inicio de la industrialización con la creación en 1963 de la Associação Brasileira de Desenho Industrial —ABDI, primera asociación profesional de la historia del Brasil—,¹⁶⁷ por la implantación de la enseñanza regular del diseño industrial en los estados de Rio de Janeiro, San Pablo y Minas Gerais y por una generación de pioneros que abrirán las primeras oficinas de diseño. Estos tres factores constituyen la antesala de toda una época de crecimiento en el campo

¹⁶⁶ Katinsky, J. (1983). *Desenho Industrial*. En Zanini, W. (Org.). *História geral da arte no Brasil* (Vol. 2). San Pablo: Instituto Moreira Salles. p. 945-946

¹⁶⁷ En el inicio de los años 1960, intelectuales académicos del área de arquitectura y diseño industrial implantan la enseñanza regular del diseño en Brasil, en los estados más populares de la región sudeste del país. Así las disciplinas en diseño industrial y comunicación visual fueron implementadas en el curso de arquitectura de la Faculdade de Arquitetura e Urbanismo —FAUUSP y la fundación de la Escola Superior de Desenho Industrial —ESDI, en Rio de Janeiro, como frutos de esta movilización en los años 1960 y reflejan el optimismo de ese momento por la industrialización brasileña.

del diseño. Sin embargo, es de resaltar que en el mercado laboral hubiera menores posibilidades de actuación en el diseño de productos, razón por la cual la mayoría de los trabajos hechos por esas oficinas estaban enfocados al área gráfica principalmente en los sistemas de identidad visual.

A partir de las limitaciones que tuvo el desarrollo del diseño nacional de productos en los años 1960 y que afectaron a algunos sectores más que a otros, planteamos la siguiente pregunta central: ¿qué fue lo que permitió la implementación del diseño hecho por profesionales proyectistas brasileños en los años 1960 en el sector de los electrodomésticos?

Por un lado, el lenguaje estético de las formas externas de los electrodomésticos brasileños hasta los años 1960 seguía principalmente al diseño norteamericano como aseguran Pamplona y Ono.¹⁶⁸ Por otro lado, las intervenciones brasileñas en el desarrollo de electrodomésticos que ocurrirían hasta los años 1960 eran, en su gran mayoría, adaptaciones hechas sobre proyectos concebidos en el exterior cuyos aspectos funcionales, relacionados con la ingeniería, buscaban atender a las condiciones económicas y productivas locales. Como ha de resaltarse, muchos productos eran fabricados o montados en Brasil bajo la figura de licencia y en los casos en que se llegaba a fabricar un modelo propio la referencia para su desarrollo era el producto extranjero que, además, se proponía como el paradigma que debía ser copiado en versiones locales. En algunos casos, las innovaciones en los aspectos de ingeniería alcanzaban tan alto grado de interferencia que, se puede considerar, trascendieron en un diseño industrial brasileño.

Quizá sea útil mostrar que los departamentos de diseño industrial demoraran mucho tiempo antes de instalarse en el sector de los electrodomésticos. Muchas veces, el diseño era una actividad atribuida al *styling* del producto y estaba bajo la responsabilidad de un 'área de estilo'. La excepción pionera en los años 1960 la constituye la marca Walita que, en 1964, implantará un departamento de diseño industrial que fue premiado en la *Feira de Utilidades Domésticas* - UD de 1965 con el proyecto de una plancha eléctrica.

Hay que reconocer que un poco antes de esta fecha, se tiene registro de dos actividades de diseño industrial brasileño de electrodomésticos, fuera de las concepciones puramente del *styling*: la del diseñador José Carlos Bornancini y la oficina de diseño Forminform.

¹⁶⁸ Ono, M. (2003). *Design Industrial e diversidade cultural: sintonia essencial. Estudos de casos nos setores de automóveis, eletrodomésticos e mobiliário* (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP. San Pablo: FAUUSP

Pamplona, T. (2000). *Apontamentos sobre Missionários pioneiros e produtos norte-americanos na modernização industrial brasileira. Pós: Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP*, 8, pp. 212-224

En ese año, el grupo conformado por el fotógrafo y artista Geraldo de Barros, Alexandre Wollner —recién llegado de la escuela de diseño de la ciudad de Ulm en Alemania—, el artista plástico y diseñador de muebles Ruben Martins y el publicista y administrador Walter Macedo, crearon la primera oficina de diseño brasileiro enfocada exclusivamente en el campo de diseño industrial y la comunicación visual. En 1959, se unirá a este grupo de pioneros el diseñador alemán Karl Heinz Bergmiller, colega de estudios de Wolner que reforzará el proyecto de la empresa Forminform de enfocarse en el producto.¹⁶⁹ Forminform hizo a partir de 1962 tres proyectos de electrodomésticos para la Metalúrgica Servus localizada en la vía Dutra en el Estado de San Pablo: una plancha de ropa, una máquina lavadora y un ventilador, esa línea fue bautizada por la metalúrgica como *Prima*.¹⁷⁰ Habría que decir también que Ruben Martins cuidó de los proyectos de la plancha y del ventilador con la ayuda de Dario Silva y Bergmiller respectivamente.¹⁷¹

En el sur del país, la empresa argentina Wallig, que fabricaba estufas domésticas desde la década de 1950, llamó en 1959 al ingeniero José Carlos Bornancini, éste incorporó ‘por primera vez preceptos ergonómicos’ a la ‘estufa Nordeste, fabricada por la Wallig en 1963’.¹⁷²

Como estos dos casos ya fueron tema de otros investigadores escogemos el caso de Walita como estudio inicial para responder a la pregunta expuesta en líneas atrás. El objetivo específico de este estudio es conocer y rescatar la historia de la implementación del diseño en la empresa Walita y entender las razones de su desarrollo antes de ser vendida a una multinacional. Las fuentes presentadas aquí tuvieron como eje de organización, el cruce de datos y el análisis de las entrevistas con Décio Fischetti, diseñador de Walita de 1964 a 1965, y con Antonio Célio Silva, diseñador de Walita desde 1965 hasta 1990. Estas entrevistas tienen como base metodológica la historia oral reconocida por Alberti y Neves.¹⁷³ Ese procedimiento fue el más viable debido a la poca

¹⁶⁹ Sobre la historia del Forminform consultar Lacroce (2009).

¹⁷⁰ Bergmiller participó solo en el ventilador. Información obtenida telefónicamente del mismo Bergmiller por el autor el 29 de mayo de 2009.

¹⁷¹ La fecha de 1962 es atribuida a los tres proyectos, según lo publicado en el Catálogo Tradição e Ruptura de 1984. Sin embargo aparece una máquina lavadora Prima en un anuncio en el catálogo de la 1ª Feira UD de 1960, que dice ser 100% nacional. Todo indica que la metalúrgica Servus ya había desarrollado una primera versión propia antes de contratar a Forminform, pero no fueron encontrados otros registros sobre ese producto. Dario Silva estudió en la ESDI en los años 1960.

¹⁷² Abramovitz, J., et ál. (2006). *Eletrodomésticos: Origens, história e design no Brasil*. Rio de Janeiro: Fraiha, p. 107

¹⁷³ Alberti, V. (1989). *História oral: a experiência do CPDOC*. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação Histórica Contemporânea do Brasil.

Neves, L. (2003, janeiro-junho). Memória e História: potencialidades da História Oral. *Revista ArtCultura*, 5(6), pp. 27-38

memoria material registrada y disponible sobre el tema y por considerar que, en aquella época, estos dos personajes son los responsables del diseño en la empresa. Otros datos importantes fueron levantados junto al acervo de la Philips-Walita. El equipo responsable de este proyecto identificó información clave en el material publicitario al ser digitalizado y dispuso del contacto con el coleccionista privado Michel di Fiori que organiza un sitio web de los productos Walita fabricados desde 1950, como parte de un proyecto cultural e informativo. El coleccionista fue contactado y contribuyó con información técnica e imágenes de productos.

Un sector en expansión

El sector de los electrodomésticos inició una trayectoria expansiva a partir de los años 1940, impulsado por el crecimiento urbano-industrial de la época y la formación de un mercado interno de clase media que cambiaba sus hábitos de consumo y el estilo de vida doméstico. A pesar de ser pequeño, si consideramos el total de la población brasileña de la época, ese mercado fue lo suficientemente importante para promover un consumo que estimuló la aparición y el crecimiento de empresas. Por esta razón, varias empresas extranjeras se instalaron en Brasil y surgieron industrias nacionales que copiaban modelos importados o producían los electrodomésticos bajo licencia. Para Pamplona el ‘diseño y la tecnología norteamericanos fueron los paradigmas ejemplares implantados’ en este mercado hasta las siguientes décadas.¹⁷⁴

En la década de 1950 la expansión del sector estuvo marcada en el ámbito de la producción por las ‘intensas transformaciones de franquicia (planta industrial), procesos y máquinas, recursos humanos y gestión empresarial’.¹⁷⁵ Por otro lado, en el ámbito comercial, dicha expansión está asociada con las ‘iniciativas privadas de expansión del crédito al consumidor’,¹⁷⁶ y ya en el ámbito cultural urbano con los cambios en los hábitos de consumo que evidencian un aumento del ‘número de productos alimenticios industrializados’ y una nueva noción de modernidad en el hogar, en especial por una cocina que era vendida por los medios masivos de comunicación y que prometía liberar a la mujer de las antiguas rutinas domésticas para que se dedicara a trabajar fuera de casa o al nuevo estilo urbano marcado por los signos de modernidad, velocidad y practicidad.¹⁷⁷ Los automóviles y los electrodomésticos fueron símbolos materiales y palpables de un pensamiento que tenía condiciones para su

¹⁷⁴ Pamplona, T. (2000). *Op.cit.*, p. 223

¹⁷⁵ *Ibid*, p. 222

¹⁷⁶ Abramovitz, J., et ál. (2006). *Op.cit.*, p. 130

¹⁷⁷ Montenegro, L. (2001). *Hot-Dog no fogão a lenha. Inovações transformando o gosto carioca*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação do Dep. de Artes e Design. Rio de Janeiro: PUC-Rio.

consumo en la época. Adicionalmente, el país había aumentado su producción de energía eléctrica lo que conformaría los escenarios de expansión para los aparatos impulsados por ese tipo de energía.

En 1960 se inaugura la *Feira de Utilidade Domésticas* – UD, un importante evento promovido por la empresa Alcántara Machado con el patrocinio de la Federação das Indústrias del Estado de San Pablo – FIESP. El objetivo de la UD fue ‘movilizar a los industriales para que presentaran sus productos, ampliaran las ventas y expandieran el mercado interno’.¹⁷⁸ Los más destacados eran expuestos en stands proyectados para convertirlos en vedettes de la casa moderna. Los premios de diseño promovidos en la época, como el premio Roberto Simonsen —iniciado en 1963 en la UD con el apoyo de ABDI—, fueron referencias obligadas para que algunos profesionales intentaran incorporarse a las pocas empresas que se abrían para el diseñador brasileño de producto.

A mediados de los años 1960, entre las medidas para combatir la recesión económica, el gobierno militar estimuló el crédito al consumidor, permitió plazos de financiación más largos y luchó contra los intereses. Un conjunto de medidas económicas condujo a una mayor subrección del consumo y de la producción, y ‘como resultado creció sustancialmente tanto la demanda como la producción de electrodomésticos en el país’. En el período del denominado ‘milagro económico’ brasileño (1968-1973), el sector de bienes de consumo creció cerca del 11%, siendo que la producción de bienes electrodomésticos creció 22.6%.¹⁷⁹

Conforme lo señala Pamplona, fue a partir del final de la década de 1960 que las ‘fusiones e incorporaciones de empresas ‘familiares’ nacionales con empresas mayores, internacionales, de capital abierto, delinearían todo el proceso de modernización del sector de electrodomésticos’.¹⁸⁰ Precisamente, esto fue lo que sucedió con la marca Walita.

Breve historia de Walita

En 1939 el inmigrante Waldemar Clemente funda, en el Largo do Arouche, en San Pablo, una pequeña empresa de interruptores, enchufes y canales de iluminación y otros componentes eléctricos. Es significativo que el nombre Walita nazca de unir las dos primeras letras de su nombre (Wa) con el de su esposa Lita. En 1943 la empresa Walita desarrolló un pequeño motor eléctrico para accionar el ventilador de refrigeración de los vehículos movidos a gasolina, equipamiento que funcionaba con carbón vegetal debido a la dificultad que había para impor-

¹⁷⁸ Abramovitz, J., et ál. (2006). *Op.cit.*, p. 95

¹⁷⁹ *Ibid.* p. 130

¹⁸⁰ Pamplona, T. (2000). *Op.cit.*, p. 222

tar gasolina durante la Guerra.¹⁸¹ Por supuesto, este motor era otro ejemplo más de las soluciones locales que en esa época sustituyeron productos importados debido al conflicto internacional que se estaba llevando a cabo.

En 1944, Waldemar Clemente adquiere y estudia un electrodoméstico importado, y comienza a producir el Neutrón, el primer proyecto de una licuadora brasileña que había desarrollado un motor propio. Según Abramovitz, la palabra *liquidificador* –licuadora— en la lengua portuguesa, fue creada a partir de la elaboración de la Neutrón.¹⁸²

En 1947 la empresa Walita es convertida en sociedad anónima y en 1956 alcanza el record de un millón de aparatos producidos, entre licuadoras, batidoras, aspiradoras, pulidoras y lavadoras. Justamente, es en ese mismo año cuando se comienzan a fabricar planchas eléctricas. Falta por decir que, desde 1940 la empresa Walita tenía sus instalaciones en el barrio de Vila Mariana en San Pablo y en 1969 inauguró su fábrica en el Barrio Santo Amaro, también en San Pablo.

En 1955, Walita comienza a exportar productos a Uruguay y patrocina programas de televisión en el ya desaparecido canal TUPÍ y luego patrocina algunas radionovelas. También es en esta época cuando inicia cursos dirigidos a los consumidores con la finalidad de demostrar ‘la utilización de los aparatos y los beneficios, por medio de explicaciones y recetas’.¹⁸³

En 1971 la Philips, ‘empresa holandesa que opera en el Brasil desde la década de 1920’ incorpora a Walita y mantiene la marca y liderazgo en el mercado de aparatos en Brasil.¹⁸⁴

El diseño Walita: implementación y desarrollo

En Walita el diseño industrial brasileño fue iniciado en 1964 por el ingeniero Décio Fischetti que se había formado en el Instituto Tecnológico de la Aeronáutica ITA, y continuó sus estudios con Antonio Célio Silva. La empresa producía electrodomésticos bajo licencia y disponía de una línea propia que seguía las formas basadas en los productos extranjeros y manejaba algunas soluciones locales de ingeniería. Sin embargo, el primer contacto de la empresa con profesionales brasileños ligados al área de diseño de producto se da con integrantes de FAUUSP: alumnos y profesores en un ejercicio académico de proyecto de diseño.

Como ha de recordarse, la FAUUSP había implementado en 1962 una serie de disciplinas de diseño industrial y comunicación visual a partir de haber modificado las de composición decorativa y plástica. Esta modificación curricular

¹⁸¹ Memória Walita. Portfolio cultural. Recuperado en marzo de 2009, de www.memoriawalita.com.br

¹⁸² Abramovitz, J., et ál. (2006). *Op.cit.*, p. 78

¹⁸³ Memoria Walita *Op.cit.*

¹⁸⁴ *Ibid.*

pretendía posibilitar una noción ampliada del proyecto y permitía al arquitecto formado en la USP actuar en el escenario de la industrialización que se estableció principalmente al final de los años 1950, periodo ‘desarrollista’ de la economía brasilera.

Las disciplinas de diseño industrial tenían cuatro horas semanales en cada uno de los cuatro años lectivos previstos para la secuencia. Los alumnos trabajaban con temas complejos que requerían de un análisis del objeto y de su representación, del análisis y el manejo de ‘cuestiones referentes a procesos de producción industrial’ ergonomía, elaboración de modelos y cuestiones metodológicas.¹⁸⁵ Los temas del proyecto de 1962 abordaban objetos simples, como botones de radio y también temas más complejos como cafeteras. En los años siguientes el producto electrodoméstico fue tema con objetos como la aspiradora, el ventilador y el tocadiscos.

El sector de electrodomésticos venía creciendo y ganando un lugar importante en el consumo de una parcela de la clase media de la época. Era una industria que a pesar de importar proyectos se proponía como un lugar que abría las puertas del trabajo a aquellos que querían desarrollarse en el diseño industrial.

Según Ari Rocha, el profesor Dario Imparato tenía contacto con Antonio Bonamico que se desempeñaba como director industrial de Walita en la época. Imparato y Luiz Roberto Carvalho Franco impartían una clase en 1962 y 1963 como asistentes en el cuarto año de la secuencia de diseño industrial. En 1963, en conjunto con los alumnos, definieron el tema de los electrodomésticos y los alumnos escogerían los productos que irían a investigar. Ari Rocha y Antonio Célio seleccionaron la aspiradora como el producto a desarrollar en la disciplina, además, es de anotar que el curso contó con una visita de Bonamico a la FAU quien llevó información técnica sobre los electrodomésticos.

Ari Rocha afirma que, a partir de la propuesta de visitar la fábrica Walita, fue que el profesor Imparato propuso al director industrial la idea de realizar una pasantía. Esta idea parece haber tenido un poco de resistencia al inicio, pues la empresa no tenía mucha claridad sobre cómo los alumnos del área de arquitectura podrían contribuir al proyecto o a la producción industrial; esta primera pasantía tenía una corta duración y fue más ‘un paseo por la fábrica’ como lo definió Antonio Célio. Los productos que surgían de las adaptaciones de modelos extranjeros realizados allí eran en general hechos por ingenieros o dibujantes técnicos. Para Ari, el arquitecto no se asociaba con el diseño industrial y en Walita era más asociado al diseño de fachadas que con el diseño de producto.

Célio ya había manifestado su interés por la pasantía en diseño industrial al profesor Franco. Con la propuesta de la aspiradora portátil, Ari y Célio aca-

ban siendo escogidos, ambos alumnos querían seguir profesionalmente por el camino del diseño. Ari afirma que al final de la pasantía ellos criticaron el flujo de la producción y el montaje de los productos que era hecho en dos áreas separadas por la calle Álvaro Alvim en el barrio de Vila Mariana en la ciudad de San Pablo. Ya Antonio Célio recuerda que en el informe final de la pasantía escribió que ‘le sería mucho más interesante a la gente pagar por el desarrollo brasileño que continuar pagando derechos de autor para la Siemens’.¹⁸⁶ Según Célio, Waldemar Clemente gustaba de los productos de la Siemens y del color rojo, usado en el logo de Walita.

A finales de 1963, después de esta pasantía, Ari Rocha se dedicó a actuar en la industria automovilística y Antonio Célio regresó a su vida de estudiante. Un poco después, el ingeniero Décio Fischetti fue contratado por Walita. En este año de 1963, Fischetti trabajaba como ingeniero en la empresa Rhodia en la ciudad de Santo André, cuando le encomendaron un servicio particular para una gráfica callejera en la calle Augusta conoció a Alexandre Wollner, con quien conversó sobre diseño e inmediatamente se interesó sobre el asunto. Continuando la tarea de la gráfica conoció también a Fernando Lemos y Ruben Martins. Martins encabezaba en esta época la Forminform, la oficina de diseño pionera en el ramo que había sido fundada en 1958.

Fischetti empezó a colaborar como diseñador independiente en algunos proyectos gráficos desarrollados por la oficina Forminform. En este mismo período se efectuaron una serie de conferencias a cargo de los miembros de la ABDI, entre ellos el arquitecto y profesor de la FAUUSP Lucio Grinover y el concretista y semiólogo Décio Pignatari en las dependencias de la FAUUSP, en la avenida Maranhão del barrio de Higienópolis. Su interés por el diseño creció tanto que decide salir de Rhodia y va a postularse al cargo de ‘ingeniero de desarrollo de producto’ en Walita, empresa que solicitaba el cargo a través de un anuncio clasificado en el periódico ‘O Estado de San Paulo’.¹⁸⁷ El empleo era para trabajar en el departamento de ingeniería que cuidaba de los proyectos de Walita; una vez que es seleccionado, Fischetti pasa cerca de cuatro meses haciendo ejercicios de rutina y ambientándose. Después de ese período va a proponer la creación de un área de diseño industrial que fue aceptada por Waldemar Clemente, dicho equipo de trabajo fue compuesto por dos diseñadores técnicos, una secretaria y un experto en modelos que trabajaba en las oficinas de la FAUUSP.

¹⁸⁶ Antonio Célio da Silva, comunicación personal, 2008

¹⁸⁷ Décio Fischetti, comunicación personal, 2009

¹⁸⁵ Departamento de Projeto da FAUUSP. (1963). *Desenho Industrial 1962*. San Pablo: Museum da FAUUSP.



Anuncio de los productos Walita publicado en la Revista *Selecciones* e mayo de 1962. En la imagen aparece una plancha eléctrica y la aspiradora metálica de polvo producida por Walita en los inicios de los años de 1960.

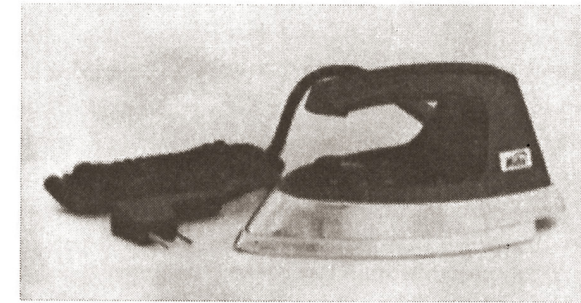
Fuente: Phillips-Walita.

El primer producto desarrollado por el equipo fue una plancha eléctrica que en sus inicios tan solo pretendía ser una actualización de un proyecto importado, antes Walita producía un modelo que era una copia de una plancha de la General Electric, sin embargo, Fischetti aprovecha la oportunidad y propone realizar un nuevo producto. Así, el proyecto siguió las etapas propias del desarrollo de un nuevo producto durante casi todo el año de 1964: la intensa investigación de productos similares, la generación de alternativas, la realización de modelos de madera con algunas alternativas formales, las pruebas de uso de esos modelos con amas de casa y la selección del mejor modelo de desempeño.

La nueva plancha estaba en producción en abril de 1965, cuando ganó el III concurso para proyectos de Utilidades Domésticas, el premio Roberto Simonsen de Diseño Industrial, promovido por la firma Alcántara Machado Comércio e Empreendimento Ltda, responsable de la realización de ferias industriales, patrocinado por la FIESP y organizado por la ABDI. El premio Roberto Simonsen fue realizado con ocasión de la Feria Nacional de Utilidades Domésticas – UD, en San Pablo entre los años de 1963 a 1970. La plancha fue muy bien evaluada por el jurado y ocupó un lugar importante por encima de los demás competidores que habían ganado el mismo premio: Michel Arnoult con el escritorio en casa, el conjunto de artículos sanitarios suspendidos de la empresa Porcelite, las literas de Geraldo de Barros y la línea de gafas diseñadas por Antonio Lizárraga San Marcos para la empresa Trópico. El concepto de los jurados resaltaba que:

El producto presentado atiende en su concepción formal a todas las exigencias de función tales como peso, potencia calórica, maniobrabilidad, la posición de los botones de reóstato y legibilidad de la escala, protección de la mano en el uso de la plancha, posición informativa del descanso y “plug”. La comisión señaló, la simplicidad de este producto que no posee elementos superfluos, caracterizándose antes que nada por la sobriedad en la construcción. El empaque y la información gráfica corresponden también al buen nivel del producto.¹⁸⁸

Plancha de ropa Walita que ganó en el III Concurso para proyectos de Utilidades domésticas, el premio Roberto Simonsen, de 1965. Foto publicada en la revista *Produto e linguagem* (1965).



Vista del empaque de la plancha para ropa Walita. Foto publicada en la revista *Produto e linguagem* (1965).

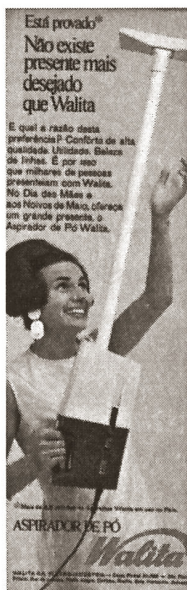


Fischetti resalta dos cualidades que no menciona el jurado: la primera es que algunas planchas similares tenían el mango cerrado en la parte delantera. En el nuevo producto el mango era abierto lo cual permitía que la plancha entrara con mayor facilidad y sin obstrucción en una pieza de ropa como por ejemplo una manga de una camisa. La segunda hace referencia a que el empaque fue tratado de modo innovador: las caras de la caja reflejaban las vistas ortogonales de la plancha, como en un diseño técnico solo que tratado con el lenguaje gráfico de la ilustración.

¹⁸⁸ *Produto e linguagem*. (1965, segundo trimestre). 1(2).

El premio obtenido por la plancha incluía una suma de dinero que Décio consideró debería ser destinada para el autor del proyecto, el director industrial de Walita no estuvo de acuerdo con esto y destinó la cantidad a una asociación de beneficencia ligada a la empresa. Según Fischetti, fue Antonio Bonamico que declaró —cuando los miembros de la ABDI fueron a Walita para conocer al autor o los autores del proyecto— que la autoría del producto era del ‘departamento de diseño industrial’, ese episodio marcó el inicio de la ruptura con los directivos de la empresa que provocaría el retiro de Fischetti en mayo de 1965.¹⁸⁹

Antes de retirarse de la empresa, Fischetti trabajaba en dos nuevos proyectos, en esa época Walita fabricaba una aspiradora grande de metal basada en un modelo de la empresa alemana Siemens,¹⁹⁰ y se tenía la intención de rediseñar y producir este aparato en plástico, Fischetti visitó una exposición de trabajos de alumnos de la FAU y vio el modelo de aspiradora que sería hecho en plástico y que estaba realizando Antonio Célio, razón por la cual resolvió invitarlo a trabajar medio tiempo en Walita. Según Fischetti las ideas del trabajo de Célio influenciaron el nuevo proyecto de la aspiradora Walita, el cuerpo cambió de forma, el mango quedó incorporado al cuerpo acompañando las líneas de la carcasa, la base contó con dos líneas para apoyo, el tubo se ajustó un poco mejor al cuerpo del aparato y con el uso del plástico, la aspiradora se hizo más liviana.



Aspiradora de plástico Walita proyectada por Décio Fischetti en 1967. Anuncio de mayo de 1967.

Fuente: Phillips-Walita.

¹⁸⁹ Décio Fischetti, comunicación personal, 2009

¹⁹⁰ Abramovitz, J., et ál. (2006). *Op.cit.*, p. 85

El otro producto que estaba siendo proyectado por Fischetti fue el Walita-Mix. La empresa no poseía un modelo de batidora de este tipo en su línea y decidió desarrollar su propio producto. La investigación con productos extranjeros fue hecha y se llegó a un proyecto desarrollado en su totalidad con las condiciones requeridas por Walita: cuerpo de plástico, tres láminas removibles en la parte inferior para diferentes funciones, uso de un motor de alternador de carro que la empresa ya producía y que había sido desarrollado a partir de ingeniería propia y accionamiento en la parte superior de la batidora. La tecnología de pequeños motores propios era una tradición en la Walita y Fischetti destaca que estableció un buen diálogo con la producción y las demás áreas del departamento de ingeniería, lo que ayudó al desarrollo de nuevas soluciones.¹⁹¹

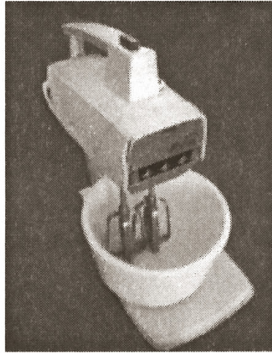
Aparato: Batidora Walita proyectado por Décio Fischetti en 1965.

Foto recuperada de www.memoriawalita.com.br



Antonio Célio afirma que su etapa trabajando en la empresa comenzó a inicios de 1964, pues recuerda que en marzo de 1964, en el día de la revolución, la empresa lanzó una batidora, la Jubileu, que había sido desarrollada por la agencia de propaganda Thompson, de origen norteamericano. Uno de los primeros trabajos hechos por Célio fue realizar un folleto que detallara cómo remover esa batidora de su pedestal, operación que Célio descubrió a pedido de Walita ya que no había indicaciones para tal efecto. Dicho instructivo orientó las demostraciones del producto en la noche del lanzamiento.

¹⁹¹ Décio Fischetti, comunicación personal, 2009



Batidora de Globoc Jubileu (BBS) Walita de 1964, que según Antonio Célio fue proyectada por la agencia de publicidad Thompson.

Foto recuperada de www.memoriawala.com.br

Antonio Célio realizó su pasantía en la empresa hasta inicios de 1965, al final de ese año, Célio supo, gracias a un encuentro casual con Decio que este se había retirado de su cargo. A esa altura Antonio Célio tenía pospuesta su matrícula en la FAU pues pensaba dedicarse a trabajar en el mercado, aprovechando esta situación acude a Walita y propone ser empleado en el área de diseño industrial. La empresa aprovecha la experiencia que él había adquirido allí y resuelve ofrecerle el puesto de líder del equipo, tarea que comienza a realizar a inicios de 1966. Célio aclara que a esa altura el área era denominada como un departamento y que este estaba lleno de gente relacionada con la ingeniería de la empresa.

En el período que va de 1966 a 1971 y que comprende la incorporación de Walita a la Philips Holandesa, la intervención del departamento de diseño industrial en los electrodomésticos también cubrió los aspectos funcionales, de producción y estéticos de los productos. Antonio Célio destaca que los productos pasaron a ser 'visualmente más limpios' y que las soluciones de modificaciones o de diseños nuevos tomaron en consideración los recursos de producción disponibles en la empresa: 'nunca fue necesario comprar nada para hacer un producto'.¹⁹² Cuando se realizaba una compra de maquinaria para la producción era más en función de actualización tecnológica que por una demanda debida a algún proyecto de producto, y así, dicha maquinaria pasaba a ser parte del paquete de recursos.

En lo referente a los aspectos funcionales, las intervenciones de diseño no se limitaban solamente al desarrollo de las interfaces de los productos con el cuerpo humano. Uno de los trabajos que Antonio Célio hizo como nuevo jefe en esta época fue atender la solicitud de cambiar el interior mismo del producto: 'la li-

¹⁹² Antonio Célio da Silva, comunicación personal, 2008

cuadora tenía tres cuchillas y querían eliminar una'.¹⁹³ Para hacer esto posible, Célio aplicó los conocimientos y los conceptos que había adquirido en una clase sobre aerodinámica en la Escuela de Ingeniería de la USP. Así, la licuadora pasó a tener tan solo dos aspas cuya eficiencia, conforme lo asegura él, constituye un modelo que 'las personas copian hasta hoy'. Las dos cuchillas entran en el eje del motor y acaban formando las cuatro hojas de corte. Antes las licuadoras de Walita poseían tres aspas que formaban del mismo modo seis cuchillas. El motivo de estos cambios serían económicos, y se realizaron junto con el vaso de vidrio *pirex* refractario, probablemente en 1966. Antonio Célio afirma que él fue el primero en hacer eso en Brasil.

IZQUIERDA

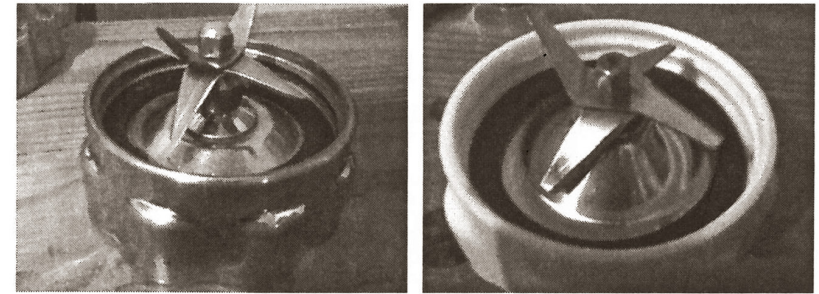
Vista de la base del motor de la licuadora de Walita con tres cuchillas antes de 1965.

Foto de Michel di Fiori.

DERECHA

Vista de la base del motor de la licuadora de Walita con dos cuchillas aproximadamente entre 1966-1967.

Foto de Michel di Fiori.



No se dispone de ninguna información sobre la fecha de producción de esa innovación; los modelos del coleccionista Michel di Fiori, titular del sitio Memoria Walita que destaca los cambios en los años 1960, y al tiempo, la afirmación de su diseñador, nos hacen creer que hubo una producción pionera de la licuadora de dos láminas en la presunta fecha. Esta innovación constituye un reto del pionerismo de Walita frente a sus competidores nacionales y una información inédita en la historia del diseño brasileiro, a partir de ahí esa solución será integrada a los demás proyectos.

Entre los ejemplos de unión entre diseño industrial e ingeniería, Célio cita una ocasión en que fue convocado para 'incluir un triturador de carne en una batidora', que sería la BBS-Jubileu, y descubrieron que el detalle radicaba en el mecanismo, entonces, haciendo un retrabajo en la pieza que era de aluminio, el sistema funcionaba bien.¹⁹⁴

Entre los aspectos productivos estaba también el rediseño que involucraba nuevos materiales como en el caso del modelo para el primer vaso de plástico para la licuadora, el nuevo vaso en plástico SAN (Estireno-Acrilonitrilo) fue

¹⁹³ *Ibíd*

¹⁹⁴ *Ibidem*

usado primero en la licuadora Brasilia, línea Perfección Absoluta, de la Walita alrededor de 1967. Antes el vaso era de vidrio refractario, y el motivo para cambiar de material fue economizar costos. El mango se convirtió en parte del cuerpo del vaso y se obtuvo un manejo más fácil, que redujo la frecuencia de daños que existían en el modelo de vidrio, después el nuevo diseño se utilizó en la línea LS del Campeón 1970.



Licuadora Perfección Absoluta, a la izquierda modelo con vaso de plástico y a la derecha modelo con vaso de vidrio. Este último había sido diseñado anteriormente para Walita por la agencia Thompson con vaso refractario de vidrio y carcasa en zamak (1966-1967, fecha estimada).

Foto recuperada de www.memoriawalita.com.br

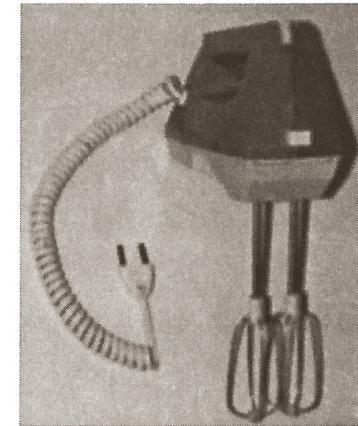
El plástico se utilizó para fabricar otros componentes en esta versión de la Perfección Absoluta: fue utilizado el poliestireno 'en la base, en el acople de las láminas y en el fondo del motor (en el modelo LBS) en sustitución al acero cromado, lo que hizo más ligero al producto'.¹⁹⁵

Las mejoras y adaptaciones en la línea de productos Walita hicieron que las soluciones domésticas de los productos fueran superando la producción de diseños importados. Las propuestas de cambios del departamento de diseño industrial integraban muchas veces al área de ingeniería y esta última también proponía cambios en el área de producción. Según Antonio Célio es lo que ocurrió con la batidora portátil (BBP) que tenía el diseño importado de Siemens. Célio consideró que el producto era débil y presentó un modelo para realizarlo en plástico, su propuesta era una alternativa que presentaba originalidad en la forma —diseño de la carcasa en ángulos— apariencia y colores más actualizados a la época, motor accionado por botones deslizantes en la parte superior y botón frontal para desensamblar las dos piezas batidoras. El área de

¹⁹⁵ Información obtenida del Acervo Philips-Walita

proyecto mecánico resolvió entonces proponer un mecanismo más barato que el de la Siemens,¹⁹⁶ así se introdujo la versión de Walita para batidora portátil que fue producida hasta la entrada de la década de 1970.

Batidora portátil (BBP). Foto recuperada de www.memoriawalita.com.br



Con el reconocimiento obtenido de las mejoras llevadas a cabo en los productos que inicialmente se basaban en proyectos extranjeros, se ganó el derecho de proponer nuevos proyectos integrales de producto, en el caso de la licuadora LS-000 de 1968 se apostó al diseño de vaso de plástico usado para la Perfección Absoluta con la carcasa del motor de zamak.¹⁹⁷ Exceptuando el motor y las aspas, el LS-000, llamado de 'calidad compacta', fue el primer modelo principalmente hecho en materiales plásticos, la carcasa del motor seguía el diseño con ranuras verticales del vaso, fabricado en ABS y más redondo. En 1970 la línea 'Campeón' lanzada en homenaje a la conquista del tricampeonato de fútbol traía graduaciones en el vaso en milímetros, tazas y onzas, buscando facilitar la exportación. En las ediciones siguientes, la licuadora pasó a tener en el cuerpo mayor diversidad de colores. En este año de 1970, el logotipo de Walita fue modificado por el quipo de Antonio Célio: cambió a escribirse con letras mayúsculas y en los productos fue acompañado por un símbolo que era la letra W estilizada dentro de un círculo, el logotipo anterior, según Célio, estaba basado en la firma de Waldemar Clemente.

¹⁹⁶ Antonio Célio, comunicación personal, 2008

¹⁹⁷ Compuesto constituido por zinc (elemento base), aluminio, cobre y magnesio usado en el proceso de fundición permitiendo la obtención de piezas de geometría compleja con elevada precisión. Lima, M. (2006). *Introdução aos Materiais e Processos para Designers*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna. p. 56



Licuadora Walita,
Campeón 2ª serie.
Foto recuperada de
www.memoriawalit
com.br

La batidora Jubileu fue perfeccionada técnicamente al final de los años de 1960 hasta la versión 'Topa Tudo', BBT 300, que fue el último proyecto hecho por el departamento antes de consolidar la fase de transición para Phillips. Esta tenía un pedestal desmontable de plástico ABS, en lugar del metal usado en modelos anteriores y la carcasa ganó formas más lineales. Poseía tres velocidades accionadas por un botón deslizante en la parte lateral del aparato, marcadas como 'Min', 'Med', 'Max'. Su concepto fue usado en la BBT 400, modelo posterior, que era de alto rendimiento y larga durabilidad y poseía ocho velocidades accionadas por un botón también deslizante en un panel localizado en la parte lateral del cuerpo. La BBT 400 fue un gran suceso en Europa y continuó en producción por muchos años bajo licencia de la Philips con las debidas actualizaciones tecnológicas.



Batidora Topa Tudo d
Walita BBT 300. Foto
recuperada de www.
memoriawalita.com.t

Los productos de la Walita que no eran hechos bajo la licencia holandesa se mantuvieron, junto con la marca que había alcanzado un buen posicionamiento en el mercado interno.

El departamento brasileño de diseño industrial se mantuvo hasta 1971, época de buen desempeño de la economía brasileña para el sector de clase media consumidora de electrodomésticos. En medio del movimiento permanente y de las sustituciones de algunos funcionarios que trabajaban en cargos de decisión en otras áreas, Antonio Célio se mantuvo en la jefatura del departamento de diseño. Su contribución fue continuar la ejecución de proyectos que fueran adecuados al mercado brasileño, con la marca Walita, dentro del concepto *local for local*. Walita se consolidó en las décadas siguientes como marca de calidad gracias al papel protagónico que jugaron sus diseñadores.

La familia Walita

Además del proceso de las intervenciones exitosas que le permitieron al departamento de diseño industrial crecer, otros factores internos de la empresa abrieron paso para que se desarrollara por completo. El departamento de diseño industrial estaba subordinado al departamento de ingeniería en el cual se desarrollaba el proyecto mecánico y se controlaba el taller. Esa área respondía al director industrial a quien se le reportaban los detalles de la producción. La dirección de la empresa apoyaba iniciativas del departamento de diseño industrial y la integración entre los sectores del área de ingeniería era 'excelente' según Antonio Célio y con 'buena comunicación, según Décio Fischetti.

El apoyo entre esos sectores horizontales creció y ayudó a solucionar problemas en conjunto que no podían ser resueltos por uno solo de los departamentos, de igual modo tampoco se reportaban las posibles fallas o equívocos cometidos por alguno de los sectores a los jefes y como política, el problema era resuelto a través de ayudas mutuas.

Para ejemplificar la integración social en la empresa Antonio Célio destaca dos situaciones: 'En la hora de almuerzo, (...)usted no necesita de una hora para almorzar, así es que las personas comían y se quedaban conversando con sus colegas de otros sectores'. En otro pasaje, el propietario el señor Clemente, que era ingeniero y que según Célio se vestía elegantemente, participó directamente de los esfuerzos del área para cumplir con los plazos: 'una vez estábamos haciendo un recorrido por el taller, él llegó y dijo: bueno, a ver, ¿cómo son las cosas? y estábamos trabajando porque al día siguiente habría una reunión. ¿Sabe usted que hizo él? soltó todo lo que tenía en su mano y nos vino a ayudar'. Ese interés del dueño por lo que ocurría en el proyecto y en la producción es confirmado por Fischetti para la época anterior. Debido a la integración y el apoyo recibido siempre de las instancias superiores, Antonio Célio considera

que existía el concepto de ‘familia Walita’. Y ese era precisamente el espíritu que creció y proporcionó las condiciones adecuadas para atreverse a proponer modificaciones apoyadas en un sentimiento de creación colectiva. Célio afirma que el producto era ‘de todo mundo’ y asegura ‘yo nunca utilicé mi nombre, siempre coloqué el nombre de Diseño Industrial de Walita, porque yo no estaba solo, al contrario, tenía diseñadores conmigo y modelistas’.

Aunque el departamento de diseño continuó con la entrada de la Philips, el ambiente de trabajo no fue igual. Siendo Célio un patriarca de la ‘familia’ y antiguo director industrial, y con las modificaciones estructurales y productivas introducidas por la nueva gestión, las antiguas relaciones internas fueron modificadas según las directrices de una nueva administración y una nueva visión de funcionamiento de una empresa internacional. Por otro lado, aumentaron los recursos tanto en la parte de desarrollo de producto como en la parte de fabricación, una gran inversión fue hecha en máquinas para la línea de producción y en infraestructura y computadores para el área de proyecto.

Antes, Célio trabajaba con dos dibujantes de representación técnica y dos modelistas, con la entrada de la Philips, Célio pasó a contar con personas graduadas en diseño industrial. Antes Célio había aconsejado a Alberto Heredia, uno de sus dibujantes, hacer un curso en diseño industrial, los primeros graduados en diseño que trabajaban allí estudiaron enseguida con Alberto en el curso de diseño industrial que impartió la Fundación Armando Álvares Penteado- FAAP localizada en la ciudad de San Pablo. El primer grupo de alumnos se formó en 1970. Célio los seleccionaba y los entrenaba en la dinámica del departamento que fue dividido en secciones —gráfico, producto, embalaje y modelo—. Fue él quien continuó en la dirección pasando al cargo de gerente de producto, y se retiró de la empresa en los años 1990. Además, él enaltece el período de la empresa familiar al cual califica como ‘una época feliz’.

Consideraciones finales sobre el diseño Walita de los años 1960

Tras apostarle a su apertura, Walita buscó desarrollar un pequeño motor eléctrico que supliera las dificultades de importación durante la segunda Guerra Mundial. Por supuesto, se trata de una solución local para sustitución de importados, política que encontró algunas condiciones favorables para incentivar el diseño industrial interno en los años de 1960.

El sector de electrodomésticos se encontraba en franca expansión en estos años con el crecimiento interno del mercado, los incentivos gubernamentales y del comercio, la vitrina de la feria UD, el aumento de la producción y de la concurrencia con la entrada de las multinacionales y con el crecimiento de las industrias brasileñas. Los lanzamientos de productos se multiplicaban y las novedades eran promovidas por las marcas en competencia, durante esta dé-

cada, algunas empresas brasileñas comenzarán a pensar en soluciones locales de proyecto y en reforzar su marca junto a los consumidores.

Walita poseía una producción considerable y tenía el liderazgo en la franja de los electrodomésticos portables al final de la década de 1960. Sin embargo, la competencia estaba surgiendo y la marca necesitaba mantener su posición de liderazgo. Aceptar la creación de un departamento de diseño industrial era dar una oportunidad a una búsqueda de soluciones locales que ayudaran a valorizar la marca Walita con una línea propia, disminuir el pago de regalías y desarrollar productos que aprovecharan los recursos disponibles en la empresa sin que esto demandara nuevos gastos para la fabricación. Al momento de contrastar las expectativas de la gestión en este sentido, el Departamento de Diseño Industrial fue poco a poco consiguiendo el apoyo y los votos de confianza y aprendió a integrarse en el entorno familiar que caracteriza a la actividad empresarial de la década de 1960.

La economía de costos de fabricación, a la que todo apunta, era un factor importante para que Walita adoptara soluciones internas. Como aclara Antonio Célio ‘cuando se tiene un proyecto listo para enviar, para producir, no puede cambiar nada. Y muchas veces, muchos detalles eran soluciones caras para nosotros. Pero cuando se desarrolla un producto, se desarrollan sus condiciones de producción y siempre se procura un menor costo’.

Para Antonio Célio, Walita concibió un nuevo departamento porque era la oportunidad de tener una mano de obra especializada que cuidara el desarrollo del producto para esas condiciones internas. Se economizaba en el proyecto cuando se hacía bajo licencia, pero en muchos casos no en la adaptación de los medios industriales propios. Teníamos una tradición de adaptar productos a partir de proyectos extranjeros, siempre buscando usar tecnología propia de motores y soluciones apropiadas a las condiciones de la casa.

Al menos en el caso de Walita en los años 1960, había posibilidad de economizar incentivando el diseño industrial, al contrario de lo que ocurría en muchas empresas brasileñas desde la década anterior cuya práctica o política era economizar tiempo, costos de desarrollo y de promoción de los nuevos productos al adoptar el modelo de producir bajo licencia o simplemente hacer una copia similar a un producto extranjero. Esta práctica estaba relacionada con una ‘mentalidad que alejaba al universo del proyecto del campo de la innovación’ como supone Leon sobre las industrias paulistas en los años 1950.¹⁹⁸ Fischetti destaca que el señor Clemente tenía la mente abierta a las innovaciones, viajaba mucho en busca de lo que se producía en el extranjero, pero incentivaba propuestas de cambio para sus productos.

Según Antonio Célio, una de las razones por las que Walita anteriormente adaptara el diseño de producto era la falta de obra especializada, sin embargo, fue

¹⁹⁸ Leon, E. (2006, marzo). O Instituto de Arte Contemporânea do Museu de Arte Moderna (MAM) de San Pablo dos anos 1950. *Revista Designio*, 05. p. 147

en los años de 1960 cuando se establecieron las condiciones de calidad y se vio la necesidad de implementar ese tipo de mano de obra. Precisamente, fue en esta misma época en que comenzaron a surgir en Brasil las instituciones de diseño.

En el campo arquitectónico surgían voces que defendían la actuación del arquitecto frente al avance de la industrialización de productos a la cual se comprometerán algunos artistas, ingenieros y autodidactas. Sin embargo, algunos jóvenes buscaban la formación superior en el área del proyecto y pensaban en actuar profesionalmente en el campo industrial. En San Pablo muchos de estos jóvenes encontrarán esa posibilidad en una institución pública, la FAUUSP, principalmente con la reforma curricular de 1962, como fue el caso de Antonio Célio y Ari Rocha.

Por los motivos expuestos aquí, el diseño de Walita se constituye en uno de los casos particulares de 'los ejemplos de diseño industrial' concebidos en los años de 1960 que para Katinsky (1983) se convertirán en fenómenos aislados y a contra corriente del paradigma de importar los proyectos.¹⁹⁹ Las oportunidades eran pocas en un pionerismo en los años de 1960 y en los años 1970, período poco investigado por la historia del diseño de producto en el Brasil. Hasta aquí nuestra pequeña contribución.

Traducción del portugués al español por Augusto Solórzano.

¹⁹⁹ Katinsky, J. (1983). *Op. Cit.*

Referencias

- Abramovitz, J., et ál. (2006). *Eletrodomésticos: Origens, história e design no Brasil*. Rio de Janeiro: Fraiha.
- Alberti, V. (1989). *História oral: a experiência do CPDOC*. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação Histórica Contemporânea do Brasil.
- Departamento de Projeto da FAUUSP. (1963). *Desenho Industrial 1962*. San Pablo: Museum da FAUUSP.
- Fischetti, D. (01 abril 2009). Comunicación personal.
- Katinsky, J. (1983). *Desenho Industrial*. En Zanini, W. (Org.). *História geral da arte no Brasil* (Vol. 2). San Pablo: Instituto Moreira Salles.
- Lacroce, A. (2009). **Forminform**: introdução organizada de uma nova metodologia de produção de signos no Brasil. En: *4º Congresso Internacional de Design*. Bauru: UNESP. Anais em meio eletrônico.
- Leon, E. (2006, marzo). O Instituto de Arte Contemporânea do Museu de Arte Moderna (MAM) de São Paulo dos anos 1950. *Revista Designio*, 05.
- Lima, M. (2006). *Introdução aos Materiais e Processos para Designers*. Rio de Janeiro: Ciencia Moderna.
- Memória Walita. Portfolio cultural. Recuperado em marzo de 2009, de www.memoriawalita.com.br/
- Montenegro, L. (2001). *Hot-Dog no fogão a lenha. Inovações transformando o gosto carioca*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação do Dep. de Artes e Design. Rio de Janeiro: PUC-Rio.
- Neves, L. (2003, janeiro-junho). Memória e História: potencialidades da História Oral. *Revista ArtCultura*, 5(6), pp. 27-38
- Ono, M. (2003). *Design Industrial e diversidade cultural: sintonia essencial. Estudos de casos nos setores de automóveis, eletrodomésticos e mobiliário* (Tesis de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP. San Pablo: FAUUSP.
- Pamplona, T. (2000). Apontamentos sobre Missionários pioneiros e produtos norte-americanos na modernização industrial brasileira. *Pós: Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP*, 8, pp. 212-224
- Produto e linguagem*. (1965, segundo trimestre). 1(2).
- Tradição e ruptura. (1984). *Catálogo de Exposição*. São Pablo: Fundação Bienal SP/FIESP-CIESP.