

Diseño, industria y hogar en la argentina (1945–2015)
Luciana Grynblat
Proyectoral D (N.º 3), e024, 2025. ISSN 3008-7473
<https://doi.org/10.24215/30087473e024>
<http://papelcosido.fba.unlp.edu.ar/revistas/proyectoral-d>
Facultad de Artes. Universidad Nacional de La Plata
La Plata. Buenos Aires. Argentina

Artículos

DISEÑO, INDUSTRIA Y HOGAR EN LA ARGENTINA (1945–2015)

Design, Industry and Home in Argentina (1945–2015)

Luciana Grynblat |lgrynblat@gmail.com

Consejo Nacional de Investigación Científicas y Técnicas (CONICET). Cátedra Garbarini, Instituto Superior de Urbanismo, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Resumen

El artículo analiza la trayectoria del lavarropas en Argentina (1945–2015) para comprender la intersección entre diseño, industria y tecnificación del hogar. Aborda el artefacto como nodo de ensamblajes donde confluyen políticas industriales, estrategias empresariales e innovaciones culturales. Desde un enfoque sociotécnico y multiescalar, muestra cómo el diseño medió entre tecnología, producción y vida cotidiana, resignificando el habitar e impulsando formas locales de innovación en contextos periféricos.

Abstract

The article analyzes the trajectory of the washing machine in Argentina (1945–2015) to understand the intersection between design, industry, and domestic technification. It approaches the appliance as a node of assemblages where industrial policies, business strategies, and cultural innovations converge. From a sociotechnical and multiscale perspective, it shows how design mediated between technology, production, and everyday life, fostering local innovation in peripheral contexts.

Palabras clave

diseño industrial; ensamblajes sociotécnicos; industrialización argentina; tecnificación del hogar; innovación frugal

Keywords

industrial design; sociotechnical assemblages; argentine industrialization; domestication of technology; frugal innovation

Este artículo examina la trayectoria del lavarropas en Argentina como prisma para comprender la intersección entre diseño, industria y tecnificación del espacio doméstico. Más que un artefacto técnico aislado, se lo concibe como nodo de ensamblajes sociotécnicos donde confluyen políticas industriales, estrategias empresariales, innovaciones proyectuales y transformaciones culturales del habitar (Bijker, Hughes & Pinch, 1987; Callón, 1986).

La elección de este artefacto se justifica por su sostenida producción local desde mediados del siglo XX —a diferencia de otros electrodomésticos cuya fabricación fue intermitente—, por su temprana incorporación al espacio doméstico urbano como signo de modernidad (Sánchez, 2008), y por las capacidades proyectuales y organizativas que demandó, lo que lo convierte en un caso relevante para observar innovación y adaptación en un contexto periférico.

El artículo no busca narrar una historia tecnológica lineal, sino analizar cómo el lavarropas encarna procesos relationales en los que se entrecruzan políticas industriales, consolidación de mercados, prácticas de consumo e imaginarios sociotécnicos (Jasanoff, 2004). La publicidad y la cultura material no se abordan como agregados, sino como dimensiones constitutivas de esas configuraciones (Latour, 2008; Shove, 2003).

El diseño aparece en este marco como un mediador clave. Se lo identifica como herramienta para traducir tecnologías globales en soluciones viables y situadas, ajustadas a condiciones materiales y culturales locales (Sanchez, 2009; Katz, 1987; Bonsiepe, 1989). Desde esta perspectiva, los desarrollos locales pueden leerse como expresiones de innovación frugal: modelos difundidos en Argentina rearticulados con rutinas domésticas y culturales específicas. Estas soluciones, además de responder a restricciones económicas y técnicas, se vincularon con la búsqueda de una autonomía tecnológica relativa (Prahad, 2009; Sábatto, 1982). Así, el diseño no se limitó a lo estético o técnico, sino que articuló decisiones industriales, políticas de desarrollo y formas de habitar.

El análisis resalta dos planos. Por un lado, muestra cómo el diseño operó como articulador en el cruce entre industria y hogar, reconfigurando simultáneamente prácticas productivas y formas de vida cotidiana. Por otro, propone una lectura de los modelos de desarrollo económico en Argentina que visibiliza la interdependencia entre políticas macroeconómicas y transformaciones microdomésticas.

El aporte consiste en proponer, desde un contexto periférico, una lectura sociotécnica que articula política industrial, diseño estratégico e imaginarios domésticos, situando al lavarropas como dispositivo clave para comprender cómo la innovación se co-produce entre Estado, industria, ciencia, diseño y vida cotidiana.

Orígenes y estabilización del lavarropas (1945–1976)

El período 1945–1976 en Argentina estuvo marcado por la industrialización por sustitución de importaciones (ISI), orientada a fortalecer la producción local y reducir la dependencia externa. Este esquema, impulsado por los primeros gobiernos peronistas, combinó protección arancelaria, financiamiento y regulaciones que habilitaron la expansión de manufacturas antes inexistentes (Basualdo, 2006; Rapoport, 2006). En un contexto global keynesiano-fordista, la versión argentina reprodujo el modelo con matices periféricos: replicó la lógica de estandarización y consumo masivo, pero bajo restricciones tecnológicas y de mercado (Rougier, 2021; Schvarzer, 2000).

La expansión de los servicios urbanos —agua corriente, electricidad y cloacas— creó condiciones para la incorporación de electrodomésticos, que pasaron a simbolizar modernidad y movilidad social. El lavarropas emergió como un bien directamente vinculado con la vida cotidiana, articulando factores técnicos, económicos y culturales (Mohun, 1999). Su difusión se intensificó en la década de 1960, cuando se consolidó un mercado urbano de clase media, donde la posesión de electrodomésticos se convirtió en signo de progreso¹ (Sánchez, 2008).

1 Aunque en la década de 1960 se produjo un auge en la incorporación del lavarropas, su difusión masiva se consolidó recién en los años ochenta, cuando la expansión de servicios urbanos alcanzó cobertura más amplia.

La publicidad desempeñó un papel central en esta construcción cultural. Revistas de circulación masiva lo presentaban como símbolo de confort y progreso, aunque reforzando estereotipos de género: la usuaria era invariablemente una mujer, representada como ama de casa eficiente y feliz. Esta narrativa vinculaba el bienestar familiar con la feminización del trabajo doméstico y con la tecnología como aliada de la eficiencia, evidenciando tensiones entre la promesa simbólica y la persistencia de la carga de tareas (Cowan, 1983; Sánchez, 2008).

En este contexto de industrialización sustitutiva y consolidación del consumo urbano, los fabricantes locales enfrentaron el desafío de producir bajo condiciones de escasez de insumos y dependencia tecnológica. Allí el diseño adquirió un papel central, impulsando soluciones creativas que no solo respondieron a limitaciones estructurales, sino que también abrieron un camino de innovación situada, aquí interpretada como innovación frugal².

Las primeras empresas dedicadas a la fabricación de lavarropas recurrieron a estrategias que pueden caracterizarse como innovación frugal (Prahalad, 2009): respuestas pragmáticas a restricciones económicas y tecnológicas mediante la adaptación y reconfiguración de productos según necesidades locales. Estas estrategias se alinearon con el concepto de autonomía tecnológica de Sábato (1982), que planteaba la capacidad de los países periféricos de generar y manejar su propia tecnología. La innovación frugal en el contexto del lavarropas representó así un paso hacia esa autonomía: no se trataba solo de importar, sino de adaptar y mejorar según condiciones locales, con el diseño como eje.

El diseño funcionó de este modo como mediador entre tecnología, industria y vida cotidiana. El lavarropas argentino de la etapa inicial resultó una propuesta ajustada a las condiciones de uso, a las viviendas y a la capacidad adquisitiva de los hogares. La institucionalización universitaria de la disciplina hacia fines de los años cincuenta (Correa, 2009) acompañó este proceso en un contexto global signado por el fordismo (Neffa, 1998; Boyer, 1986), en el que el diseño se orientó a resolver problemas de estandarización y eficiencia productiva (Bonsiepe, 1989).

2 El concepto de innovación frugal refiere a la generación de soluciones accesibles en contextos de restricción, mediante reducción de costos, simplificación de mecanismos o recombinación de tecnologías disponibles (Prahalad, 2009). Aquí se emplea de manera situada para interpretar cómo estas estrategias posibilitaron la construcción de capacidades locales y la adecuación de productos al mercado interno (Grynblat, 2024).

En este primer período, el lavarropas se consolidó como emblema de modernización doméstica y como producto de una industria nacional en expansión. Al condensar tensiones entre dependencia y autonomía, restricciones productivas y creatividad proyectual, el artefacto se inscribió como actor clave en la transformación del espacio urbano y en la configuración de nuevas prácticas del habitar.

Reestructuración, apertura y reconfiguración del diseño (1976–2003)

El golpe de Estado de 1976 inauguró un ciclo de liberalización financiera, apertura comercial y reducción del papel regulador del Estado, profundizado en los noventa con las recetas del Consenso de Washington³. Estas políticas debilitaron la protección del modelo sustitutivo, expusieron a la industria a la competencia internacional y desplazaron la acumulación hacia la valorización financiera (Ferrer, 1974; Basualdo, 2006; Rougier, 2021).

³ El Consenso de Washington refiere a un conjunto de reformas promercado difundidas en los años noventa, centradas en liberalización, privatización y disciplina fiscal (Neffa, 1998).

En un contexto global de crisis del fordismo y transición a regímenes neoliberales, la industria de electrodomésticos argentina quedó especialmente vulnerable. El ingreso de lavarropas importados —más eficientes y competitivos— expuso la fragilidad de un entramado construido al amparo del ISI. Muchas firmas no integradas colapsaron y las sobrevivientes enfrentaron costos crecientes y un mercado interno restringido por la caída del salario real (Schvarzer, 2000, Neffa, 1998).

El cambio no se limitó a la producción: también alteró el significado cultural del electrodoméstico. Si antes simbolizaba bienestar accesible, en los noventa pasó a funcionar como marcador de estatus, disponible sobre todo para sectores acomodados. La fragmentación del consumo y la centralidad de la marca y el diseño consolidaron este viraje hacia lo aspiracional (Devalle, 2009; Sánchez, 2016).

En el plano productivo, el esquema fordista de producción en masa dio lugar a regímenes flexibles: series cortas, diversificación y gestión de calidad. La adopción de normas ISO y de modelos inspirados en el Toyota Production System reflejó la incorporación de estándares globales (Piore&Sabel, 1984).

El diseño se reconfiguró en este escenario. En filiales de transnacionales se redujo a la adaptación de productos importados —interfaces, ajustes culturales—, mientras que en firmas nacionales asumió un rol más estratégico, ligado al desarrollo de marca y a la diferenciación de líneas. Alladio constituye un caso paradigmático: en plena etapa de cierre de industrias apostó por reforzar la marca con la adquisición de Drean, ya instalada en el imaginario local, y lanzó en 1997 el Drean Concept, primer lavarropas automático diseñado y fabricado en el país.

Paralelamente, estableció acuerdos de transferencia tecnológica con empresas europeas como Antonio Merloni/Ariston, lo que le permitió sostener un modelo de autonomía tecnológica aún en un momento crítico e incorporar tempranamente la tipología de carga frontal, cuya producción local se consolidó en 2000. En este sentido, Alladio actuó como un *early adopter*⁴ dentro del mercado argentino (Rogers, 2003): se adelantó a otros fabricantes en la apropiación de un estándar internacional que transformaría rutinas de uso y el diseño del espacio doméstico. Ser *early-adopter* en un país periférico implicó riesgos en inversión y aprendizaje, pero también otorgó ventajas competitivas al posicionar a la firma como referente en innovación proyectual y organizativa.

La circulación de modelos importados instaló nuevos parámetros de diseño y eficiencia, ampliando la brecha con el estándar internacional pero habilitando aprendizajes locales. La difusión de la carga frontal coincidió con transformaciones urbanas de los noventa —compactación de departamentos, integración de cocinas y living, desaparición del lavadero— que redefinieron las condiciones de uso doméstico (Ballent, 2014; Sánchez, 2016). El formato bajo mesada se consolidó así como tipología preferente, asociada a nuevas rutinas familiares.

En conjunto, este período muestra la desarticulación del ensamblaje sociotécnico de la etapa sustitutiva y la emergencia de otro basado en apertura financiera y comercial, valorización de intangibles, regímenes flexibles y un diseño que osciló entre la mera adaptación y el involucramiento estratégico. La trayectoria de Alladio ilustra que incluso en un

⁴ Según Rogers (2003), refiere a quienes incorporan tempranamente una innovación antes de que sea dominante; aquí se aplica al caso Alladio.

escenario adverso fue posible sostener la innovación local mediante autonomía tecnológica, anticipación proyectual y una lectura temprana de los cambios en el habitar urbano.

El lavarropas en la era de la conectividad (2003–2015)

La salida de la crisis de 2001 inauguró un ciclo de reindustrialización en Argentina, en un contexto regional de cuestionamiento a las políticas neoliberales y de retorno del Estado como actor central en el desarrollo productivo. El fin de la convertibilidad y la renegociación de la deuda habilitaron un modelo de acumulación basado en superávit comercial, dinamización del mercado interno y políticas industriales activas. El sector de electrodomésticos se convirtió en uno de los más dinámicos, sostenido por medidas de protección arancelaria, créditos subsidiados y acuerdos sectoriales. Programas como Ahora 12 y el Plan Canje ampliaron el acceso al consumo y aceleraron el recambio de equipos, consolidando al lavarropas como bien de primera necesidad y reforzando la tipología de carga frontal (Rougier, 2021; Grynblat, 2024).

Los cambios urbanos reforzaron esta dinámica: el auge inmobiliario y la reducción de superficies habitacionales generalizaron departamentos compactos sin lavadero (Sánchez, 2009). El lavarropas se trasladó a la cocina, integrándose bajo mesada y ganando visibilidad en el corazón de la vivienda, lo que modificó tanto su morfología como su significado simbólico. Paralelamente, las innovaciones técnicas acompañaron este desplazamiento: la electrónica reemplazó mecanismos electromecánicos, ampliando programas y optimizando consumos; la oferta se diversificó en prestaciones y estética, con paneles digitales integrados al mobiliario; y la eficiencia energética y el ahorro de agua se volvieron criterios de compra. Hacia el cierre del período aparecieron los primeros modelos conectados por IoT, que consolidaron el pasaje del «producto» al «sistema de lavado».

El caso de Alladio resulta ilustrativo. La creación de un departamento de I+D+i implicó un cambio estructural: la innovación dejó de centrarse en el producto y se extendió a procesos organizativos, tecnológicos y proyectuales. Este

departamento puede interpretarse a la luz del Triángulo de Sábato (1982), al operar como interfaz entre empresa, Estado y sistema científico: articuló financiamiento y regulación estatal, transferencia y validación tecnológica desde INTI y universidades, y traducción al uso a través de los consumidores. Así, la firma sostuvo una autonomía tecnológica relativa aun en un mercado abierto y se consolidó como referente local.

Desde una perspectiva sociotécnica, tanto este departamento como las políticas públicas de diseño pueden leerse como actores-red (Callon, 1986; Latour, 2008): nodos que ensamblan actores heterogéneos —empresas, Estado, ciencia y usuarios— y traducen esas interacciones en innovaciones técnicas, organizativas y simbólicas. En este ensamblaje, el diseño operó como mediador multiescalar: en la configuración del producto —micro—, en la organización empresarial —meso— y en la política pública y la construcción de identidad cultural —macro—.

El diseño también se orientó hacia la experiencia de uso. El lavarropas comenzó a presentarse como sistema de soluciones: ciclos automáticos, eficiencia energética, bajo nivel de ruido, integración estética e interfaces digitales. La publicidad reflejó este cambio: gracias a las TICs y a las redes sociales, comenzó a dirigirse a perfiles segmentados, interpellando al usuario de manera personalizada.

La consolidación de este enfoque se apoyó en políticas públicas. Puede hablarse de una segunda fase de institucionalización de la disciplina, vinculada no solo a su desarrollo académico, sino a su incorporación en la esfera estatal. El Plan Nacional de Diseño (2003) promovió la gestión proyectual como herramienta de competitividad, creó el Sello de Buen Diseño y fomentó la articulación entre empresas y universidades. El ProDiseño del INTI —posteriormente CIDI— y el Centro Metropolitano de Diseño (CMD) extendieron buenas prácticas y formación sectorial, situando al diseño en el centro de las políticas públicas como recurso estratégico de desarrollo territorial (Galán, 2009; Becerra & Cervini, 2005).

En este escenario, el lavarropas se consolidó como emblema de la reindustrialización argentina y de la tecnificación del hogar. De la articulación entre innovación tecnológica, políticas públicas y diseño estratégico emergió un ensamblaje sociotécnico en el que el diseño actuó como traductor y catalizador entre industria, Estado, ciencia y vida cotidiana, posicionando a la Argentina como polo regional de producción de lavarropas de sistema europeo.

Conclusiones

El recorrido permitió situar al lavarropas como artefacto central para comprender la relación entre diseño, industria y espacio doméstico en la Argentina contemporánea. Lejos de ser un objeto técnico aislado, su trayectoria evidencia procesos de incorporación, adaptación y resignificación que caracterizan la tecnificación del hogar.

El enfoque sociotécnico y multiescalar permitió abordarlo en distintos niveles: la evolución del diseño en la escala micro, la articulación de innovación y gestión empresarial en la meso y las transformaciones del espacio doméstico, las políticas públicas y los imaginarios culturales en la macro.

Cada período configuró un ensamblaje sociotécnico particular: primero en torno a la adaptación tecnológica y el consumo masivo, luego marcado por tensiones entre apertura y redefinición del rol del diseño, y finalmente orientado a la gestión, la innovación y la construcción simbólica.

El caso del lavarropas argentino muestra que la innovación no puede entenderse como proceso lineal ni exclusivamente técnico: en cada ensamblaje combinó dimensiones sociales, organizativas y simbólicas. Desde este prisma, el diseño aparece como eje articulador de redes productivas y modos de habitar.

En conclusión, el artículo subraya la centralidad del diseño en la comprensión de los procesos de industrialización, consumo y transformación del espacio doméstico. El análisis de la trayectoria sociotécnica del lavarropas permitió identificar cómo, en el

cruce entre Estado, empresas, usuarios y saberes proyectuales, se generaron capacidades locales de innovación —proyectuales, organizativas y tecnológicas— que transformaron la vida cotidiana y consolidaron al diseño como recurso estratégico. Estas capacidades, acumuladas a lo largo de distintos escenarios históricos, habilitaron la radicación de empresas multinacionales y posicionaron a la Argentina como polo regional de innovación en electrodomésticos.

Referencias

- Ballent, A. (2014). Política, vivienda y cultura material en la Argentina moderna. En A. Ballent & J. F. Liernur, *La casa y la multitud. Vivienda, política y cultura en la Argentina moderna* (pp. 27–74). Fondo de Cultura Económica.
- Basualdo, E. (2006). *Estudios de historia económica argentina: Desde mediados del siglo XX a la actualidad*. Siglo XXI Editores.
- Becerra, L. y Cervini, R. (2005). *Políticas de diseño en la Argentina: Experiencias de implementación y desafíos actuales*. Revista de Ciencias Sociales, 18(2), 55–72.
- Bijker, W., Hughes, T., & Pinch, T. (1987). *The social construction of technological systems* [La construcción social de los sistemas tecnológicos]. MIT Press.
- Bonsiepe, G. (1989). *Del objeto a la interfase*. Editorial Gustavo Gili.
- Boyer, R. (1986). *La teoría de la regulación: Un análisis crítico*. CEPREMAP.
- Callon, M. (1986). *Some elements of a sociology of translation: Domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay* [Algunos elementos de una sociología de la traducción: domesticación de las vieiras y los pescadores de la bahía de St. Brieuc]. En J. Law (Ed.), *Power, action and belief: A new sociology of knowledge?* [Poder, acción y creencia: ¿Una nueva sociología del conocimiento?]. (pp. 196–233). Routledge.

- Correa, J. (2009). *Diseño industrial en la Argentina. Historia de una disciplina en construcción*. Ediciones Infinito.
- Cowan, R. S. (1983). *More work for mother: The ironies of household technology from the open hearth to the microwave* [Más trabajo para mamá: las ironías de la tecnología doméstica, del fogón abierto al microondas]. Basic Books.
- Devalle, V. (2009). *Diseño gráfico y cultura visual en la Argentina*. Paidós.
- Ferrer, A. (1974). *La economía argentina: Desde sus orígenes hasta principios del siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica.
- Galán, J. (2009). *Diseño estratégico y competitividad*. Editorial UBA.
- Grynblat, L. (2024). *Hacia una sociología del lavarropas argentino. Un enfoque sociotécnico sobre el rol del diseño en la empresa Alladio, 1960–2015* [Tesis de maestría inédita, Universidad de Buenos Aires]. Maestría en Política y Gestión de la Ciencia y la Tecnología.
- Jasanoff, S. (2004). *States of knowledge: The co-production of science and social order* [Estados del conocimiento: la co-producción de la ciencia y el orden social]. Routledge.
- Katz, J. (1987). *Technology generation in Latin American manufacturing industries* [Generación tecnológica en las industrias manufactureras latinoamericanas]. St. Martin's Press.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial.
- Mohun, A. P. (1999). *Cultural meanings of the washing machine in postwar America* [Significados culturales del lavarropas en la posguerra estadounidense]. *Technology and Culture*, 40(1), 1–27.
- Neffa, J. C. (1998). *El fordismo y la crisis del fordismo*. EUDEBA.
- Piore, M., & Sabel, C. (1984). *The second industrial divide* [La segunda ruptura industrial]. Basic Books.

- Prahalad, C. K. (2009). *The fortune at the bottom of the pyramid* [La fortuna en la base de la pirámide]. Wharton School Publishing.
- Rapoport, M. (2006). *Historia económica, política y social de la Argentina (1880–2003)*. Emecé.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* [Difusión de innovaciones] (5th ed.). Free Press.
- Rougier, M. (2021). *Industria y política industrial en la Argentina: Del siglo XX a la actualidad*. Miño y Dávila.
- Sábato, J. (1982). *El pensamiento latinoamericano en la problemática ciencia-tecnología-desarrollo-dependencia*. Paidós.
- Sánchez, S. (2008). *La modernización del hogar en la Argentina (1950–1970): Una historia social de los electrodomésticos*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Sánchez, S. (2016). *Consumo y vida cotidiana en la Argentina neoliberal*. CLACSO.
- Schvarzer, J. (2000). *La industria que supimos conseguir. Una historia político-social de la industria argentina*. Ediciones Letra Buena.
- Shove, E. (2003). *Comfort, cleanliness and convenience: The social organization of normality* [Comodidad, limpieza y conveniencia: la organización social de la normalidad]. Berg.