

# Olivetti en América Latina:

Diseño, Comunicación  
y Arquitectura

Pier Paolo Peruccio





# Olivetti en América Latina: Diseño, Comunicación y Arquitectura

Pier Paolo Peruccio



**OLIVETTI EN AMÉRICA LATINA:  
DISEÑO, COMUNICACIÓN Y ARQUITECTURA**

EXPOSICIÓN EN EL TEC,  
CAMPUS TECNOLÓGICO LOCAL SAN JOSÉ  
BARRIO AMÓN

30/01/2026 - 14/04/2026

**ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO  
CASA VERDE**

**EMBAJADA DE ITALIA**

**EMBAJADOR**

Alberto Colella

**AGREGADA CULTURAL**

Silvia Cimei

**TECNOLÓGICO DE COSTA RICA**

**RECTORA**

María Estrada Sánchez

**DIRECTOR DE CAMPUS TECNOLÓGICO LOCAL  
SAN JOSÉ**

Ronald Bonilla Rodríguez

**POLITECNICO DI TORINO – DAD Y CENTRO SYDERE**

**CURADOR DE LA EXPOSICIÓN  
Y AUTOR DE LA PUBLICACIÓN**

Pier Paolo Peruccio

**PROYECTO MUSEOGRÁFICO**

Alessandro Colombo y Paola Garbuglio

**CARTEL DE LA EXPOSICIÓN**

Francesca Mucchetti

**COORDINADOR DE LA EXPOSICIÓN  
Y PUBLICACIÓN EN COSTA RICA**

David Porras Alfaro

**EQUIPO DE APOYO DE LA EXPOSICIÓN**

José Pablo Castillo Halabi

Juan Pablo Campos Navarro

Roberto Tenorio Rivera

Asociación de Estudiantes Arquitectura y Urbanismo

**DISEÑO GRÁFICO Y DIAGRAMACIÓN**

Maureen Monge Chacón

Unidad de Publicaciones TEC

**ARCHIVOS Y COLECCIONES**

Archivo Storico Olivetti

Archivo de Arquitectos Mexicanos –  
Facultad de Arquitectura – UNAM

Archivo Legorreta

Archivo Carlo Torchio

Colección Privada Silvana Bellino

Colección Privada Carmen Claramunt

Colección Privada Alberto Colella

Colección Privada Luciano Hutter

---

**ISBN: 978-9930-656-11-2**

© Derechos Reservados. Se prohíbe la reproducción parcial o total en cualquier forma o medio electrónico o mecánico incluido el fotocopiado, grabación o similar de los textos e imágenes contenidos en esta publicación, sin la debida autorización expresa del autor.



# Índice

<b>Presentación</b>	<b>7</b>
Alberto Colella, Embajador de Italia en Costa Rica	
<b>Preámbulo</b>	<b>9</b>
Gaetano Di Tondo, Presidente de la Asociación Archivo Storico Olivetti	
<b>Un legado de innovación, diseño y humanismo</b>	<b>13</b>
David Porras Alfaro, Director, Escuela de Arquitectura y Urbanismo, Tecnológico de Costa Rica	
<b>Introducción</b>	<b>17</b>
Pier Paolo Peruccio	
<b>Capítulo 1</b>	<b>21</b>
La acción sistémica en la experiencia industrial y cultural de Adriano Olivetti	
<b>Capítulo 2</b>	<b>37</b>
Olivetti en América Latina	
<b>Capítulo 3</b>	<b>47</b>
La experiencia mexicana	
<b>Capítulo 4</b>	<b>69</b>
Save Our Planet	
<b>Bibliografía</b>	<b>79</b>





# Presentación

Alberto Colella,  
Embajador de Italia en Costa Rica

Es un honor presentar esta publicación, que acompaña la exposición “Olivetti en América Latina: Diseño, Comunicación y Arquitectura”, inaugurada en el corazón de San José.

En nombre de la Embajada de Italia en Costa Rica, deseo expresar el más vivo agradecimiento por la iniciativa y reconocer a los promotores y a las instituciones que han contribuido a la realización de este proyecto. Celebrar la historia de una de las empresas italianas más emblemáticas significa, en efecto, reconocer un patrimonio que ha sabido influir no solo en la industria, sino también en la cultura, en la manera de comunicarse y en la calidad del entorno urbano.

Nacida en Ivrea en 1908, Olivetti no fue únicamente sinónimo de máquinas de escribir y, posteriormente, de instrumentos tecnológicos para el tratamiento de datos. Su legado representa, sobre todo, un modelo de innovación capaz de conjugar arte y responsabilidad social. La visión de Olivetti trascendió las fronteras nacionales, influyendo en el diseño industrial y dejando huellas significativas también en el ámbito de la comunicación y del urbanismo, en diversos países, entre ellos —con especial vitalidad— los de América Latina.

El diseño, por su parte, ocupa un lugar central en la cultura italiana: no se entiende exclusivamente como una disciplina estética, sino como una manera de pensar que une la funcionalidad con la belleza, contribuyendo a dar forma a la vida cotidiana de las personas. Italia, reconocida históricamente como cuna de creatividad e innovación, ha sabido integrar tradición y modernidad en ámbitos que van desde el mobiliario hasta la industria automotriz, desde la moda hasta la arquitectura. En este camino, el enfoque de Olivetti constituye una referencia autorizada, capaz de transformar la calidad del objeto en valor social y cultural.



Esta exposición nace en colaboración con instituciones de prestigio, entre ellas el Politécnico de Turín y la Escuela de Arquitectura y Urbanismo del Tecnológico de Costa Rica. A través de materiales históricos y máquinas originales, ofrece la oportunidad de explorar el legado de Olivetti mediante una perspectiva concreta y, al mismo tiempo, interdisciplinaria, involucrando a la comunidad académica, a los estudiantes y a los profesionales de las industrias creativas.

La muestra invita al público a profundizar en temas de gran actualidad, entre ellos la sostenibilidad en la empresa y el diseño entendido como expresión cultural. En este contexto, el estudio y la valorización de las obras de Olivetti constituyen una invitación a reflexionar sobre la importancia de un enfoque integrado entre innovación, creatividad y responsabilidad social.

Deseo asimismo compartir un elemento personal: dentro de la exposición, tengo el gusto de ver expuesta también una máquina de escribir Olivetti “Lettera 32”, que ocupa un lugar especial en mi corazón. Este modelo, recibido de mis padres con motivo de mi graduación, ha sido durante años el compañero fiel de la redacción de mis primeros documentos de estudio y de trabajo, en una época anterior a la consolidación de los ordenadores personales. Con la Lettera 32, la relación entre instrumento y creatividad se hizo tangible: un detalle que confirma que la excelencia de Olivetti no reside únicamente en la técnica, sino también en la manera en que acompaña a las personas en la construcción del pensamiento y de la expresión.

Dirijo mis más sinceros agradecimientos al Profesor Pier Paolo Peruccio del Politécnico de Turín, promotor de la iniciativa, y al Archivo Histórico Olivetti de Ivrea por su generoso aporte. Asimismo, expreso mi gratitud al Sr. Luciano Hutter y a su esposa Marina Malinverni, quienes han respondido a nuestra invitación poniendo gentilmente a disposición su máquina de escribir para la exposición.

A todos los visitantes y a los lectores les deseo invitar a dejarse guiar en este recorrido a través del diseño italiano, a dejarse inspirar por la genialidad de Olivetti y a imaginar cómo su legado puede seguir influyendo en las generaciones futuras.

Buena visita y buena lectura.



# Preámbulo

Gaetano Di Tondo,  
Presidente de la Asociación Archivio  
Storico Olivetti

Contar la historia de Olivetti significa adentrarse en un recorrido que atraviesa geografías, lenguajes y disciplinas, preservando siempre un núcleo identitario hecho de belleza, innovación y un profundo sentido de responsabilidad hacia las comunidades. Cada vez que esta historia llega a un nuevo país, se renueva, dialoga con culturas diversas y abre caminos inéditos para reflexionar sobre la relación entre industria, sociedad y futuro.

La exposición «Olivetti en América Latina: Diseño, Comunicación y Arquitectura», presentada en el Tecnológico de Costa Rica, ofrece una perspectiva privilegiada de este diálogo internacional. Los primeros pasos de Olivetti en América Latina —iniciados en los años veinte con las filiales en Argentina y ampliados después en México y Brasil— revelan una visión industrial que entiende la expansión como un instrumento cultural antes que comercial. Y es precisamente este entrelazamiento —la empresa como generadora de significado además de productos— el que define la esencia del trabajo cotidiano de la Asociación Archivio Storico Olivetti.

El Archivo conserva testimonios únicos: arquitectura experimental, proyectos de diseño de vanguardia, campañas de comunicación visionarias y una atención pionera hacia los grandes temas globales, como la sostenibilidad ambiental. Ya en las décadas de 1960 y 1970, Olivetti impulsaba con valentía debates sobre el futuro del planeta, como demuestra la célebre campaña **Save Our Planet** de 1971, realizada en colaboración con artistas internacionales y dedicada a la protección ambiental.



Explorar la presencia de Olivetti en América Latina permite observar cómo la empresa trasladó más allá del océano una idea particular de fábrica: un espacio capaz de generar riqueza material y bienestar social al mismo tiempo. Los complejos industriales proyectados en Argentina y Brasil —como la planta de Merlo diseñada por Marco Zanuso o la de Guarulhos, concebida en diálogo con el paisaje— expresan la misma sensibilidad que caracteriza a Ivrea, reconocida en 2018 como **Patrimonio Mundial por la UNESCO** por su modelo urbano e industrial.

América Latina se convierte así en un laboratorio fértil para el pensamiento olivettiano: un territorio donde arquitectura, tecnología y comunidad evolucionan juntas, y donde la presencia italiana impulsa nuevas visiones de modernidad. El proyecto de Cubiertas Ala para la fábrica de México, con las icónicas estructuras de Félix Candela, o el gran plan elaborado por Ricardo Legorreta en 1968, muestran una tensión creativa que dialoga con los contextos locales, valorando sus recursos, sensibilidades y aspiraciones. A esto se suma la extensa red comercial y la participación en grandes acontecimientos —como los XIX Juegos Olímpicos de Ciudad de México—, que evidencian una capacidad organizativa extraordinaria y una presencia cultural sólida y capilar.

Esta exposición, curada por el profesor **Pier Paolo Peruccio**, fruto de una colaboración larga y consolidada entre el Politécnico de Turín y los Archivos Olivetti, constituye un elemento clave dentro de la estrategia cultural que la Asociación impulsa con convicción. Una estrategia basada en la voluntad de compartir el patrimonio olivettiano con un público global y con las nuevas generaciones, ofreciendo materiales originales, documentos, imágenes y relatos que, gracias a las tecnologías digitales y a los lenguajes contemporáneos, transforman el archivo en una plataforma viva de producción cultural.

Esta apertura al diálogo y a la co-creación refuerza el compromiso del Archivo con la investigación, la educación y las iniciativas internacionales dedicadas a la cultura industrial. La colaboración con el Politécnico de Turín y su Systemic Design Research Education (Sydere) Center encarna plenamente este enfoque: una convergencia entre mundo académico y empresarial capaz de generar nuevos itinerarios de estudio, nuevas interpretaciones del pasado y nuevas ideas para el futuro.



Las páginas de este catálogo —enriquecidas con materiales procedentes de archivos italianos y latinoamericanos— ofrecen un testimonio valioso: el legado olivettiano mantiene la capacidad de atravesar fronteras físicas, disciplinarias y temporales. Su mensaje conserva total vigencia porque sitúa en el centro a la persona, la calidad, la dignidad del trabajo, la atención al territorio y un equilibrio ejemplar entre crecimiento económico y responsabilidad social.

Cada exposición internacional dedicada a Olivetti fortalece esta conciencia e invita a mirar hacia adelante con espíritu constructivo. La cultura empresarial que compartimos con el mundo pertenece a una Italia capaz de unir creatividad y rigor, sensibilidad estética e innovación tecnológica, espíritu emprendedor y visión ética. Es un patrimonio precioso que merece ser custodiado y, sobre todo, compartido. Solo al compartir la memoria colectiva se generan nuevas posibilidades.

Por esta razón, la etapa costarricense adquiere un significado especial: abre un diálogo con un país que apuesta por el conocimiento, la educación y la sostenibilidad ambiental —valores profundamente afines al pensamiento olivettiano— y acoge esta historia como inspiración para imaginar modelos contemporáneos de desarrollo integrados e inclusivos.

La Asociación Archivo Storico Olivetti, a través de esta exposición y de múltiples iniciativas en curso, renueva su compromiso de custodiar, valorizar y compartir un legado que sigue hablando con fuerza al presente y que ofrece, a quien lo observa con atención, una clave extraordinaria para interpretar el futuro.





# Un legado de innovación, diseño y humanismo

David Porras Alfaro, Director,  
Escuela de Arquitectura y Urbanismo,  
Tecnológico de Costa Rica

Presentar esta publicación, que documenta la exposición “Olivetti en América Latina: Diseño, Comunicación y Arquitectura”, constituye la culminación de un esfuerzo conjunto que celebra la convergencia entre el arte, la tecnología y la sensibilidad. Durante el periodo comprendido entre enero y abril de 2026, la Casa Verde (Residencia Saborío Yglesias) y la Escuela de Arquitectura y Urbanismo en el Campus Tecnológico Local San José del Tecnológico de Costa Rica (TEC) se transformaron en el epicentro de la exposición, acercando al público al diseño industrial y arquitectónico italiano desde el pensamiento e interés por la resolución de problemas, la optimización y la mejora de la calidad de vida de las personas.

Este proyecto fue posible gracias a una diplomacia cultural activa y una visión académica compartida, donde destaca la gestión del Embajador de Italia en Costa Rica, el Sr. Alberto Colella. Asimismo, esta obra es el fruto del entendimiento y la cooperación fraterna entre el Tecnológico de Costa Rica y el Politécnico de Turín, junto al Archivo Histórico Olivetti, demostrando que el diseño y la arquitectura son lenguajes universales que tienden puentes institucionales permanentes, y evidenciando que la articulación académica entre Italia y Costa Rica trasciende fronteras.

Una figura central en este proceso es el curador de la muestra, el profesor Pier Paolo Peruccio del Politécnico de Turín. El Dr. Peruccio, arquitecto y especialista en Historia de la Arquitectura Contemporánea y Urbanismo, ejerce



como Profesor Titular de Diseño en Turín y dirige el Centro SYDERE (*Systemic Design Research and Education*), una plataforma multidisciplinaria de vanguardia en pensamiento sistémico. Su trayectoria internacional incluye su participación en las juntas directivas de la *World Design Organization* y la Sociedad Científica Italiana de Diseño, entre otras organizaciones, además de su labor como profesor visitante en universidades de China, Estados Unidos, Francia y Colombia. Autor de más de 150 publicaciones y curador de exhibiciones previas en Seúl y Ciudad de México, su experiencia permitió acercar parte del legado histórico italiano al contexto costarricense.

Para comprender la exposición es necesario profundizar en la figura de Camillo Olivetti (1868-1943), quien en 1908 fundó en Ivrea la primera fábrica de máquinas de escribir de Italia. A través de la exposición, se evidencia que Olivetti no solo estableció una industria, sino una filosofía donde el diseño, la tecnología y la cultura del trabajo se integraron para mejorar la sociedad. Su legado, continuado por su familia bajo la tutela de su hijo Adriano, transformó esta ciudad en un modelo de urbanismo y política comunitaria reconocido por la UNESCO, como Patrimonio Mundial. Este hecho, demostró al mundo que la tecnología y la belleza no eran excluyentes, y que una empresa podía tener una responsabilidad moral y cultural con su territorio.

Esta visión humanista se refleja en el recorrido museográfico de la exhibición, el cual se divide en tres salas con más de 65 elementos expositivos, incluidas máquinas de escribir originales. En la primera sala se aborda el diseño italiano y la identidad visual de la marca a través de carteles publicitarios de las fábricas de Ivrea a Buenos Aires y modelos icónicos como la *Lettera 32*, la *Lettera 22* y la *Valentine*, exponiendo la transición hacia las máquinas de cálculo, la estética de las tiendas Olivetti alrededor del mundo y la evolución del logotipo.

La segunda sala se enfoca en la innovación industrial y la cultura del trabajo en América Latina, presentando imágenes arquitectónicas de fábricas en Brasil, Argentina y México, junto a modelos como la *Lettera 32*, la *Lettera 35*, la máquina de cálculo *Divisumma*, la *Studio 45*, la *Valentine*, la *Diaspron 82*, la *Olivetti De Luxe* y la *Olivetti Dora*; además de resaltar el aporte gráfico de la empresa a los XIX Juegos Olímpicos de México en 1968.



Finalmente, la tercera sala presenta carteles publicitarios de la primera máquina de escribir portátil (*MPI*), *Divisumma 18*, la primera máquina de escribir italiana *MI* y la *M20*, *Lexikon 80*, *Lettera 22*, *Diaspron 82*, la máquina de cálculo *Olivetti ER Personal 55*, y detalles de la máquina de escribir *Valentine 1968*; asimismo, conecta la producción de Olivetti con la vanguardia tecnológica y artística, explorando su relación con el Programa 101 de la NASA (considerada la primera computadora de escritorio del mundo) usada en la misión Apolo 11 en 1969. Además, presenta con detalle el caso de Ivrea en Italia y su política comunitaria, así como detalles de la tienda de Olivetti en la 5ta Avenida de Nueva York. También, esta sala destacó la campaña publicitaria *Save Our Planet*, donde Olivetti colaboró con destacados artistas, fotógrafos y arquitectos estadounidense como Roy Lichtenstein, Alexander Calder, Georgia O'Keeffe, Edward Steichen, Ernest Trova y Richard Buckminster Fuller, demostrando una temprana y profunda preocupación por la sostenibilidad, impregnada de visión de futuro.

Esta publicación, queda como un testimonio visual y académico de una empresa que enseñó al mundo que el mejor diseño es aquel que sitúa al ser humano en el centro de la innovación. Para la Escuela de Arquitectura y Urbanismo del TEC, coordinar esta exposición en Costa Rica y aportar en la elaboración de esta publicación, ha sido un ejercicio académico y cultural de gran valor, que servirá para reafirmar el trabajo de colaboración internacional desarrollado hasta ahora con el apoyo de la Embajada de Italia.



# Introducción

## Pier Paolo Peruccio

La exposición “*Olivetti en América Latina. Diseño, Comunicación y Arquitectura*” narra el proyecto de expansión industrial de Olivetti en América Latina a partir de los años veinte del siglo pasado, cuando en Argentina se inaugura una de sus primeras filiales en el extranjero.

La empresa, fundada en 1908 en Ivrea (Italia), ciudad industrial reconocida por la UNESCO como Patrimonio Mundial en 2018, propone un modelo de desarrollo innovador que integra la calidad de la arquitectura y de la producción industrial con la atención a las condiciones de trabajo y al territorio. El proyecto empresarial y social de Camillo (1868-1943) y Adriano Olivetti (1901-1960) mantiene un equilibrio entre industria y comunidad, conjugando la vocación agrícola local con una visión industrial orientada a la calidad de vida. En Ivrea toma forma así un proyecto en el que la fábrica se convierte en instrumento de reforma de la sociedad y motor de desarrollo económico y social, también gracias a la participación de jóvenes profesionales seleccionados por Adriano Olivetti para conformar equipos interdisciplinarios de diseñadores, arquitectos e intelectuales.

Este pensamiento se resume en un fragmento del discurso dirigido a los trabajadores por Adriano Olivetti el 23 de abril de 1955, con motivo de la inauguración de la nueva planta Olivetti en Pozzuoli, cerca de Nápoles: “(...) *¿Puede la industria proponerse fines? ¿Se encuentran éstos simplemente en el índice de las utilidades? ¿No hay, más allá del ritmo aparente, algo más fascinante, un destino, una vocación incluso en la vida de una fábrica? Podemos responder: hay un fin en nuestra acción cotidiana, en Ivrea como en Pozzuoli. Y sin la conciencia de este fin es vano esperar el éxito de la obra que hemos emprendido. Porque una trama, una trama ideal más allá de los principios de la organización empresarial ha guiado durante muchos años, inspirada por el pensamiento de su fundador, la obra de nuestra Sociedad.*



*El intento social de la fábrica de Ivrea, intento que no dudo en decir aún no del todo concluido, responde a una idea simple: crear una empresa de tipo nuevo, más allá del socialismo y del capitalismo, ya que los tiempos advierten con urgencia que, en las formas extremas en que los dos términos de la cuestión social se plantean, uno contra otro, no logran resolver los problemas del hombre y de la sociedad moderna (...)."*<sup>1</sup>

Olivetti replica este modelo empresarial en México, Argentina y Brasil, diseñando fábricas orientadas a un equilibrio entre producción y sociedad. Algunos proyectos, como la fábrica de 1968 en México diseñada por Ricardo Legorreta, permanecen en el papel debido a los cambios políticos y económicos, así como a la transición de la mecánica a la electrónica en los años setenta, que transforma radicalmente el sector de las máquinas de escribir y de las calculadoras.

En Costa Rica, Olivetti cuenta exclusivamente con puntos de venta, sin plantas productivas ni actividades de ensamblaje local. Entre ellos, el más conocido, también por la eficaz campaña de comunicación en los periódicos costarricenses, es el almacén La Granja S.A., especializado también en la venta de máquinas de cálculo.

Las máquinas de escribir y calculadoras producidas por Olivetti en todo el mundo se convierten en símbolo del diseño italiano, expresión de un sistema productivo orientado a la calidad y sustentado también en competencias de carácter artesanal. Entre las más conocidas se encuentran la portátil Lettera 22, de 1950, caracterizada por una carcasa diseñada por Marcello Nizzoli y por una mecánica proyectada por el ingeniero Giuseppe Beccio, y la Valentine, diseñada por Ettore Sottsass Jr. y Perry A. King, en plástico ABS rojo, producida entre 1969 y 2000 en plantas italianas, españolas y mexicanas. Un ejemplo significativo de diseño interdisciplinario es la Studio 42, máquina de escribir portátil producida a partir de 1935, en cuya realización colaboran Ottavio Luzzati, Xanti Schawinsky, Luigi Figini y Gino Pollini, estos últimos involucrados en el mismo periodo también en proyectos en Ivrea y en el plan regulador del Valle de Aosta.

<sup>1</sup> Adriano Olivetti, *Ai Laboratori*, Ivrea, Edizioni di Comunità, 2012, pp. 28–29.



En 1958, con motivo del cincuentenario, la última página del volumen conmemorativo señala que el personal en Italia asciende a 14,200 unidades, mientras que otras 10,000 personas trabajan en las 17 filiales en el extranjero<sup>2</sup>. La producción se distribuye en Italia entre Ivrea, Agliè, Turín, Massa y Pozzuoli, y en el extranjero entre Barcelona, Glasgow, Buenos Aires, São Paulo y Johannesburgo, a las que se suma, diez años más tarde, la planta de Ciudad de México.

La exposición sitúa en el centro del espacio de la primera sala de la Escuela de Arquitectura y Urbanismo del TEC la evolución histórica del logotipo, elemento distintivo fundamental que ha sido objeto de intervenciones proyectuales y de rediseño a lo largo de las décadas. El primer logotipo Olivetti, de matriz liberty, se remonta a la fundación de la empresa en 1908. A mediados de los años treinta, Schawinsky diseña un nuevo emblema utilizando el tipo tipográfico Universal Pica con remates rectilíneos, evocadores de la máquina de escribir. Esta elección se inscribe en un contexto en el que se difunde la enseñanza de la mecanografía en los programas oficiales y, más en general, se consolida la escritura mecánica en la oficina moderna. Este fenómeno se refleja tanto en el logotipo como en la comunicación publicitaria: hacia finales de los años treinta, algunos carteles privilegian elementos vinculados a la difusión de la mecanografía más que a la promoción de un producto específico.

En el logotipo posterior, diseñado entre 1946 y 1947 por el diseñador gráfico Giovanni Pintori, se abandona la referencia directa a la mecanografía. La producción se orienta ya también hacia las máquinas de cálculo y el signo gráfico adquiere un carácter más dinámico, con letras de trazo cuadrado aligerado y mayor espaciado. El mismo logotipo, en negativo, aparece en una composición de números de colores en un célebre cartel realizado por Giovanni Pintori en 1949. En 1952 Marcello Nizzoli diseña el emblema Olivetti que representa una greca, titulada “inicio sin fin”, aplicada en elementos arquitectónicos, materiales de comunicación y, por ejemplo, en la máquina de escribir Studio 44.

2 Riccardo Musatti, Libero Bigiaretti y Giorgio Soavi (coords.), *Olivetti 1908-1958*, Zúrich, 1958, p. 190.



Una intervención posterior se registra en 1960, cuando el logotipo de Pintori es modificado suavizando las letras y engrosando el trazo tipográfico. La última versión es elaborada por el diseñador gráfico suizo Walter Ballmer en 1970: la “t” pierde la barra izquierda y el signo se vuelve más armónico y compacto gracias al redondeo de los ángulos. Este logotipo permanece sustancialmente inalterado hasta hoy, a pesar de las actualizaciones relativas a su uso introducidas en 1993 con un nuevo programa de identidad visual corporativa. En ese mismo periodo Giovanni Ferioli reelabora la marca, adaptándola a diversas aplicaciones, en particular en el ámbito de los patrocinios deportivos, entre ellos atletismo, esquí y Fórmula 1.

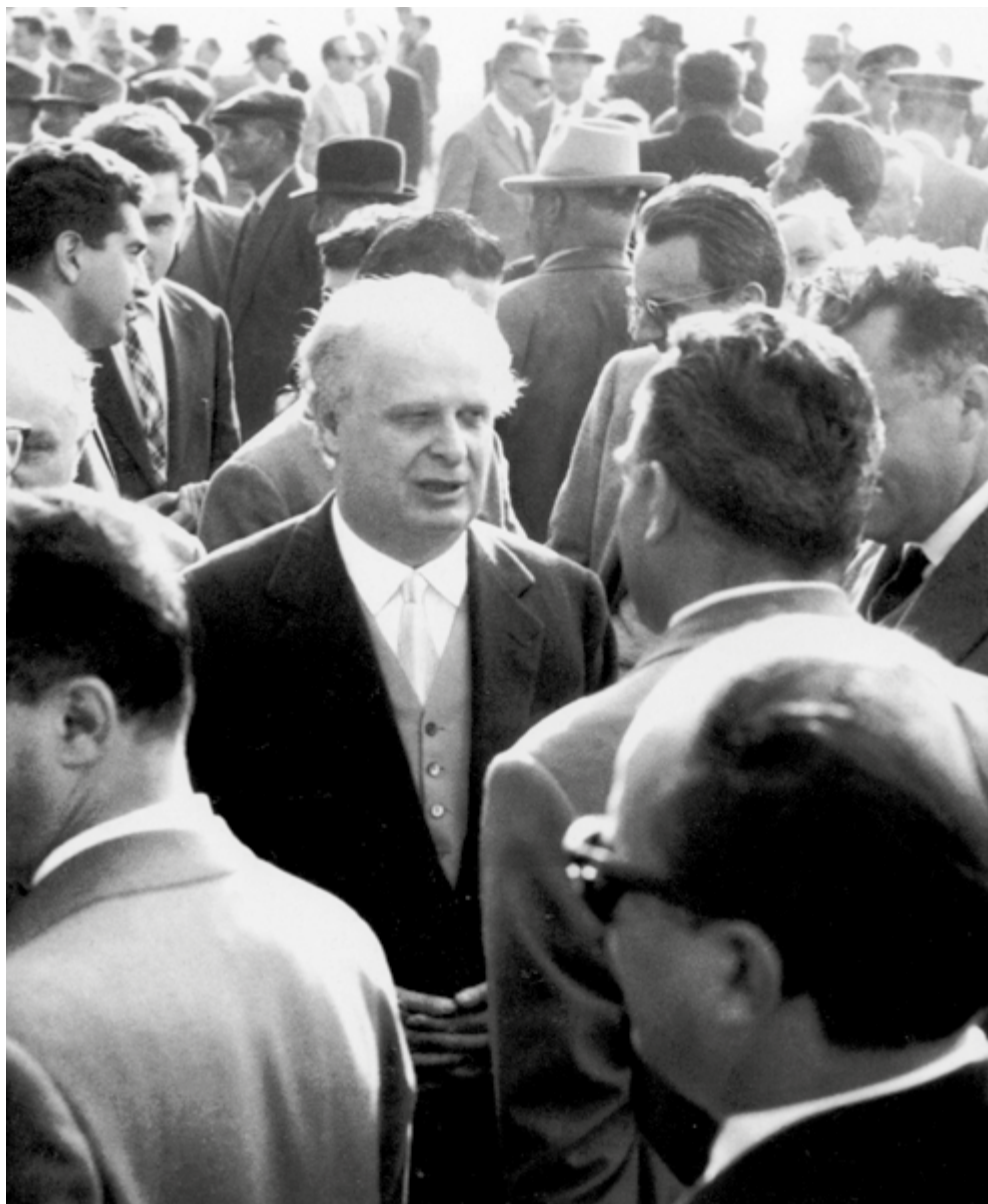
La exposición “*Olivetti en América Latina. Diseño, Comunicación y Arquitectura*” también pone de relieve la atención de Olivetti por la sustentabilidad ambiental. Aurelio Peccei, director general de la empresa entre 1964 y 1967 y fundador del Club de Roma en 1968, impulsa un debate internacional sobre el futuro del planeta, en paralelo con los primeros desarrollos de los llamados “estudios del futuro” y con la publicación de *The Limits to Growth* (1972)<sup>3</sup>. Temas que hoy resultan centrales encuentran así raíces profundas en la cultura olivettiana.

---

3 Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jørgen Randers y William W. Behrens III, *The Limits to Growth (Los Límites del Crecimiento)*, Nueva York, Universe Books, 1972.



La acción sistémica  
en la experiencia  
industrial y cultural  
de Adriano Olivetti



Adriano Olivetti  
(1901-1960), sin  
fecha, Archivo  
Histórico Olivetti.



La empresa Olivetti representa una excelencia manufacturera italiana, ampliamente reconocida y citada en contextos internacionales por sus políticas industriales innovadoras, capaces de distribuir valor tanto material como inmaterial en el territorio en el que opera. Dichas políticas se manifiestan, en primer lugar, a través de un avanzado sistema de bienestar empresarial: desde la construcción de guarderías para los hijos de los empleados hasta el aumento de los salarios, desde la introducción del sábado completamente libre a partir de 1957, hasta la creación de bibliotecas de fábrica y otros servicios que hacen de la experiencia de la empresa de Ivrea un caso único en el panorama italiano. A ello se suman intervenciones orientadas a configurar la fábrica no solo como centro de producción de máquinas de escribir y de cálculo, sino también como motor de renovación social y cultural.

Adriano Olivetti representa la figura central de esta trayectoria y es considerado uno de los empresarios más lúcidos en la historia de la industria y de la cultura del proyecto en Italia durante el siglo XX. Intelectual refinado y directivo innovador, además de hijo del fundador Camillo Olivetti, se forma en el ámbito técnico, obteniendo el título de ingeniería química en el Politécnico de Turín en 1924. Encierra



Ivrea (Italia): vista aérea de las instalaciones de Olivetti y de los servicios relacionados con la fábrica. Archivo Histórico Olivetti.



Detalle de la fachada de vidrio de la fábrica Olivetti en Ivrea, arquitectos Luigi Figini y Cino Pollini. Archivo Histórico Olivetti.

un perfil polifacético y de gran complejidad intelectual, con intereses y competencias que abarcan desde la ingeniería hasta el urbanismo, desde la edición hasta las políticas sociales. Esta integración entre práctica proyectual y compromiso civil se traduce en políticas empresariales orientadas a la responsabilidad social, a la calidad de los espacios de trabajo y a la promoción de una cultura empresarial entendida como bien colectivo.

En este marco se inscribe la modernización de la empresa, iniciada a finales de los años veinte, cuando Olivetti emprende una racionalización de la producción y una reorganización de las fábricas, inspiradas no solo en los modelos de Taylor y Ford, “suavemente” adaptados, sino también en un debate internacional más amplio que involucra a ingenieros de la producción e intelectuales.

La fábrica y los trabajadores —incluso muy jóvenes— se sitúan así en el centro del proyecto; esta orientación se refleja también en la selección de colaboradores. La mayoría de diseñadores, arquitectos, escritores, diseñadores gráficos, urbanistas, fotógrafos y artistas es identificada directamente por Adriano Olivetti fuera de los circuitos del llamado “star system”. Esto evidencia su intuición y su valentía al elegir jóvenes colaboradores, a menudo recién egresados o titula-



Cartel publicitario de la primera máquina de escribir portátil (MP1), 1932 Xanti Schawinsky. Archivo Histórico Olivetti.



Adriano Olivetti, *L'ordine politico delle comunità*, Edizioni di Comunità, Roma 1946.

dos y sin experiencia profesional: los ejemplos son numerosos, desde Costantino Nivola hasta Giovanni Pintori, por mencionar solo algunos.

En este contexto, las competencias tienden a entrelazarse: diseñadores gráficos, arquitectos, diseñadores industriales y escritores colaboran estrechamente, llegando en ocasiones a intercambiar roles.

El valor histórico y cultural de este enfoque también es reconocido en el ámbito del diseño: en 1955, durante la segunda edición del Premio Compasso d'Oro, a Adriano Olivetti se le otorga el primer "Gran Premio Nacional", como testimonio de la relevancia duradera de su labor en la cultura industrial italiana. En su discurso de aceptación, Olivetti expresa un principio fundamental que sintetiza su visión ética y cultural del trabajo: «Sería en efecto un error dramático creer que solamente el producto terminado, destinado directamente al público, deba revestirse de una nueva dignidad formal. La estética industrial debe impregnar cada herramienta, cada expresión, cada momento de la actividad productiva, y afirmarse, en su expresión más compleja, en el edificio de la fábrica que el arquitecto debe diseñar a escala humana, y a su medida, en un contacto armonio-



Pier Paolo Pasolini  
en el Centro Cultural  
Olivetti, Ivrea, Italia.  
1957. © Perucca. Archivo  
Histórico Olivetti y  
Sociedad Editorial  
Umberto Allemandi.

so con la naturaleza: porque la fábrica es para el hombre, no el hombre para la fábrica»<sup>1</sup>.

Ivrea, ciudad en la que se funda en 1908 la empresa Olivetti, se configura como un laboratorio social para la construcción de una comunidad de tipo nuevo: en este contexto se define una relación inédita entre la ciudad y la empresa, cuya manifestación concreta puede observarse recorriendo la vía Jervis, donde se ubican los principales edificios productivos. Aquí es posible apreciar cómo la empresa neutraliza progresivamente los elementos de separación entre espacio privado y espacio público, eliminando las cercas y favoreciendo una continuidad espacial. El resultado es un entorno que evoca,

<sup>1</sup> Archivo Histórico Olivetti, Fondo Sociedad Olivetti, Dirección de Comunicación, Oficina de Prensa, textos de discursos, intervenciones y entrevistas de Adriano Olivetti, 167, ceremonia del Compasso d'Oro, 24/09/1955.



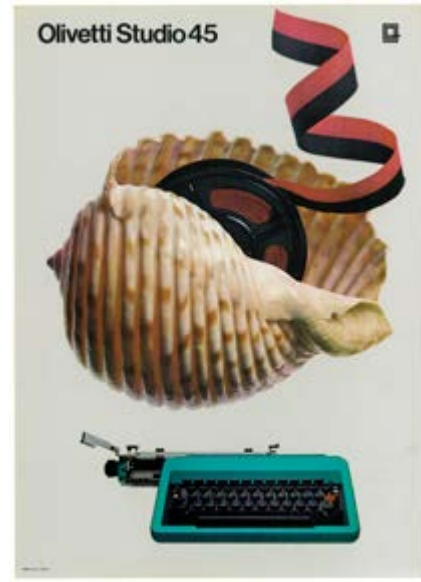
Foto interior de la tienda de Olivetti. Venecia, Italia. 1958 Proyecto de Carlo Scarpa. © Giacomelli. Archivo Histórico Olivetti.



Cartel publicitario para promover las máquinas de cálculo. 1949 Giovanni Pintori. Archivo Histórico Olivetti.



Cartel publicitario para la máquina de escribir Lexikon 80 (producida desde 1948). 1949 Marcello Nizzoli. Archivo Histórico Olivetti.



Cartel publicitario de la máquina de escribir Studio 45. 1970 Walter Ballmer y Serge Libiszewski. Archivo Histórico Olivetti.

en ciertos aspectos, el modelo de los campus universitarios del norte de Europa, caracterizado por una coexistencia armónica de jardines, edificios e infraestructuras viales.

Este modelo integrado entre industria, sociedad y territorio obtiene reconocimiento internacional en 2018, cuando Ivrea es inscrita en la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO como ciudad industrial del siglo XX. Este reconocimiento pone en valor una experiencia única, en la que arquitectura, trabajo y entorno se combinan para delinear un modelo de desarrollo profundamente innovador. El proyecto empresarial y social de Camillo y Adriano Olivetti logra así mantener un equilibrio virtuoso entre



Detalle de la tienda Olivetti en la Fifth Avenue, New York, 1954. Proyecto de BBPR (Lodovico Barbiano di Belgiojoso, Enrico Peresutti, Ernesto Nathan Rogers). Archivo Histórico Olivetti.



Ettore Sottsass  
entre Hans von Klier  
y Albert Leclerc,  
sin fecha. Archivo  
Histórico Olivetti.

quina favorece, en efecto, la apertura de nuevas tiendas Olivetti en Italia y en el extranjero. Ganadora del primer Compasso d'Oro en 1954, la Lettera 22 suele inscribirse en la historia del diseño. Sin embargo, este objeto permite captar también la dimensión más amplia del proyecto olivettiano: su impacto en la sociedad civil, sus implicaciones industriales y estratégicas, así como los resultados comerciales de un producto destinado a convertirse en herramienta de trabajo para figuras centrales del periodismo italiano, entre ellas Enzo Biagi e Indro Montanelli.

La producción de la Lettera 22 inicia en 1950, primero en Ivrea y posteriormente en la planta de Agliè, para extenderse después a las sedes internacionales de Hispano Olivetti, British Olivetti y Olivetti Mexicana. Este modelo marca simbólicamente el inicio del llamado “decenio de oro” de Olivetti, que concluye con la muerte repentina de Adriano Olivetti el 27 de febrero de 1960.



Carteles publicitarios  
para Valentine.1969  
Ettore Sottsass  
Jr. y Roberto  
Pieracini . Archivo  
Histórico Olivetti.

Cuando la Lettera 22 entra en producción, Italia ha superado ya la fase de reconstrucción inmediata de la posguerra y se encamina hacia lo que se ha definido como la Gran Reconstrucción. El periodo coincide con la implementación del Plan Fanfani (1949–1963) y con el inicio de una fase de expansión del consumo. En este contexto, entre 1950 y 1960, el diseño asume el papel de uno de los instrumentos mediante los cuales acelerar procesos de educación, democratización y construcción de una identidad nacional. Se trata de un proceso articulado a través de múltiples dispositivos culturales: los modelos de domesticidad promovidos por las revistas, el papel pedagógico de la radio y la televisión, así como la construcción de las primeras autopistas que conectan el norte y el sur del país. A la nueva mitología de la movilidad de masas —encarnada por el Fiat 500 y, antes aún, por las motonetas Vespa y Lambretta— se suma la máquina de escribir portátil diseñada por Giuseppe Beccio, responsable de la parte mecánica, y por Marcello Nizzoli, autor de la carcasa de aleación de aluminio.



Walter Ballmer.  
Sin fecha. Archivo  
Histórico Olivetti.

A la Lettera 22 se le atribuye también una función cultural precisa: orientar al gran público hacia la escritura mecánica y difundir la cultura mecanográfica. En este sentido, la máquina contribuye indirectamente a un proceso de estandarización lingüística y comunicativa: un texto mecanografiado en Palermo resulta idéntico a uno producido en Turín. A lo largo de la década se venden aproximadamente dos millones de ejemplares, a un precio de 42,000 liras, equivalente aproximadamente a un salario mensual promedio. El éxito económico no tiene precedentes.

La máquina pesa 3.7 kg, aproximadamente 1.4 kg menos que el modelo portátil anterior MP1. Está diseñada para un mercado mucho más amplio que el modelo precedente, destinado a un sector social medio-alto. Para reducir



Cartel publicitario de la máquina de cálculo Divisumma 18. 1973 Egidio Bonfante en colaboración con Studio Ink. Archivo Histórico Olivetti.

peso y dimensiones, el teclado presenta algunas simplificaciones: la más conocida es la ausencia de la tecla "1", sustituida por la "I" mayúscula. También la cinemática de las teclas es rediseñada para hacer la escritura más ligera y rápida.

La Lettera 22 logra así captar a un público completamente nuevo, integrado también por estudiantes y jóvenes profesionales. La comunicación publicitaria se dirige explícitamente a este segmento, subrayando el valor cultural del objeto. Las campañas de los años cincuenta describen la máquina como un «regalo inteligente que hace feliz al destinatario y distingue a quien lo ofrece», o como un premio capaz de incentivar los resultados escolares y profesionales.

El lanzamiento de la Lettera 22 produce también un cambio significativo en las estrategias comerciales de Olivetti. Hasta 1950, la empresa se orienta principalmente a la venta de máquinas de oficina a través de canales profesionales. Dos años después de la introducción del modelo portátil, sin embargo, los datos de venta aún no resultan plenamente satisfactorios para una empresa fuertemente orientada al mercado. La compañía decide entonces experimentar nuevos canales de distribución, llevando la máquina también a tiendas de electrodomésticos y



radios en tres ciudades piloto: Trieste, Turín y Milán. Tras ocho meses de pruebas, los resultados son alentadores.

De esta experimentación surge una estrategia más amplia: la apertura de tiendas monomarca Olivetti, concebidas no solo como espacios comerciales, sino como verdaderos lugares de representación de la identidad corporativa. En 1951 se abre una tienda en Viena; le siguen los Estados Unidos con Chicago, San Francisco y Nueva York en la Quinta Avenida. En 1957 se inaugura la tienda de Venecia en la Plaza de San Marcos, seguida por París en 1959 y posteriormente Düsseldorf, Ciudad de México, Buenos Aires y muchas otras ciudades.

En Chicago, en 1953, Leo Lionni diseña un pequeño soporte metálico colocado sobre la acera frente al escaparate del showroom: una invitación directa a los transeúntes a probar la Lettera 22. El mismo recurso comunicativo se retoma en Nueva York, donde el retranqueo del frente del local crea un espacio más íntimo para experimentar con la máquina.

La Lettera 22 marca también un punto de inflexión en las técnicas de venta internacionales. En México, por ejemplo, las máquinas de escribir se convierten rápidamente en uno de los productos más vendidos de Oli-

EXPOSICIÓN EN EL TEC,  
CAMPUS TECNOLÓGICO LOCAL SAN JOSÉ EN BARRIO AMÓN:  
CASA VERDE, CALLE 7, AVENIDA 9.  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO, CALLE 5, AVENIDA 9

**OLIVETTI EN  
AMÉRICA LATINA:  
DISEÑO,  
COMUNICACIÓN Y  
ARQUITECTURA**

30.01.2026 - 28.03.2026

Archivi OLIVETTI | TEC | Tecnológico de Costa Rica | DAD | SYDERE

EL HALCON

CCPA HP-86

The poster features a photograph of a man in a white uniform standing next to a stack of four white boxes, each with the Olivetti logo. In the background, a sailboat with a black and white sail is visible against a cloudy sky. The text is arranged in a clean, modern layout with a mix of bold and regular fonts.

Cartel de la exposición.



vetti. El éxito se debe a diversos factores: entre ellos, una intensa actividad de promoción puerta a puerta, iniciada en 1953 por jóvenes vendedores recién contratados en el marco de la estrategia de expansión dirigida por el director comercial Ugo Galassi. Un papel relevante lo desempeñan también las políticas de marketing dirigidas al ámbito escolar, que contribuyen a difundir un producto aún poco conocido pero tecnológicamente avanzado.

El caso de la Lettera 22 permite, por tanto, observar de cerca las múltiples dimensiones de la historia de Olivetti. A través de este objeto se entrelazan diseño, industria, políticas comerciales, cultura material y transformaciones sociales. La pluralidad de perspectivas que emergen de esta trayectoria permite construir una narrativa que integra lectura histórica, interpretación crítica y reflexión sobre la innovación. En este sentido, la Lettera 22 se configura no solo como un ícono del diseño italiano, sino también como una lente a través de la cual observar la complejidad de uno de los proyectos industriales y culturales más originales del siglo XX.



Olivetti en  
América Latina



Productos Olivetti  
llegando al aeropuerto  
de Paraná, Argentina.  
Sin fecha  
© El Halcon. Archivo  
Histórico Olivetti y  
Sociedad Editorial  
Umberto Allemandi.



Estas modalidades de internacionalización no se configuran como alternativas rígidas, sino que tienden más bien a entrelazarse. Pueden sucederse, superponerse o desarrollarse en paralelo, generando efectos acumulativos y reforzando la proyección internacional de la empresa.

El caso de América Latina resulta, desde esta perspectiva, particularmente significativo. El proceso sigue un esquema relativamente lineal de tipo *market seeking*, ya experimentado en otros contextos. La penetración inicia con la apertura de un primer núcleo comercial dedicado a la venta de productos importados de Italia; posteriormente, esta fase se consolida mediante la creación de talleres de ensamblaje —las llamadas *plantas armadoras*— en los cuales se ensamblan componentes provenientes de las plantas europeas. En una fase posterior, esta presencia evoluciona hacia un verdadero centro productivo local, destinado a la fabricación y comercialización de máquinas de escribir y de cálculo. El paso de la distribución a la producción marca así una progresiva integración en el contexto económico de los países anfitriones, como lo demuestran los casos de México, Argentina y Brasil.

Olivetti exporta a América Latina no solo productos de alta calidad, sino

olleg. lettera Ven. Firenze 27/4 -

Montevideo -	"El Día" -	14 aprile 1964
-	"El Plata" -	14 aprile 1964
-	"El Plata" -	15 aprile 1964
-	"El Diario" -	15 aprile 1964
-	"Acción" -	15 aprile 1964

Olivetti de Venezuela C.A.F.  
Olivetti Colombiana S.A.  
Olivetti Peruviana S.A.  
Olivetti Industrial S.A.  
Olivetti Uruguaya S.A.  
Olivetti Argentina S.A.

Desde hace años participa activa en el desarrollo económico del Continente, con los importantes establecimientos industriales de San Pablo y Buenos Aires, presenta comercialmente con cinco Compañías y con una extensa red de Agentes y Concesionarios, Olivetti anuncia ahora la reciente constitución de su nueva Compañía

### Olivetti Uruguaya S.A.

La que está en condiciones de suministrar directamente a los socios estatales, a las empresas privadas y al público más calificado del Uruguay, la más completa y moderna línea de máquinas para la escritura, el cálculo mecánico y para la contabilidad mecanizada. Olivetti se enorgullece de contribuir con esta iniciativa a la expansión de la actividad comercial y del mundo de los negocios en un País destinado a ser, por su posición geográfica y por sus ricas tradiciones, el primer polo de primerísima importancia para la formación del Mercado Común Latinoamericano.

Olivetti Uruguaya S. A.  
Río Sánchez 1872 - MONTEVIDEO

Campagna pubblicitaria Olivetti Uruguaya, 1964. Archivo Histórico Olivetti.

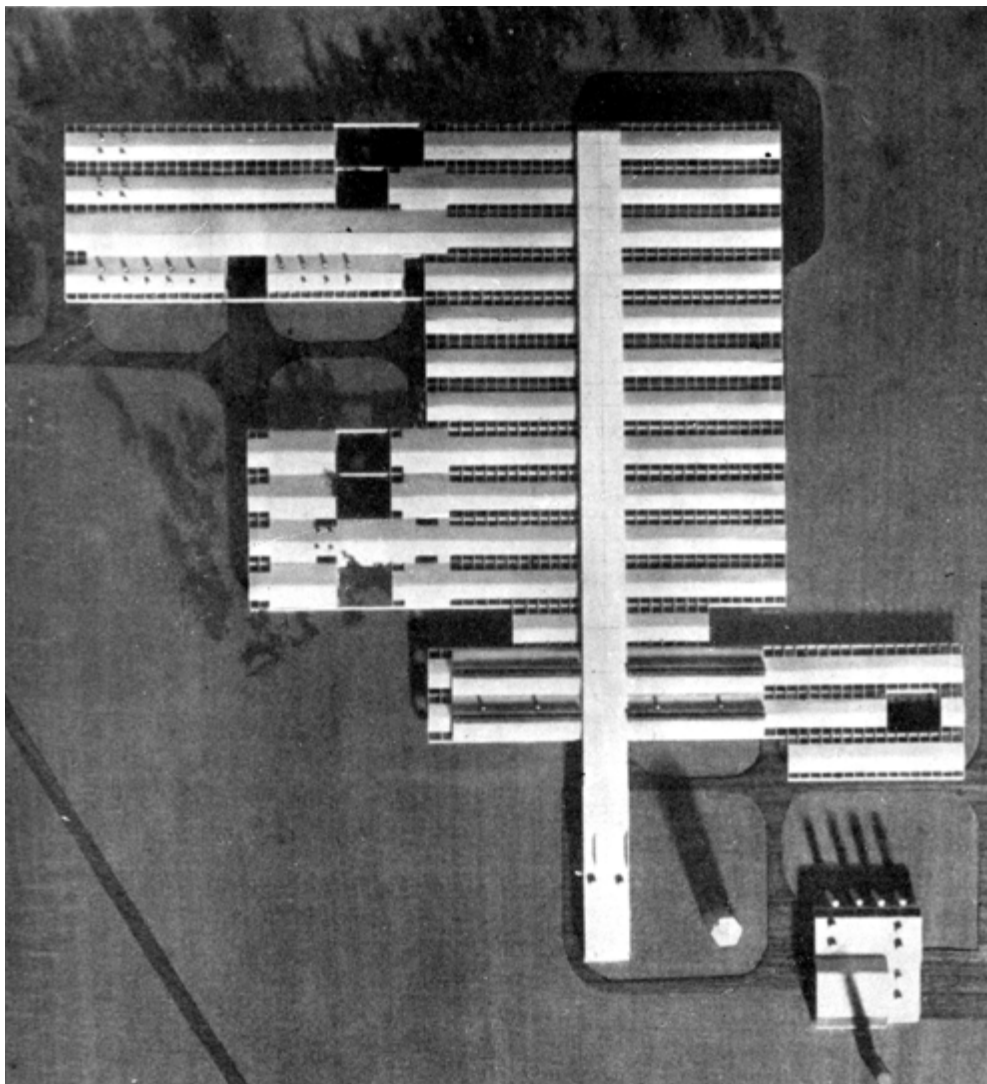
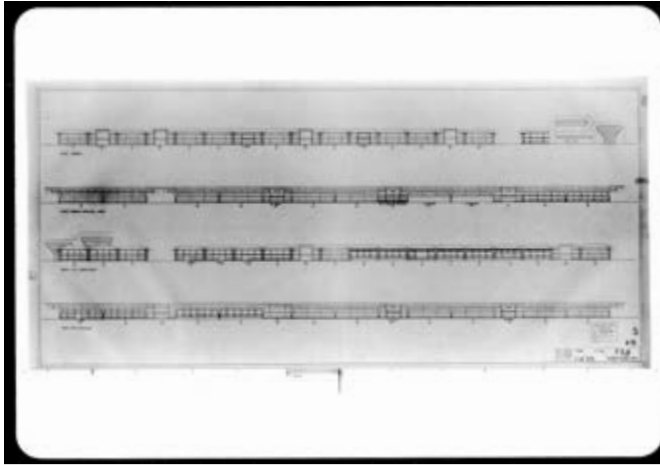
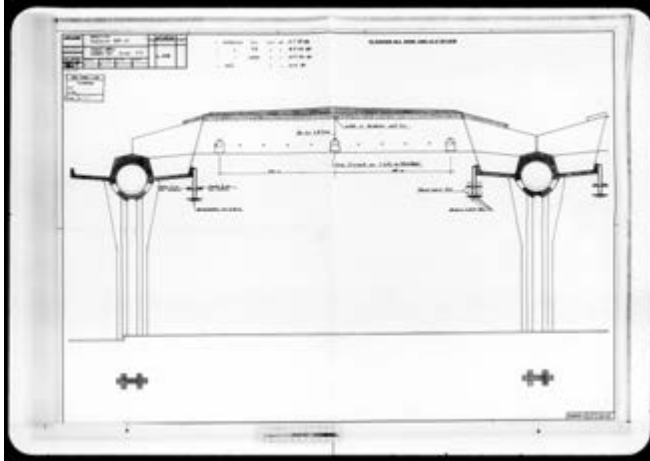


Imagen del modelo de la oficina de Olivetti en Merlo, cerca de Buenos Aires (Argentina), diseñada por Marco Zanuso. 1954-1961. Archivo Histórico Olivetti



Alzado de la oficina de Olivetti en Merlo, cerca de Buenos Aires (Argentina), Marco Zanuso. 1954-1961. Archivo Histórico Olivetti.

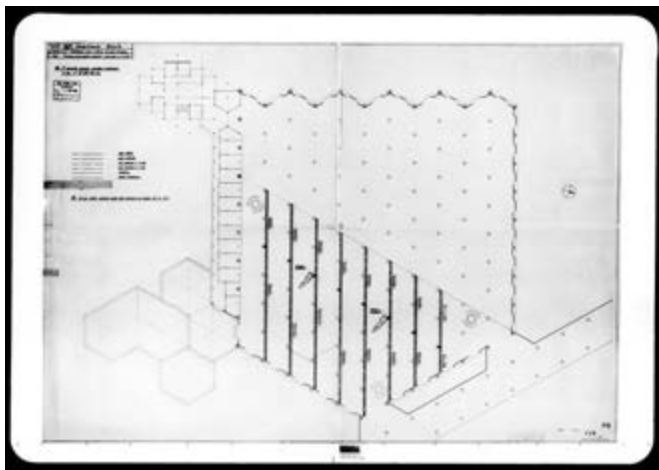


Sección transversal de la oficina de Olivetti en Merlo, cerca de Buenos Aires (Argentina), diseñada por Marco Zanuso. 1954-1961. Archivo Histórico Olivetti.

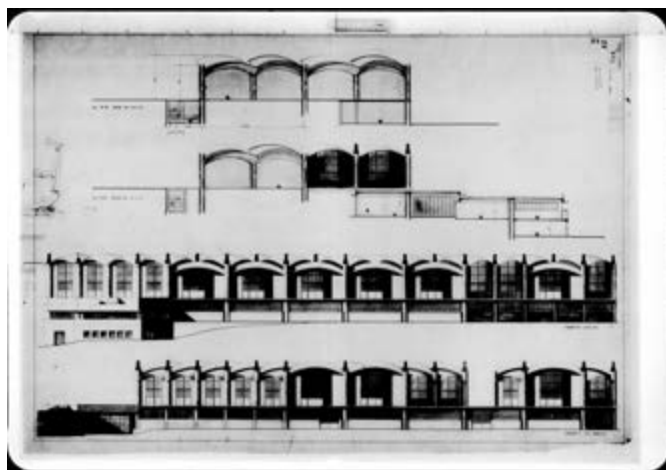
también un modelo de desarrollo industrial innovador, capaz de integrar bienestar empresarial, métodos productivos atentos a la dimensión humana y un cuidado constante del producto, sin renunciar a la sostenibilidad económica. Parte de las utilidades se reinvierte en los territorios en forma de servicios e iniciativas, contribuyendo a construir un arraigo que es al mismo tiempo social y productivo.

Ya a principios de los años veinte, Camillo Olivetti inicia una red de puntos de venta en Argentina, Uruguay y Paraguay, áreas estratégicas tanto por la presencia de una consolidada comunidad italiana como por las perspectivas de expansión del mercado de la máquina de escribir M20, producto principal de la producción Olivetti de la época. En 1932 se funda Argentina Olivetti y, en 1937, la filial Olivetti do Brasil S.A. Sin embargo, es en la posguerra cuando la presencia sudamericana se intensifica: en 1953 se constituye en Bogotá Olivetti Colombiana S.A., inicialmente dedicada a la venta y, a partir de 1958, también al ensamblaje.

En Argentina, el proceso de crecimiento se consolida ulteriormente. En 1951, en Buenos Aires, se configura el núcleo de una planta para el ensamblaje de máquinas de escribir con componentes provenientes de



Esquema técnico de la fábrica de Guarulhos, San Paulo, diseñada por Marco Zanuso. 1957-1959. Archivo Histórico Olivetti.



Alzado y sección transversal de la fábrica de Guarulhos, San Paulo, diseñada por Marco Zanuso. 1957-1959. Archivo Histórico Olivetti.

Italia; en 1954, en Merlo, en las cercanías de la capital, Marco Zanuso inicia la construcción de la nueva fábrica.

Completado en 1961, el complejo de Merlo se extiende sobre una superficie de aproximadamente 123,000 m<sup>2</sup>, con 31,200 m<sup>2</sup> construidos. La planta se organiza según una retícula rectangular modular de 18 x 12 m, que estructura talleres, áreas de ensamble, oficinas y servicios (comedor, vestidores, guardería, instalaciones deportivas). El proyecto presta particular atención a las condiciones climáticas y al confort ambiental, mediante dispositivos de control solar, cubiertas de sombra y sistemas de ventilación integrados en la composición arquitectónica.

Un elemento distintivo es la viga-columna de sección ovoide, hueca y de gran claro, que sostiene los sheds y funciona al mismo tiempo como brise-soleil: un dispositivo en el que la técnica constructiva se traduce en lenguaje formal. La adopción de este módulo permite además ritmos de obra particularmente elevados. El edificio, concebido como sistema modular y ampliable, obtiene amplia difusión en las revistas de arquitectura de la época.

Zanuso firma también una segunda planta en Guarulhos, en las cercanías de São Paulo, realizada entre 1956 y



LA GRANJA S.A. - Distribuidora de las Maquinas para Oficina - OLIVETTI

**Logros positivos en educación**

**CLAUSURADO AHOYER SEMINARIO DE TRABAJADORES DEL ESPECTACULO**

**TÉCNICA CONTABLE, S. A.**  
 oficina de asesoría contable para empresas

**MAQUINA PARA IMPRIMIR EN UNO MISMO SENTIDO EL IMPRIMIMIENTO ENTE PARA EMPRESAS INDUSTRIALES Y PROFESIONALES DE CUERPO INTERMEDIO DE BREVES TIEMPOS Y CON INFORMACIÓN DETALLADA Y OPORTUNA**

**EL SISTEMA DE CONTABILIDAD**  
 una manera de hacer el libro de cuentas que sea cómodo, rápida y sencilla de manejar, en el momento de registrar, registrar y clasificar los datos.

**EL SISTEMA DE CONTABILIDAD**  
 un sistema de cuentas que sea de fácil manejo, en el momento de registrar, registrar y clasificar los datos.

**REVISION DE OPERACIONES**  
 un sistema de cuentas que sea de fácil manejo, en el momento de registrar, registrar y clasificar los datos.

**IMPORTE**  
 un sistema de cuentas que sea de fácil manejo, en el momento de registrar, registrar y clasificar los datos.

**DECLARACION DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA**  
 un sistema de cuentas que sea de fácil manejo, en el momento de registrar, registrar y clasificar los datos.

**ARCHIVO DE DOCUMENTOS**  
 un sistema de cuentas que sea de fácil manejo, en el momento de registrar, registrar y clasificar los datos.

**Para todo problema contable**  
**olivetti**  
 tiene la respuesta

**Oliva**  
**PEQUEÑA**  
**ACTIVA**

LA GRANJA S.A. - Distribuidora de las Maquinas para Oficina - OLIVETTI

**El Departamento de Equipo para Oficina de Almacén La Granja, S.A.**

se complace en anunciar al estimable comercio, industria, gobierno, instituciones autónomas y semi-autónomas y a todas las personas relacionadas con el ramo de contabilidad, la apertura de su nueva sección de

**MAQUINAS CONTABILIZADORAS**  
 Númericas y Alfabeticas

**olivetti**

OLIVETTI, la fábrica más grande del mundo de máquinas para oficina, que produce con perfección y precisión las máquinas más modernas y eficientes, para el comercio, la industria y el gobierno.

LA GRANJA S.A.  
 DEPARTAMENTO DE EQUIPO PARA OFICINA  
 ALMACÉN DE LA GRANJA S.A.

LA GRANJA S.A. - Distribuidora de las Maquinas para Oficina - OLIVETTI

Se complace en felicitar a **KATIVO, S. A.** con motivo de celebrar los **20 AÑOS DE FUNDACION** y le augura muchos éxitos en todas sus actividades.

**olivetti**  
 ...LA RESPUESTA A SUS PROBLEMAS CONTABLES

**ABIL... LINEA 88**

**Para escribir**

**olivetti**

**VELOZ... LINEA 88**

**Para escribir**

**olivetti**

**olivetti**

**olivetti**

**olivetti**

**olivetti**

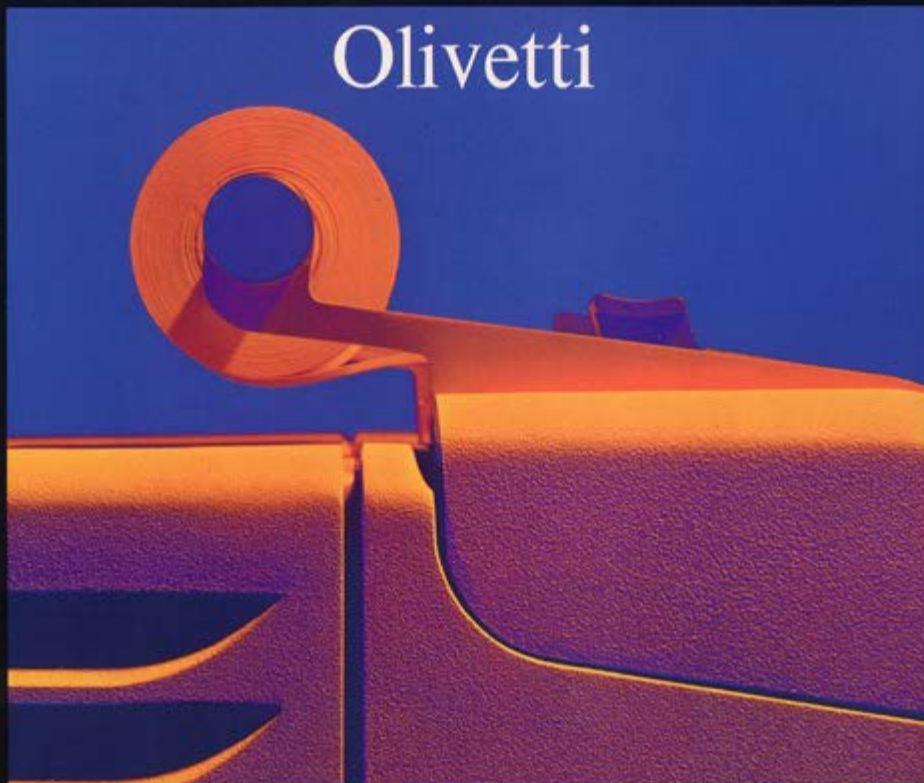
Publicidad de las décadas de 1960 y 1970 en publicaciones de periódicos de Costa Rica. La Granja S.A., distribuidor y vendedor de máquinas de escribir Olivetti. Archivo Histórico Olivetti.



La información es el impulso que elabora y produce información. La información es la lógica y potencia del cálculo. Para prever la producción y ventas o la estatura media de los habitantes de Viena en el año 1999; para determinar las estructuras de un viaducto o la condición aerodinámica de un auto de carrera. La información es el impulso magnético que, desde una simple ficha, instruye a un computador. La información es el impulso electrónico que, a la velocidad de la luz, viaja en los circuitos de un computador; del microcomputador que finalmente ha puesto sobre su mesa de trabajo Olivetti.

## La información pasa a través de

# Olivetti



*Programma 101 - el primer microcomputador de mesa, con programas registrados en ficha magnética — P 203 - el micro-computador de oficina para los trabajos de dirección y administrativos*

*Olivetti Argentina S.A. - Buenos Aires □ Olivetti Colombiana S.A. - Bogotá □ Olivetti de Chile S.A. - Santiago □ Olivetti de Venezuela C.A. - Caracas □ Olivetti Industrial S.A. - São Paulo □ Olivetti Mexicana S.A. - Mexico □ Olivetti Peruana S.A. - Lima □ Olivetti Uruguay S.A. - Montevideo*

Cartel publicitario con indicación de agentes publicitarios en América Latina. Sin fecha. Archivo Histórico Olivetti.



1961. Aquí la fábrica se organiza para un ciclo productivo completo y alcanza una superficie construida de aproximadamente 35,000 m<sup>2</sup>. El proyecto introduce una gramática modular diferenciada: en el taller, la célula elemental es un triángulo equilátero de 12 m de lado, que permite un desarrollo en tres direcciones y una posible expansión ilimitada.

Sobre esta retícula se disponen bóvedas de concreto y ladrillo de 72 m<sup>2</sup> cada una, organizadas en niveles escalonados para favorecer la iluminación natural. Las estructuras se apoyan en pilares huecos que integran los sistemas de ventilación; en el exterior, campanas cilíndricas para la extracción de aire transforman dispositivos técnicos en elementos plásticos. Un segundo sector, reconocible por su configuración alargada, alberga volúmenes cubiertos por módulos triangulares, mientras que un tercero, destinado a servicios —oficinas, vestíbulo, comedor y cocina—, se articula en dos cuerpos con cubierta plana.

A finales de los años sesenta interviene un factor de carácter institucional y geopolítico destinado a incidir de manera significativa en la estructura productiva de Olivetti en América Latina: la firma de un “Acuerdo de Complementación” específico para productos de oficina en el marco de las regulaciones de la ALALC (Asociación Latinoamericana de Libre Comercio), creada con el Tratado de Montevideo de 1960 y orientada a la progresiva conformación de un área de libre comercio mediante la reducción de las barreras arancelarias intrarregionales.

En este contexto, el acuerdo permite racionalizar la organización industrial a escala regional según una lógica de especialización productiva, favoreciendo la integración de los mercados y el equilibrio de los flujos comerciales entre los países miembros. Para Olivetti, que ya cuenta con una presencia industrial y comercial articulada en la región, esto se traduce en una reorganización de la producción sobre una base geográfica: a México se le asigna la producción y distribución de máquinas de escribir portátiles; a Argentina la producción de máquinas de cálculo; y a Brasil la fabricación de máquinas de escribir profesionales.





La experiencia  
mexicana



Máquinas de escribir portátiles Lettera 22, 1950. Marcello Nizzoli y Giuseppe Beccio. Archivo Carlo Torchio.

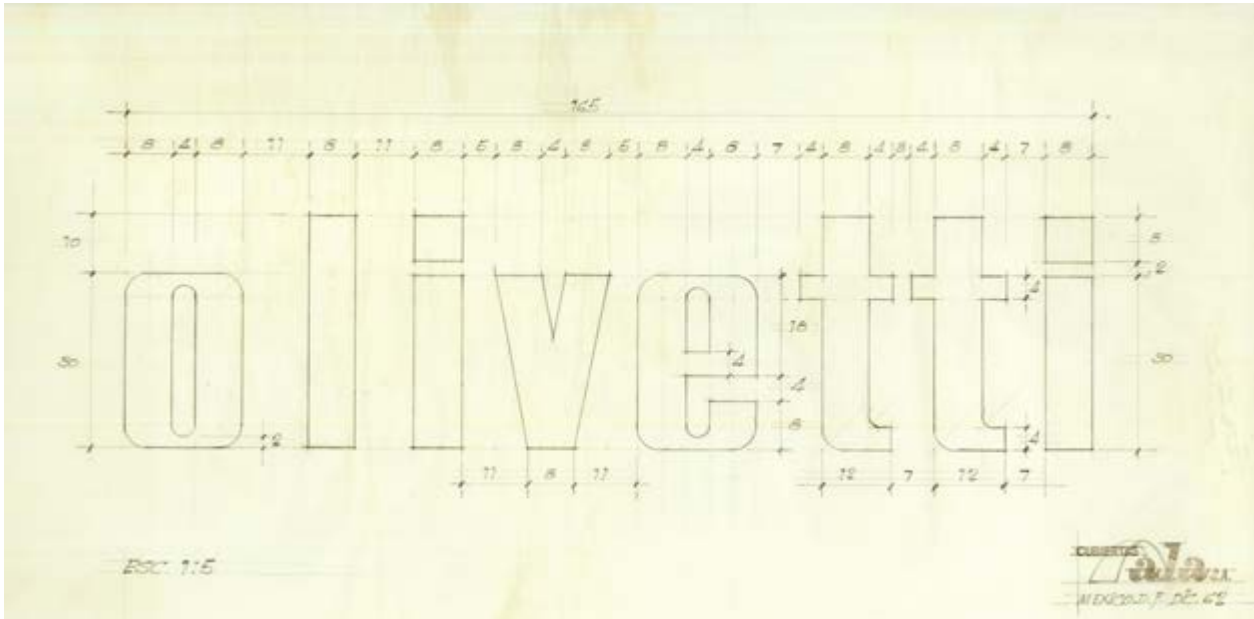
En la Ciudad de México, la filial Olivetti Mexicana S.A. se constituye en 1949, marcando el inicio de un arraigo estable de la empresa italiana en el contexto mexicano. En una primera fase, la estructura mexicana adopta la forma de una simple oficina comercial encargada de la distribución y venta de máquinas de escribir y de cálculo producidas en las plantas italianas. Estos productos encuentran rápidamente el favor del público y logran insertarse con relativa facilidad en el mercado, gracias a la reputación tecnológica y de calidad de la empresa. Sin embargo, desde los primeros años de actividad emergen algunas dificultades logísticas que limitan el potencial de crecimiento de las ventas.



El principal obstáculo radica en la discontinuidad de los suministros y en los largos tiempos de transporte de los productos desde Europa hasta México. Como lo documentan los archivos empresariales, la llegada de las máquinas de escribir depende en gran medida de las condiciones del transporte marítimo. En el caso de un “embarque afortunado”, la mercancía embarcada en el puerto de Génova puede llegar al puerto de Veracruz tras aproximadamente treinta días de navegación. A este tiempo se suman otras fases logísticas, entre ellas el transporte terrestre hacia la capital y los procesos de despacho aduanal. En conjunto, incluso en las condiciones más favorables, se requieren cerca de dos meses para que una máquina de escribir esté efectivamente dis-



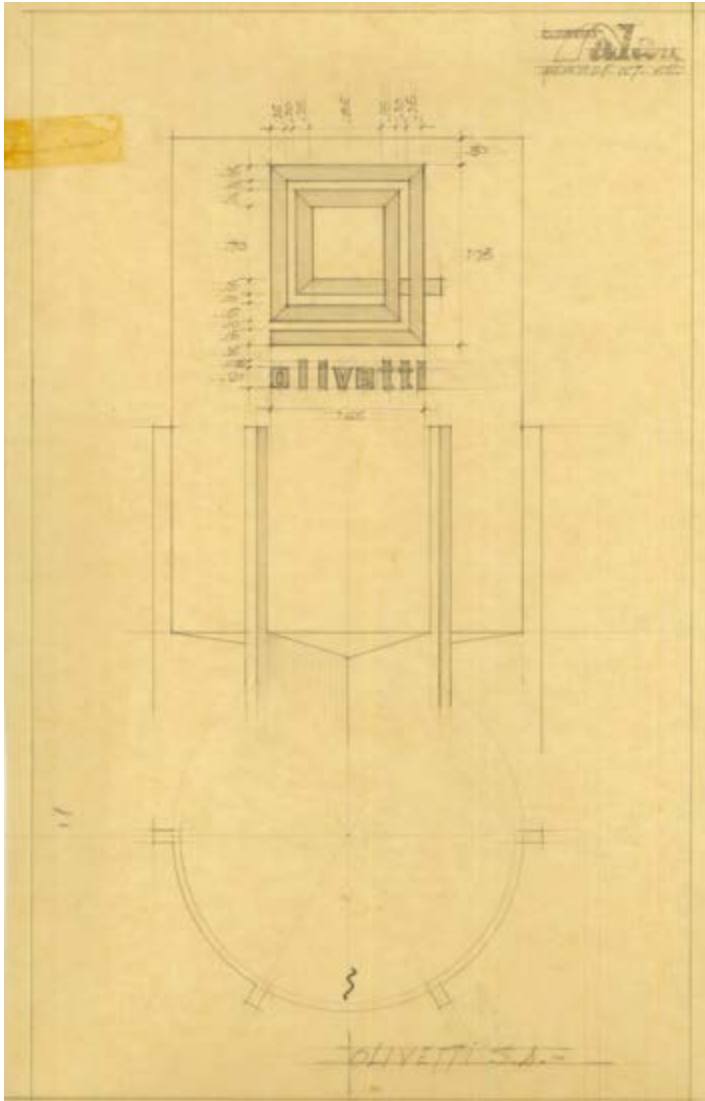
Fábrica de Olivetti en la Colonia Industrial Vallejo. 1962-1965 Ciudad de México, Félix Candela (Cubiertas Ala). Archivo Histórico Olivetti.



Diseño del logotipo de Olivetti (Giovanni Pintori, 1947) para el letrero de la fábrica de Olivetti. 1962 Cubiertas Ala. Archivo de Arquitectos Mexicanos, Facultad de Arquitectura, UNAM.

ponible para los clientes en la capital mexicana. En situaciones menos favorables, definidas en los documentos como “embarques desafortunados”, los tiempos de entrega pueden prolongarse hasta cuatro meses, con evidentes consecuencias negativas sobre la continuidad de las ventas y la capacidad de la empresa para responder oportunamente a la demanda.

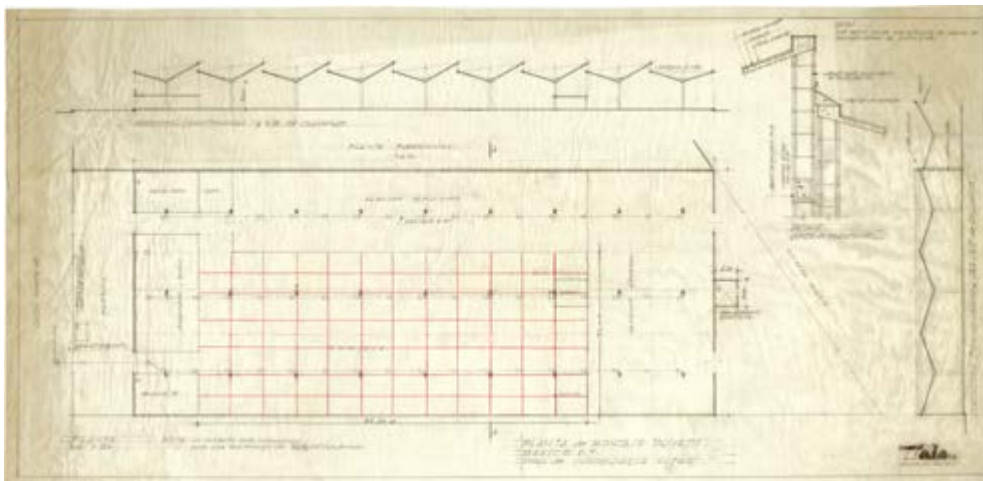
Estas dificultades logísticas y comerciales hacen cada vez más evidente la necesidad de fortalecer la presencia local de la empresa. En un primer momento, se crea un almacén, orientado a reducir la incertidumbre en los suministros y a garantizar una mayor disponibilidad de productos. Posteriormente, en coherencia con la estrategia ya adoptada por Olivetti en otros países de América Latina, se inicia la fase de ensamblaje local de los componentes. Esta decisión permite no solo acortar los tiempos de distribución, sino también superar algunas restricciones aduaneras que limitan la importación de productos terminados.



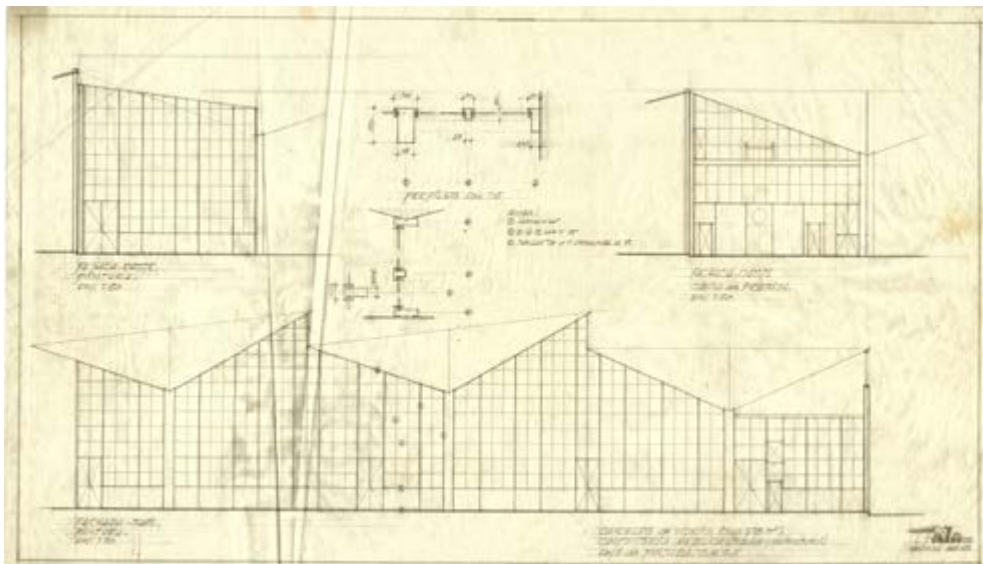
Dibujo técnico de la cisterna con logotipo y marca Olivetti, respectivamente, de Giovanni Pintori y Marcello Nizzoli. 1962 Cubiertas Ala. Archivo de Arquitectos Mexicanos, Facultad de Arquitectura, UNAM

En este contexto, en noviembre de 1960, en la Colonia Industrial Vallejo, en Ciudad de México, se inicia la actividad de ensamblaje de componentes destinados a la producción de máquinas Olivetti. A partir de 1961, los productos ensamblados localmente se introducen en el mercado mexicano. El retraso respecto al inicio de actividades industriales análogas en Brasil y Argentina resulta relativamente limitado, lo que evidencia la rápida integración de México en la estrategia productiva latinoamericana de la empresa.

El crecimiento de las actividades productivas conduce, pocos años después, a la decisión de construir la primera planta Olivetti en México. El proyecto se inicia en 1962 y la localización elegida es nuevamente la Colonia Industrial Vallejo, área que ya alberga el almacén y las instalaciones de ensamblaje. El encargo del proyecto arquitectónico se confía a la empresa Cubiertas Ala del arquitecto Félix Candela, figura destacada de la arquitectura mexicana de la posguerra, conocida por sus experimentaciones estructurales en concreto armado. La nueva planta se inaugura oficialmente el 18 de octubre de 1965, representando un paso decisivo en la consolidación del asentamiento industrial de Olivetti en el país.



Planta de montaje, Olivetti. 1969. Cubiertas Ala. Archivo de Arquitectos Mexicanos, Facultad de Arquitectura, UNAM



Fachadas y detalles constructivos del departamento de pintura. 1962. Cubiertas Ala. Archivo de Arquitectos Mexicanos, Facultad de Arquitectura, UNAM



Interior de la fábrica de Olivetti en Tepeaca. Línea de montaje de la máquina de escribir portátil Studio 45. Sin Fecha. Archivo Histórico Olivetti.

Durante los años sesenta, en la planta mexicana se producen diversas máquinas destinadas tanto al mercado interno como a la red comercial regional. Entre ellas pueden mencionarse la Diaspron 82 (Marcello Nizzoli y Giuseppe Beccio, 1959), primera máquina producida localmente y utilizada principalmente en el ámbito de oficina; la Lettera 22 (Marcello Nizzoli y Giuseppe Beccio, 1950); la Studio 44 (Marcello Nizzoli y Giuseppe Beccio, 1952), máquina semiportátil particularmente difundida en ambientes profesionales; la Summa Prima 20 (Marcello Nizzoli y Natale Capellaro, 1960), máquina de cálculo destinada a oficinas administrativas; y, posteriormente, la máquina de escribir eléctrica Tekne 3 (Ettore Sottsass Jr. y Hans von Klier, 1964).



Tienda Olivetti en el Paseo de la Reforma. Ciudad de México. Años 60. Egidio Bonfante. Archivo Histórico Olivetti.

Paralelamente al desarrollo de la producción, se fortalece también la red comercial en el territorio nacional. A mediados de los años sesenta, la distribución de los productos Olivetti en el mercado mexicano se realiza a través de ocho sucursales directas, ubicadas en importantes centros urbanos como Guadalajara, Monterrey y Puebla, además de una red de aproximadamente noventa concesionarios distribuidos en todo el país. Esta organización comercial capilar permite a la empresa consolidar su posición y ampliar progresivamente su base de clientes.

El proceso de expansión se refleja también en el crecimiento significativo del empleo. El número de trabajadores de Olivetti Mexicana pasa de 17 en 1950 a 895 en 1957, hasta alcanzar aproximadamente 1,500 empleados en 1967, lo que evidencia la intensidad del desarrollo industrial y comercial en el contexto mexicano en poco más de una década.



Centro de prensa Olivetti. En primer plano las sillas diseñadas por Egidio Bonfante y Silvana Bellino. Ciudad de México, 1968. Archivo Histórico Olivetti.

En 1968, Olivetti elabora un nuevo plan de expansión de su presencia industrial en México, que contempla la construcción de una gran planta productiva ubicada a menos de cincuenta kilómetros al norte de la Ciudad de México. El terreno seleccionado se encuentra en Cuautitlán, en un área entonces predominantemente agrícola de aproximadamente 400,000 metros cuadrados, cerca de la autopista que conecta la capital con el estado de Querétaro, una de las principales arterias de infraestructura del país. La elección del sitio refleja la intención de la empresa de combinar accesibilidad logística, disponibilidad de espacio para futuras ampliaciones e integración con el paisaje circundante.



Centro principal de Prensa de la Villa Olímpica "Libertador Miguel Hidalgo". Las instalaciones del logotipo de Olivetti de "principio sin fin" (Nizzoli, 1952) se pueden ver en la imagen. Las divisiones consisten en la extensión del logotipo, a lo largo de la cual se instalaron las estaciones de trabajo. 1968. Ciudad de México. Archivo Histórico Olivetti.

Tras una cuidadosa evaluación, el encargo del proyecto arquitectónico se confía a Ricardo Legorreta, figura emergente de la arquitectura mexicana de la segunda mitad del siglo XX, mientras que la construcción de la planta se asigna a la empresa Bufete Industrial. El proyecto concebido por Legorreta se articula en un conjunto de tres volúmenes regulares, conectados entre sí por pasarelas cubiertas que definen un sistema funcional y unitario.

El volumen principal, de mayores dimensiones, se destina a talleres de producción, áreas de ensamblaje y almacén. Junto a él se ubica un segundo edificio, de menor tamaño, dedicado a las actividades tecnológicamente más específicas del proceso industrial: pintura, fundición a presión e inyección de plásticos. El tercer volumen representa el elemento más claramente vinculado a la tradición proyectual de Olivetti, concebido como espacio para las actividades sociales y culturales de la comunidad empresarial.

En este edificio se integran numerosos servicios sociales, entre ellos el comedor, una biblioteca, una guardería y una enfermería. Se trata de elementos que remiten directamente a los modelos experimentados en las fábricas.



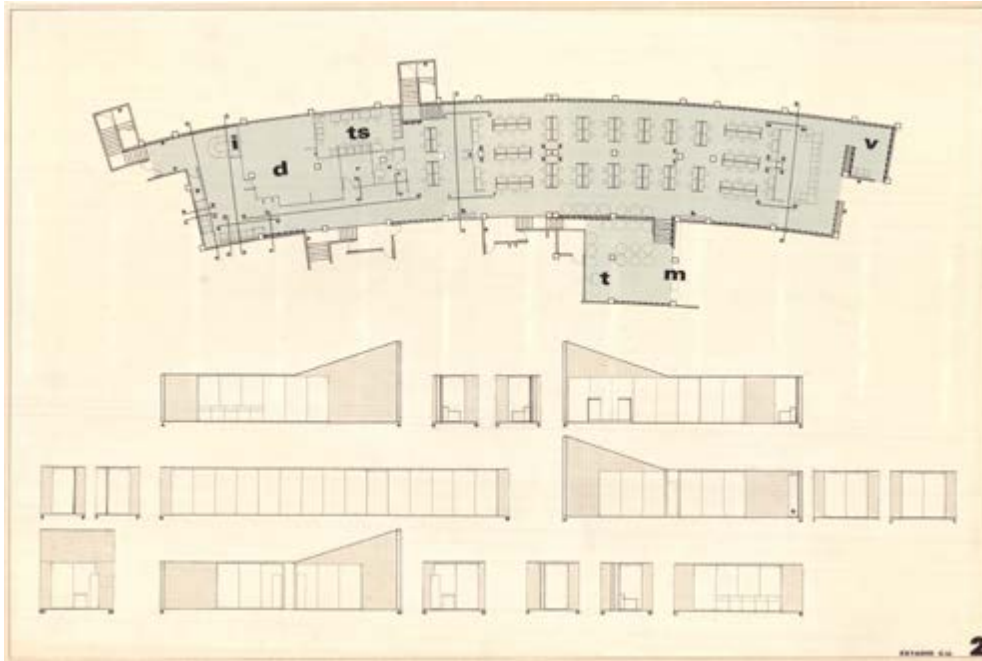
cas Olivetti italianas, en particular en los complejos de Ivrea y Pozzuoli, donde la organización del espacio productivo se concibe como parte integral de una visión social más amplia de la empresa. El conjunto se completa con campos de fútbol y amplias áreas verdes, pensadas como espacios de recreación y encuentro para los trabajadores.

Un volumen ortogonal de color rojo, destinado a albergar la cisterna de agua, marca simbólicamente el acceso al conjunto y se eleva como elemento vertical junto al edificio de oficinas. Este elemento arquitectónico introduce al visitante en el sistema productivo. Como señala el propio Legorreta en la memoria descriptiva del proyecto, todo el complejo se concibe para establecer

Sala de Prensa del Estadio Olímpico. En primer plano, la máquina de escribir Diaspron 82 (Nizzoli y Beccio, 1959), a la izquierda, la pared cubierta por una tela con el logotipo del Centro de Prensa Olivetti. Ciudad de México 1968. Archivo Histórico Olivetti.

CENTRI STAMPA		CATEGORIA		CANTIDAD		VALOR UNITARIO		VALOR TOTAL		DESCRIPCION	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	VILA OLIMPICA	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
2	ESTADIO C.U.	4	100	4	100	4	100	4	100	4	100
3	PALACIO DE LOS DEPORTES	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
4	MARIA ISABEL HOTEL	1	75	1	75	1	75	1	75	1	75
5	ALBERCA C.U.	1	50	1	50	1	50	1	50	1	50
6	VELOCIDAD OLIMPICO	1	75	1	75	1	75	1	75	1	75
7	SALA DE ARMAS MEXICANA	1	50	1	50	1	50	1	50	1	50
8	TORRE DE TELECOMUNICACIONES	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
9	SCORTA	3	100	3	100	3	100	3	100	3	100
10	ALBERCA OLIMPICA	4	100	4	100	4	100	4	100	4	100
11	GIMNASIO CHARLESUCO	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
12	PISTA OLIMPICA DE HIELO	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
13	TEATRO DE LOS INSURGENTES	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
14	ESTADIO PRINCIPAL MEXICANA	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
15	PISTA DE HIELO REVOLUCION	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
16	PISTA DE HIELO INSURGENTES	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
17	AUDITORIO NACIONAL	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
18	ARENA MEXICO	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
19	POLIGONO DE TIRO CAMPO MILITAR	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
20	ESTADIO AZTECA	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100

México 68, tabla sinóptica con mobiliario y equipamiento para los diecinueve Centros de Prensa Olivetti, a cargo de la arquitecta Silvana Bellino, 1968. Archivo Silvana Bellino.



México 68, plantas y secciones con alzados interiores del Centro de Prensa, a cargo de la arquitecta Silvana Bellino, Estadio Olímpico Universitario, Ciudad de México, 1968. Archivo Silvana Bellino.

una relación directa con el paisaje circundante, valorizando el diálogo entre arquitectura, naturaleza y actividad productiva, y otorgando dignidad a los espacios de trabajo.

A pesar de la calidad arquitectónica y la claridad del diseño, la planta de Cuauhtlán nunca se construye. Las razones de esta no realización se deben probablemente tanto a los elevados costos de la operación como a los profundos cambios tecnológicos que atraviesan la industria de oficina en esos años. El paso de la mecánica a la electrónica, destinado a transformar radicalmente tanto los productos como la organización de los procesos productivos, impone nuevas estrategias industriales. No obstante, el proyecto permanece como uno de los episodios más interesantes en el panorama de la arquitectura industrial en América Latina, testimonio de la voluntad de Olivetti de exportar fuera de Italia una concepción avanzada del espacio de trabajo.



Egidio Bonfante y Silvana Bellino, logotipo del Centro de Prensa Olivetti. 1968. Archivo Silvana Bellino.



Dibujo en tinta brillante del Centro Principal de Prensa de la Villa Olímpica "Libertador Miguel Hidalgo". 1968  
Egidio Bonfante.  
Archivo Silvana Bellino.

Un capítulo específico corresponde a la participación de Olivetti en los Juegos Olímpicos de la Ciudad de México de 1968, episodio que marca un momento particularmente significativo en la estrategia internacional de la empresa.

El 7 de diciembre de 1962, México decide presentar su candidatura para albergar los Juegos Olímpicos de 1968. Para sustentar la propuesta se elabora un documento de 180 páginas, redactado en tres idiomas, que reúne información detallada sobre todos los aspectos necesarios para fortalecer la candidatura de Ciudad de México como sede del evento. El documento incluye la descripción de las instalaciones deportivas existentes, la lista de eventos previamente organizados, la previsión de gastos, una síntesis de la historia y cultura mexicanas, así como datos climáticos y opiniones médicas sobre los efectos de la altitud en el rendimiento y la salud de los atletas.

En octubre de 1963, Ciudad de México es seleccionada como sede de los Juegos, superando las candidaturas de Detroit, Lyon y Buenos Aires, y se constituye formalmente el Comité Organizador. A los departamentos de Publications y Urban Design, reunidos en un solo grupo de aproximadamente 400 profesionales, se les encomienda el diseño y la coordinación de todo el programa de identidad visual del evento. Este incluye también elementos de mobiliario urbano, como los grandes globos inflables colocados en plazas y avenidas



México 68, máscara para el press kit, diseño de Milton Glaser y Seymour Chwast, Push Pin Studios. Archivo Histórico Olivetti.



principales, así como las esculturas de fibra de vidrio que representan atletas, inspiradas en los tradicionales Judas mexicanos. El logotipo “México 68” surge de un trabajo colectivo en el que participan Lance Wyman, Eduardo Terrazas y Pedro Ramírez Vázquez, inspirado en la tradición gráfica huichol y en las geometrías del Optical Art.

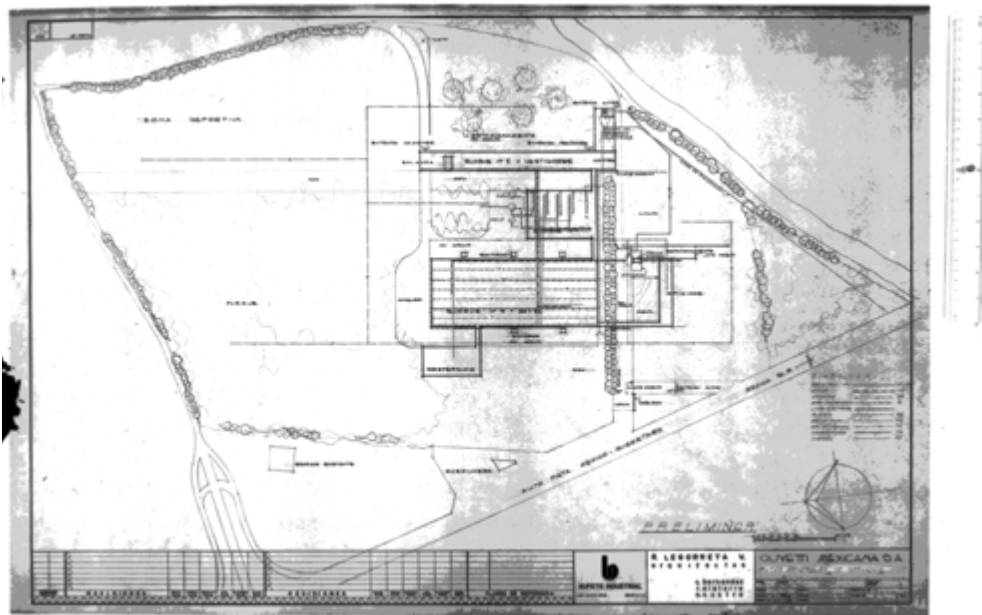
Sobre la base de la experiencia adquirida en las ediciones de Roma (1960) y Tokio (1964), Olivetti es encargada por el Comité Organizador del diseño y la realización de todo el sistema mediático de los Juegos: desde las salas de prensa (Centros de Prensa) hasta el diseño de mobiliario y accesorios, así como los



Prototipo de la máquina de escribir Valentine, 1968. Ettore Sottsass con Perry A. King y Alberto Leclerc Archivo Histórico Olivetti.

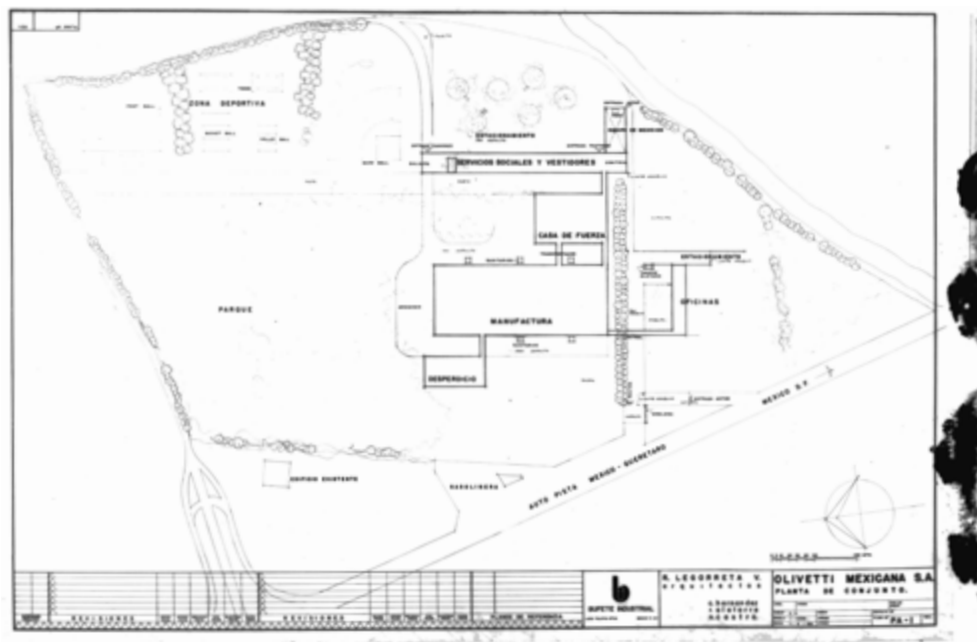


Rutas generales de servicios de la fábrica de Olivetti. Ricardo Legorreta. 1968  
Archivo Legorreta.



materiales promocionales destinados a los periodistas. Paralelamente, la empresa suministra todos los equipos tecnológicos necesarios, entre ellos máquinas de escribir, calculadoras, teléfonos, telégrafos y telex. Los materiales gráficos de Olivetti, aunque no coinciden plenamente con el sistema visual oficial, se integran en la identidad global del evento manteniendo una fuerte reconocibilidad.

El proyecto de los diecinueve Centros de Prensa se encomienda a Egidio Bonfante y Silvana Bellino, quienes en los tres meses previos a la inauguración desarrollan, a partir de dibujos técnicos y materiales fotográficos, el montaje completo de las instalaciones. Una tabla sinóptica elaborada por Bellino da cuenta de la complejidad de la intervención, basada en elementos modulares y flexibles. Todas las fases son coordinadas desde la sede de Olivetti en Milán: los materiales se producen en Italia y se envían a México, mientras que la modularidad de los elementos permite simplificar el montaje y gestionar las variables operativas.



Planta de conjunto de la nueva fábrica de Olivetti. Ricardo Legorreta. 1968. Archivo Legorreta.

Los centros de prensa se configuran como amplios espacios organizados en estaciones modulares. En el Centro Libertador Miguel Hidalgo, por ejemplo, el espacio se articula en islas de trabajo delimitadas por particiones con el logotipo tridimensional de Olivetti. El piso es de alfombra color vino, mientras que los muros están revestidos con telas que llevan el logotipo “Olivetti Press Centre” en los tres idiomas oficiales. La repetición gráfica y el sentido de movimiento, elementos centrales de la identidad de los Juegos, se convierten también en rasgos distintivos de la comunicación de Olivetti.

Para el mobiliario, Silvana Bellino diseña diversos elementos, entre ellos lámparas, asientos, divisores y estructuras funcionales. Junto a estos, también se utilizan productos ya presentes en el catálogo Olivetti, lo que contribuye a crear un ambiente coherente y reconocible.

Los materiales promocionales destinados a los periodistas son diseñados por Milton Glaser y Seymour Chwast, bajo la dirección artística de Giorgio Soavi.



“Memoria descriptiva del concepto arquitectónico del proyecto Olivetti México”. Ricardo Legorreta.1969 Archivo Histórico Olivetti.

Entre ellos, destaca la bolsa blanca tipo bandolera diseñada por Giovanni Pin-tori, así como una serie de objetos caracterizados por formas circulares, inspi-rados en la superposición de la “O” de Olimpia y de Olivetti.

La magnitud del proyecto es ampliamente reconocida por la prensa de la época, que lo interpreta como una afirmación significativa de la presencia italiana en el contexto internacional de los Juegos.

Los Juegos Olímpicos representan así un eficaz instrumento de promoción, capaz de reforzar la visibilidad de la marca y de destacar las cualidades tecno-lógicas de los productos Olivetti.



A pesar de estos resultados, en el contexto mexicano algunas iniciativas de la empresa quedan parcialmente inconclusas, también debido a condiciones políticas y económicas no siempre favorables y a los profundos cambios tecnológicos que caracterizan los años setenta.

En el intento de replicar también en México el modelo de integración entre empresa, cultura y sociedad desarrollado en Italia, Olivetti promueve la apertura de un centro cultural. A finales de los años setenta se inaugura el Centro “Adriano Olivetti” en la Torre del Reloj, en el barrio de Polanco. El proyecto interior, a cargo de Hans von Klier, configura un espacio destinado a encuentros, exposiciones y actividades culturales, en continuidad con la visión social de la empresa.

Paralelamente, los productos Olivetti consolidan su presencia en el mercado mexicano. Desde los años cincuenta, las máquinas de escribir portátiles se posicionan como el producto más exitoso, gracias también a estrategias comerciales innovadoras como la venta puerta a puerta y a políticas de difusión en el ámbito escolar.

A finales de los años setenta, el creciente éxito de las portátiles hace necesario ampliar la capacidad productiva. En 1979, el ensamblaje se descentraliza en dos nuevas sedes, en Apizaco y Tepeaca, con la creación de las empresas Ensambladora Tlaxcalteca S.A. (ETSA) y Armadora Tepeaca S.A. (ATSA), integradas en la red productiva de Olivetti.



La experiencia mexicana



Save Our Planet



---

Retrato de  
Aurelio Peccei.  
1976. Fondazione  
Aurelio Peccei.



Este capítulo, aparentemente marginal respecto a la trayectoria de Olivetti, adquiere una relevancia significativa a la luz de la centralidad que el tema ambiental asume, a partir del inicio del siglo XXI, en las políticas industriales y estratégicas de las empresas en todo el mundo. En este sentido, la exposición dedica una sección específica a la campaña de comunicación *Save Our Planet*, con el fin de poner en evidencia el papel de vanguardia desempeñado por Olivetti en múltiples ámbitos, incluido el relacionado con el futuro del planeta.

Save Our Planet Save Our Air. 1971 Georgia O'Keefe. Archivo Histórico Olivetti.



Save Our Planet Save Our Water

Roy Lichtenstein

Save Our Planet Save  
Our Water. 1971 Roy  
Lichtenstein. Archivo  
Histórico Olivetti.

El punto de vista de la empresa sobre la destrucción de los recursos naturales emerge con claridad en la campaña *Save Our Planet*, apoyada en 1971. El proyecto se articula en seis carteles, cada uno impreso en 2,000 ejemplares, realizados por artistas, arquitectos y fotógrafos estadounidenses de primer nivel. Los ingresos de la venta se destinan al apoyo de proyectos de UNICEF en países en vías de desarrollo.

La iniciativa es concebida por Olivetti junto con Jean Lipman, entonces editor del Whitney Museum of American Art de Nueva York, y se configura como



SAVESAVEO O O O PLANET! PLANET  
SAVESAVEO O O O PLANET! PLANET



save our cities

*Buckminster Fuller*

Save Our Planet Save Our Cities.  
1971 Richard Buckminster Fuller.  
Archivo Histórico Olivetti.



un punto de intersección entre activismo ecologista y vanguardias artísticas de la segunda mitad del siglo XX. Bajo la dirección curatorial de Lipman participan figuras de gran relevancia como Roy Lichtenstein, Georgia O'Keeffe, Edward Steichen, Ernest Trova, Alexander Calder y Buckminster Fuller. Cada autor interpreta el llamado universal *Save Our Planet* a través de declinaciones temáticas dedicadas a la protección del agua, del aire, de los territorios naturales, de las ciudades, de las personas y de la fauna.

Es oportuno recordar que, en el momento de la publicación de los seis carteles, Adriano Olivetti ya ha fallecido y el turinés Aurelio Peccei (1908–1984) asume un papel directivo dentro de la empresa de Ivrea.

Peccei, directivo de FIAT y gerente general de Olivetti entre 1964 y 1967, cargo que posteriormente continúa como vicepresidente hasta 1973, imprime un impulso decisivo al debate internacional sobre los límites del crecimiento económico.

Su figura resulta, por tanto, central en esta trayectoria: también presidente de Italconsult, entre los fundadores de Alitalia y mediador entre Europa,

---

Save Our Planet Save Our Wilderness. 1971  
Edward Steichen. Archivo Histórico Olivetti.



Save Our Planet Save Our People. 1971  
Ernest Trova. Archivo Histórico Olivetti.



Save Our Planet Save  
Our Wildlife. 1971  
Alexander Calder. Archivo  
Histórico Olivetti.

América Latina y la Unión Soviética, Peccei desarrolla una visión sistémica de los fenómenos globales, reconociendo su interrelación y subrayando la necesidad de un enfoque metodológico riguroso para gobernar la *world problematique*. Estos temas maduran en particular en el periodo 1964–1967, durante su gestión en Olivetti, que también estuvo marcada por decisiones complejas, como la cesión de la división electrónica a la empresa estadounidense General Electric, debida a presiones de Estados Unidos. Esta operación determina de facto la salida de la empresa de la investigación en el campo de las computadoras precisamente en el momento de mayor desarrollo, coincidente con el lanzamiento de la Programma 101, considerada la primera computadora personal del mundo.

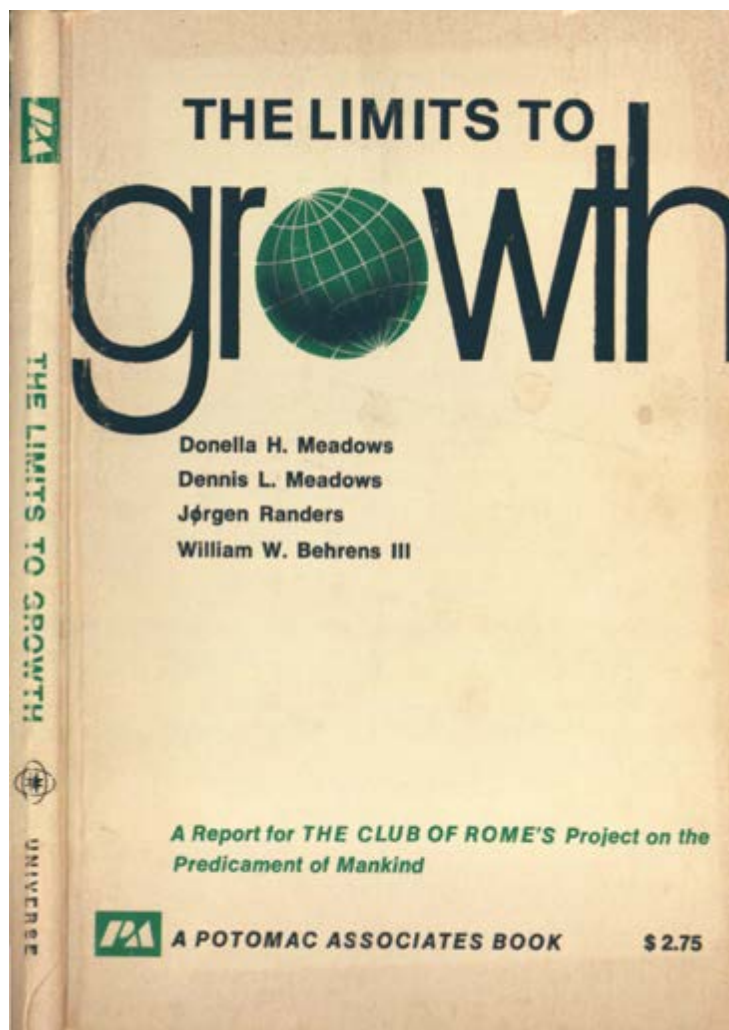
Para comprender el origen y la profundidad del pensamiento de Peccei, así como su interés por las cuestiones sociales, ambientales y por la cooperación internacional, resulta útil comparar los autores citados en su libro *The Chasm Ahead* (1969)<sup>1</sup> con los presentes en el catálogo de Edizioni di Comunità, la editorial fundada por Adriano Olivetti en la posguerra. Entre 1955 y 1967, el catálogo incluye tra-

<sup>1</sup> Aurelio Peccei, *The Chasm Ahead*, Nueva York, Macmillan, 1969.



ducciones de obras fundamentales sobre el papel de la empresa, el poder gerencial y las problemáticas del capitalismo estadounidense, firmadas, entre otros, por Peter Drucker y John Kenneth Galbraith. Las huellas de estos autores son evidentes en las publicaciones de Peccei y contribuyen a los temas abordados en sus conferencias, en las que introduce la noción de “problematique”.

En 1968, Peccei funda, junto con Alexander King, el Club de Roma, un grupo independiente de expertos dedicado no solo al análisis de la problemática global, sino también a la promoción de una acción concreta. Este enfoque no se limita a la especulación teórica sobre el funcionamiento del planeta, sino que incluye actividades de sensibilización, entre ellas la redacción del conocido volumen *The Limits to Growth* publicado en 1972<sup>2</sup>. Este libro alcanza una difusión extraordinaria, independiente de sus autores: se traduce a más de treinta lenguas y se distribuye en millones de ejemplares. Se convierte en un referente transversal para arquitectos, geógrafos, diseñadores, economistas, sociólogos, ambientalistas,



2 Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jørgen Randers y William W. Behrens III, *The Limits to Growth (Los Límites del Crecimiento)*, Nueva York, Universe Books, 1972.

Portada del libro “The limits to growth” (1972) de Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jørgen Randers y William W. Behrens III.



políticos y científicos, y es ampliamente adoptado también en el ámbito universitario, a pesar de las numerosas críticas recibidas desde su publicación en relación con la solidez de sus fundamentos científicos.

El hilo conductor de estas iniciativas —desde la publicación del volumen *The Limits to Growth* hasta la campaña de comunicación *Save Our Planet*— se remite, por tanto, a la figura de Aurelio Peccei. Dentro de Olivetti, desarrolla una reflexión crítica respecto a los modelos económicos basados exclusivamente en el crecimiento cuantitativo e introduce una perspectiva sistémica atenta a los límites de los recursos y a las interdependencias globales.

Este enfoque no se agota en una posición teórica, sino que se traduce en una orientación cultural y estratégica que influye en la propia identidad de la empresa. En este contexto, Olivetti se configura como uno de los primeros actores industriales en promover una conciencia articulada de las cuestiones ambientales, anticipando temas que se vuelven centrales en el debate internacional solo en décadas posteriores.

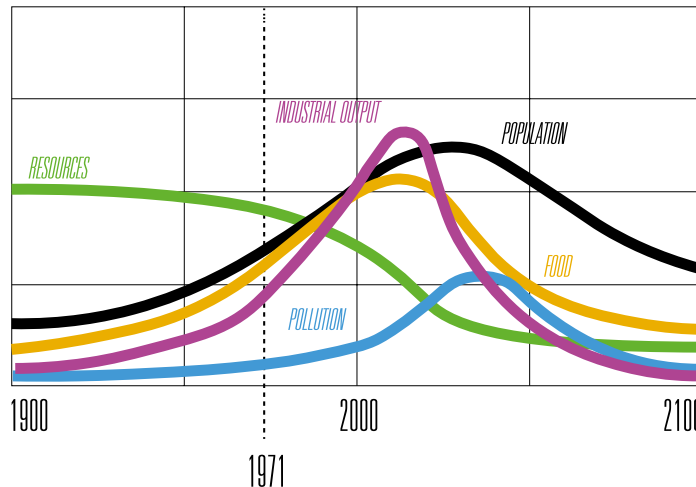
Modelo Mundial  
Ejecución Estándar.  
1972

Reproducción del  
gráfico presente en  
el libro "The Limits to  
Growth" (1972).

La producción  
de alimentos, la  
producción industrial y  
la población crecen de  
manera exponencial  
hasta que la base de  
recursos obliga a una  
desaceleración.

El crecimiento de la  
población finalmente  
se detiene por un  
aumento en la tasa  
de mortalidad, debido  
a la disminución  
de alimentos y de  
servicios. Fuente del  
gráfico: Meadows,  
D.H., Meadows, D. L.,  
Randers, J. Y Behrens III

## SITUACIÓN MUNDIAL (FUENTE: THE LIMITS TO GROWTH, 1972)



Modelo Mundial Ejecución  
Estándar. 1972

Reproducción del gráfico  
presente en el libro "The Limits  
to Growth" (1972). La producción  
de alimentos, la producción  
industrial y la población crecen  
de manera exponencial hasta que  
la base de recursos obliga a una  
desaceleración. El crecimiento  
de la población finalmente se  
detiene por un aumento en la  
tasa de mortalidad, debido a la  
disminución de alimentos y de  
servicios.

Fuente del gráfico: Meadows,  
D.H., Meadows, D. L., Randers,  
J. Y Behrens III



# Bibliografía



- Associazione Archivio Storico Olivetti**, *Olivetti 1908-2000*, Quaderni dell'Archivio Storico Olivetti, Ivrea, 2001.
- Astarita, Rossano**, *Gli architetti di Olivetti. Una storia di committenza industriale*, Franco Angeli, Milán, 2000.
- Boltri, Daniele; Maggia, Giovanni; Papa, Enrico y Vidari, Pier Paride**, *Architetture olivettiane a Ivrea. I luoghi del lavoro e i servizi socio-assistenziali di fabbrica*, Edizioni Gangemi, Roma, 1998.
- Bonifazio, Patrizia y Scrivano, Paolo**, *Olivetti costruisce. Architettura moderna a Ivrea*, Skira, Milán, 2001.
- Bonifazio, Patrizia; Feraudo, Giorgia; Gaeta, Luca; Giacomelli, Enrico y Parodi, Marta**, "Ivrea, passato e futuro di una company town", en «Parametro», núm. 262, marzo-abril, Faenza Editrice, Faenza, 2006.
- Bricco, Paolo**, *L'Olivetti dell'Ingegnere*, Il Mulino, Bologna, 2014.
- Bricco, Paolo**, *Adriano Olivetti. Un italiano del Novecento*, Rizzoli, Milán, 2022.
- Caizzi, Bruno**, *Gli Olivetti*, UTET, Turín, 1962.
- Cesari, Pietro** (coord.), *Architettura per un'idea. Mattei e Olivetti tra welfare aziendale e innovazione sociale*, Il Mulino, Bologna, 2016.
- Citelli, Mario y Piol, Elserino**, *Adaption business model. L'Olivetti dopo Adriano*, goWare, Florencia, 2016.
- De Witt, Giovanni**, *Le fabbriche ed il mondo. L'Olivetti industriale nella competizione globale (1950-1990)*, Franco Angeli, Milán, 2005.
- Di Tondo, Gaetano y Peruccio, Pier Paolo**, *Caleidoscopio Olivetti*, Allemandi, Turín, 2021.
- Direzione Corporate Image di Olivetti S.p.A.** (coord.), *Design Process Olivetti 1908-1983*, Olivetti S.p.A., Milán, 1983.
- Fiorentino, Caterina Cristina**, *Millesimo di millimetro, i segni del codice visivo Olivetti 1908-1978*, Il Mulino, Bologna, 2014.



- Fiorentino, Caterina Cristina**, *Congegni sapienti. Stile Olivetti: il pensiero che realizza*, Hapax Editore, Turín, 2016.
- Fornari, Davide y Turrini, Davide**, *Olivetti Identities. Spaces and Languages 1933-1983*, Triest Verlag, Zúrich, 2022.
- I Negozi Olivetti**, *Poter scegliere la bellezza*, Allemandi, Turín, 2023.
- Lupo, Giuseppe**, *La letteratura al tempo di Adriano Olivetti*, Edizioni di Comunità, Roma, 2016.
- Nesi, Nerio**, *Le passioni degli Olivetti*, Aragno, Turín, 2017.
- Novara, Francesco; Rozzi, Renato y Garruccio, Roberta** (coords.), *Uomini e lavoro alla Olivetti*, Mondadori, Milán, 2005.
- Olmo, Carlo** (coord.), *Costruire la città dell'uomo. Adriano Olivetti e l'urbanistica*, Edizioni di Comunità, Milán, 2001.
- Olmo, Carlo; Bonifazio, Patrizia y Lazzarini, Luca** (coords.), *Le case Olivetti a Ivrea. L'Ufficio Consulenza Case Dipendenti ed Emilio A. Tarpino*, Il Mulino, Bologna, 2017.
- Olivetti, Adriano**, *Città dell'Uomo*, Edizioni di Comunità, Turín, 1960.
- Olivetti, Adriano**, *Civitas hominum, scritti di urbanistica e di industria 1933-1943*, Aragno Editore, Turín, 2008.
- Pacchioli, Eugenio** (coord.), *Rosso, rosso Valentine. Un prodotto tra immagine e utopia*, Associazione Archivio Storico Olivetti, Ivrea, 1999.
- Parolini, Giuditta**, *Mario Tchou. Ricerca e sviluppo per l'elettronica Olivetti*, Egea, Milán, 2015.
- Peroni, Marco**, *Ivrea, guida alla città di Adriano Olivetti*, Edizioni di Comunità, Roma-Ivrea, 2016.
- Perotto, Pier Giorgio**, *Programma 101*, Sperling & Kupfer, Milán, 1995.
- Peruccio, Pier Paolo**, "Olivetti in Messico: 1949-2002", en «Op. cit.», núm. 167, Grafica Elettronica, Nápoles, 2020, pp. 22-32.



- Peruccio, Pier Paolo**, “I Limiti dello Sviluppo 1972: ambiente, futuro, design, industria”, en *AIS/Design*, vol. 10, Milán, 2023, pp. 16-27.
- Piccinini, Mario** (coord.), *Adriano Olivetti: il lascito, Urbanistica, Architettura, Design e Industria*, INU Edizioni, Roma, 2010.
- Sapelli, Giulio y Cadeddu, Davide**, *Adriano Olivetti, lo spirito nell'impresa*, Il Margine, Trento, 2007.
- Soria, Lorenzo**, *Informatica: un'occasione perduta. La divisione elettronica dell'Olivetti nei primi anni del centrosinistra*, Einaudi, Turín, 1979.
- Trini Castelli, Clino**, *Noform: 10 racconti oltre il design*, Corraini, Mantua, 2019.
- Vidari, Pier Paride y Broggi, Mauro** (coords.), *Lezioni su Olivetti. Storia, editoria, design*, Unicopli, Milán, 2018.
- Vinti, Carlo (coord)**, *L'impresa del design: lo stile Olivetti. Una via italiana all'immagine di impresa*, Gruppo Loccioni, Ancona, 2010.



