



## RECREAR DISCURSOS CROMÁTICOS.

### La identidad institucional de YPF de 1960 a 1990

*DE PONTI Javier; POPOO Cinthia; FUERTES Laura*

A partir de los años ´60 encontramos en YPF una iniciativa que sintoniza con el surgimiento del diseño como disciplina autónoma: los primeros indicios de sistematización en términos de identidad institucional.

Se trató de uno de los momentos clave para historia de la empresa y de su identidad visual, no solo como consecuencia del debate que se diera alrededor la industria petrolera en el marco de la economía desarrollista sino también en el de la modernización que se produjo en todos los ámbitos a consecuencia de la fallida iniciativa industrializadora de la época.

Si desde el la fundación de YPF en los años ´20 el signo expresó la constitución de la empresa, su consolidación y expansión, en los ´60 los cambios en las normas mercado y el nuevo contexto de consumo demandarían integrarlo al diseño de un programa identitario. Y una de las apuestas más expresivas de ese plan estaría dada por lo cromático.

A esa altura el signo básico había alcanzado un notable prestigio en representación de los valores de nacionalidad, prosperidad y soberanía, pero ya no se trataba de la mera aplicación de un signo: la tendencia era a programar y sistematizar.

La expansión de la publicidad impresa acompañó el auge de la industria editorial –la empresa visible en revistas, folletos, catálogos- la presencia del signo en los puntos de venta planteó el liderazgo en un mercado interno cada vez más competitivo –incluyendo la modernización de las estaciones de servicios- marcándose nuevamente el paisaje industrial -instalaciones, tanques, torres, destilerías- y actualizándose algunas submarcas –aceites enlatados, insecticidas, productos para el hogar-.

Entendemos esta renovación como un primer intento de desarrollo de identidad institucional en términos de programa sistematizado, antecedente de dos propuestas de identidad institucional.

Una de ellas perduró hasta los ´80 y la otra, impulsada con la recuperación de la democracia, se mantuvo hasta la privatización. ¿Cómo fueron esos sistemas desde el punto de vista cromático? ¿qué discursos proponían? ¿cuáles fueron los aportes del color a los valores ya instalados del signo básico?.

El trabajo indaga en a reconstrucción de la imagen institucional de YPF a partir de la recopilación y tipificación de diversos artefactos, planteando un primer acercamiento a la reconstrucción de las paletas emergentes en cada propuesta, de su narrativa y de los sentidos que la misma contienen.