

de identidad de YPF referido a la exploración, explotación, distribución y comercialización de combustible. En efecto cuando YPF actualizó su equipamiento se valió de las posibilidades que ofrecía este material no ya como simple revestimiento para paredes sino también como forma de cubrir grandes espacios como sostén de comunicación institucional.

Hay que pensar que los años 60 significaron un gran avance en el área de las comunicaciones e identidad de empresa, fue el tiempo en que los estudios de diseño argentinos comenzaron a diseñar sistemas de identidad institucional acompañados con sus correspondientes manuales, además de institucionalizarse la profesión. Estos planes incluyeron un interés conjunto de diseñadores industriales y de comunicación visual por el desarrollo de gráfica a gran escala, integrándose la cartelera y la arqueografía.

Fue el momento en que crecientemente se proyectaron grandes espacios de arquitectura efímera para promocionar a las empresas e instalarlas en la competencia nacional e internacional. Tales fueron los casos del stand presentado por YPF en la Feria Mundial de Comercio en Nueva York en 1958, con rasgos propios de la arquitectura y el diseño moderno, o el de la Exposición Nacional de Ganadería e Industria de 1961, distinguido con una mención especial, o del espacio de la empresa estatal en el sector argentino en la Feria Internacional del Pacífico a mediados de la década, durante la presidencia de Arturo Illia. No se puede dejar de mencionar también, en este marco, al reconocido pabellón que construyera la empresa SIAM para la Feria Rural de Buenos Aires de 1964.

Eran proyectos en los que se integraba el diseño de comunicación con el diseño industrial y la arquitectura, en los cuales los especialistas involucraban los conocimientos sobre la articulación del espacio y su modulación estructural, las formas de percibir y los estudios sobre la visión, los sistemas de encastré y los propiedades de la simetría vinculados al diseño de sistemas.

Es en este contexto en que se produjo un nuevo impulso comunicacional y se reactivaron los valores fundacionales de YPF, empresa que a esa altura ya contaba con un departamento y taller

de publicidad. Se ajustaron los rasgos del signo, ensanchándose el grosor de los caracteres, sin llegar a normalizarse las proporciones para su aplicación.



También fue en ese marco que se desarrolló un convenio con la proveedora de azulejos Cerámica San Lorenzo para la impresión motivos que serían protagonistas en las estaciones durante los próximos años. El mismo se fundamentó por un lado en los sistemas de construcción vigentes y los métodos de recubrimientos en uso para las paredes, y por otro lado en los avances producidos en los sistemas de transferencia que posibilitaban la impresión seriada sobre material vitrificado.

La implementación del azulejo avanzaba así en dos aspectos: por un lado resolvía el problema del revestimiento de las estaciones, y por el otro se transformaba en soporte de comunicación. Esta última cuestión tenía que ver con la tendencia existente en esos tiempos a utilizar estructuras modulares para generar sistemas de identificación: una serie de motivos daban la posibilidad de ser dispuestos como tramas o guardas, determinando distintas secuencias rítmicas y garantizando la presencia visual de un signo básico en el contexto de un discurso empresario.

VALORES, ATRIBUTOS E IDENTIDAD

El sistema de valores sobre el cual se instaló YPF desde sus orígenes estuvo muy vinculado con una idea soberana sobre los recursos del suelo y una construcción del Estado moderno, y fue coherente con los sistemas de creencias existentes en los tiempos de su creación. En efecto, si en sus primeros años la compañía se autodefinió como una institución pública perteneciente a una nación moderna, en los '60 ese mismo discurso ya formaba parte, más allá de las realidades políticas, de un imaginario instalado, sobre el cual se posicionaba a YPF como la empresa estatal de excelencia. Estas cualidades no solo se forjaron a partir de los servicios ofrecidos al consumidor, sino también