

# HACIA UN ANÁLISIS DE LA CULTURA MATERIAL

## El caso de YPF Argentina

Sofía Lara Marozzi | [maromarozzi@gmail.com](mailto:maromarozzi@gmail.com)

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

De Ponti, Javier (dir.); Gaudio, Alejandra; Fuertes, Laura; Popoo, Cinthia; Nessi, Silvana (2012). *Diseño, identidad y sentido. Objetos y signos de YPF [1920-1940]*. La Plata: Dicere, 121 páginas.

En el libro *Diseño, identidad y sentido* (2012) se realiza un análisis de los objetos industriales y de los signos visuales como parte de la cultura material argentina a partir de la recopilación de productos y de publicidades de la empresa estatal YPF. El período temporal seleccionado abarca desde su creación en 1920 hasta la década del cuarenta. El propósito de la investigación dirigida por el Mg. Javier De Ponti reside en comprender cómo se forjó el reconocimiento social de esta empresa y cuál es su vinculación con los modos de representación de los valores nacionales.

En el libro se enuncian tres ejes de trabajo. Una línea que explica el rol de los productos y de las comunicaciones como objetos de cultura material y visual; un eje referido a la perspectiva de los actores que delinearon las estrategias empresariales; un análisis de los aspectos semánticos y sintácticos de los productos con la intención de encontrar una continuidad en la construcción de sentido.

Paralelamente, los autores ponen énfasis en el contexto y describen el clima de época como un aspecto esencial para entender la construcción de

esta cultura material. De allí se desprende que resulta de vital importancia comprender la relación entre los recursos petrolíferos y el mercado mundial, y el papel que la Argentina desempeña en este escenario. Es así que la creación de YPF como empresa estatal implica la elaboración de un discurso simbólico referido a la soberanía sobre la base de la defensa de los recursos y del territorio nacional.

De esta manera, los autores no sólo reflejan la problemática de la cultura material, sino que, también, definen la estrategia empresarial implementada. Es así que se contempla tanto la unificación como la sistematización de los signos y se evidencian las herramientas de diseño en comunicación visual e industrial utilizadas. En este sentido, la normalización del signo básico de YPF es un ejemplo paradigmático en tanto se fortalece la relación soporte-imagen mediante la apropiación simbólico-formal. Por esta razón, se analizan y se recopilan productos como globos identificadores de estaciones, de surtidores, de latas de aceite y de kerosene, etc.

Al respecto, De Ponti afirma:

La propuesta de YPF como bandera nacional se modifica profundamente con la alianza que se generó entre los consumidores de combustible y los surtidores que llevaban la sigla inscripta en los colores nacionales. Nuestro país no fue el mismo de antes una vez que YPF instaló en términos concretos la cuestión del petróleo, tanto el contexto social como los individuos quedaron redefinidos en términos de ser propietarios de los recursos del suelo. Así pues, si los objetos materiales movilizan formas de identidad social, se trata de mirar no sólo cómo se veía a la empresa sino también a través de qué se hizo visible, lo cual involucra los objetos y sus comunicaciones (2012: 78).

Una pregunta que se reitera en el libro es: «¿Se puede separar la imagen del soporte?» (2012: 80). Este interrogante ayuda a comprender a los productos más allá de sus características técnicas y los incluye dentro de un espacio «integrador e interdisciplinario» congruente con otras ciencias y con otras disciplinas proyectuales (por ejemplo: arquitectura, ciencias sociales, antropología cultural, etcétera).

A partir de esto, se logra esquematizar un modo de creación de la identidad material y visual que atraviesa diferentes etapas: un momento constitutivo, otro de consolidación y de apropiación simbólica social y, por último, otro de expansión. De allí que se tomen diversos casos, como otras empresas estatales argentinas (Empresa Nacional de Energía y Gas del Estado). Mediante un análisis comparativo se evidencia la utilización de similares recursos gráficos y formales así como también las mismas estrategias de sistematización y de repetición que en YPF.

*Diseño, identidad y sentido* da un puntapié inicial al análisis de la historia y de la cultura de una sociedad, no sólo desde sus hechos históricos o desde sus tradiciones, sino a través del vínculo de los individuos con los productos industriales y comunicacionales. De esta manera, aporta al concepto de diseño industrial tanto desde una mirada utilitaria como desde la construcción de sentidos a partir de los objetos. Se deja explícito, también, el rol de los productos y de

las comunicaciones como formadores de sentido dentro de un discurso nacional y latinoamericano en relación con el concepto de identidad nacional y de pensamiento emancipatorio.

Así se manifiesta cómo a través de una estrategia empresarial se puede imponer, en los usuarios de los servicios, una manera de pensar y de sentir la industria nacional. Entonces, su valor se entiende no sólo como motor de la economía y del mercado interno sino, también, como precursor de un imaginario colectivo donde los usuarios se sienten representados por ella. Por un lado, esto sucede en contraposición al discurso des-industrializador de la década de los noventa en la Argentina y, por otro lado, contribuye a la formación de bases estratégicas para el diseño industrial de nuestro país.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

De Ponti, Javier (2012). *Diseño, identidad y sentido. Objetos y signos de YPF [1920-1940]*. La Plata: Dicere.