Publicaciones institucionales de YPF

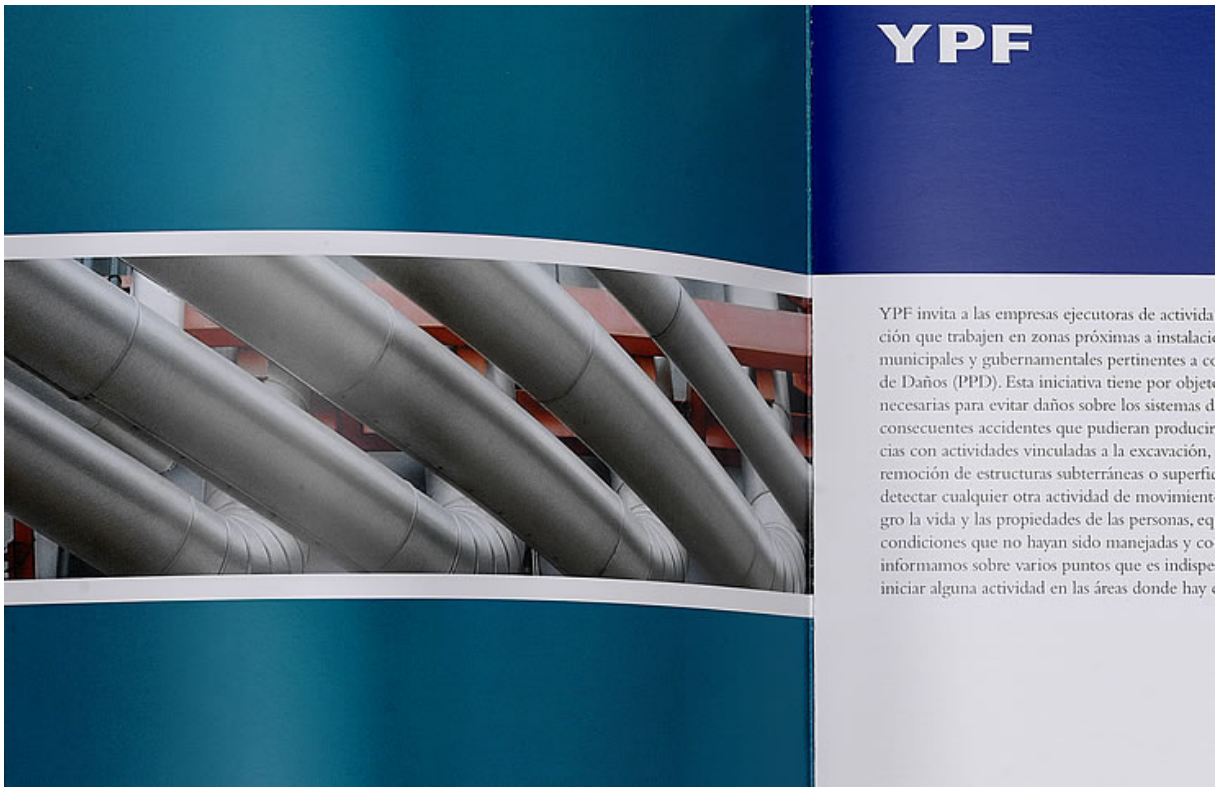
Por Tholon Kunst Diseño

Un sistema gráfico que abarca las diversas publicaciones institucionales, que sirve como referencia para los estudios de diseño que trabajan para la empresa petrolera.



YPF es una petrolera argentina cuyo ámbito de acción abarca la exploración, la producción, el refino, la distribución, la comercialización de hidrocarburos y la producción petroquímica.

Debido a su magnitud, la empresa contempla estrategias de comunicación internas y externas que involucran a diversos públicos objetivos: empleados, proveedores, clientes, medios de comunicación y la comunidad en general. Las comunicaciones institucionales engloban un amplio rango que va desde la descripción de las áreas de negocio de la compañía, hasta la difusión de noticias corporativas para la prensa. Dichas comunicaciones se materializan, según el caso, en *flyers*, *newsletters*, folletos (dípticos, trípticos y cuatrípticos), informes, manuales, catálogos, *brochures*, libros o la Memoria y Balance.



YPF encomendó a Tholön Kunst el desarrollo de un sistema gráfico que definiera las diversas publicaciones institucionales de la empresa. El objetivo central del cliente era unificar los criterios de diseño más allá de las pautas vinculadas con la imagen corporativa, para que todas las piezas presentaran un único lenguaje visual. Tholön Kunst y la Dirección de Comunicación de YPF analizaron las diferentes publicaciones y definieron tres niveles comunicacionales:

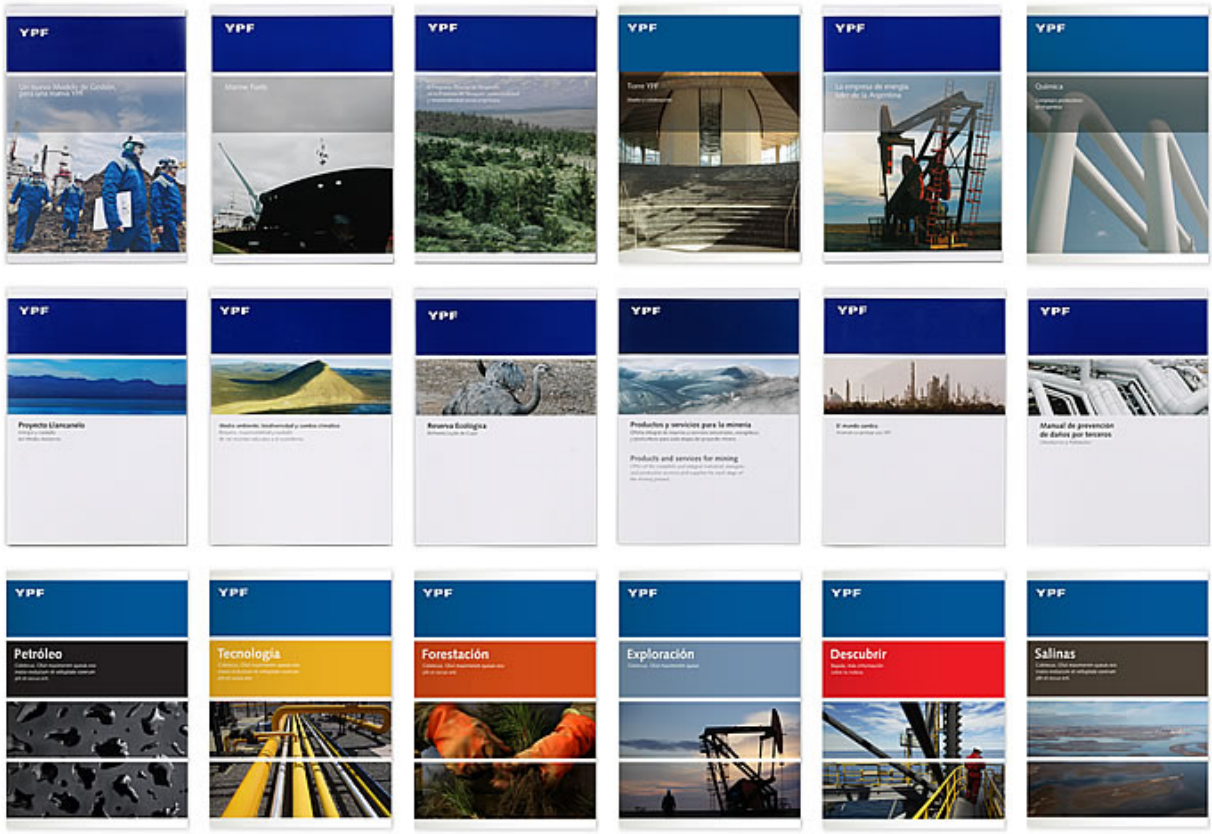
- **Nivel A:** Abarca piezas puramente descriptivas, con datos duros de la empresa y un alto grado de sobriedad. Tienen una larga permanencia en el tiempo y son las más cuidadas en términos de acabado.
- **Nivel B:** Estas piezas representan un nivel básico de comunicaciones institucionales, a partir del cual es posible sofisticar o ablandar la comunicación de la compañía. La perdurabilidad de estas piezas es de mediano plazo y la intención comunicativa surge de un equilibrio entre la descripción y la persuasión.
- **Nivel C:** Incluye piezas con una búsqueda ligada al impacto, a la persuasión directa por su contenido periodístico. Es el nivel que más se aleja del ámbito corporativo y su

público objetivo puede llegar a ser ajeno a la empresa.

El punto de partida para trabajar fue el manual de normas corporativas de YPF, de donde Tholön Kunst tomó la aplicación de la marca, las tipografías y los colores. La experiencia de Tholön Kunst en diseño editorial sirvió para enfocar el proyecto como una gran colección de libros con tres sub-colecciones. Había que lograr que las diferentes piezas pertenecieran a un sistema global y también respetaran las característica del sub-sistema (nivel de comunicación).







Tholön Kunst y la Dirección de Comunicación de la empresa generaron un sistema que incluye una caja de herramientas a la medida de las publicaciones institucionales de YPF. Dicha caja contiene un manual de uso; plantillas de los diferentes soportes y formatos con sus respectivas retículas, páginas maestras y paletas de estilo, de tipografía y de color; y una guía con ejemplos de aplicación. Las pautas establecidas pueden aplicarse a piezas sencillas como folletos y alcanzan también a la Memoria y Balance de la compañía.

Un aspecto destacado del sistema es la existencia de constantes y variables. Si bien hay

pautas globales que garantizan la coherencia del sistema, también aparecen zonas abiertas que pueden ser aprovechadas por aquellos estudios de diseño que intervengan en las publicaciones institucionales de YPF, para que el sistema evolucione. En términos generales, el ordenamiento de las publicaciones institucionales bajo un sistema integral permitió optimizar las piezas comunicacionales en varios sentidos: coherencia en la concepción de los trabajos, rapidez y calidad en la elaboración, y abaratamiento de los costos.









Publicado el 10/02/2012

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/publicaciones-institucionales-de-ypf