

(!) Oharra:

*jabego intelektualaren inguruko legediak irudien erabilera galerazten digu.*

*Hori dela eta, dokumentu honek ilustraziorik ez darama.*

*Irudiak ikusteko, ikur grisaren gainean klikatu.*

# DISEINU GRAFIKOA PUBLIZITATEAN

## 01. DISEINUA, ZER OTE?

Diseinua, diseinua... denok daukagu honen inguruko iritziren bat. Gehienetan, ordea, kontzeptuaren interpretazioa ez da guztiz zuzena izaten.

Testu honen bidez, argi piska bat ekartzen saiatuko gara. Oinarrizko ideiak azalduko ditut, nork bere erizpidea osatzeko baliogarri izan daitezkenak. Testuak ez du inolaz ere doktrina dogmatikoa izateko asmorik, zentzuzko azalpen bat baizik.

*“Ez gara nor bere arazoa konpontzen dabilen artista.  
Beste pertsona batzuen arazoa konpontzea  
lanbide duten adituak gara”.<sup>3</sup>*  
Peter Lawrence

### 01.1 DISEINU GRAFIKOA PUBLIZITATEAN

Ikasgaiaren izena abiapuntu, egin dezagun atalez ataleko hurbilpena:

- *DISEINUA*:

Objetu erabilgarrien forma zehazteari esaten zaio. Ekoizpen industrialak dela medio, batik bat. Izan ere, egunero erabiltzen ditugun objektuen guztien atzean diseinu lana dugu: aulkietan, boligrafoetan, edarien ontzietan, sakeleko telefonoetan edota programa informatikoen azaleko itxuran.

Objetu hauek, baina, ez dira betidanik halakoak izan. Forma aldetik garatuz doaz; diseinua garatuz doa. Beti egoten da objektua egokitzeko aukera. Eta erabiltzaileontzat, objektuen hobetzea pozteko moduko gauza izaten da.

Hortxe dugu diseinuaren kokka: objektuen forma hobea (emandako baldintzak kontutan hartuta, noski).

---

<sup>3</sup> Aipuaren iturria: [adlatina.com](http://adlatina.com)



> **Noris** harkatzak, Staedtler. 1900.  
Objetu hau XX mende osoan zehar aldatu gabe mantendu egin da. Arrazoia: oso diseinu erabilgarria aurkitu zuten.  
Harkatzen sekzioa hexagonala eginez, mahaiaren gainean errodatzea eta bertatik erortzea galeratzen da.  
Hori-beltzez pintatzea beste aurrerapausua da, halako kontraste kromatikoa dela-eta, aurkitzeko erraz-erraza bait da.

#### - GRAFIKOA:

Diseinuaz mintzatzen garenean, bi motatako disziplinen artean desberdinu beharko genuke: diseinu industriala eta diseinu grafikoa.

Jarduera bietan erizpide berdinak erabiliko dira. Diferentziak? Diseinu industrialak hiru dimentsiotako objektuak ekoizteari zuzentzen zaiola. Diseinu grafikoak, berriz, bi dimentsiotako konposizioak landuko ditu, normalean funtzio komunikatiboa helburu dutelarik.

Honen baitan arlo desberdinak ditugu, esate baterako: tipogintza, diseinu editoriala, ikurgintza, bai eta guri dagokigun diseinu grafiko publizitarioa ere.



> **M. Katsumie / Y. Yamashita**. *Tokio '64, Olinpiadak*. 1960.  
Ikurgintza: Piktogramak; komunikatzeko modurik zuzenena.  
Mundu osoko pertsonak biltzen dituen ospakizuna denez, edozein hizkuntza-mugaren gainetik funtzionatzen duen ikur kodea erabiltzea komeni da.  
Geroztik, olinpiadetan behin eta berriro bertsionatu egin den errekurtsua da.

#### - PUBLIZITATEAN:

Publizitatea, normalean, helburu komertzialarekin bultzatzen den komunikazio limurtzailea dugu.

Kontsumo gizartean bizi gara. Lehiakortasun handia dagoenez, marketina ezinbesteko jarduera bilakatu da. Baina lehiakortasuna ez da bakarrik merkatu esparruan gertatzen, komunikazioan ere sekulako lehia ematen da hartzailearen neuronak okupatzearren.

Iragarkiak norgehiagoka dabilta ikuslearen atentzioa bereganatzearren. Gauzak modu zuzenaren egitea ez da nahikoa; kompetentziak baino maila altuagoa lortu beharra dago. Bestela, akabo.

Hauxe izango da diseinu grafiko publizitarioaren alorra. Tipografia eta irudiak konbinatuz, mezu komertzialak modurik eragingarrienean planteatzea.



> **Paul Rand**. *Eye Bee M*, publizitate posterra. 1981.  
Originaltasuna, mezua eta sinpletasun formala batzen duen iragarkia.  
Ingeleraz, markaren inisialak eta kartealeko jeroglifikoak berdin-berdin ahozkatzen da. Gainera, markari ikurrek sinbolikoki errepresentatzen dutena ederki datorkio: inteligentzia eta lana.

## 01.2 FUNTZIOA: ARAZOAK KONPONTZEA

Komunikazioa (gutxienez) bi subjektuen artean ematen ohi da. Baina batak esan nahi duena eta besteak ulertzen duena ez datoz beti bat. Kasu haietan arazo bat dago. Arazoa oraindik handiagoa izan daiteke buruz buruko komunikazioa ez denean, ezinezkoa bait da azalpen gehigarririk momentuan ematea. Esate baterako, ez zuzeneko bitartekak erabiltzen direnean: argitalpenak, inprimakiak, letreroak, produktuen etiketak edo marka ikurrak. Arestikoa gutxi balitz, publikoa limurtzeko sugestioa erabiltzen ohi da, ere bai: konnotazioa, lengoaiaren sinbolikoa, ikus-tankerako figura literarioak (metaforak, etab.).

Ez da erraza; ez horixe. Komunikazioan espezialista den norbaiten beharra dago: sortzailea/diseinatzailea, alegia. Honek erakunde bat eta bere publikoaren arteko komunikazioa ahalik eta hoberen eman dadin lan egingo du. Bere eginbeharra komunikazio arazoei soluzioak bilatzea eta aurkitzea izango da. Zubiak eraikitzea, komunikazioa hobeagotzea.



> **Summa.** RTVE markaren eraberritzea. 2008.

RTVEren baitan dauden azpimarka guztiak modu koherentean batu behar ziren. Garai berrietara egokitu behar zuten

**Arazo #1:** itxura zaharkitua erakusten zuen.

Konponbidea: itxura gazteago, hurbilago, eguneratuago aurkeztu forma eta kolore leunagoekin.

**Arazo #2:** barne dituen azpimarkak bisualki sakabanatuak zeuden (La 1, La 2, Canal 24h, RNE, Radio 3 eta abar).

Konponbidea: formetan koherentzia identitarioa ematea, diferentzia nagusia koloreen bitartez ezarriz. Kolore alaiak eta degradatua. Tipografia bateratua, guztietan Espainiaren "e" hura azpimarratuz. Erakundearen arteko diferentziak kolorearen bitartez adierazten da, egitura mantenduz.

## 01.3 GAUZAK ERRAZAGOTU

Mailu bat nola hobeagotu argi dago. Erabilpenaren "arazoa" ongi aztertuz gero, zenbait irtenbide aise okurrituko zaizkigu: kirten ergonomikoa, pisu arinagoa, hiltzeak ateratzeko hortzak, zintzilikatu ahal izateko zulotxoak...

Kasu honetan, diseinuak bilatzen duena ez da mailu *politagoa*, *erabilerrazagoa* baizik.

Eta kartel baten kasuan, nola hobeagotu? Bertan komunikatu nahi den mezua modu errazagoan planteatuz. Ulergarriagoa eginez. Irakurleari lana errazagotu behar diogu.

Gure betebeharra: oztoporik gabeko komunikazioa ahalbideratzea.



> **STOP ikurra**, arabiarrez. Jatorrizkoa 1922 urtean onartu zen.

Diseinuari esker, ikur honekin ez dago nahasterik.

Zirkulazio kodean daukagun agindurik larriena, dudarik gabe. Horregatik, bestelako ikurrekin ez nahastearren, forma berezia eman zitzaion: oktagonoa.

Honela, okerreko kondiziotan ere ulergarri egiten zaigu: elurra estalita, kontrargitan, edo hizkuntza ezezagunetan.

Ez da beraz estetika kontua, eragingarritasuna baizik

## 01.4 DISEINUA EZ DA “ESTILOAREN” SINONIMOA

Diseinuak formak lantzen ditu eta alde estetikoak oso kontutan hartzen du. Hala ere, edertasun estetikoak ez da bere helburua, edo behintzat ez da bere helburu nagusia. Helburu nagusia komunikazioa errazagotzea da.



> *Transfusiotarako odol poltsak.*

Halako egoeratan, edertasun estetikoak ez du batere tokirik. Argitasun informatiboa, berriz, berebizikoa da.

Gizakiok odol talde desberdinekoak gara, RHa ere alda daitekelarik.

Ospitaletako odol bankuan dituzten poltsak ongi identifikatuak egon behar dira, transfusioa egiterakoan okerrik gerta ez dadin. Kasu honetan, etiketa polita edo itxusia izatea gutxieneko gauza da.

Arestiko adibidean ikus dezakegun kasua beste hainbat alorretara eraman daiteke. Aireportuetako terminaletan edo errepidetako norabide letreroetan antzerako zerbait gertatzen da. Informazioaren irakurgarritasuna estetikaren gainetik dago.



> **Aldo Rossi.** *La Cónica* teontzia. 1968.

Askoren ustez, "diseinuzko" ontzia bere forma geometriko zorrotzengatik. Otl Aicher diseinatzaileak, berriz, kritika mikatza egiten dio. Ondoko marrazkian, teontziak bere funtzio praktikoa betetzean planteatzen dituen arazoak irudikatzen ditu. Benetako diseinuak funtzioa estetikaren gainetik ipintzen du.

## 01.5 PROIEKTUA

Diseinu lanak ez dira “genialitate” ikutu baten ondorioak. Benetan diseinu erabilgarria egiteko, arazoaren azterketa zehatza egin behar da. Zenbat eta informazio gehiago eduki, hainbat eta soluzio on bat topatzeko probabilitate gehiago. Konpondu nahi den arazoa ongi ezagutu behar da, bai eta eskura ditugun baliabide edo baldintzak ere.

*“No me cuentes lo qué quieres, sino cuál es tu problema.  
De la solución ya nos encargamos nosotros.”*

Miguel Zorraquino

Adibidez: Bruno Munarrik, Italiako diseinu eskolaren buruak, diseinuaren prozesua hainbat pausutan sailkatu zuen. Honen bitartez, diseinu lana modu logikoan sistematizatu nahi zuen. Nolabait, ekoizpen industrialaren prozesuari egokitzea nahi zuen. Honela, inspirazio erromantikoa ordezkatua izango da, pragmatismo industrilalaren truke.

Hauexek Munarrik proiektuan ezarri zituen etapak:

1. Arazoa definitu
2. Helburuak zehaztu
3. Komunikazio-estrategia kontzeptuen bitartez irudikatu
4. Sormenaren bidez, irtenbide desberdinak planteatu
5. Ideiak aztertu eta egokiena aukeratu
6. Ekoizpena kudeatu
7. Emaitzak ebaluatu

Taberna baten terrazarako aulkia diseinatzerakoan, adibidez, hainbat baldintza hartu behar dira kontutan:

- Fabrikatzeko erraza izatea, merke saldu ahal izateko.
- Ez dadila erdoildu. Horretarako, aluminioa edo PVCa erabiliko da.
- Euriaren ura ongi isurtzen uztea, eserlekuan putzurik ez gelditzeko.
- Arina izan dadila, esfortzu handirik gabe egunero zabaldu eta biltzeko.
- Bata bestearen gainean pilatzeko aukera ematea.
- Erosoa izatea.
- Egitura erresistentekoa izatea, jende askok erabiliko bait du.

Azkenean, ikerketa xehea egin beharra dago, beteko duen funtzioari ongi egokituko bazaio. Aldeazurretiko baldintza hauetan, alde praktikoa bermatzen da, estetikari buruz ezer gutxi aipatuz. Edertasunaren gaintik, praktikotasuna preziatzen da. "Genialitate" gutxirentzako tartea dago hemen, beraz.

## 01.6 HANKA SARTU

Gehienetan, baina, prozesua ez da Bruno Munarik aurkeztu zuen bezain lineala. Sormena, nahi eta nahi ez, saiakeraz eta hankasartzez osaturiko laberintoa da. Hanka sartzea ez da gauza txarra; behar-beharrezko gauza baizik. Okerreko hainbat bide probatu eta gero, irtenbide baliogarria aurkituko dugu. Ez dago besterik.

“Mistakes are the usual bridge between inexperience and wisdom.”<sup>4</sup>  
Phyllis Theroux

Normalean, kontzeptuetatik ateratzen dugun intuizio bati jarraitzen diogu. Intuizio estetiko horrek erabakien laberintoan gidatuko gaitu, ontzat eman dezakegun emaitzara iritsi arte. Zeren diseinatzea erabakiak hartzea da. Prozesu luze samar horretan planteatzen zaizkigun aukeren aurrean erabaki egin behar dugu: handiago/txikiago; gorago/beherago; serifa/lineala; kolore biziago/kolore ilunago; eta abar luze-luzea.

Prozesu honetan ez dugu beti asmatzen. Proba desberdinak egitera behartuta gaude, eta askotan hainbat pausu atzera eman behar izaten dugu okerrak zuzentzeko.

Hanka sartzeari ez beldurrik izan. Aurrera egiteko ezinbestekoa da. Bidea esploratu egin behar da, irtenbideak esperimentatu behar dira. Probatu beharra dago. Baina, azkenean, desegokiak diren aukerak ere baztertzeko ikasi behar dugu.

## 01.7 ZUBIAK ERAIKITZEN

Diseinatzaileok bitartekariak gara: igorleak kontatzeko dituenak interpretatu, iruditara itzuli eta jendeari helarazi behar diogu. Igorlearen "arazoa" zein den ongi ulertu behar dugu, baita ikuslearen zirkunstantziak ere.

<sup>4</sup> Aipuaren iturria: [brainyquote.com](http://brainyquote.com)

Zeintzuk dira lengoia grafikora "itzultzearen" abantailak?

- Irudia bat-batekoa da. Atoan harrapatzen da, eta ahalegin handirik egin behar izan gabe.
- Irudiak testua osatu egiten du, beharrezko ñabardurak gehituz. Mezua aberastu egiten du, bere zentzua zehatzago eginez.
- Irudiak konnotazio zama oparoa ekar dezake (mezu paraleloak, emozioak, oroitzapenak...)
- Irudiak figura erretoriko berrientzako atea zabaltzen du. Honela, komunikazioaren esperientzia areagotu egiten da.
- Irudia memorian erraz finkatzen da, marka hobeki gogoratzen laguntzen duelarik.

Hauxe izango da gure ardura: komunikazioan adituak gara. Beste lagun batzuen mezuak hartu eta gogotik egingo dugu lan ikusleek erraz jaso dezaten.



> **Ivan Chermayeff.** *Guggenheim Museum*. 1977.  
 New Yorkeko museoaren arkitekturan inspiratutako konposizioa.  
 Kartel honen diseinuak argi uzten du zertaz ari den, testua irakurtzen hasi baino lehenagotik ere.



> **Saul Bass.** *Anatomy of a Murder*. 1959.  
 Filme ugari kredituen diseinugile. Honakoan, irudiak testuaren ideiarik sekulako bultzada ematen dio.  
 Irudia, sakoneko ideia zerbizura.