

(!) Oharra:

jabego intelektualaren inguruko legediak irudien erabilera galerazten digu.

Hori dela eta, dokumentu honek ilustraziorik ez darama.

Irudiak ikusteko, ikur grisenean klikatu.

DISEINU GRAFIKOA PUBLIZITATEAN

02. INFORMAZIOA ORDENATZEN

Diseinu industrialan, erabilgarritasuna zer den argi dago: objektu eroso eta erabilerraza egitea. Honen adibide ugari dago, arestiko kapituloko kasuek adierazten duten bezala. Baina, diseinu grafikoan, erabilgarritasun hori nola adierazten da? Zer esan nahi du diseinu grafiko "erabilgarria" egitea?

*“Diseinuak ez badu jendearen bizimodua hobeagotzen,
orduan ez du ezertarako balio.”⁵*

Ronald Shakespear

Diseinu grafikoak komunikazioa hobeagotzeko helburua dauka. Ez da ariketa artistikoa, komunikazio ariketa baizik. Pieza publizitarioen "irakurketa" errazagotu egin behar dugu, ikuslearentzat erosoago prestatuz.

Beaugrandek eta Dresslerrek *Eraginkortasunaren Printzipioa* definitu zuten: "mezuak ez dio hartzaileari ahalegin handiak eskatu behar. Mezua eraikitzeke momentuan beregan pentsatu behar dugu."

Ikus dezagun nola.

02.1 "OCCAM'S RAZOR"

Ingalaterrako William of Occam filosofoak *Ekonomiaren Printzipioa* zehaztu zuen, XIV mendean. Bertan esaten zuena, gutxi gora behera, honako esaldian labur daiteke: soiltasuna birtutea da. Hori dela-eta, Occamek soberako guztia kentzearen aldekoa da, behar-beharrezkoa soilik mantenduz. Soberakoak kentzeko metodo zorrotzari "Occamen labana" esaten zaio.

Publikoari faborea egin diezaiozun, eta benetan interesgarria ez den informazio oro kanpoan utz dezagun. Atentzioa desbideratu edo ulermena oztopatu egiten duen guztia ezabatuko dugu. Argitasun komunikatiboan laguntzen duten elementuekin bakarrik geratuko gara. Mezua modurik argienean aurkezten saiatuko gara, gogotik saiatu ere.

⁵ R. Shakespear diseinatzailearen [blogan](#) jaso.

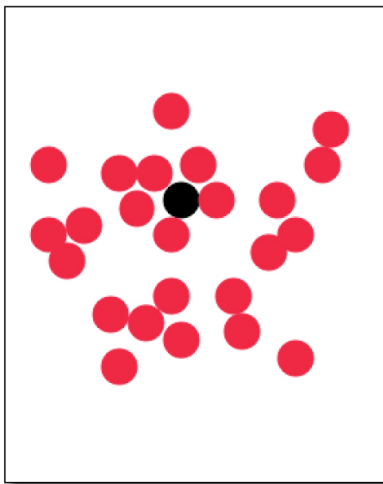


> *"iPod, I'm your father!"*, Kiss FM. 2010.
Iragarki honen balioa bere soiltasunean datza.
Konposizioaren garbitasunak komunikazioa errazagotzen du, ikus-ideiari indar gehiago emanez.

Publizitateak, gehiegizko informazioa aurkezten duenean, porrot egiten du. Informazio justu eta zehatza eman behar da. Ongi barneratu ditzan, datuak laburki eta modu mailakatuan aurkeztu beharko zaizkio ikusleari.

02.2 ORDENA

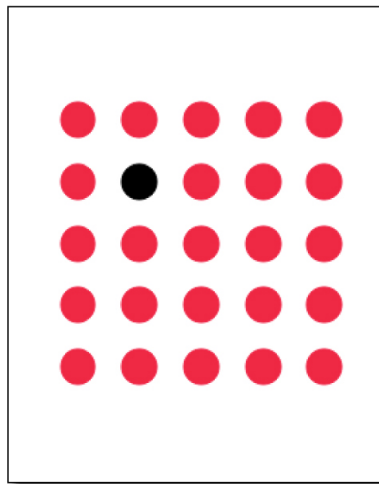
Irakurleak publizitatearen aurrean ez du oso jarrera aktiboa izaten. Informazioa argi erakutsi behar zaio, erraz hartu dezan. Elementuak ordenaturik aurkeztuz gero, mezuaren perzepzioa errazago suertatuko da. Ordenak argitasuna dakar. Komunikazioa garbi suerta dadin, elementuen ordenaketa egokia antolatu beharko dugu.



> **A** adibidea

Zenbat puntu dago A irudian? Eta B irudian?

Ordenaketak, besteak beste, puntu hauen zenbaketa errazagotzen du. Puntu beltza non dagoen gogoratzea ere errazago egiten zaigu. Ahalegin gutxiago eskatzen digu.



> **B** adibidea



> **Oscar Mariné**. *800 balas* filmaren kartela. 2002.
Komunikazioa ederki menperatzen duen afixa. Argi baino argiago geratzen zaigu mezu nagusia zein den.

Diseinatzaileak garenez gero, guk egindako piezak errealitatea bera baino ulerterrazagoak suertatu behar dira. Gure betebeharra: inguru ulergarriago baten alde jotzea. Gauzak errazagotu behar ditugu. Honen adibide ederra Londresko metroko planoaren garapenari daukagu. Hauxe da diseinua.



> **F.H. Stingemore**. *London Underground*: planoaren arazoa. 1927.
Metroa martxan hasi zenetik 1933 urtera arte, erizpide topografikoan oinarritzen ziren. Hau da, geltokiak geografikoki kokatzen ziren, benetako distantzia proportzionalak mantenduz.
Ondorioz, nahiko mapa nahasia eta korapilotsua sortzen da.
Ez da batere erabilgarria.

Eredu zaharrak nahiko emaitza korapilotsua erakusten du. Geltokiak aurkitzea ez da lan erraza, eta linea desberdinen arteko ibilbidea osatzeak kontzentrazio handia esigitzen du. Gainera, benetako eskalarekiko fideltasunak mapatik kanpo uzten ditu urrutien dauden geltokiak.



> **Harry Beck.** *Plano del metro de Londres.* 1933.

Planoak diagrama baten tankera hartzen du. Errealitate topografikoarengandik askatu egiten da, ordenaketa eskematikoari eusteko. Linea ortogonalak nagusitzen dira (horizontalak, bertikalak eta diagonalak soilik), eta geltokiek tarte erregularrak mantentzen dituzte euren artean. Ordenaketa eskematikoari esker, ulermena errazagotu egiten da.

Harry Beck, arazoa haintzat hartuz, konponbidea aurkitzen saiatzen da. Horretarako, ohiko formulak alde batera utzi eta erabat originala den diagrama planteatzen du. Hiri baten maparena baino, irkuito elektriko baten antza duen antolaketa da. Sinplifikazio erradikala, abstraktua ia-ia. Eta ordena, guztiz geometrikoa. Erabaki guzti hauetan ere, Occamen labanaren arrastoa aurki dezakegu: argitasunaren alde eta ulertze erraztasunaren alde.

Hauxe Harryk eredu berria defendatzeko erabiltzen zuen argudioa: "Lur azpitik zoazena, geografiak zer axola? Konexiotan dago kokka."⁶ Objetua (planoa) erabilpenari ederki egokitzen zaio.

Becken diseinuak Mugimendu Modernoaren erizpidea jarraitzen du. Espresio plastiko minimoa erabiltzen du, ulermen unibertsalaren mesederako. Berak hartutako erabakien ipar-horratza pragmatismoa izan da, ez estetika kontua. Izan ere, planoaren arrakastaren gakoa bere praktikotasun datza. Gaur egun, Becken eredu eskematikoa mundu zabaleko metro gehienetan aurki dezakegu.

Ikurgintzan ordena mantentzea berebiziko garrantzia dauka, garbi geratu denez. Baina, publizitatean, zenbaterainoko garrantzia dauka?

Ongi dakigunez, publizitatea ez da informazio soila ematera murrizten. Publizitatea limurtasunaren eremuan mugitzen da eta, hortaz, joku sugestiboagoak manejatzen ditu. Faktore estetiko eta emozionalak sekulako garrantzia hartzen dute kanpainia baten arrakasta ziurtatzeko. Honek, trukean, argitasun informatiboan galerak eragiten ohi ditu. Azken finean, bi muturren arteko mugetan ibili behar dugu: ikuslea, aldi berean, eroso eta suspertua senti dadila lortzea.



> **Theo Van Doesburg.** *Dada Soirée.* 1922.

Espresioz kargaturiko konposaketa nahasia. Iragartzen den ekitaldiaren tankera primeran igortzen bada ere, informazioa ulergaitza da.



> **Emil Ruder.** *Die gute Form.* 1958.

Estilo Internazionala: sinplifikazioa eta garbitasuna nagusi.

02.3 HIERARKIA

Jendeak, berez, ez du publizitatea ikustearen beharrik sentitzen. Aitzitik, iragarki bonbardaketa sahiesteko ahaleginak egiten ditu. Hau dala eta, publizitatean,

⁶ Aipuaren iturria: [Diseño de la información](#), Paul Mijksenaar. Ed. Gustavo Gili, 2001.

informazioa ordenatzeaz gain, beste erronka bati egin beharko diogu aurre: ikuslearen arreta deitzeari.

Konturatzen bagara, kartel gehien taktika komunikatiboa bi mailatan planteatzen dute. Lehenbiziko mailaren funtzioa arreta harrapatzea da. Horretarako, izenburua eta ideia grafikoaren arteko binomioa erabiltzen da.

Bigarren irakurketa mailan, informazio zehatza dator, eskaintzaren xehetasunak azaltzen direlarik. Atal honetan, body-copya aurkituko genuke, bai eta data, tokia, iragarlearen sinadura eta honekin kontaktatzeko modua ere.

1. maila:

- Izenburua
- Ideia grafikoa edo irudi nagusia

2. maila:

- Body-copy
- Ekitaldiaren data eta tokia
- Iragarlearen sinadura
- Informazio gehiago lortzeko bidea edo kontaktua

Edukien hierarkiak mailaz-mailako irakurketa errazagotzen du, eraginkortasun komunikatiboa areagotuz.

Lehenbiziko maila horrek bat-bateko flash bat bezala eragin beharko luke. Bertan planteatutakoak bi edo hiru segundutan harrapatzeko gauza izan behar dugu. Gainera, inpaktu handia sortarazi beharra dago. Ukabilkada bisual baten antzeko unitate labur zein gogorra. Hauxe da jende ugariaren atentzia lortzeko modu bakarra. Ondoren, interesatuak direnak parean gelditu, eta bigarren mailako atalari erreparatu diezaioke.

Gure xedea: konposizio argi eta ordenatuak osatzea; informazioa modu mailakatuan ematea, protagonismo gehien duten elementuetatik gutxien dutenetara.



> **Herbert Bayer.** *Kandinsky*, erakusketaren kartela. 1926.
Elementuak ederki ordenatu eta mailakatzen duen adibidea.
Elementuen ordenaketa garbia eta mailakatua: informazio interesgarrienetik azkeneko datu funtzionaletara. Gaian interesaturik egonez gero, bigarren mailako informazioa irakurtzeak ez du ahalegin handirik eskatzen.