

# DISEINU GRAFIKOA

## PUBLIZITATEAN

### ARIKETAK

#### 04. LOGOTIPO BATEN GARAPENA

Bigarren ariketa sorta honetan, erronka konplexuagoak planteatuko dizkizuegu. Hontakoan, erakunde batentzako logoa sortuko dugu. Erakunde hori nahi bezalakoa izan daiteke: erakunde publiko, proiektu, enpresa edo marka komertziala.

Identitate elementu grafikoak garatu baino lehen, arloan dabilen kompetentziaren irudia aztertuko dugu. Gero, logotipoaren bidez transmititu nahi ditugun kontzeptuak erabakiko ditugu eta, amaitzeko, logotipoaren bertsio desberdinak diseinatuko ditugu.

Ariketaren atalak:

- 04.1 Anlisia: arloko irudi korporatiboa
- 04.2 Anlisia: erakundearen filosofia – mapa kontzeptuala
- 04.3 Logotipoa (6 zirriborro)
- 04.4 Behin-betiko logoa eta aurkezpena

## 04.1 ANALISIA: ARLOKO IRUDI KORPORATIBOA

Arlo komertzial jakin bateko marka grafikoak bilatu eta aztertu: logoak, iragarkiak eta markaren bestelako agerpen esanguratsuak.

### ZER?

Gure enpresaren arloan erabiltzen ari diren marka grafikoak aztertu.

### ZE HELBURUREKIN?

Gure diseinuari eutsi baino lehen, konpetentziak darabilen joera estetikoak ezagutzeko.

### NOLA?

Zure markaren arloa zehaztu.

Arloko publizitatea bilatu eta aztertu ezazu: logotipoak, iragarkiak eta deigarri suertatzen zaizun beste edozein euskarri publizitarioa.

Extrae conclusiones sobre los rasgos comunes en las marcas del sector. También conviene identificar qué variables diferencian unas marcas de otras:

- Colores predominantes
- Motivos figurativos
- Tipografía
- Tipos de plano (en la fotografía de los carteles)
- Composición

### HAUSNARKETA ESTRATEGIKOA

Zure logoa garatzerakoan, saia zaituz honako galderei erantzuten:

- Arloan nagusi den bide estetikoari eutsiko diozu ala ez?
- Nola desberdinduko duzu zure marka?
- Marka hori arlo jakin horretan dabilela adierazteko ze elementu erabiliko duzu? (Gaizki ulertzeak sahiestea merezi du)

## 04.2 ANALISIA:

### ERAKUNDEAREN FILOSOFIA – MAPA KONTZEPTUALA

#### ZER?

Marka-nortasunaren ezaugarri immaterialak identifikatu. Hauexek mapa kontzeptual batean antolatu.

#### ZE HELBURUREKIN?

Markaren filosofia eta nortasuna argi edukitzeko.

Lehenengo mailako eta bigarren mailako ezaugarriak identifikatzeko.

Ideiak irudi bilakatzen hasi baino lehen, hitz konketuak idatzita izateko. Eta, ondorioz, diseinu lana errazteko.

Diseinu-prozesuan komunikatu nahi duzuna argi izateko, enpresaren nortasuna bidean gal ez dadin.

#### NOLA?

Markaren nortasunaren ezaugarri nagusia hoberen adierazten duen hitza pentsatu.

Paper baten erdian idatzi.

Hitz horretatik, zuhaitz batean bezala, beste adar batzuk atera.

Markari lotutako beste ideiak (hitzak) idatzi adar horien ertzetan.

→ [Adibidea ikusi](#)

#### BALIABIDEAK

Zer diren, zertarako eta nola egiten diren mapa-kontzeptualak (Gazteleraz):

[http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/biblioteca/articulos/pdf/mapas\\_conceptuales.pdf](http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/biblioteca/articulos/pdf/mapas_conceptuales.pdf)

Ordenagailuan mapa kontzeptualak sortzeko programak (Euskaraz):

[http://www.eskola20.org/formacion/tutoriales/nivel1/mapas/modulos/eu/content\\_1\\_1.html](http://www.eskola20.org/formacion/tutoriales/nivel1/mapas/modulos/eu/content_1_1.html)

## 04.3 LOGOTIPOA (6 zirriborro)

### ZER?

Markaren logotipoarentzako 6 proposamen desberdin diseinatu.

### ZE HELBURUREKIN?

Diseinua garatzeko prozesuan frogak egiteko, aukera desberdinak esploratzeko asmoz.

Ondoan alderatuz, arrasto interesgarrienak hautatu ahal izateko.

### NOLA?

Saiakera desberdinak egin, honako elementuak aldatuz:

- **Familia tipografikoak**
- **Azentua** (ustekabeko elementua gehituz, prediktibilitatea apurtzen duena)
- **Letra larria/ letra xehea**
- **Bakarrik letrak erabiliz / ikurra gehituz**

### BALDINTZAK

Oraingoz, logoaren alde formalari erreparatuko diogu. Beraz, kolorea alde batera utzi eta zuri-beltzeko proposamenak prestatuko ditugu.

## 04.4 BEHIN-BETIKO LOGOA ETA AURKEZPENA

### ZER?

Dokumentu batean, logotipoaren aurkezpena egin. Saia zaitez modu garbi eta ordenatuan antolatzen.

### ZE HELBURUREKIN?

Emaitzaren dizdira areagotzeko eta halako duitasun maila hartzeko.

Bezeroari egindako lana modu argi eta txukunean erakusteko.

Bezeroak zuk egindakoa aintzat har dezan eta emaitzak apreziatu ditzan.

### NOLA?

Lehenengo eta behin, zirriborro onena hautatu eta garatu beharko da. Behar bezain beste aldaketa egingo diogu (kolorea, lerroketa, proportzioak, tipografia, *taglinea*, eta abar).

Behin logoa prest dugunean, A4 dokumentu batera pasa.

Orriak lerroburua beharko du, honako informazioarekin:

- Egilearen izena
- Nola kontaktatu (emaila, telefonoa, eab.)
- Enkarguaren izena (zer den) eta bezeroaren identitatea
- Aurkezpenaren zenbaketa. Estraineko proposamena baldin bada, "01" zenbakia ipini. Seguraski, bezeroak ikuturen bat nahiko du, hurrengo bertsio bat aurkeztu beharra dagoelarik ("02", alegia).

Ondoren, logoaren bertsio nagusia kokatu. Tamainu handi samarran.

Bigarren maila batean, zuribeltzeko bertsioak erakutsi (positiboan zein negatiboan).

Idatzizko azalpen bat erredaktatu. Logoaren abantailak azpimarratu eta hartu dituzun erabakien aldeko argudioak eman. Askotan, bezeroek arrazoiak entzun nahi dituzte.

→ *Adibideak ikusi*