

JOSU ELIZONDO MACHO

Diseinu Grafikoa

Goi-mailako Zikloa

Arte Grafikoak

R400 2015-2016

AURKIBIDEA

SARRERA	7
ZER DA DISEINUA? ZER DA DISEINATZEA?	9
DEFINIZIOA	9
DISEINUAREN FASEAK	11
ARIKETAK	18
DISEINUAREN OINARRIAK	19
KONPOSIZIOA	21
Herenen araua	22
Elementuen pisua	23
Hierarkia	24
<i>Irakurtzeko norabidea</i>	24
<i>Tamaina</i>	26
<i>Kolorea</i>	27
<i>Forma</i>	27
Norabidea	28
Mugimendua eta dinamismoa	29
ARIKETAK	33
IRUDI DIGITALA	35
IRUDIAREN TRATAMENDUA	35
Irudi bektorialak	35
Bit-mapen irudiak	36
Irudi-bereizmena	38
Kolore-bereizmena edo irudi-sakontasuna	38
Formatu digitalak	39
Irudiak tratatzeko programak	41
IRUDIA ETA ARTE GRAFIKOAK. INPRIMATZEKO PROZESUA	42
Aurreinprimaketa	42
Inprimaketa	43
Inprimaketa ostekoa edo akabera	44
ARIKETAK	47
TIPOGRAFIA	49
TIPOA	49
KARAKTEREA	50
TIPOGRAFIAREN ERABILERA	53
TIPOGRAFIA-FAMILIAK	54
Klasikoak	55

<i>Humanak.</i>	55
<i>Garaldak</i>	55
<i>Realak.</i>	56
Modernoak	57
<i>Didonak.</i>	57
<i>Mekanak</i>	58
<i>Linealak.</i>	58
Groteskoak.	58
Neogroteskoak	59
Geometrikoak.	59
Humanistikoak	59
Bereziak edo Partikularrak	61
<i>Ebakidunak.</i>	61
<i>Scriptak</i>	61
<i>Eskuzkoak</i>	62
Frakturak	62
Ez-latinoak	63
TIPOGRAFIA-ALDAERAK EDO LETRA-TIPOAK	63
TIPOGRAFIA ERABILTZEKO AHOLKUAK	63
TESTU-KONPOSIZIOA	65
Lerroaren luzera eta lerro-motak	65
Testua lerrokatzea	67
Testua konposatzeko arau batzuk	70
<i>Hitzen arteko tartea</i>	70
<i>Lerroaren luzera</i>	71
<i>Tipoaren nolakotasuna</i>	72
<i>Lerroartea</i>	72
ARIKETAK	75
KOLOREA	77
KOLORE-MODUAK	78
KOLOREA KUDEATZEA	79
Kolore-profilak	80
KOLOREA GURE DISEINUETAN	82
Kolore motak	82
Kolorearen funtzioak eta esanahia	88
<i>Funtzio denotatiboa</i>	88
Ikonozkoa.	
Asea	
Fantasiazkoa.	
<i>Funtzio konnotatiboa</i>	89
Kolore psikologikoa	90
Kolore sinbolikoa	91
<i>Funtzio eskematikoa</i>	92

Kolore enblematikoa	92
Seinaletako kolorea	93
ARIKETAK	94
LOGOTIPOAK ETA KORPORAZIOAREN IDENTITATE BISUALA	95
LOGOTIPOAK, ISOTIPOAK, IMAGOTIPOAK ETA ISOLOGOAK	95
KORPORAZIOAREN IDENTITATE BISUALA	99
ARIKETAK	102
BIBLIOGRAFIA	103

SARRERA

Aurrean daukazu eskuliburu hau amaigabea jaiotako da. Teknologiaren etengabeko garapen azkarrak gaur idazten duguna bihar zaharkituta geratzea dakar. Hala ere, Diseinu Grafikoa irakasgaiaren oinarriak ulertzen laguntzeko baliagarria delakoan gaude.

Atal guztiak osa daitezke askoz informazio eta adibide gehiagorekin, eta horrela egingo duzula espero dugu. Horrez gain, hemen aurkituko dituzun ideia eta kontzeptuak ezin dira egia absolututzat hartu, eta ñabardura asko onartzen dituzte.

Baina, berriro diogu, abiapuntu egokia izan daiteke arte grafikoetako diseinuan murgil zaitezten.

Idea gako bat dago, hala ere, liburu honen muinean: diseinua prozesu mentala da. Hortik abiatuta, inguruan dituzun tresnak erabilita eta hainbat bideri jarraituta, hamaika emaitza lor ditzakezu. Hemen tresna horietako batzuk erakusten dizkizugu, eta bide hori egiteko urrats batzuk. Zure esku dago bide berriak jorratzea.

ZER DA DISEINUA? ZER DA DISEINATZEA?

DEFINIZIOA

Gure kasuan, esan dezakegu *diseinu* eta *diseinatu* hitzak gaztelaniatik hartu ditugula, eta honako hau esaten digu RAEk esanahiari eta jatorriari buruz:

diseño. (Del it. *disegno*).

1. m. Traza o delineación de un edificio o de una figura.
2. m. Proyecto, plan. *Diseño urbanístico*
3. m. Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. *Diseño gráfico, de modas, industrial*
4. m. Forma de cada uno de estos objetos. *El diseño de esta silla es de inspiración modernista*
5. m. Descripción o bosquejo verbal de algo.
6. m. Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

diseñar. (Del it. *disegnare*).

1. tr. Hacer un diseño.

Horrez gain, euskaraz ondorengo hauek aurkitzen ditugu:

diseinu.

iz. Teknol. Industrian, forma berriak eta beren funtzioetara egokituak bilatzen saiatzen den estetikaren alorra (egunero erabiltzen diren gauzakientzat, altzariarentzat, etxeko hornidurarentzat oro har). *Entziklopedia Laburra*

Orok./Teknol. Egitekoa den zerbaiten izaera, osaera eta ezaugarriak deskribatzen dituen eredu, eskuarki hura gauzatzeko modua eta urratsak ere kontuan hartzen dituena. Diseinuaren gaia askotarikoa izan daiteke: gailua, egitura, sistema, saiakuntza, prozesu, teknika... Diseinuak egitekoaren izaera, ezaugarriak, forma, osagaiak, funtzionamendua edo urratsak deskribatu ohi ditu. Diseinua beharrezkoa da hainbat arlotan eta jardueratan (ikerkuntzan, software-garapenean...) *Elhuyar Hiztegia*.

diseinatu (diseina, diseinatzen)

du ad. Teknol. Diseinuan jardun; diseinua(k) egin. *Entziklopedia Laburra*.

Edonola ere, etimologia eta hiztegiko definizioa alde batera utzita, guretzat diseinatzea zer den argitzen saiatu behar dugu, eta horretarako diseinu baten atzean zer dagoen aztertuko dugu.

Diseinu bat ondorio bat da: prozesu baten amaieran geratzen zaigun emaitza. Prozesu horretan, norbaitek daukan behar bati egoki erantzuten saiatzen gara. Norbaitek (bezeroak, esaterako) behar edo kezka bat dauka; demagun, bere enpresaren irudia sortzea. Diseinatzailearen lana ez da inspirazioaren zain geratzea, metodologia jakin bat abian jartzea baizik. Metodologia horrek beharra asetzeko hainbat aukera azaleratzea ahalbidetuko digu, sormena erabilita. Azkenik, aukera guztietatik, egokiena iruditzen zaiguna hautatuko dugu.

Diseinatzea, beraz, irtenbideak –gure kasuan, estetikoak eta sormenezkoak– bilatzea da, metodologia zehatz bat erabilita arazo bat, askotan komunikazio-arazo bat, konpontzeko.

Diseinua bilaketa horren emaitza izango da; hortaz, behar bat asetzeko proposatzen dugun irtenbidea.

Oso garrantzitsua da ulertzea diseinatzea prozesu mentala dela, ezer zirriborratzen hasi baino askoz lehenagokoa, eta, jakina, ordenagailua piztu aurretik gertatzen dena. Ezinbestekoa da ideia hori nabarmentzea, jende askok uste baitu diseinua ordenagailuan sortu edo hasten dela, eta ez da horrela; diseinua gure buruan sortzen da, eta ordenagailura pasatzea azken faseetako bat da. Ordenagailua diseinua gauzatzeko tresna bat besterik ez da.

DISEINUAREN FASEAK

Prozesu bat dela esan dugu, baita metodologia zehatz bat daukala ere. Ikus dezagun, bada, zein diren metodologia horren urratsak edo faseak.

Hainbat proposamen daude diseinuaren metodologia azaltzeko; guk, hemen, Gavin Ambrosek eta Paul Harrisek *Metodología del diseño* liburuan azaltzen dutena hartuko dugu oinarritzat.

Egile horien arabera, diseinuaren prozesuak zazpi fase ditu: zehaztapena, ikerketa, ideiakintza, prototipoa, aukeraketa, inplementazioa eta ikaskuntza. Azter ditzagun banan-banan.

1. Zehaztapena. Lehenengo eta behin, arazoa eta gure xede-publikoa zehaztu behar ditugu. Arazoa zenbat eta gehiago xehatu eta helburua zenbat eta hobeto ulertu, errazago egingo zaigu erantzun doitua ematea.

Diseinu bat enkargu edo briefing batekin hasi ohi da. Briefing horretan bezeroaren nahiak eta eskakizunak jasoko ditugu. Briefingak bezero-

diseinatzaile harremana ezartzen laguntzen du. Elkarreragina dago briefinga prestatzen den bitartean. Batzuetan, bezeroak ez du aurretik diseinuarekin inolako harremanik izan, eta diseinatzaileak berak izan beharko du gidari eskariaren bide-zati horretan, eta argitu zer egin litekeen eta zer ez. Horrez gain, ziurtatu behar da biek, bezeroak eta diseinatzaileak, terminologia bera erabiltzen dutela, adibidez, *moderno*, *txundigarria* eta halako hitzak erabiltzean.

Briefingaren barruan, lehenik, helburuak zehaztu behar dira; hots, zer nahi duen bezeroak proiektu bat enkargatzen duenean. Helburuak ondo ulertzea eta egokitzea funtsezkoa da; eta horretarako, oinarrizko bost galdera proposatzen dira: *Nor? Zer? Noiz? Non?* eta *Zergatik?* Maiz, amaieran, *Nola?* galdera ere gehitzen dugu.

Beraz, honela gera daiteke gure briefingaren proposamena:

- 1. Nor da gure bezeroa? Nor da gure xede-publikoa?**
(pertsona, enpresa, jarduera-mota...)
- 2. Zer bilatzen du? Zer dauka gogoan?**
(argazkia, marrazkia, paperean, digitalean...)
- 3. Noizko behar da diseinua? Zenbat denborarako da?**
(enkarguaren epeak, kanpaina laburra, enpresaren epe luzerako irudia...)
- 4. Non erabiliko da diseinua?**
(euskarriak, ingurune geografikoa...)
- 5. Zergatik uste du bezeroak behar duela diseinu bat?**
(zer bilatzen duen, zer lortu nahi duen...)
- 6. Nola gauzatuko da prozesu osoa?**
(aurrekontua, banaketa...)

Ambrosek eta HARRISEK esaten digute horren ondoren *proposamena* egitea komeni dela. Proposamen hori ez da nahastu behar aurrerago ikusiko ditugun ideiagintza-, prototipo- edo aukeraketa-faseekin. Proposamen bat erabil dezakegu diseinu jakin batekin zabaldu nahi ditugun balioak eta ideia orokorrak deskribatzeko. Behin proposamena ezarrita, errazagoa izango da hura publikoarentzat definitzea eta erabakitzea.

Autore horiek kontrol-galdera batzuk proposatzen dituzte fase bakoitzaren amaieran egiteko, fasea ondo burutu dugun jakiteko. Kasu honetan honako hauek lirateke kontrol-galderak, baina beste batzuk ere izan litezke:

- Ulertzen al duzu zer eskatzen duen bezeroak?
- Bezeroak berak ulertzen al du zer eskatzen duen?
- Terminoen definizioarekin ados al zaude?
- Hutsen bat al dauka briefingak?
- Bezeroaren aurreikuspenak ase ditzakezu?

2. Ikerketa. Briefinga zehaztu eta onartu ondoren, diseinatzailea ideia gintzarako erabilgarria izan daitekeen informazioa bilatzen hasiko da.

Informazioa hainbat arlotakoa izango da: zein da eta nolakoa da gure xede publikoa? Nolakoa da konpetentzia? Nolakoak dira konpetentziaren diseinuak? Eta abar.

Kontrol-galderak:

- Ba al daukazu aurreko proiektuen feedbackik?
- Ba al daukazu xede-publikoaren inguruko estatistikarik?
- Xede-merkatua ulertzen al duzu?
- Zein da zure xede-publikoaren hezkuntza-maila?
- Zein da zure xede-publikoaren bizimodua?
- Zein dira xede-publikoaren nahiak?

3. Ideia gintza. Briefingean jasotako datuetan eta bezeroak ezarritako murrizketetan oinarrituta, ideia gintzari ekingo diogu; hots, gure emaitzan agertuko diren ideiak sortzeari.

Hainbat prozedura dago ideiak sortzeko: ideia-jasa, ideiak zirriborratzea edo dagoeneko existitzen den diseinu bat egokitzea. Baina prozedura guztietan garrantzitsua da era antolatuan eta sistematikoan lan egitea.

Fase hau arte eta diseinuaren mugimendu edo paradigma baten barruan egin daiteke (modernismoa, kubismoa, pop-art, etab.) eta ideia guztiak hortik bideratu.



Vintage-estiloa eta laurogeiko hamarkadako estiloko bi diseinu, hurrenez hurren

Fase honetan aurrera egiten dugun heinean, definizioa eta ikerketa ondo egin ditugun ala ez jakingo dugu. Edozein unetan jo dezakegu bezeroarengana zalantzak eta ondo zehaztu ez diren alderdiak argitzeko.

Kontrol-galderak:

- Briefinga ulertu al duzu?
 - Ba al daukazu informazio nahikorik?
 - Zer prozedura erabiliko duzu ideia gintzarako?
4. Prototipoa. Ideia gintzan hainbat irtenbide aterako dira. Behin betikoa aukeratu aurretik, behar bada, oparoenak balioestea komeni da. Horrelako kasuetan prototipo bat sor dezakegu.

Prototipo batek diseinu bat bistaratzeko eta manipulatzeko aukera ematen digu; aldi berean, haren itxura eta ezaugarriak irudikatzen lagundu ahal digu. Prototipoari esker argituko dugu, era berean, gure diseinua teknikoki egingarria den ala ez.

Fase hau oso egokia izan daiteke bezeroarekin azken xehetasunak finkatzeko eta azken emaitzak nolakoa izan behar duen zehazteko.

Kontrol-galderak:

- Aukera guztiek behar al dute prototipo bat?
- Zer ezaugarri frogatuko ditu prototipoak?
- Nolako funtzionalitatea dauka prototipoak?

5. Aukeraketa. Fase honetan, proposamen guztietatik bat aukeratuko dugu garatzeko. Aukeraketarako irizpidea ezin da izan bakarrik *gustatzen zait* edo *ez zait gustatzen*; irizpideek, aitzitik, briefingean oinarrituta egon behar dute. Beharbada gure azken emaitzak ez ditu briefingaren eskakizun guztiak beteko; beraz, gure helburuetara gehien edo hoberen hurbiltzen dena bilatu behar dugu.

Aukeratzean ere, diseinatzaile guztiek ez dute berdin jokatzeko. Batzuek proposamen bakarra eta itxia eskaintzen diote bezeroari. Beste batzuek, aldiz, bat baino gehiago, bezeroak berak aukera dezan. Ezin dugu ahaztu aukeraketaren gaineko azken hitza bezeroak daukala beti.

Kontrol-galderak:

- Diseinuak briefingean zehaztutako beharrak betetzen ditu?
- Diseinua bat dator xede-publikoarekin?
- Diseinua esandako epean eta aurrekontuaren barruan gauza daiteke?
- Ba al dago kontuan hartu beharreko beste faktorerik?
- Bezeroak bere oniritzia eman du?

6. Implementazioa. Fase honetan diseinatzaileak diseinuaren material grafikoa eta formatuaren zehaztapenak helarazten dizkio azken emaitza ekoitziko duenari: inprimatzaileari, web-orrien sortzaileari... Une egokia da produkzioaren baldintzak berresteko: kopurua, kolorea, tamaina, etab.

Komenigarria da, ahal dela, diseinatzailea bera ere egotea fase honen gainean, ziurtatzearen azken emaitza bat datorrela jatorrizko ideiarekin. Ezin dugu ahaztu, azkenean, diseinatzailearen beraren prestigioa ere jokoan dagoela eta inplementazio desegoki batek diseinu osoa zaputz dezakeela.

Kontrol-galderak:

- Bezeroak diseinuak onetsi ditu?
- Produktzioaz arduratuko diren inprimatzaileak edo bestelako profesionalak kontratatu al dira?
- Materiala entregatu al zaie profesional horiei?
- Azken lana diseinuarekin alderatu al da?
- Azken lana entregatu al da?

7. Ikaskuntza. Azken fase honetan prozesu osoan gertatutakoaz ikasten saiatu behar dugu. Atzeraelikadura-fasea da, eta bertan bezeroak eta diseinatzaileak zertan asmatu eta zertan huts egin duten aztertu behar dute.

Informazio hori oso baliotsua izango da hurrengo enkarguetarako.

Amaieran agertzen bada ere, kontzeptu hau oso kontuan hartu behar dugu prozesu osoan zehar, eta gogoeta egin etengabe, gure diseinua ondo bideratzen ari garen ala ez jakitearren.

Kontrol-galderak:

- Bezeroarekin hitz egin al dugu inplementazioaren arrakastaz?
- Zer-nolako arrakasta izan du inplementazioak?
- Nolako feedbacka jaso du edo eman du bezeroak?
- Zer arlo hobe daiteke?

Aurreko guztia kontuan hartuta, akats larria litzateke diseinua arte soiltzat hartzea, adierazpide estetiko hutsa bailitzan, ez baita horrela. Diseinu grafikoak helburu argiak ditu. Aldez aurretik asmo jakinarekin sortutako eta garatutako ideia bat, diskurtso bat, gauzatzeko bide bat da. Lehenik eta behin, helburua, asmoa zehaztu behar da, eta ondoren, horri egokitzen zaion diseinua erabaki. Alderantziz egitea, hots, alde estetikoa lehenestea mezua edo asmoa zein den kontuan hartu gabe, gure helburuen kalterako izan daiteke.

ARIKETAK

1. Gaian sartzeko, ikasleei diseinuaren adibideak emateko eskatuko diegu. Ondoren, denon artean komentatuko dira adibideok: euren ustez diseinu onak edo txarrak diren, nolako ezaugarriak dituzten, etab.
2. Azaldu, zure hitzetan, zer den diseinatzea eta zer den diseinu bat. Nola bereiziko zenituzke diseinu ona eta diseinu txarra ?
3. Diseinuaren adibideak bilatu musikan, arkitekturan, eskulturan, eta, oro har, eguneroko bizitzan.
4. Bikoteka jarrita, asmatu briefing bat, beste bikote batekin trukatu eta egin paperaren gainean egokitu zaizuen briefingerako diseinuaren zirriborroak, betiere Gavin Ambrosen eta Paul Harrisen metodologia erabilia.

DISEINUAREN OINARRIAK

Jarraian azalduko ditugun ideiak, kontzeptuak, prozesuak eta fenomenoak ez dira berriak, ezta berritzaileak ere. Irakurle gehienei ezagunak egingo zaizkie, eta batzuek pentsatu ere egingo dute haiek “hori bazekitela”. Erraza da horren azalpena: diseinu grafikoaren oinarriak gure ohiko jokabide naturaletan dautza, eta horregatik egiten zaizkigu hain ezagunak norbaitek azaltzen dizkigunean.

Edozelan ere, ohar bat egin behar dugu hemen, prozesu horiek oso gutxitan gertatzen dira era kontzientean hartzailearengan; hain ohikoak izateagatik, hain zuzen ere, oharkabean hautematen ditugu. Baina diseinuaren arau horiek egon daude eta diseinatzaileak ezagutu eta erabili egin behar ditu.



Hori bai, aipatu arauak multzo dinamiko bat osatzen dute, eta horregatik ez dira berdinak garai guztietan eta leku guztietan. Etengabe aldatzen ari dira, jendartea bera eta bere harreman- eta komunikazio-ohiturak aldatzen diren heinean. Hartara, duela 50 urte, baliabide digitalik ez zegoenean egiten ziren kartelak eta gaur egun egiten direnak ez dira berdinak, baliabide digitalek adierazpide berriak eskaintzen dituztelako. Areago, gaur egun egiten diren diseinuek, baita ingurune kultural berean ere, ez dute zertan komunikazio-kode berdinak erabili, xedea zein den (haurrentzako produktuak

edo jende nagusiarentzako zerbitzuak saltzea, esaterako) lengoia ezberdina baliatuko baitute. Diseinatzailearen ardura izango da leku eta garai bakoitzean zein dagoen indarrean eta bakoitzaren komunikazio-ahalmena ezagutzea.

Hala ere, aurrekoak ez du esan nahi orain esaten dugunak biharko ez duenik balio. Konposizioaren hatsarre batzuek aspaldi diraute indarrean, eta badirudi luze iraungo dutela. Beste batzuk, berriz, atzean geratu dira, zaharkituta, eta arraroa egingo litzaiguke egungo diseinu batean aurkitzea ukitu “retro” bat emateko ez balitz.



Pertzepzioa faktore kultural eta psikosomatikoetan oinarritzen da; ez da beti eta toki guztietan berdina. Modak ereduak eta joerak ezartzen ditu, besteak beste; nolabait agintzen du estetikoki zer dagoen “ondo”, zer den onargarria eta zer ez... Batzuek modatik kanpo daudela diote, baina finean, egiten dutena da beste moda berri bat ezarri eta fenomeno erreproduzitu. Ia ezinezkoa da moda guztietatik erabat kanpo egotea. Etika bakoitzak bere estetika dauka, eta inguruko eragileek gure gustuak eta nahiak baldintzatzen dituzte ustez gustatzen zaiguna edo gustatzen ez zaiguna erabakitzean.



Azkenik, esan behar dugu guk, hemen, diseinu grafikoa bere osotasunean hartuko dugula, baina argi eduki behar da azpikategoria asko egon daitekeela, eta kartel handi baterako balio duenak ez duela beti berdin balio liburu baterako edo web-orrialde baterako.

KONPOSIZIOA

Lehenengo eta behin esan behar dugu diseinu batean forma eta edukia batera doazela, banaezinak dira. Zer esaten dugun eta nola esaten dugun erabat lotuta daude. Biek esanahia daukate eta hartzaileak biak deskodifikatuko ditu. Diseinu batean dagoen orok informazioa dauka, hartzaileak horrela ulertuko du, eta, beraz, esanahi bat esleituko dio. Horregatik, gure diseinuan agertu behar diren elementuak aukeratzeko lehentasunak ezarri behar ditugu, elementuak pilatzeak “zarata” sortu besterik ez

baitu egiten. Argi izan behar dugu inoiz ezin izango dugula dena esan denaren inguruan.



Horiek horrela, osagaien arteko harremanak orekatua izan behar du. Elementu bakoitzaren esanahia aldatzen da haren tamaina, forma, kokapena eta abarraren arabera. Horregatik, ezaugarri horiek aldatzeak, gutxi bada ere, esanahiaren aldaketak ekarriko ditu.

Diseinu grafikoan konposizioaz ari garenean, osagaiak era ordenatuan eta orekatuan kokatzeaz ari gara. Horretarako, komenigarria da gutxieneko arau batzuk ezagutzea. Egia da arau horietatik kanpo ere diseina daitekeela eta egile askok euren ikus-mintzaira bilatzen dutela konbentzioen mugetan. Baina, gure kasuan, oso garrantzitsua da ulertzea araua hausteko, lehenago, araua ezagutu egin behar dela.

Herenen araua

Herenen araua urrezko sekziotik ondorioztatzen da, eta laukizuzena zati proportzionaletan banatzen du. Irudia hiru zati berdinetan banatzen da horizontalean zein bertikalean, eta marra horien elkarguneak arreta-guneak dira. Nabarmendu nahi duguna, beraz, elkargune horietako batean kokatu behar dugu. Nabarmendu nahi

ditugun bi objektu baldin badaude, diagonalarekiko aurkako aldeetan kokatu beharko ditugu.



Elementuen pisua

Esan dezakegu, gure konposizioan dauzkagun elementuen pisua aldatu egin daitekeela kokagunearen arabera. Horrela, eskuinaldean dauden osagaiak pisu bisual handiagoa daukate, optikoki aurreratuta daude eta aitzinamendu-, proiektzio-idea ematen dute.

Aldiz, ezkerreko aldean dauden elementuek konposizioa atzera eramaten dute, eta arintasuna iradokitzen dute; zenbat eta ezkererago, orduan eta arinago.

Fenomeno honen atzean mendebaldean daukagun irakurtzeko mekanismoa dago, ezkerretik eskuinera doana.

Komunikazioari dagokionez, pisua eskuinaldean ipintzen duten konposizioek dinamika, aurrerapena, etorkizuna nabarmendu nahi dute. Pisua ezkerrean daukatenak, berriz, sendoagoak eta estatikoagoak dira.

Elementu bat gorago edo beherago egoteak ere konposizio horren inguruan daukagun ikuspegia aldatu egiten du. Goiko aldean dauden objektuak arinagoak dira, airean daude, flotatzen egongo balira bezala. Guztiz kontrakoa gertatuko da objektu horiek

behealdean ipintzen baditugu, gainean daukaten espazioak zanpatuko ditu, eta euren pisu bisuala handia izango da.

Grabitate indarrak azal lezake pertzepzioaren efektu hori; pisutsuena beti behean egoten da, eta arinenak flota dezake.

Diseinatzaileak arau horiek onartu beharko ditu, eta gizakion berezko senari muzin ez egin.

Hierarkia

Diseinu berri bati ekiten diogunean, zehaztu behar dugun lehenengo gauzetako bat da bertan agertuko den elementu bakoitzaren garrantzia. Horrela, hierarkia bat ezartzen ari gara. Hasiera batean erraza eman dezake esatea zer den garrantzitsuena eta zerk ez daukan horrenbesteko garrantzirik. Gakoa da garrantzi hori gure diseinuan islatzea edozein ikusle gure asmoaz jabe dadin.

Konposizioaren barruan gure elementuak hierarkizatzeko baliabideak honako hauek dira:

Irakurtzeko norabidea

Gorago esan dugunez, mendebaldean era zehatz batean irakurtzen ditugu testuak, eta joera hori diseinuetara ere eramaten dugu. Osagaiak garrantzi handiagoa edo txikiagoa hartuko dute irakurraldian betetzen duten tokiaren arabera.

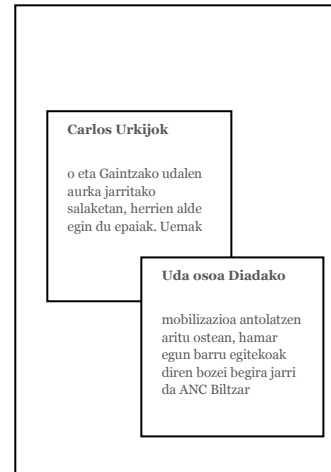
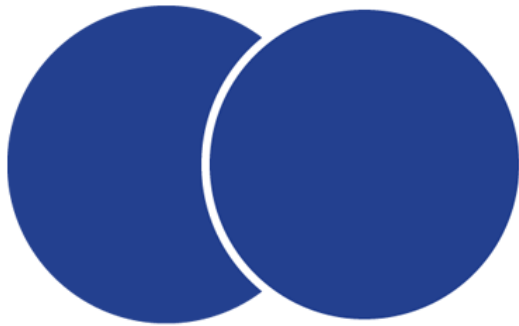


Orrialde bakarra daukagunean, goiko ezkerreko marjinetatik sartuko gara diseinugunean, eta irten, beti, beheko eskuineko marjinetatik. Tarte horretan, batez bestez, hamar aldiz finkatuko dugu begirada. Irakurraldia, normalean, ezkerretik eskuinera eta goitik beherakoa izaten da.

Informazioa orrialde bikoitzean datorkigunean, irakurbidea aldatu egiten da. Diptikobaten aurrean bagaude, barruko orrialdearekiko kontaktua orria pasatzen hasten garen unean bertan hasiko da. Horrela, lehenengo begirada irekitzen ari garen orrira joango zaigu. Euskarria erabat irekita daukagunean, irakurraldia eskuineko goiko marjinan hasiko da, eta hortik ezkerreko marjinaraino joango da; ondoren, arreta gutxituta, berriro eskuinera joko dugu, beti ere, goitik behera goazela.

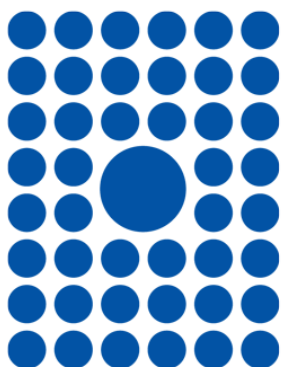
Aurreko eskemarekin koherente izatearren, informaziorik garrantzitsuena goialdearen eskuinean kokatuko dugu. Hortik behera jarraituko dugu garrantziaren beheranzko hurrenkeran. Hori bai, hartzaileak gogoratzea nahi dugun informazioa, eskuineko behealde horretan ipiniko dugu, juxtu irakurraldia amaitu aurretik. Gogoan izan non agertu ohi diren, esaterako, telefonoa, helbidea, bidaltzeko kupoiak, etab.

Edonola ere, badaude irakurketaren ohiko norabidea alda dezaketen faktore batzuk, gainezarpena, adibidez. Elementu bat beste baten gainean ezartzen badugu, normalean, gainean dagoenari erreparatuko diogu lehenengo, nahiz eta hori ez izan irakurraldiaren usaiako hurrenkera.

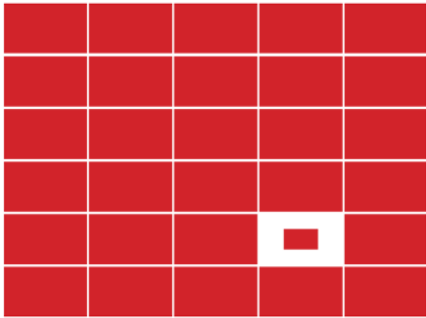


Tamaina

Efektu honek ez du ia azalpenik behar. Objektu bat zenbat eta handiagoa, orduan eta nabarmenagoa da gure diseinuan. Logikoa da pentsatzea besteak baino handiago agertzen bada garrantzi handiagoa izango duela.



Hala ere, objektu bat handitzea ez da haren garrantzia azpimarratzeko bide bakarra. Hurrengo adibidearekin erraz ulertzen da gailentzen den objektua ez dela handiena, baina bai, aldiz, hierarkikoki gorena.



Kolorea

Kolorea oso bitarteko baliagarria da diseinu grafikoan zerbait gailendu nahi dugunean. Gure diseinuetan elementuak bereizteko kolorea nola erabili norberak erabaki beharko du.



Forma

Itxura bera ere, objektuak bereizteko edo nabarmentzeko baliabidea izan daiteke.

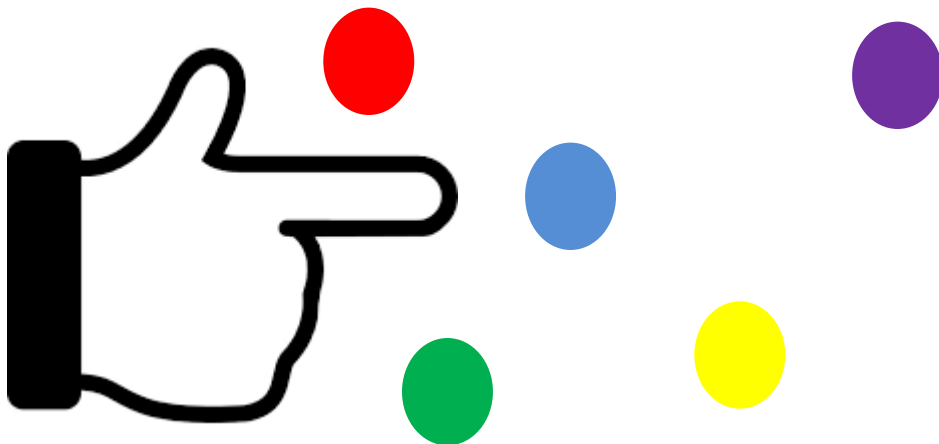


Hierarkiari dagokionez, arreta gune nagusia goiko ezker aldean daukagula jakinda, eta irudiekin ari garela, honako alderdi hauek ere hartu beharko ditugu kontuan:

- Umeen irudiek helduenek baino erakarpen-indar handiagoa daukate.
- Pertsonenak animalien errepresentazioei gailentzen zaizkie.
- Aurrekoen azpiko mailan objektu bizigabeak dauzkagu.
- Eta eskala honen amaieran figura geometrikoak aurkituko genituzke.

Norabidea

Gure diseinuetan, objektuek norabide bat daukate. Geldi badaude ere, norabide hori hainbat modutan adieraz daiteke, esaterako: norbaiten begiradarekin, seinalatzen duten geziekin, atzamarrak zerbait erakusten duen esku batekin eta abarrekin. Norabide horrek, aldi berean, zerbaiten garrantzia azpimarratzeko balio dezake.

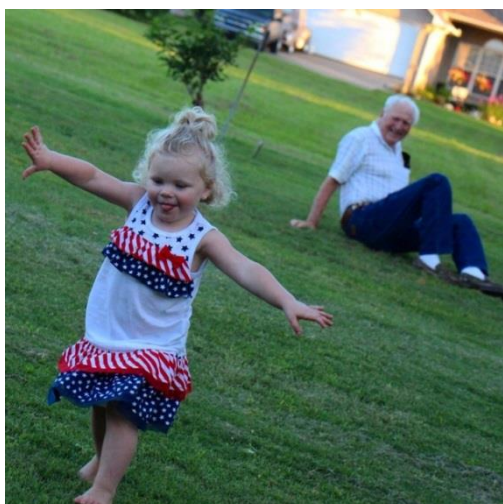


Goiko irudian, atzamarrak adierazten du norabidea, eta gure arreta biribil urdinean finkatzen du.

Mugimendua eta dinamismoa

Kartelak, diptikoak eta abarrak estatikoak izan-arren, mugimenduaren eta dinamismoaren sentrazioa lor dezakegu haietan, esaterako, diagonalak eta bihurguneak erabilia.

Lerro diagonalek horizontalek eta bertikalek sortzen duten egonkortasuna apurtzen dute, ez baitatoz bat markoaren norabidearekin; eta grabitatearen indarraren ideia, nolabait, apurtzen dute. Konposiziozko tentsioa eragiten dute, beraz. Perspektibaren eraginez agertzen dira maiz, eta horrela sakontasuna eta distantzia irudikatzen laguntzen dute. Gainera, begirada zuzentzeko tresna eraginkorra dira.



Diagonala ezegonkortasuna, konposiziozko tentsioa lortzeko.



Diagonalek perspektiba sortzen dute eta gure begirada puntu baterantz zuzentzen dute.

Bihurguneek, bestalde, norabidea etengabe aldatzen dute. Berezko dotorezia eta samurtasuna daukate. Horiek ere, tresna eraginkorra dira begirada zuzentzeko, eta puntu ezberdinen lotura naturalaren bidez edo dagoeneko dauzkagun egituren kurbatura baliatuz sor ditzakegu. Gainera, itxitura sentazioa eragiten dute.



Bihurguneek gure begirada zuzentzen dute.



Bihurguneek dinamismoa daukate.



Bihurguneek berezko dotorezia daukate, eta itxitura sentrazioa eragiten dute.

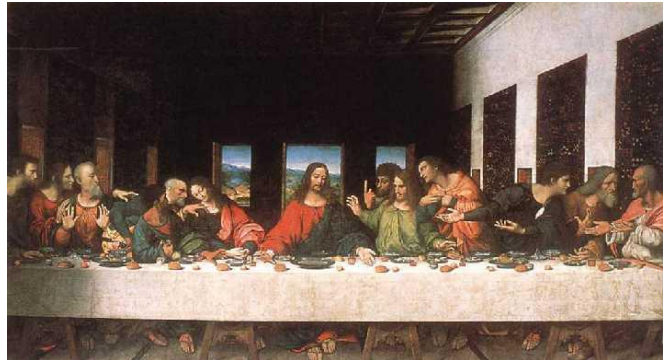
Gure diseinuetan mugimenduaren sentrazioa eragiteko beste era bat da berez mugimendua daukaten objektuak txertatzea.



Aurreko guztia kontuan hartuta, gure diseinuari ekin beharko diogu oreka bisuala lortzearren. Osagaiak nola kokatzen ditugun, konposizioa formala edo informala izan daiteke (Juan S. Boscardin: “Lenguaje gráfico, composición y ubicación de los elementos de diseño”).

Oreka formala simetrian oinarritzen da. Diseinuaren barruan erdigune optikoa bilatzen dugu, ez duena zertan izan erdigune geometrikoa. Horrela eratutako konposizio batek

egonkortasuna, lasaitasuna, estatikotasuna islatzen du. Ez da oso konposizio ausarta izango, baina objektuen armonia ziurtatuta dauka.



Konposizio formaleko publizitate-kartela

Leonardo Da Vinciren Azken Afaria

Oreka informalak, aldiz, dinamismo dosi handiak ditu. Ez du lehen aipatutako simetria erabiltzen. Horren ordean, elementuen pisu bisuala kontrajarriz lortzen du oreka. Tamaina, pisua, kolorea eta abarrak erabiltzen ditu, gurarizko asimetria hori harmoniatsua izan dadin.



Jacek Yercaren *life is born*



Kartel asimetrikoa



Publizitate-diseinu abstraktua

ARIKETAK

1. Bilatu Interneten modaren definizioa eta horren inguruko informazioa. Ondoren, bikoteka edo hirukoteka jarrita, komentatu nola baldintza ditzakeen modak gure diseinuak. Azkenik, komentatu denon artean zuen ondorioak.
2. Egin itzazue Illustrator programarekin tamaina, kolore eta formaren bidez nabarmentzen diren objektuak forma geometrikoak erabilia.
3. Bilatu Interneten oreka formala eta informala erabiltzen duten diseinuak.
4. Bikoteka jarri eta Illustrator programa erabilia, kokatu irakasleak emango dizkizuen osagaiak oreka formala eta oreka informala duten konposizioak lortzeko. Horretarako, lehenengo egin paperean zure konposizioen layouta eta zirriborroak.

IRUDI DIGITALA

IRUDIAREN TRATAMENDUA

Irudi edo grafiko digital bat da zenbaki-matrize batetik abiatuta (normalean bitarra: batez eta zeroez osatua) egiten den irudikapen dimentsio biko. Irudiaren bereizmena estatikoa bada, matrize-irudia (bit-mapa) izango da. Aldiz, bereizmena dinamikoa bada, grafiko bektoriala izango da.

Bit-mapa bat (errasterizatutako irudi bat) pixelez osatutako artxibo bat da. Pixelak kolorearen informazioa duten argi-puntutxo karratuak dira. Bit-mapak, normalean, altuera eta zabalera araberak ezaugarritzen ditugu (paxeletan), baita kolorearen sakontasunaren araberak ere (paxeleko bitetan), hots, pixel bakoitzean zenbat kolore pila dezakegun adieraziz. Horrek, neurri handi batean, irudiaren kolorearen kalitatea emango digu.

Irudi bektorialak

Irudi bektorialak poligonoen eta Bézier kurben bidez islatzen dira, eta ez pixel bakoitzaren kolorearen bidez. Parametro batzuek (hasiera eta amaierako koordenadak, lodiera, inguramenduaren eta betegarriaren koloreak) zehazten dituzte matematikoki forma geometriko horiek. Horrela izanda, irudi bektorialen eskala alda dezakegu, handitu edo txikiagotzearen, kalitaterik galdu gabe.



Hori abantaila handia da, kolore lauko eta inguramendu garbiko irudiak eskaintzen baitituzte beti, tamaina edozein izanda ere.

Bit-mapen irudiak

Irudi hauek pixel izeneko laukitxo ugariz osatuta daude. Laukitxo horietako bakoitzak kolore bat dauka; baina denak batera ikusita kolorearen jarraitutasun-sentsazioa lortzen da.



Irudi mota honek ez du onartzen eskala aldatzea, azpiko argazkian ikusten den bezala.



Irudia, handitzean, *pixelatu* egiten da, hau da, pixel bakoitza nabarmen bereizten da, eta kalitatea galtzen dugu. Efektu hori, gainera, bihurguneetan eta argitasun-aldaketa bortitzak dauden guneeetan areagotu egiten da.

Hala ere, bit-mapa hauek leunki argizatutako objektuak eta tonuetan bariazio handia duten eszenak erreproduzitzeko modurik onena dira.

Esan dugunez, altuerak, zabalera eta kolorearen sakontasunak zehazten dute bit-mapa bat. Horri, bereizmena esaten diogu: irudi-bereizmena, alde batetik, eta kolore-bereizmena edo irudi-sakontasuna, bestetik. Garrantzitsua da bi kontzeptu horiek ulertzea eta desberdintzea.

Irudi-bereizmena

Lehenengo eta behin esango dugu ez dela nahasi behar kontzeptu hau irudiaren tamainarekin. Irudiaren bereizmena puntutan neurtzen da, irudi hori osatzen duten pixeletan, alegia; edukiera-parametro bat da, hazbeteko puntutan adierazten dena (ppp edo dpi).

Horren adibide bat ipiniko dugu, esaterako, poster bihurtu nahi dugun artxibo digital bat. Artxibo digitalaren kasuan, tamaina pixeletan emango dugu, zabalera x altuera (800 pixel x 400 pixel). Bereizmenari dagokionez, aldiz, posterra inprimatzean hazbete bakoitzean zenbat pixel sartu nahi dugun adieraziko dugu, 300 ppp (300 pixel hazbeteko).

Kolore-bereizmena edo irudi-sakontasuna

Sakontasuna da pixel bakoitzean sar dezakegun kolore-informazioa; zenbat eta kolore gehiago adierazi ahal izan pixel bakoitzean, orduan eta sakontasun handiagoa lortuko dugu. Sakontasuna pixeleko bitetan neurtzen da. Pixel bakoitzak bi balio har dezake: piztuta edo itzalita; beraz, bit bakarreko irudi batek bi kolore besterik ezin izango du islatu (2^1), zuria edo beltza. Bi biteko irudi batek, bestalde, 4 kolore edukiko du (2^2); eta berdin gertatuko da eskala osoan; 4 biteko irudi batek, $2^4 = 16$ kolore; 8 biteko irudi batek, $2^8 = 256$ kolore, eta abar.



Egungo inprimagailuek zailtasunak dituzte gure inguruan ikusten ditugun koloreak erreproduzitzeko, kolore horiek tonu jarraituan baitaude, eta inprimagailuek dentsitate bakarreko tintak erabiltzen dituzte. Zaila da, beraz, degradatu horiek lortzea. Zailtasun hori gaintzeko, bilbatzen dugu irudia. Irudia bilbatzean puntu txikitan deskonposatzen dugu eta bakoitzari kolore bat ematen diogu. Horrela, ez dugu puntu bereizi multzo bat ikusten, puntu horiek osatzen duten kolorearen kontinuumoa baizik.

Irudi baten tamaina edo bereizmena aldatzeak pixel kopurua aldatzea dakar. Horretarako irudia birlagindu (*resampling*) behar dugu, hots, programak pixelak, nolabait, asmatu egin behar ditu. Horretarako, interpolazio deritzon mekanismoa erabiltzen du: pixelak sartzen ditu inguruko pixelen kolorea kontuan hartuta.

Formatu digitalak

Irudi digitalak hainbat formatutan gorde daitezke. Horietako bakoitzak bere ezaugarriak ditu, eta, gure helburua zein den, egokiena aukeratu beharko dugu.

PSD: Photoshopen berezko formatua da.

- PSD formatuak photoshopen parametro eta ezaugarri editagarri guztiak gordetzen ditu, besteak beste: ebakin-maskarak, trazatuak, kolore- eta alfa-kanalak, geruzak, gardentasun- eta opakutasun-mailak. Halaber, hainbat kolore-modu onartzen du (rgb, index, cmyk...). Aukera horiek guztiak edita daitezke ondoren.

GIF Graphics Interchange Format (Grafikoen Trukerako Formatua)

- Irudi digitalak konprimatzeko bereziki sortua.
- Gehienez 256 kolore onartzen du (8 biteko kolore-sakontasuna)

- Ez da gomendagarria kalitatezko argazkiak edo originalak gordetzeko kolore-paleta asko murrizten duelako, baina bada egokia webean marrazkiak argitaratzeko artxiboaren tamaina doitzen duelako.
- Gardenkiak gorde ditzake eta animazioak onartzen ditu.

JPG-JPEG Joint Photographic Experts Group (Argazkigintzako Aritu Batuen Taldea)

- 16 miloi koloretarainoko paleta onartzen du.
- GIFekin batera, webean argitaratzeko formaturik ohikoena da.
- JPG konpresioak kalitate-galera txiki bat ekar dezake.
- Argazki-makina digitalek irudiak JPG formatuan gorde ohi dituzte zuzenean, kalitaterik gorenean eta konprimatu gabe.
- Formatu bikaina da argazkiak webean argitaratzeko, neurriak eta konpresioa egoki ezartzen badira. Aldiz, ez da egokia originalak gordetzeko, konpresioarekin kalitatea galtzen baitu.
- Ezin du gardenkirik gorde.

TIF-TIFF Tagged Image File Format = (Etiketaturako Irudiaren Artxibo Formatua)

- Kalitate bikaineko irudiak gordetzen ditu.
- Bat eta 32 bit arteko edozein kolore-sakontasun erabil dezake.
- Irudi bat editatzeko edo inprimatzeko formaturik egokiena da.
- Ez dauka informazio-galerarik
- Formaturik onena da originalak gordetzeko, baina oso artxibo handiak sortzen ditu.
- Gardenkiak gorde ditzake.
- Kapak ere gordetzen ditu.

PNG Portable Network Graphic = (Grafiko Eramangarria Sarerako)

- GIF formatuaren ordezkari aukera bat da eta hura baino konpresio-tasa altuagoa dauka.
- GIFen 256 koloreak baino gehiago erabiltzeko aukera dauka.
- Gardenkiak gorde ditzake.

PDF Portable Document Format (Dokumentu Eramangarriaren Formatua)

- Edozein aplikazioaren eta plataformaren artean irudien, grafikoen eta testuen inportazioa eta esportazioa bateratzeko asmoz sortua.
- Multimedia-artxiboak eta hipertextu-osagaiak ere onartzen ditu (bideoak, soinua, estekak, loturak, etab.).
- Beste erabiltzaile batzuei bidaltzean ez dute formatua galtzen. Testu-dokumentuak bidaltzen ditugunean, bestela gertatzen da (orriak desordenatu egiten dira, paragrafoen formatua aldatu egiten da, etab.).
- Kode daiteke bere edukia babestearren, bai eta digitalki sinatu ere.
- Denbora luzez gordetzeko dokumentu elektronikoen edukiontzi-fitxategien ISO estandarra da (ISO 19005-1:2005). Aurrekoarekin batera, formaturik zabalduenetako bat da interneten dokumentuak trukatzeko.
- PDF fitxategiak dispositiboarekiko independenteak dira. Artxibo bera injekzioko inprimagailu batean zein filmagailu batean inprima daiteke.

Irudiak tratatzeko programak

Asko dira irudiak tratatzeko programak; guk, hemen, hiru ikusiko ditugu: Photoshop, Illustrator eta InDesign; hirurak, *Adobe Systems*enak.

Photoshop errasterizatutako grafikoen editore bat da, baina testua eta bektoreak ere onartzen ditu. Photoshopekin, funtsean, ez dugu irudirik sortzen, baizik eta dagoeneko existitzen den irudi bat editatzen dugu.

Illustrator, aldiz, irudi bektorialak sortzeko programa bat da, ordenagailuan marrazteko programa bat, nonbait. Hala ere, Illustratork argazkiak eta testuak ere onartzen ditu.

InDesign, bestalde, testuak maketatzeko programa da, baina, jakina, argazkiak eta grafiko bektorialak ere erabil ditzakegu bertan.

IRUDIA ETA ARTE GRAFIKOAK. INPRIMATZEKO PROZESUA

Ezin dugu ahaztu, gure kasuan, diseinua helburu argi batekin egiten dugula, inprimatzeko helburuarekin, alegia. Horrek diseinuaren hainbat ezaugarri baldintzatuko ditu; horregatik da garrantzitsua inprimatzeko prozesua bera ezagutzea.

Prozesu grafikoa lautan bana daiteke: *diseinua, aurreinprimaketa, inprimaketa eta inprimaketa ostekoa*. Lehen, dagoeneko, ikusi dugu; goazen, beraz, besteekin.

Aurreinprimaketa

Fase honetan, azken ukituak ematen zaizkio diseinuari. Diseinua inprimatu ahal izateko edo digitalizatzeko prestatzen da, eta horretarako testuak eta irudiak tratatu egin behar dira, ezarpena egiten da, lehen probak gauzatzen dira...

Aurreinprimaketan, honako urrats hauek ematen ditugu:

a. Originalak jaso eta egiaztatu:

Jasotzen ditugun originalak fisikoak badira, digitalizatu egin beharko ditugu. Jasotzen ditugun originalak hainbat motatakoak izan daitezke:

- Ilustrazioak eta argazkiak (eskaneatu)
- Paperean jasotako testua (antolatu)
- Argazki digitalak
- Fotolitoak
- Negatiboak
- Telebistaren edo bideoaren seinalea (bideo-kaptura)
- Ordenagailuko grafikoak
- Testu digitalizatuak
- PDF erauzketak

- b. Testu-tratamendua egin. Testua justifikatzea, lerrokatzea, Kernig, Tracking, koskak, zuzenketa ortotipografikoak...
- c. Irudi-tratamendua egin. CMYK-RGB bihurketa, tonuaren, argien eta itzalen zuzenketak, kolore doikuntzak, mozketa-trazatuak, enkoadraketa, tamaina, bereizmena, formatua aukeratzea (TIF, JPEG, PNG)...
- d. Inprimatzeko tratamendu tekniko zehatzak egin. UCR/GCR, kontrol-zerrenda, mozketa-markak...
- e. Maketazioa eta ezarpena. Hemen sortzen dugu azken dokumentua.

Orrialdea maketatzea.

Bilbaketa eta kolore-banaketa.

Egiatzatu bereizmena, bilbaketa, kolore-banaketa, puntu-irabazia...
- f. Inprimaketa-forma lortzea. Dokumentua RIPera bidali eta hortik CTFra edo CTPra inprimaketa-forma lortzeko; edo CTPrintera inprimaketa digitala bada.

RIP: Raster Image Process, edo Irudiak Errasterizatzeko Prozesadorea. RIPak PostScript-datuak prozesatu eta puntu bihurtzen ditu inprimaketarako xafiak sortu ahal izateko.

Inprimaketa

Egiatzapen guztiak eginda, inprimaketa fasean sartuko ginateke. Fase honetan inprimaketa-forma makinan sartu eta tiradari ekiten diogu. Inprimaketa-sistema ezberdina izango da produktuaren arabera (kalitatea, ale kopurua, formatua, materiala...).

Inprimatzeko sistemei dagokienez, bi sailkapen egin ditzakegu: erliebeduna/planografikoa eta zuzena/ez-zuzena.

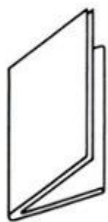
Erlebedunetan, inprimaketa-forman inprimatu beharrekoa erliebean dago, eta tintak erliebe hori besterik ez du bustitzen. Sistema planografikoetan, aldiz, dena dago maila berean, eta inprimatu beharreko forma gainerakotik produktu kimikoen bidez bereizten da.

Sistema zuzenetan, inprimaketa-forma daukan xaflak zuzenean ukitzen du inprimatu beharreko materiala (papera, plastikoa, kartoia...). Sistema ez-zuzenetan, tinta inprimaketa-formatik beste arrabol batera pasatzen da, eta azken hori da inprimatu beharreko materiala zuzenean ukitzen duena.

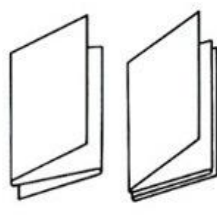
Inprimaketa ostekoa edo akabera

Inprimaketa amaituta, geratzen den lan-multzoa da. Lan hauen bidez produktuari amaierako itxura ematen zaio. Honako hauek dira inprimaketa ostean egiten diren lanetako batzuk:

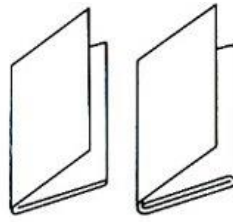
Tolestea eta mozketa. Plegua inprimatuta daukagunean, eskatutako neurrian tolestu eta moztu egin behar dugu. Horretarako, tolesgailua eta gillotina erabili ohi dira.



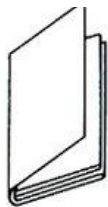
Birritan tolestua erditik paraleloan



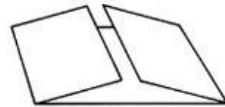
Toles bikoitza eta hirukoitza sigi-sagan



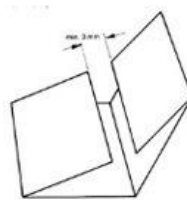
Toles bikoitza zorro-eran



Sigi-sagan eta zorro-eran tolestua aldi berean



Toles bikoitza leiho-eran



Toles hirukoitza leiho-eran

Koadernaketa. Tolestu eta moztu ondoren, liburu bat bada, adibidez, produktua koadernatu beharko da. Koadernaketa honelakoa izan daiteke: josia, itsatsia edo grapatua.



Berniza. Gure produktuei eman diezaiekegun akaberetako bat da; gehien bat estetikagatik eta babestearren erabiltzen da.



Termo-grabatua edo hot-stamping. Beroaren bidez egiten den inprimatze-teknika bat da; inprimatu nahi dugun marrazkia daukan molde batek beroa transferitzen dio geruza mehe-mehe bati, eta, horrela, itsatsita geratzen da gure produktuan.



Trokelaketa. Sistema honek forma irregularrak mozteko, arrailtzeko edota zulatzeko balio du. Prozesu hori fase honen amaieran egiten da.



ARIKETAK

1. Azaldu nolako ezberdintasunak dauden bit-maparen eta irudi bektorialaren artean.
2. Aldatu ematen zaizkizun argazkien bereizmena 72 ppp-ra.
3. Osatu hurrengo taula, “bai” edo “ez” idatziz.

Formatua	Gardenkia gordetzen du	Kalitatea galtzen du
GIF		
JPEG/JPG		
TIF		
PNG		
PDF		

4. Zer da pixelatzea?
5. Zein dira aurreinprimaketan eman beharreko urratsak?
6. Inprimatzeko sistemei dagokienez, zertan ezberdintzen dira zuzenak eta ez-zuzenak?

TIPOGRAFIA

TIPOA

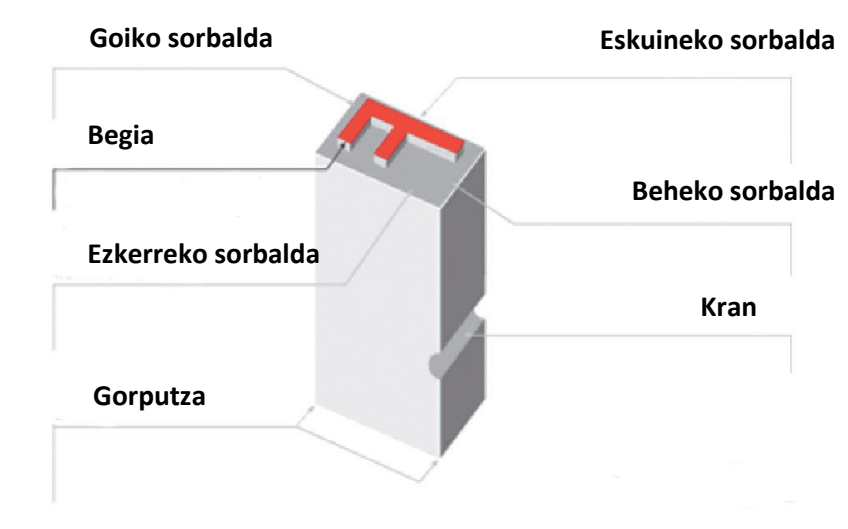
Tipoari buruz ari garenean, inprentaren sorrerara jo behar dugu, orduan hasi baitzen hitz hori erabiltzen. Tipoa prisma-formako metalezko pieza bat zen, eta bertan hizki bat agertzen zen erliebean. Tipoak elkarren ondoan ipinita, hitzak, lerroak eta orriak osatzen ziren. Ikus ditzagun tipoaren atal batzuk.

Begia da ondoren inprimatzeko tintaz bustitzen den erliebedun zatia.

Sorbaldak (ezkerrekoa, eskuinekoa, goikoa eta behekoa) dira begiaren inguruan (ezkerrean, eskuinean, goian eta behean) geratzen diren tartekak. Begia baino beheragoko maila batean daude, eta horregatik ez dira inprimatzen. Tipoak bereizteko balio dute.

Gorputza da tipoaren goiko eta beheko lerroen artean dagoen tartea, eta barruan goiko sorbalda, beheko sorbalda eta begia hartzen ditu.

Krana da tipoak duen arraila letra guztiak noranzko berean ipintzeko



KARAKTEREA

Edonola ere, gaur egun, tipoaz baino, zuzenagoa da karaktereaz edo letraz hitz egitea, aplikazio informatikoen bidez tratatu eta inprimatzen dugun grafismoaz ari baikara. Karaktereak, bestalde, fonemak adierazteko erabiltzen ditugun sinboloak dira. Hona hemen karaktereen atalak edo tasunak.

Azta da karakterearen egitura orokorra zehazten duen marra bertikala.

Goranzko tasuna da kaxa baxuko edo karaktere xehearen erdiko begitik gora ateratzen den letraren atala.

Beheranzko tasuna da kaxa baxuko edo karaktere xehearen erdiko begitik behera ateratzen den letraren atala.

Besoa da bertikal batetik luzatzen den azta horizontal edo goranzko diagonal.

Hanka beheranzko azta diagonal da.

Listela edo haga da bi lerro bertikal, diagonal edo kurben artean dagoen trazua.

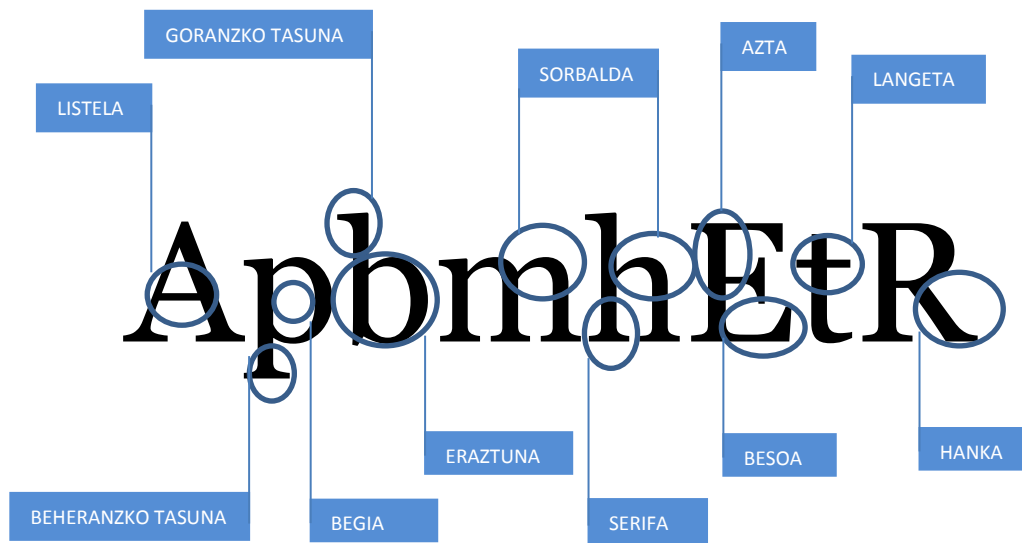
Langeta da letraren azta zeharkatzen duen trazu horizontala.

Begia karaktere baten barruko espazio zuria da.

Errematea edo Serifa da aztaren, besoaren edo isatsaren amaieran karaktere batzuek duten apaingarria. Tipografia-estiloak bereizteko balio du.

Eraztuna trazu makotu eta itxia da. Barruan begia edo barne-zuria deitzen den espazioa dauka.

Sorbalda edo uztaia letraren trazu makotu eta irekia da.



Irudizko lerroak karaktereak mugatzeko eta oinarritzeko lerro ikusezinak dira.

Oinarri-lerroa karaktere guztiek oinarri hartzen duten irudizko lerroa da.

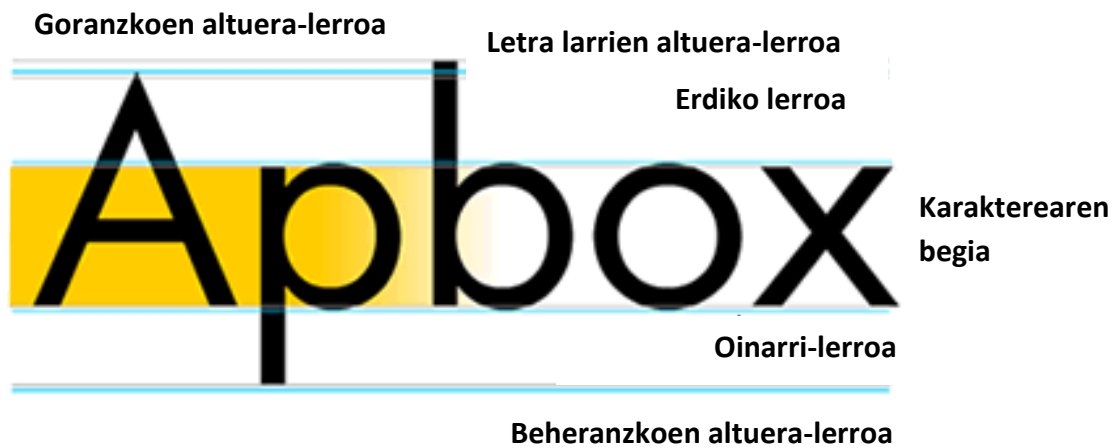
Goranzkoen altuera-lerroa da goranzko tasundun karaktere xeheek hartzen duten altuera zehazten duen lerroa; tipografia-familia batzuetan letra larrien altuerarekin bat dator.

Beheranzkoen altuera-lerroa da beheranzko tasundun karaktere xeheek hartzen duten altuera zehazten duen lerroa.

Erdiko lerroa edo "x"-ren lerroa da goranzko tasunik ez duten karaktereek daukaten altuera zehazten duen lerroa.

Letra larrien altuera-lerroak karaktere larrien altuera zehazten du.

Karakterearen erdiko begia da karaktereen oinarri-lerroaren eta erdiko lerroaren artean dagoen distantzia.



Tipografiaren bestelako ezaugarri batzuk

Makurdura edo modulazioa da tipografia batzuek daukaten lodiera ezberdinek sortzen duten irudizko ardatzaren angelua. Angelu hori bertikala izan daiteke, edo hainbat makurdura-maila eduki dezake. Oso garrantzitsua da tipografiaren estiloa zehazteko.



Kerninga da bi karaktereren arteko tartea handitzea edo gutxiagotzea.

Trackinga da testu zati bat zabaltzea edo trinkotzea.

Isatsa da karaktere batzuek, Rak eta Kk esaterako, daukaten azta zeharria.

TIPOGRAFIAREN ERABILERA

Tipografia lehen mailako osagaia da diseinuan. Kontuan hartu behar dugu tipografia egokia edo desegokia aukeratzeak mezuaren edukia indartu edo deuseztatu egin dezakeela. Horregatik, oso garrantzitsua da aukeratzeko dugun tipografia bat etortzea esan nahi dugunarekin, letra mota bakoitzak gauza baterako balio baitu; hots, helburu bat dauka. Gure aukeraketa, beraz, ezin da soil-soilik gustu kontuetan oinarritu; aldiz, egokitasunari eta irizpide estetikoari eta funtzionalei erreparatu behar diegu.

Tipografiak erabat alda dezake proiektu baten itxura eta esanahia. Tipografiak aldarreak, sentsazioak, ikuspegiak... adieraz ditzake. Letra mota bat garai historiko edo jende multzo jakin batekin erlaziona daiteke; edota marka eta produktu ezagunekin lotu ahal dugu. Pentsa ezazu, adibidez, zer gertatzen den Coca-Colaren tipografiarekin, edo, oso urrun joan gabe, Eroskikoarekin. Tipografiak nolabaiteko nortasuna daukate.

Tipografiak mota askotakoak izan daitezke, modernoak edo klasikoak, biribilduak edo geometrikoak, baina beti diseinuaren gainerako elementuekin bat etorri behar dute. Elementu horiek kontuan hartuta aukeratu beharko dugu tipografia. Horrela, egiten dugun hautaketaren arabera, gure mezua eta inpaktua indartzea lortuko dugu edo desoreka bisuala eragingo dugu.

Tipografia on batek irakurgarritasuna errazten du, zabaldu nahi dugun irudia komunikatzen laguntzen digu; kartel txar baten eta kartel bikain baten arteko aldea ezar dezake. Batzuetan, diseinuaren osagai bakarra izan daiteke, bai testu hutsa irakurgarri daukagulako, bai tipografia erabilia sormenezko konposizio bat egin dugulako.



Baina nola jakin nolako tipografia aukeratu behar dudan. Zein dira tipografia bakoitzaren bereizgarriak? Tipografiak familiatan sailkatzen dira, eta esan dezakegu familia bakoitzeko kide guztiek ezaugarri komun batzuk dituztela. Horrela, diseinu bat egitean, familia baten edo beste baten tipografiara jo ahal izango dugu bilatzen ditugun ezaugarrien arabera.

TIPOGRAFIA-FAMILIAK

Tipografia guztiak ez dira berdinak, jakina, eta, kontuan hartzen ditugun ezaugarrien arabera, era batera edo bestera multzoka ditzakegu. Sortzen diren multzo horiek tipografia-familiak dira.

Batzuek bereizketa bakarra egiten dute karaktereek serifak duten ala ez kontuan hartuta. Horrela serifdun tipografiak eta serifik gabeko tipografiak (sans serif) edukiko genituzke. Baina tipografiak ñabardura gehiago daukate, erreparatu beharreko ezaugarri gehiago; eta diseinuaren aldetik, ez da nahikoa esatea letra batek serifak

daukan ala ez, haren ahalmen komunikatiboa adierazteko. Guk, hemen, Maximilian Voxek emandako sailkapena hartuko dugu oinarri honako familia hauek proposatzeko: Humanak, Garaldak, Realak, Didonak, Mekanoak, Linealak, Ebakidunak, Scriptak eta Eskuzkoak. Horiek guztiak, halaber, honako multzo hauetan sar ditzakegu: Klasikoak, Modernoak eta Bereziak edo Partikularrak. Aurrerago ATypIk (Nazioarteko Tipografia Elkarteak) sailkapen hori osatu zuen Fraktura eta Ez-latinoak sartuta. Azter ditzagun orain banan-banan.

Klasikoak

Klasikoen barruan Humanak, Garaldak eta Realak dauzkagu.


Humanak. Multzo honetako tipografiek trazu irmoa eta artisau-eitea daukate. Sendo ezarrita daude euren erremate zabaletan, eta kontraste gutxiko azta dute. Modulazio-ardatza zeharria da. Erraz ezagut ditzakegu “e” xehearen listela okerra delako. Goranzko tasunek letra larrien altuera gainditzen dute. Honako hauek dira tipografia honen adibide batzuk: Jenson, Berkeley Old Style, Centaur, Cloister, Erasmus, Golden Type, Kennerley eta Verona.

Garaldak. Serifdun tipografiak dira. Trazu fin eta lodien arteko aldea handitzen da. Makurdura-ardatza aldatu egiten da. Letra erromatarrak dira. Euren estilismoak, letraren proportzionaltasun bertikalak, argaltasun-sentsazioa ematen baitu:

nolabaiteko oreka eta dotoretasuna hautemanarazten digute haien trazu finei esker.

Klasizismoaren eta boterearen ikurra dira. Adibideak: Bembo, Caslon, Dante, Ehrdhart,

Garaldus, Garamond eta Perpetua.



abcdeFg

Realak. Antzinako estiloko ezaugarriak zein estilo modernokoak dauzkate. Horien

diseinatzaileek forma geometrikoago eta uniformeagoetan oinarritu nahi dute.

Makurdura-ardatza bertikala edo ia bertikala da, eta trazu fin eta lodien arteko aldea

ertaina edo handia da. Adibideak: Chetenham, Baskerville, Caledonia, Century

Schoolbook eta Cochin.



abcdeFg



Modernoak

Ez dira irakurtzeko tipografiak, kontraste handia daukatelako. Hauen artean Didonak, Mekanak eta Linealak dauzkagu; eta azken horien barruan Grotleskoak, Neogrotleskoak. Geometrikoak eta Humanistikoak.

Didonak. Estilo klasikoaren eta modernoaren arteko oreka adierazten dute. Ardatz bertikala daukate, eta trazu fin eta lodien arteko aldea handia da. Aldi berean dotorea eta modernoa da. Adibideak: Bodoni, Century, De Vinne, Didot, Falstaff eta Madison.

AbcdeFg

Mekanak edo *Egiptoarrak*. Haien trazu bertikalen oinarria diren serifengatik esaten zaie horrela. Ez dira irakurtzeko, zerbait nabarmentzeko baizik. Maiz erabiltzen dira publizitatean; indarra, industrializazioa, sendotasuna, zehaztasuna adierazten dute. Trazuen lodieren artean oso alde gutxi dago, edo batere ez. Amaierako trazuak azten lodiera berekoak izan ohi dira. Mota honetako tipografia gehienek amaierako trazu lau angelukoak dauzkate. Adibideak: Clarendon, Egyptian SOS, Ionic, Lubalin Graph, Melior, Memphis eta Rockwell.

AbcdeFg

Linealak. Palo Seko ere esaten zaie. Euren ezaugarri nagusia da muturretan errematerik ez edukitzea. Modernitatea, indarra, dinamismoa, potentzia eta gaurkotasuna adierazten dute. Tipografia hau da urrundik hoberen hautematen dena. Honako hauek dira Linealen barruan aurkitzen ditugun azpimultzoak.

Groteskoak. Anglosaxoiek sans serif deitzen diete errematerik ez daukatelako. Adibideak: Franklin Gothic, Monotype 215-216, Bureau Grotesque, Gothic 13, Impact, News Gothic, Trade Gothic eta Vectora.

AbcdeFg

Neogroteskoak. Groteskoen antzekoak dira, baina diseinu dotoreagoak. Trazuen arteko aldeak ez dira hain markatuak. Arrazionaltasuna, ordena eta asepsia adierazten dute. Adibideak: Helvética, Bell Gothic, Nauzeit S, Swiss, Univers eta Zurich.

AbcdeFg

Geometrikoak. 1920tik aurrera sortu ziren, Europako abangoardiako mugimenduen proposamen estetikoaren ondorioz. Palo sekoko eta begi teorikoetako letrak dira, lerro bakarrek izan ohi diren forma eta egitura geometrikoetan oinarrituak. Nahita erabiltzen dira lerro eta kurba berdinak ahal beste letratan; letren arteko aldea oso txikia da. Letra larriak antzinako forma greko eta feniziarren itzulera dira. Adibideak: Futura, Industria, Avant Garde, Avenir, Bauhaus, Century Gothic eta Insignia.

Abcdefg

Humanistikoak. Trazuen lodieran alderen bat egon daiteke, baina ardatza bertikala da. Goranzko tasunek letra larrien altuera edo gehiago dute. Adibideak: Calibrí, Candara, Frutiger, Lucida Sans, Myriad, Gill Sans, Optima eta Quay Sans.

AbcdeF



Marlboro

TOYOTA

BARNA

THE SOUL OF THE BLUES

When my heart beats

Jimmi Bass music festival

MUSIC MUST BE A LADY

Chicago, Memphis, Detroit and St. Louis

BABY LOVER

Rockin' little Angel

Boogie Woogie Woman

STRAWBERRY FIELDS

New rhythms & styles of electric blues

1980, the transition of urban funk

SONY®

Bereziak edo Partikularrak

Eskuz egindako idazketa imitatzen dute. Hauen artean hiru mota bereiz dezakegu.

Ebakidunak. Zizelkatutako harrietatik atera eta digitalizatu diren letrak dira.

Tipografia erromatarraren moldaketa dira. Erremateak finak dira, gutxi markatuak.

Palo Sekokoak direla eman dezake. Adibideak: Columna, Perpetua, Optima, Trajan,

Albertus, Copperplate Gothic eta Eras.

AbcdeFg

Scriptak. Luma-muturrez, pintzelez edo eskoploz egindako eskuzko idazkera imitatzen

dute. Kaligrafia iradokitzen dute. Dotoretasuna, fintasuna, hauskortasuna eta

leuntasuna adierazten dute. Ingelesen ezaugarria da kurba handiek apaindutako trazu

finak edukitzea; horrek findu itxura ematen du, baina naturaltasun-itxura gutxi ere bai.

Adibideak: Hyperion, Legen, Mistral, Rondo, Brush Script, Kaufmann Script, Zapfino eta

Chopin script MT.

AbcdeFg

Eskuzkoak. XX. mendeko karaktereak dira; arkatzez edo beste edozein tresnaz eskuz egindako originaletan oinarrituak. Ez dute idazkera mota bat irudikatzen. Bat-batekotasuna, gaztetasuna eta mutirikeria adierazten dute. Adibideak: Banco, Cartoon, Jacno, Klang, Matura eta Boopee.

Abcde

Frakturak

Alemanaren *Fraktur*etik dator. Guk hemen gotikoak esaten diegu, baina kontuz ibili behar da, mundu anglosaxoian *gothic* tipografiak serifik gabekoak direlako. Estilo honen ezaugarria da itxura puntazorrotza eta ertz askokoa izatea. Bere indarrak eta arkaismoak artisau-itxura gogorra, tradizionala, ematen dio. Antzinasuna, ankerkeria, iluntasuna... adieraz ditzake. Antzinako garaia eta jatorri germaniarra gogorarazten ditu. Erlijio-konnotazioak ere eduki ditzake. Adibideak: Old English, Frakto, Wilhelm Klingspor Gotish, Rockner eta Notre Dame.

Abcde Fg

Ez-latinoak

Talde honetan alfabeto latinoak erabiltzen ez duten idazkera guztiak sartuko genituzke: hebreera, arabiera, txinera, errusiera, japoniera, eta abar.

TIPOGRAFIA-ALDAERAK EDO LETRA-TIPOAK

Familia bakoitzaren barruan hainbat letra-tipo daude. Aldaera horiek ezaugarri batzuk aldatuz lortzen ditugu.

- Tamaina: letra larria, xehea eta bersalita.
- Trazuaren lodiera: borobila, mehea, ultramehea, erdibeltza, beltza eta ultrabeltza.
- Ardatzen makurdura: borobila, italika eta etzana.
- Ardatzen proportzioa: kondentsatua, konprimitua, estua, borobila, zabala, harrotua eta hedatua.

Familia batzuek aldaera asko daukate, beste batzuek, berriz, oso gutxi, baina aldaera bakoitzak bere tradizioa eta erabilera dauzka, eta garrantzitsua da horiek ezagutzea.

TIPOGRAFIA ERABILTZEKO AHOLKUAK

- Aukeratu letra-mota egokia erabili behar duzun euskarrirako. Ia letra guztiak euskarri zehatz baterako asmatu dira (pantaila, papera...). Kontuan hartu nola erreproduziturik den aukeratu duzun letra. Pantailan, Arial zentzuzkoagoa izan daiteke Helvetica baino; Frutiger ona da seinaletarako; Parisko aireporturako asmatu zuten.
- Ez aukeratu antz handia duten bi letra-mota. Kontrastea nahi baduzu, benetako kontrastea bilatu. Caslon+Garamond edo Times+Baskerville ez dira kontraste egokiak; Garamond+Helvetica, aldiz, bai.
- Ez konbinatu kondentsazio-maila ezberdinak dauzkaten letrak. Lodiera ezberdina duten tipografiak ez dira ondo josten, izen berdina badaukate ere.
- Ez egin sailkapen gehiegi.

- Ez konposatu letra larriekin, horretarako arrazoi berezi bat ez badaukazu.
- Ez saiatu letra irudi bihurtzen; letra bada irudi bat eta.
- Ez handitu letra xeheen arteko tarteak, eta ez handitu letra xeheen lerroartea horretarako arrazoi on bat ez badaukazu.
- Ez okertu letrak ezkerretara eta ez konposatu bertikalean letra horizontalak, ez bada barregarria, ironikoa edo parodiakoa izan nahi duzulako.
- Ez luzatu edota estutu letrak.

Formatu digitalak.

Tipografiaren ezaugarriak, sailkapenak eta aholku batzuk ezagutu ondoren, ikus dezagun orain haien alde digitala.

Ordenagailuan diseinatzen dugunean, erabiltzen ditugun tipografiak hainbat formatutan egon daitezke; Type 1, TrueType eta OpenType dira ezagunenak.

Type 1 (.pfb + .pfm): PostScript lengoaian dauden tipografiak dira, horregatik PostScript izenarekin ere dira ezagunak. Adobek garatu zuen 80ko hamarkadan, eta onartu zen lehenengo estandarra izan zen. Kalitate altukoak dira eta inprimaketa profesionalerako erabili ohi dira, liburuak edo aldizkariak inprimatzeko, esaterako.

TrueType (.tff): Applek sortu zuen Adoberekin lehiatzeko, ondoren Windowsek baimena erosi zuen eta gaur egun bi sistemetan da erabilgarria. TrueType letra-tipoak edozein tamainatan eskala daitezke eta argiak eta irakurgarriak dira tamaina guztietan. Edozein inprimagailutara edo Windowsekin bateragarria den beste edozein ateragailutara bidal daitezke.

OpenType (.otf): Microsoftek eta Adobek 90eko hamarkadan egin zuten TrueTyperen garapena da. Applekin eta Microsoftekin, biek erabil daitezke. Hauek ere edozein tamainatan eskala daitezke; argiak eta irakurgarriak dira tamaina guztietan, eta edozein inprimagailutara edo Windowsekin bateragarria den beste edozein ateragailutara bidal daitezke. Gainera, karaktere gehiago daukate, adibidez, letra larri txikiak, antzinako estiloko zenbakiak, *glifoak?*, loturak, etab.

TESTU-KONPOSIZIOA

Konposizioan egin behar dugun lehenengo bereizketa da paper-orrialdearen eta testu-orrialdearen artekoa. Paper-orrialdea deituko diogu orrialde batean daukagun espazio osoari. Testu-orrialdea, aldiz, honi deituko diogu: paper-orrialdearen barruan, marjinak kenduta, testuak betetzen duen espazioari; hemendik aurrera, *kaxa* edo *orbana esango diogu*.

Kasu honetan, osaketari buruz ari garela, lerroak eta orrialdeak osatzeko karaktereak eta tarteak konbinatzeaz ari gara, baita orrialde bateko bestelako osagaiak taxutzeaz: marjinak, zuriuneak, ilustrazioak, etab.

Lerroaren luzera eta lerro-motak

Ez dago inon guztiz zehaztuta lerro batek zenbat neurtu behar duen, baina, oro har, esan dezakegu ohikoena dela, gutxienez, lerroko 7 hitz edo 50 karaktere edukitzea, eta inoiz ez 70 karaktere baino gehiago. Lerroaren luzerak eta lerro-arteak elkarrekiko orekatuak izan behar dute; lerroa zenbat eta luzeagoa, orduan eta lerro-arte zabalagoa.

Lerro motza. Neurria guztiz betetzen ez duen lerroa da. Lerro motzari lapurra esaten zaio, bost karaktere baino gutxiago baldin badauka . Saihestu egin behar dugu lerro motz bat izatea orrialde edo zutabe baten hasieran.

Lerro alarguna. Hurrengo zutabearen lehenengo lerroan isolatuta geratzen den lerro laburra.

Helduentzako euskararen irakaskuntza sustatzen duten entitateei diruz lagunduko die Nafarroako Gobernuak urtea amaitu bitartean. Guztira 131.867 euro banatzeko laguntzen deialdia argitaratu du gaur Nafarroako Aldizkari Ofizialak. Hala, Euskarabidea-Euskararen Nafar Institutuak lurraldean kokaturiko entitate juridikoei helduei euskaraz irakasteko 2015eko urritik abendura bitarteko laguntzen deialdia

onetsi du.

Abuztuan hemeretzi puntuko akordioa sinatu zuten Nafarroako Gobernua babesten duten Geroa Bai, EH Bildu, Podemos Ahal Dugu eta Ezkerra taldeek hizkuntza politikari dagokionez, eta lehen urratsa eman dute. Orain artean diru laguntzarik gabe dira euskarazko hedabideak Nafarroan, 2011. urtetik.

Lerro umezurtza. Zutabe baten amaieran isolatuta geratzen den paragrafo baten lehen lerroa. Ahal dela, ekiditen saiatu behar dugu; horretarako, lerroarteak, karaktereen gorputza, hitzen arteko tartea eta abar alda ditzakegu.

Bestea, murrizketak: handituta daude ratioak eta eskola orduak, erretiroak ordezkatzeko mugak daude, eta horrek eragina du lanpostuen kopuruan. Mozketen dekretua bertan behera geratzean atera ahalko lirarteke plaza gehiago. Erdarazkoak eta euskarazkoak.

Komunikazioan. Gobernuak

aitortu zuen lan eskaintza aurkezteko era ez dela «egokia» izan, eta «pedagogia» handiagoa egin behar zuela, datuak emanez. Bide beretik jo du EH Bilduk: «formetan» ikusi du hutsa. Ahal Dugu-k ere esan du «informazioa eskura izan gabe» eman zutela albistea. Ostiralean, lan eskaintza iragartzean, kopuruei buruzko

Koska da lerro baten edo gehiagoren hasiera aurrera edo atzera mugitzea. Askotan erabiltzen da, testua maketatzean irakurgarritasuna errazten duelako. Bi mota daude. Koska arrunta esaten diogu koska duten lerroak besteak baino laburragoak direnean; eta koska frantziarra edo negatiboa, koska duten lerroak besteak baino luzeagoak direnean.

laz, atzoko egunez, Espainiako Kongresuak atea itxi zion Trebiñu Burgostik (Espainia) atera eta Araban integratzeko bideari. Historian lehen aldiz iritsi zen orduan gaia Kongresura, orain abiatu berri duten bidearen antzeko argudioekin. Eusko Legebiltzarrak onartutako ekinaldi legegilea eraman zuten Madrilera,

Koska arrunta

laz, atzoko egunez, Espainiako Kongresuak atea itxi zion Trebiñu Burgostik (Espainia) atera eta Araban integratzeko bideari. Historian lehen aldiz iritsi zen orduan gaia Kongresura, orain abiatu berri duten bidearen antzeko argudioekin. Eusko Legebiltzarrak onartutako ekinaldi legegilea eraman zuten Madrilera,

Koska frantziarra edo negatiboa

Testua lerrokatzea

Testua lerrokatzea da paragrafoaren lerroen hasiera eta amaiera antolatzea. Testua non hasi edota non amaitu, hainbat modutan lerroka daiteke testu bat.

Ezkerrean. Honen abantaila da hitzak ez direla zatitzen eta ez duela trackinga aldatzen.

Eskuinean. Gehien bat, titularretan eta argazki-oinetan, publizitatean eta halako testu motz batzuetan erabiltzen da.

Erdian. Erdiko ardatzarekiko estilo estatikoa eta simetrikoa. Ezkerrean eta eskuinean lerroak bandera-eran agertzen dira. Konposatzeko oso modu klasikoa da, eta askotan agertzen da liburuetan eta ontzietan.

Justifikatua. Lerroaren luzera osoa betetzen du. Ohikoena da narrazio-testu luzeetan, haren itxura atsegina eta erregularragatik. Hala ere, kontuz erabili behar da hitzak zatitu ahal direlako eta kerninga aldatzen delako. Horrelakoetan beharrezkoa izan daiteke kerninga eskuz aldatzea.

Lerrokatze horien arabera, hainbat paragrafo-mota dauzkagu.

Paragrafo arrunta. Lerro guztiak beteta ditu, lehena eta azkena izan ezik. Lehenak koska dauka eta azkena lerro motza izan ohi da. Erabiliena da.

Ordutik 25 urte igaro dira, eta Bizkaiko Foru Aldundiak jolas parkea eraisteko erabakia hartu du. 1,6 miloi euro gastatuko ditu zeregin horretan. Urte hauetan guztietan eremua hesitua eta kontrolpean izan arren, eraikinak oso zaharrituta daude. Denboraren zein naturaren kalteak nabarmenak dira, eta arriskutsu bihurtu da inguruotan ibiltzea.

Paragrafo espainiarra. Lerro guztiak beteta ditu, azkena izan ezik, zentratua baitago. Testuaren gorputzetik aparte geratzen diren testu motzetan erabili ohi da, epigrafeetan, eskaintzetan eta abarretan.

Ordutik 25 urte igaro dira, eta Bizkaiko Foru Aldundiak jolas parkea eraisteko erabakia hartu du. 1,6 miloi euro gastatuko ditu zeregin horretan. Urte hauetan guztietan eremua hesitua eta kontrolpean izan arren, eraikinak oso zaharrituta daude. Denboraren zein naturaren kalteak nabarmenak dira, eta arriskutsu bihurtu da inguruotan ibiltzea.

Paragrafo modernoa edo alemana. Lerro guztiak beteta ditu, azkena izan ezik, motza izan baitaiteke,

Ordutik 25 urte igaro dira, eta Bizkaiko Foru Aldundiak jolas parkea eraisteko erabakia hartu du. 1,6 miloi euro gastatuko ditu zeregin horretan. Urte hauetan guztietan eremua hesitua eta kontrolpean izan arren, eraikinak oso zaharrituta daude. Denboraren zein naturaren kalteak nabarmenak dira, eta arriskutsu bihurtu da inguruotan ibiltzea.

Paragrafo frantziarra. Koska frantziarretik sortzen den paragrafoa da.

Ordutik 25 urte igaro dira, eta Bizkaiko Foru Aldundiak jolas parkea eraisteko erabakia hartu du. 1,6 miloi euro gastatuko ditu zeregin horretan. Urte hauetan guztietan eremua hesitua eta kontrolpean izan arren, eraikinak oso zaharrituta daude. Denboraren zein naturaren kalteak nabarmenak dira, eta arriskutsu bihurtu da inguruotan ibiltzea.

Bandera-erako paragrafoa. Testua koskarik gabe eta alde bakarrean lerrokatuta. Ezkerrean lerrokatuta badago, bandera eskuinean daukagu, eta alderantziz. Hitzen artean, berezko tarteak uzten dira.

Orduetik 25 urte igaro dira, eta Bizkaiko Foru Aldundiak jolas parkea eraisteko erabakia hartu du. 1,6 milioi euro gastatuko ditu zeregin horretan. Urte hauetan guztietan eremua hesitua eta kontrolpean izan arren, eraikinak oso zaharkituta daude.

Orduetik 25 urte igaro dira, eta Bizkaiko Foru Aldundiak jolas parkea eraisteko erabakia hartu du. 1,6 milioi euro gastatuko ditu zeregin horretan. Urte hauetan guztietan eremua hesitua eta kontrolpean izan arren, eraikinak oso zaharkituta daude.

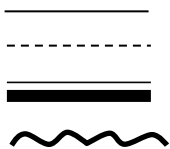
Lanpara-oina delako paragrafoa. Erdian lerrokatuta dago; eta lerroak gero eta motzagoak dira. Azalen izenburuetan, portadetan, azken oharretan eta abarretan erabiltzen da.

Orduetik 25 urte igaro dira, eta Bizkaiko Foru Aldundiak jolas parkea eraisteko erabakia hartu du. 1,6 milioi euro gastatuko ditu zeregin horretan. Artxandako eremua hesitua eta kontrolpean izan arren

Hainbat baliabide daukagu paragrafoak eta zutabeak bereizteko. Baliabide horiek apaingarri gisa ere erabili daitezke.

Haria. Paragrafoak bereizteko, nabarmentzeko edo apaintzeko erabiltzen den lerroa.

Ez du zertan lerro zuzena izan, ezta jarraitua ere; lerro batek baino gehiagok osa dezakete haria.



Lutoa. Lau puntu edo gehiagoko lodiera duen lerroa da.

———— 4 puntu

———— 5 puntu

Mehelina. Zutabeen artean uzten dugun tarte zuria.

Arte horretan, Ezterenzubitik (Baxenabarre) Baionara, Errobi errekaen iturritik bukaera arte, eta bere ibai adarretako urez arduratzen diren sindikatu eta eragileen artean bi hitzarmen izenpetu dira. Lehena 2001ean izan

zen, non 2011 arte hogei milioi euro inbertitu baitziren. Hemeretzi araztegi eraiki ziren, hiri handiek herri txikiak lagunduz diruz, ibaiaren gainaldean egiten zena behean ez zela egitekoa jabeturik.

Korondela. Mehelinaren erdian ipintzen dugun marra da. Zutabeen arteko bereizketa nabarmentzeko edo apaintzeko balio du.

Arte horretan, Ezterenzubitik (Baxenabarre) Baionara, Errobi errekaen iturritik bukaera arte, eta bere ibai adarretako urez arduratzen diren sindikatu eta eragileen artean bi hitzarmen izenpetu dira. Lehena 2001ean izan

zen, non 2011 arte hogei milioi euro inbertitu baitziren. Hemeretzi araztegi eraiki ziren, hiri handiek herri txikiak lagunduz diruz, ibaiaren gainaldean egiten zena behean ez zela egitekoa jabeturik.

Testua konposatzeko arau batzuk

Testuak konposatzen ari garenean –liburuak, aldizkariak eta mota horretako testu luzeak esan nahi dugu– arau batzuk jarraitzea komeni da. Testu horien diseinua oso aztertuta dago, eta arau horiek hartzailearengana hoberen heltzeko bidea argituko digute.

Hitzen arteko tarteak

Gizakiak lehenengo idazkiak eskuz egin zituenetik hona, hitzen arteko tarte estua da ondo maketatutako testuetan ikusten dugun ezaugarri bat. Tarte estu horrek hitzak lotzen laguntzen digu; horrek irakurgarritasuna errazten du, helduok ez baitugu letraz letra irakurtzen, hitz-taldeka baizik. Umeen kasuan ez da horrela gertatzen. Haiek bai,

hasieran letraz letra irakurtzen dute; gero, silabaz silaba; eta ondoren, hitzez hitz.

Horregatik, haienezako testua bada, tarte zabalagoa utzi beharko dugu hitzen artean.

Hitzen arteko tarte estu horrek estetikoki ere testu atseginagoa konposatzea ahalbidetzen digu. Horrela, ondo osatutako testu bat ildaska zuriek banandutako lerro beltzen sorta baten antzera hautemango dugu. Baina, tarte ez badugu zaintzen, hitzak isolatuta agertuko dira eta haien artean hainbat ibai edo kale nabarituko dugu.

Harekin ez dago erlaxatzerik; entrenamendu fisikoa motza bada, intentsitate oso altukoa izatea nahi du», deskribatu du Andoni Aretxabaletak (Markina-Xemein, Bizkaia, 1992), berezko duen grazia horrekin. Asegarceko pilotari bizkaitar ia guztiak bertan elkartzen dira goizero lan fisikoa egin, teknifikatu, partidak jokatu eta, nola ez, elkarri adarra jotzeko, eta animoak zein aholkuak emateko.

Hitzen arteko tarte egokia

Harekin ez dago erlaxatzerik; entrenamendu fisikoa motza bada, intentsitate oso altukoa izatea nahi du», deskribatu du Andoni Aretxabaletak (Markina-Xemein, Bizkaia, 1992), berezko duen grazia horrekin. Asegarceko pilotari bizkaitar ia guztiak bertan elkartzen dira goizero lan fisikoa egin, teknifikatu, partidak jokatu eta, nola ez, elkarri adarra jotzeko, eta animoak zein aholkuak emateko.

Hitzen arteko tarte desegokia

Lerroaren luzera

Berdin gertatzen da lerroaren luzerarekin. Testu jarraitua osatzen dugunean, arreta handia eman beharko diogu aldagai honi, irakurlea ez nekatzearen eta hurrengo lerroaren hasierara joatea ez zailtzearen.

Kontuan hartu behar da lerroa zenbat eta luzeagoa izan, luzeagoa izango dela begiak egin behar duen bidea; eta, hortaz, handiagoa izango da hurrengo lerroaren hasiera aurkitzeko zailtasuna. Baina beste muturrera ere ez dugu jo behar, hots, ez ditugu lerro motz asko jarraian idatzi behar, horrek begien mugimendua sarri aldatzea eskatzen duelako; eta, beraz, ikusmenaren nekea dakar.

Zein da, orduan, neurri egokia? Bada, esan ohi da lerro estandar baterako neurri egokia 50 eta 60 karaktereren artekoa dela, 10–12 hitz, gutxi gora behera. Edozelan ere, badaude lerroaren luzeran eragiten duten faktore batzuk.

Tipoaren nolakotasuna

Tipoaren tamaina. Tipoa zenbat eta handiagoa, lerroa ere luzeagoa.

Tipoaren erdiko begia. Erdiko begia zabala bada, hobeto hautemango dugu lerro luze batean.

Tipoaren diseinua. Serifdun tipoek irakurgarritasuna errazten dute; beraz, lerro luzeagoak onartzen dituzte.

Proiektuaren nolakotasuna. Arestian esan dugunez, ez da berdina helduentzako eleberri bat edo umeentzako ipuin bat diseinatzea; eta ez da berdina espezializatutako aldizkari bat edo testuliburu bat. Ikusi dugunez, proiektuaren nolakotasunak ere lerroaren luzera baldintzatzen du.

Lerroarte

Hitzen arteko tartea eta lerroaren luzera komentatu ondoren, ikus dezagun orain zer gertatzen den lerroartearekin. Ulertzekoa denez, lerroarte ere zaindu beharreko aldagai bat da, eta haren zabalera lotuta dago aurretiaz aipatutako elementuekin; esaterako, lerroa zenbat eta luzeagoa izan, lerroarteak orduan eta zabalagoa izan beharko du. Berdin gertatzen da karakterearen tamainarekin edota pisuarekin; karaktereak zenbat eta handiagoak edo pisutsuagoak izan, lerroarte orduan eta zabalagoa. Era berean, Serifik gabeko tipografiek serifdun tipografiek baino lerroarte

zabalagoa beharko dute irakurgarritasuna erraztearren. Eta jakina, goian esan dugun bezala, lan mota eta xede- publikoa zein den, lerroartea egokitu beharko da.

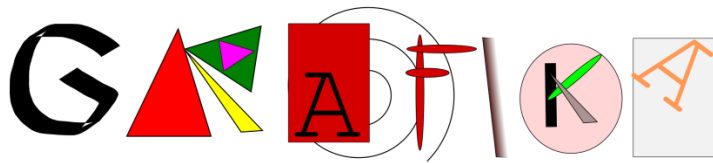
Euskara 21 batzordeko kide batzuek proposatu zioten Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzari horrelako dokumentu bat egitea. Ekainerako prestatu zuten. Orain hainbat eragileri bidali diete, ekarpenak jasotzeko asmotan.

Euskara 21 batzordeko kide batzuek proposatu zioten Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzari horrelako dokumentu bat egitea. Ekainerako prestatu zuten. Orain hainbat eragileri bidali diete, ekarpenak jasotzeko asmotan.

Euskara 21 batzordeko kide batzuek proposatu zioten Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzari horrelako dokumentu bat egitea. Ekainerako prestatu zuten. Orain hainbat eragileri bidali diete, ekarpenak jasotzeko asmotan.

Egoera bakoitzak bere lerroartea eskatzen du.

Tipografiaz egindako diseinu batzuk

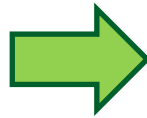


Kontuz ibili behar dugu geure tipografia sortzen badugu.

Gehiegizko originaltasuna ez da komenigarria.

wektorowa

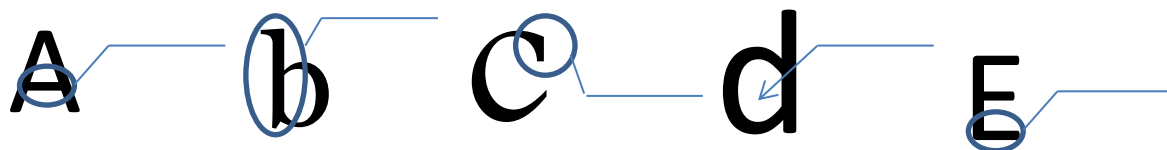
Interneten zure
diseinuetarako lagungarri
suerta dakizkizun tipografia
asko topa dezakezu.



Tipografia funtsezko
elementua izaten da
logotipoetan.



ARIKETAK



1. Izendatu karaktere horietan adierazitako ezaugarriak:
2. Sartu honako helbide elektroniko hauetan eta jolastu kerningarekin eta tipografien diseinuarekin.

<http://type.method.ac/#>

<http://shape.method.ac/>

3. Bikoteka jarrita, lortu elkarrizketaren bidez ahalik eta informazio gehien zure bikotekideari buruz: bere izaeraz, zaletasunez, indar-guneez, hutsunez eta abarrez. Ondoren, hura irudikatzen duen tipografia bat aukeratu eta haren izena idatzi, A4 batean. Erabili 60ko tamaina, gutxienez. Nahi duzun tipografia-aldaera erabil dezakezu (etzana, lodia...). Izenaren azpian zure aukeraketa argudiatu eta gela osoari azaldu.
4. Inguruan aurki ditzakezun elementu arruntak erabilia (boligrafoak, hostoak, paper-txatalak, txintxetak...), tipografia baten alfabeto osoa diseinatu eta collage batean aurkeztu (letra larriak, xeheak edo biak). Ondoren esaldi bat idatzi; baita collage batean ere. Klasean aurkezteko, collage horiei argazki bat atera ahal diezu eta ordenagailuaren bidez erakutsi.
5. Familia bakoitzeko gutxienez tipografia bat duen katalogo bat egin. Bertan tipografiaren izena, familia, ezaugarriak eta adibideak agertu behar dira.

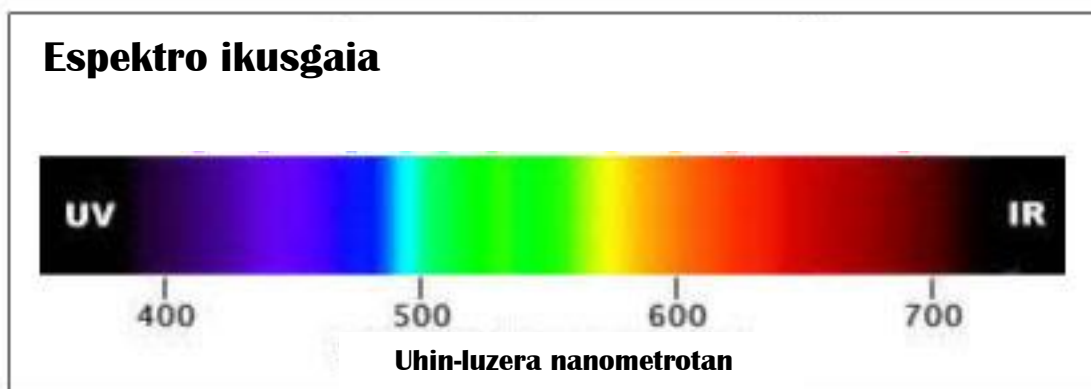
KOLOREA

Gure inguruko gauza guztiek kolorea daukate, baina nondik datorkie daukaten kolore hori?

Badirudi Isaac Newton izan zela horri erreparatu zion lehena. Gela hertsia eta ilun batean itxita, argi izpi bat sartzen utzi zuen eta prisma triangeluar baten zehar pasarazi zuen. Orduan ikusi zuen kristalean zehar pasatzean argia sei koloretan banatzen zela: gorria, laranja, horia, berdea, urdina eta morea.

Horrela, ondorioztatu zuen argi zuria beste kolore guztiek osatzen dutela eta objektu batekin talka egiten duenean objektu horrek koloreetako batzuk xurgatu eta beste batzuk islatzen dituela. Islatzen dituen koloreak dira guk ikusten ditugunak.

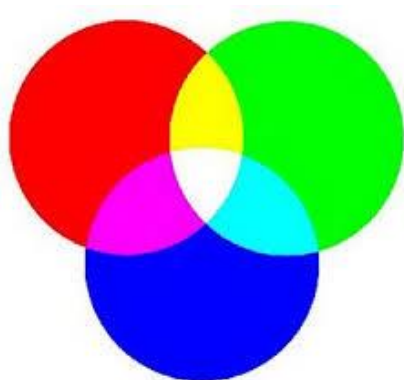
Kolorea, beraz, argiaren uhin elektromagnetikoen sortzen dute. Uhin horiek argi mota ezberdinak sortzen dituzte, euren uhin-luzeraren arabera; esaterako, infragorria, ikusgaia, ultramoreta eta zuria. Espektriko ikusgaia uhin-luzeraren 380 eta 770 nanometroaren artean kokatuta da.



KOLORE-MODUAK

Arte Grafikoetan bi kolore-modu bereiz dezakegu: RGB eta CMYK. RGB gisa kolorea argiaren bitartez lortzen da. Argazki-kameretan, eskanerretan eta monitore eta pantailetan erabiltzen da. Sintesi batukorraren metodoa da; horrek esan nahi du kolore zuria hiru kolore primarioen batuketaren bidez lortzen dela. RGBko kolore primarioak gorria (red, R), berdea (green, G) eta urdina (blue, B) dira. Batukorra da zuria argi guztiaren batura delako.

CMYK moduan kolorea pigmentuen bitartez lortzen da. Sintesi kenkorren metodoa da, hots, beltza, ziana (cyan, C), magenta (magenta, M) eta horia (yellow, Y) neurri berean nahastuz lortzen dugu. Kenkorra deitzen da pigmentuak gehitu ahala kolorea gutxitzen delako. K letra beltzari dagokio; zian, magenta eta horiaren nahasketak oso beltz eskasa ematen du eta beharrezkoa da pigmentu beltza ere erabiltzea inprimaketaren koloreei sendotasuna emateko. CMYK da inprimaketarako erabiltzen dugun sistema.

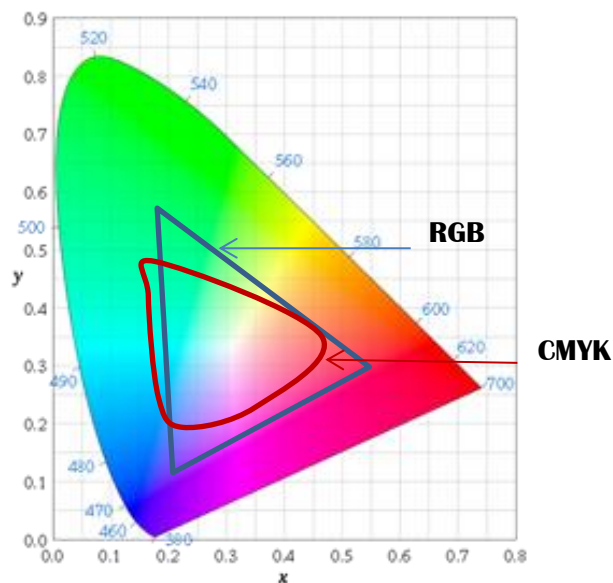


**RGB edo sintesi
batukorra**



**CMYK edo
sintesi kenkorra**

Edonola ere, sistema horietako batek ere ezin ditu kolore guztiak erreproduzitu. Giza begia edozein inprimatze-lanetan edo ordenagailutan lor ditzakegun kolore guztiak baino gehiago hautemateko gai da. Gizakiok hauteman ditzakegun koloreak CIE XYZn jasota egongo lirateke, eta horien barruan leudeke bitarteko mekanikoen bidez lor ditzakegunak. CIE XYZ edo kolorearen LAB-eremua hiru dimentsioko eremu matematiko bat da, eta bertan koloreak koordinaden bidez adierazten dira. Balio egonkorra dauka gailuetatik independentea delako, eta, gailua edozein dela, balioa ez da aldatuko. Hori da haren abantailarik handiena.



KOLOREA KUDEATZEA

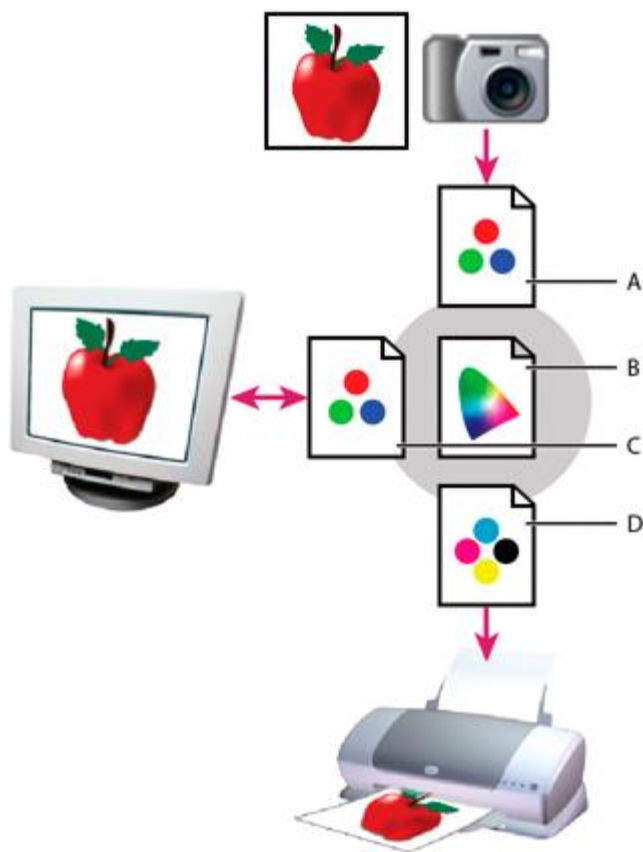
Kolorea oso elementu garrantzitsua da diseinuaren prozesu osoan zehar. Funtsezkoa da azken emaitzan agertzen dena hasieratik nahi genuenaren berdina izatea, eta horretarako behar-beharrezkoa da kolorearen kudeaketa egokia egitea. Horren helburua litzateke bezeroaren aurrean kalitatea eta ospea mantentzea. Kolorearen kudeaketa egokiak, gainera, lanak errepikatu behar ez izaten lagunduko digu.

Zergatik kudeatu behar dut kolorea?

Koloreak oso aldakorak dira. Ez da berdina pantailan ikusten dudana kolorea eta inprimatuta daukadana. Ez da berdina pantoneran ikusten dudana kolorea eta monitorean ikusten dudana. Bi monitoretan ere, baliteke kolore bera ezberdin ikustea; zer esanik ez pdf bera bi inprimategitara eramaten badugu. Beraz, nahi dugunaren eta lortzen dugunaren arteko aldea ahalik eta txikiena izan dadin, urrats batzuk jarraitu beharko ditugu.

Kolore-profilak

ICC profila datu-multzo bat da. Datu horiek sargailuetan, ateragailuetan edota kolore-eremuetan txertatuta daude, Kolorearen Nazioarteko Partzuergoak (ICC) ezarritako estandarren arabera. Horrela, koloreak gailu batetik bestera egokitu ahal izango dira profilaren zehaztasunen arabera, eta horrek bermatuko du prozesu osoan kolore berdina ikusiko dugula, irudia hartzen dugunetik inprimatzen dugun arte. Horretarako gailu bakoitzak bere profila eduki beharko du, baita dokumentuak berak ere.



Creative Suite. Adobe.com

A. Profilek sargailuaren eta dokumentuaren kolore-eremuak zehazten dituzte.

B. Kolorearen kudeaketa-sistemak dokumentuaren benetako koloreak identifikatzen ditu profilen deskripzioen bidez.

C. Monitorearen profilak kolorearen kudeaketa-sistemari esaten dio nola bihurtu dokumentuaren balio numerikoak monitorearen kolore-eremura.

D. Ateragailuaren profilaren bidez, kolorearen kudeaketa-sistemak dokumentuaren balio numerikoak ateragailurako balio bihurtzen ditu egoki inprimatzeko.

Hurrengo hauek lirateke profilik ohikoenak:

RGB kolore-profilak

- Apple RGB
- Adobe RGB
- CIE RGB (ez da erabiltzen)
- sRGB (kamera konpaktuena)

CMYK kolore-profilak

- Euroscale Coated*
- Euroscale Uncoated
- Coated Fogra 39/ 29
- Coated Fogra 27: Adoberen Creative Suiteren kolore-profila.
- Newspaper

*Coated profilak paper iztukatueterako dira.

KOLOREA GURE DISEINUETAN

Gure diseinuak osatzen dituzten osagaien artean garrantzitsuena zein den esan beharko bagenu, ziur aski kolorea dela esango genuke. Jakin badakigu diseinu batean osagai guztiak erabat erlazionatuta daudela, baina kolorea da, beharbada, bisualki gehien nabarmentzen dena. Horrez gain, koloreak gure diseinuaren nortasuna zehazten du hein handi batean. Diseinu berean kolore bat edo beste bat aukeratzeak haren esanahia alda dezake, baita kolore beraren barruan aukeratutako tonu-ñabardurek ere. Ikas dezagun orain zerbait gehiago koloreen inguruan ondoren nola erabili jakiteko.

Kolore motak

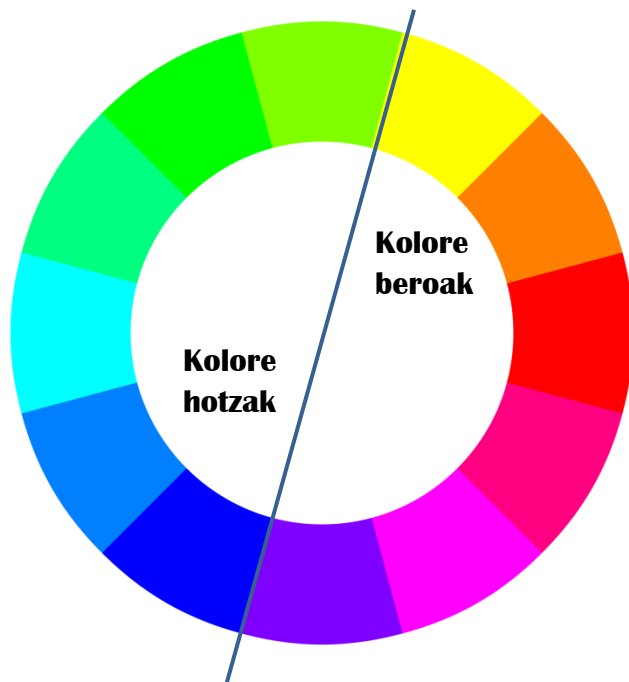
Esan dugunez, bi kolore-modu daukagu: RGB eta CMYK, eta modu bakoitzak bere oinarrizko koloreak dauzka. RGBren kasuan gorria, berdea eta urdina dira, eta CMYKren kasuan ziana, magenta eta horia. Oinarrizko kolore horietako bi proportzio berean nahasten baditugu kolore sekundarioak lortzen ditugu. Kolore tertziarioak, bestalde, oinarrizko bat eta sekundario bat nahastean lortuko ditugu. Azkenik, kolore osagarriak aipatuko ditugu. Zirkulu kromatikoan kolore osagarriak aurrez aurrekoak dira; alegia, zirkulua erditik zeharkatzen duen lerro batek lotzen dituen bi koloreak. Euren artean tonu kontrasterik handiena daukate.

Oinarrizko koloreak



RGBren oinarrizko koloreak CMYKren sekundarioak eta osagarriak dira, eta alderantziz. Haien artean geratzen direnak kolore tertziarioak dira.

Aurrekoa koloreen balizko sailkapen bat da, baina koloreak beste era batzuetara ere sailka daitezke; esaterako, kolore hotzak eta beroak. Kolore hotzak urdinetik berdera doazenak dira, eta kolore beroak, aldiz, gorritik horira doazenak. Hartara, goiko zirkulu kromatikoa horrela banatuko genuke kolore hotz eta beroen artean.



Kolore hotzak eta beroak horrela deitzen dira eragiten duten sentrazioagatik. Normalean kolore hotzak gauarekin, iluntasunarekin, euriarekin, elurrarekin..., azken finean, hotzarekin erlazionatzen ditugu. Kolore beroak, berriz, egunarekin, argiarekin, eguzkiarekin eta beroarekin lotzen ditugu.

Kolore hotzak



Kolore beroak



Koloreak erabiltzen ditugunean, bi printzipio jarrai dezakegu: harmonia edota kontrastea.

Harmoniaz hitz egiten dugunean, esan nahi dugu kolore guztiek osagai komun bat daukatela. Hartara, konposizio harmoniatsuak kolore beraren modulazioak erabiltzen dituztenak dira, baina baita pigmentuaren proportzioren bat partekatzen duten kolore ezberdinak erabiltzen dituztenak ere.

Konposizio harmoniatsuetan gutxienez hiru kolore egon ohi dira: nagusia, tonikoa eta bitartekaritzakoa.

Nagusia neutroena eta ugariena da, gainerako koloreak nabarmentzeko balio du.

Tonikoa, normalean, nagusiaren osagarriaren gaman egon ohi da, eta ahaltuena izaten da.

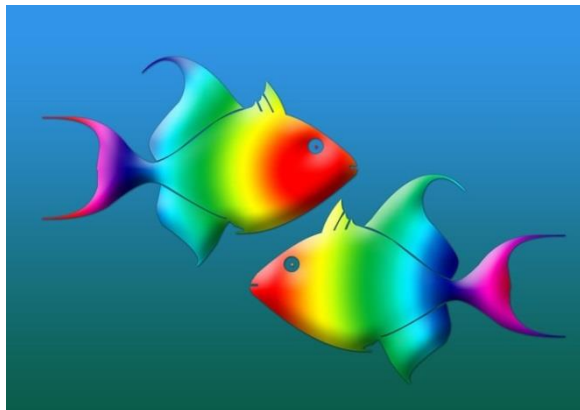
Bitartekaritzakoak aurreko bien arteko trantsizio-lana egiten du. Zirkulu kromatikoan tonikotik hurbil egon ohi da.

Diseinu harmoniatsua



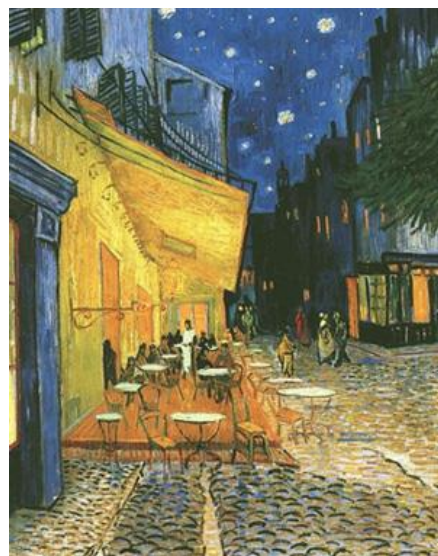
Kontrastea bi koloreren ezaugarrien arteko aldean datza. Ikusle arruntak alde hori era intuitiboan hautematen du, baina diseinatzaileak bere teknika ondo ezagutu behar du egoki erabiltzearen. Hainbat kontraste mota dago.

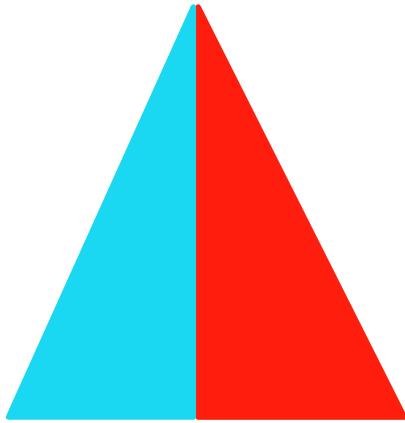
Tonuaren kontrastea. Kolore aseak elkarren ondoan ipintzen ditugunean lortzen dugun kontrastea da. Koloreak zirkulu kromatikoan zenbat eta urrunago egon, orduan eta kontraste handiagoa lortuko dugu.



Argi-ilun kontrastea. Balio argiak eta balio ilunak dituzten koloreak elkarren ondoan ipintzean lortzen dugun kontrastea da. Argitasuna zenbat eta handiagoa izan, orduan eta kontraste handiagoa lortuko dugu. Muturretan zuria eta beltza daude.

Temperatura-kontrastea. Kolore hotzak eta beroak kontrajartzen ditugunean suertatzen da.





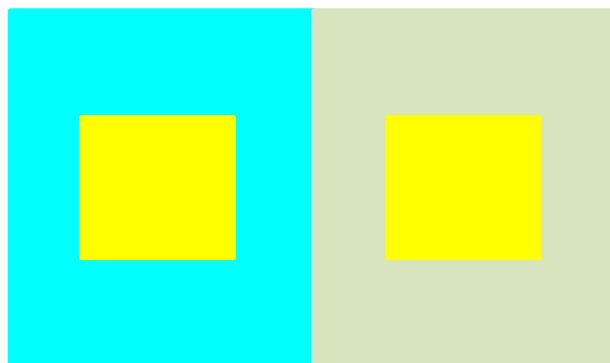
Osagarrien kontrastea. Zirkulu kromatikoan aurrez aurre dauden koloreak elkarren ondoan ipintzen ditugunean lortzen dugun kontrastea da. Kolore horiek aseak badira, kontraste handiagoa lortzen dugu. Elkarreagin horren ondorioz, kolore biak biziago hautematen ditugu. Koloreek dar-dar (bibratu) egiten dutela esaten dugu.

Asetasun-kontrastea. Kolore biziak eta kolore motelak erabiltzen ditugunean lortzen dugun kontrastea da. Kolore aseak biziago agertzen dira eta kolore ez-aseak motelago.



Kantitate-kontrastea. Kolore bat bestea baino proportzio askoz handiagoan erabiltzen dugunean lortzen dugun kontrastea da.

Aldibereko kontrastea. Kolore bera ezberdina irudi dakiguke ondoan daukan kolorearen arabera. Ondoan daukazu adibidean horia bera da bieran, baina beste bat ematen du kasu bakoitzean inguruan daukan beste kolorearen eraginez.



Kolorearen funtzioak eta esanahia

Koloreak hiru funtzio dauka: denotatiboa, konnotatiboa eta eskematikoa.

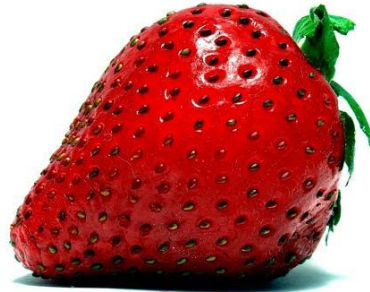
Funtzio denotatiboa

Kolore denotatiboaz hitz egiten dugu kolorea irudia adierazteko ahalmenarekin erabiltzen dugunean, kolorea objektuen ezaugarri errealista edota naturaltzat hartzen dugunean. Marrubi bat gorria da, eta gorri agertzeak errealagoa egiten du. Funtzio denotatibo honek hiru maila dauzka: ikonozkoa, asea eta fantasiakoa.

Ikonozkoa. Objektua bere benetako kolorearekin agertzen da errealitatera hurbiltzearen.



Asea. Hemen kromatismoa exageratu egiten da irudia nabarmentzeko helburuarekin.



Fantasiakoa. Hemen ez dago fideltasunik ezta gehiegikeriarik ere; kolorea aldatu egiten da anbiguotasuna sortzearen, eta fantasiakoa errepresentazio bat sortzen da.



Funtzio konnotatiboa

Kolorearen funtzio konnotatiboa subjektibotasunari dagokio, kolorearen alderdi sinbolikoaz eta psikologikoaz ari da. Pertzepzioari eragiten dion osagai estetiko bat da. Funtzio konnotatiboaren barruan kolore psikologikoa eta kolore sinbolikoa bereiz ditzakegu.

Kolore psikologikoa

Kolore psikologikoa sentipen bat da eta sentiberatasunari eragiten dio, ikusten dugunaren esanahia aldaraziz. Hartara, esan ohi da kolore bakoitzak berezko esanahia daukala. Ondoren ohikoenak ikusiko ditugu.

Zuria. Garbitasuna,
purutasuna, argitasuna,
isiltasuna, etab. adieraz
ditzake.



Beltza. Misterioa, beldurra, etab.
adierazten ditu; baina baita
dotoretasuna, indarra, boterea
edota neurritasuna ere adieraz
ditzake.



Gorria. Pasioa, beroa,
kitzikapena, sentsualitatea,
arriskua, oldarkortasuna,
etab. adieraz ditzake.



Urdina. Lasaitasuna, atsedena,
konfiantza, profesionaltasuna,
teknologia, etab. adieraz
ditzake.



Berdea. Freskotasuna, bizitza,
natura, ongizatea,
oparotasuna, etab. adieraz
ditzake.



Edonola ere, aurreko konnotazioak ezin dira zerbait absolututzat hartu. Kolore bakoitzaren esanahia, azken finean, haren testuinguruaren araberakoa izango baita.

Kolore sinbolikoa

Kolore sinbolikoa –psikologikoa ez bezala, baina horrekin lotuta– kodifikazio bat da. Alde horretatik, zentzumen-fenomeno bat izatetik, bat-batekoa eta orokorra, kultura-fenomeno bat izatera igaro da. Sinbolo bat, ikur bat, zerbaiten adierazgarri den zeinua da, baina ez dago kausazko harremanik ikurraren eta adierazten duenaren artean. Esaterako, mendebaldean zuria purutasunaren kolorea da, baina Japonen heriotzarena; gorria, guretzat, arriskuaren kolorea da, baina Txinan ospakizunena.

Funtzio eskematikoa

Kolorea bere testuinguru ikonozkotik edo denotatibotik atera daiteke, eta, abstrakzio bat eginda, haren egoerarik puruenera eraman daiteke. Horrela, kolore eskematikoa nahierara erabil daiteke, tonu eta ñabardura guztiekin, baina beti kolore laua izango da. Funtzio eskematikoaren barruan kolore enblematikoa eta seinaletako kolorea dauzkagu.

Kolore enblematikoa

Kolore enblematikoetan sinbolismo praktikoa, erabilgarria, antzematen dugu. Inguruko erakundeak, instituzioak, zerbitzuak eta abarrak ezagutzeko eta gogorarazteko asmoz sortutako kode kromatiko bat da. Kolore enblematikoek euren esanahiari eusten diote tradizioari esker.



Seinaletako kolorea

Kasu honetan helburua da arreta bisuala gune zehatzetara bideratzea indar handia duten ikur grafikoek bidez. Kolore lauak izan ohi dira, eta, ikusgaitasuna baliatuta, informazioa nabarmentzea dute helburu. Kolore hauen erabilera, normalean, araututa egoten da (trafikoko seinaleak, itsas kodea, etab.)



Ikerketa baten ostean, Karl Borggraffek seinaleetako koloreetarako probetxugarria izan daitekeen ikusgaitasunaren arabera sailkapen bat ezarri zuen.

1	Beltza - Horia	6	Zuria - Urdina
2	Horia - Beltza	7	Urdina - Horia
3	Berdea - Zuria	8	Urdina - Zuria
4	Gorria - Zuria	9	Zuria - Beltza
5	Beltza - Zuria	10	Berdea - Horia

ARIKETAK

1. Interneteko irudi batzuk hartu eta Photoshopen ireki. Ondoren, inprimatzeko kolore-modua eta profil egokiak ezarri. Berdin egin Illustratoren zuk sortutako diseinu batzuekin.
2. Zeure zirkulu kromatikoak sortu paperean eta ordenagailuan, Illustrator programa erabilita.
3. Hartu irudi bat eta haren itxura aldatu, Photoshop programak kolorea aldatzeko eskaintzen dituen aukerak erabilita (monotono, indexado, zuri-beltza, kolore-kurbak, saturazioa).
4. Sortu diseinu bat koloreen harmonia erabilita eta beste bat koloreen kontrasteetako bat erabilita; eta ondoren, klasean azaldu.
5. Seinale-kode bat garatu instituturako.

LOGOTIPOAK KORPORAZIOAREN BISUALA

ETA IDENTITATE

Atal honetako bi arlo horiek, logotipoak eta korporazioaren identitate bisuala, erruz jorratzen dira arte grafikoetan, eta ikastaro honetan ere haien inguruko lanketa sakona egingo dugu. Berez, bi gauza ezberdin izan daitezke, logotipoa bere horretan gera baitaiteke; hots, norbaitek logotipo bat eskatu ahal digu eta ez besterik. Aldi berean, dagoeneko bere logotipoa daukan enpresa batek bere identitate bisuala garatzeko esan ahal digu. Baina oso ohikoa da, baita ere, bezero batek prozesu osoa egiteko eskatzea, logo bat sortzetik identitate bisual osoa zehazteraino. Edonola ere, edukiak errazte aldera, hemen, lehenengo logotipoak aztertuko ditugu; eta, ondoren, korporazioaren identitate bisual osoa landuko dugu.

LOGOTIPOAK, ISOTIPOAK, IMAGOTIPOAK ETA ISOLOGOAK

Logotipoez hitz egiten badugu, argibide batzuk eman behar ditugu. Azalpen hau amaitzen dugunean, logo hitza esanahi zabalarekin erabiliko dugu, baina lehenago hitz horren atzean zenbait kontzeptu daukagula ikasi behar dugu.

Logotipoak tipografia besterik erabiltzen ez duten bereizgarriak dira.



Isotipoari buruz ari garenean, markaren alde sinbolikoa edo ikonozkoaz ari gara.

Isotipoa ikur bat da, berez ulertzeko moduko ikur bat.



Imagotipoa ikur-testu multzoa da. Bertan biak, ikurra eta testua, argi bereizten dira eta bananduta joan daitezke.



Isologoaren kasuan, ikurra eta testua erabat uztartuta daude eta ezin dira banandu.



Oso garrantzitsua da aurreko termino guztiak ezagutzea; baina, hasieran esan dugunez, guk logo hitza erabiliko dugu, oro har. Nola diseinatu, orduan, taxuzko logo bat? Bada, lehenik eta behin, liburu honen hasieran aipatu ditugun Gavin Ambrosek eta Paul Harrisek diseinatzeko eman zituen faseei jarraitu behar diegu. Funtsezkoa da jakitea zein den gure xede-publikoa, nori zuzendu nahi diogun gure logoa, zein den bezeroaren asmoa, zer komunikatu nahi duen... Horren ostean, ikerketa fasean lantzen

ari garen arloan zer dagoen eginda ezagutu behar dugu; adibidez, zein diren erabili ohi diren koloreak. Baina, logoa sortzeari ekiten diogunean, komeni da alderdi batzuk kontuan hartzea.

1. Logo bat ezin da etengabe aldatu, denboraz kanpokoia izan behar du. Horregatik, garai bateko modaren arabera diseinatzen baduzu, moda hori desagertzen denean, zure logoa zaharkitua geratuko da.



Egia da denbora igarota egin daitekeela, eta egin behar dela, logoaren *restyling* edo berdiseinatze bat, baina, oinarrian, logoak iraunkorra izan behar du.



2. Logo batek hainbat euskarritarako egokitua izan behar du. Diseinatzen hasi aurretik komeni da jakitea logo hori zein euskarritan erreproduzitu den (paperean, webean, uniformeetan, boligrafoetan eta abarretan). Horietan guztietan logoa ondo ikus dadin eginahalak egin beharko ditugu. Hartara, komeni da logoa bektoriala izatea, ondoren arazorik gabe eskalatu ahal

izateko. Gogoratu ondo funtzionatu behar duela koloreak alderantzikatuta edo positiboan eta negatiboan.



3. Logo batek inprimagarria eta erabilgarria izan behar du. Arte grafikoetako langileak gara eta inprimaketa-prozesuen gaineko ezagutza daukagu; eta badakigu, adibidez, hainbat pantone erabiltzen duen diseinu bat inprimatzea oso nekeza eta garestia dela. Halaber, kolore asko edota trazu fin eta ugari dituen diseinuak zailtasun handiagoa dakar inprimatzeko orduan. Horregatik, logoa ahalik eta soilena izatea komeni da. *Gutxiago gehiago da.* Alderatu honako logo hauek, eta ulertuko duzu zer esan nahi dugun.



4. Azkenik, logo batek egokia izan behar du. Horrek esan nahi du, batetik, ez dela zalantzarik egon behar zer adierazi nahi duen, eta bestetik, ezin dela izan dagoeneko badauden beste diseinu batzuen berdina. Horretarako bide bat da zure inguruan testatzea; zure lagun eta hurbilekoei logoa erakutsi eta zer ulertzen duten galdetzea.



Nabarmen
desegokiak
diren logoak



Frigo izozki-markaren imagotipoa eta Ágata Ruiz de la Pradak Espainiako Itzulirako egindako diseinua.

KORPORAZIOAREN IDENTITATE BISUALA

Lehenik eta behin, bi kontzeptu ezberdin adierazten dituzten bi hitz argitu behar ditugu; irudi korporatiboa eta korporazioaren identitate bisuala. Oso ohikoa da biak nahastuta ikustea eta entzutea, baina, lotuta badaude ere, bakoitzak bere esanahia eta bere esparrua dauzka.

Irudi korporatiboa da entitate zehatz bati buruz daukagun ikuskera; hots, ea erakunde hori ona ala txarra iruditzen zaigun, bezeroari arreta egokia ematen dion, kalitatezko zerbitzua eskaintzen duen; enpresak erakutsi nahi dituen balioen aurrean zer jarrera

eta koherentzia daukan... Irudi korporatiboa ona izan dadin, bi kontzeptu batu behar dira: entitatearen kideen enpresa-jarrera eta identitate bisuala. Bietako batek huts egiten badu, irudi korporatiboari eragingo dio.

Korporazioaren Identitate Bisualak bere baitan hartzen ditu marka baten identifikatze berdingabe eta unibertsala lortzeko baliatzen ditugun zeinuak eta bitarteko guztiak; hala nola, diseinu industrial edota arkitektonikotik diseinu grafikoraino, eta horien barruan logotipoa, paper-gauzak (bisita-txartelak, gutun-azalak, promozioko karpetak...), publizitate kartelak eta iragarkiak, ibilgailuak, langileen jantziak, *merchandisinga*, saltokiak eta beste asko. Denak komunikatzen du, eta denak laguntzen du enpresaren identitate bisual koherentea eraikitzen. Korporazioaren Identitate Bisuala sortzeko prozesuan, erakunde batek azaltzen dituen erakusbide guztiek bat egingo dute estrategia globalarekin.

Bukatzeko, beraz, esango dugu Korporazioaren Identitate Bisuala erakunde baten errepresentazio bisuala dela, eta erakunde horren balioak eta filosofia islatzen dituela.

- Identitate bisualak erakundea identifikatzeko era bat eskaintzen digu, gainerako enpresen artean ezagutzeko modu bat.
- Lehenengo ustea oso garrantzitsua da, eta maiz lehenengo uste hori identitate bisualaren bidez hartzen dugu (eskuorri bat, iragarki bat, etab.).
- Identitate bisual bateratu eta argi batek –ezagutzeko modukoa eta denboran iraunkorra– erakundeari ospe ona ematen dio, konfiantza adierazten du.
- Identitate bisualak kanpoarekiko hartu-emana errazten du.
- Identitate bisualak erakunde bateko kideak partaide senti daitezzen laguntzen du.

Korporazioaren identitate bisualaren gidaliburuan zehazten da identitate bisuala. Bertan, hasieran, erakundearen filosofia azaldu ohi da, eta ondoren logoa (marka), diseinua, tipografia eta koloreak jasotzen dira. Gidaliburuan aurreko elementu horien erabilera egokiak eta desegokiak agertzen dira: logoaren babes-eremua, gutxieneko neurriak, erabil daitekeen kolore-gama, tipografia nagusia eta sekundarioa, tipografia bakoitzaren erabilera... Oso ondo zehaztu behar da zer eta nola erabiliko den une eta euskarri bakoitzean, kanporako irudia koherentea izan dadin.

ARIKETAK

1. Egin logotipo baten birdiseinatzea, irakasleak emango dizun briefingean oinarrituta.
2. Bikoteka edo hirukoteka jarrita, egin enpresa baten logotipoa, isotipoa, imagotipoa eta isologoa, irakasleak emango dizuen briefingean oinarrituta.
3. Bikote/hirukote berdinetan, sortu zeuen diseinu-enpresaren logotipoa modu orokorrean ulertuta.
4. Sortu zuen enpresaren identitate bisuala eta gidaliburu batean jaso.

BIBLIOGRAFIA

ALONSO, F., DOÑA, P., JIMÉNEZ, M., RODRIGUEZ, CRISTOBAL S. *Tratamiento de imágenes gráficas por procedimientos digitales*. Madrid. Paraninfo. 2001

AMBROSE, G.; HARRIS, P. *Metodología del diseño*. 3.edizioa. Parramon, 2015.

BOSCARDIN, JUAN S. *El lenguaje gráfico. Composición y ubicación de los elementos de diseño* [en línea]. Hemengo honetan eskuragarri:

http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_grafico.pdf

DE GREGORIO, J. P. *Lo básico del diseño gráfico* [en línea]. Hemengo honetan eskuragarri:

<http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/3519824/Diseno-Grafico-Aprende-lo-Basico-muy-util-muy-sim.html>

La Prestampa [en línea]. Artes gráficas y proceso gráfico. [2015eko azaroaren 23an kontsultatua]. Hemengo honetan eskuragarri:

<https://laprestampa.wordpress.com/artes-graficas-y-proceso-grafico/>

Máquinas y fieras [blog]. [2015eko abenduaren 6an kontsultatua]. Hemengo honetan

eskuragarri: <http://maquinasyfieras.blogspot.com.es/2010/09/clasificacion-tipografica-de-maximilien.html>

Unos tipos duros [en línea]. Normas de composición. Letras, palabras y líneas.

[2015eko abenduaren 5ean kontsultatua]. Hemengo honetan eskuragarri:

<http://www.unostiposduros.com/normas-de-composicion-letras-palabras-y-lineas/>

WONG, W. *Fundamentos del diseño*. Barcelona. Gustavo Gil. 2015.

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22. ed.). Hemengo

honetan eskuragarri: <http://www.rae.es/rae.html>

Elhuyar hiztegia: <http://zthiztegia.elhuyar.eus/>

Entziklopedia Laburra: <http://www.donostia.org/euskara/entziklopedia.nsf>