

Disseny de cartells

Comunicació



Centre de Recursos
per a les Associacions Juvenils
de Barcelona

Maig 2017

Fitxa temàtica 71

“El disseny intenta simplificar una sèrie d'elements en una única imatge, de manera senzilla i a través d'una composició atractiva. És un procés que projecta idees, selecciona informació, organitza, programa i coordina els diferents elements.”

El gran volum de continguts que es mou a través de la xarxa pot ser un inconvenient a l'hora de donar a conèixer les novetats o esdeveniments que organitzem des de l'entitat. Per això, cal parar atenció en la forma que utilitzem per anunciar la informació, treballant degudament la presentació de les activitats.

Per aquest motiu us presentem aquesta nova Fitxa Temàtica sobre comunicació gràfica i disseny de cartells: un document que us ofereix **idees i consells a l'hora de dissenyar material gràfic.**

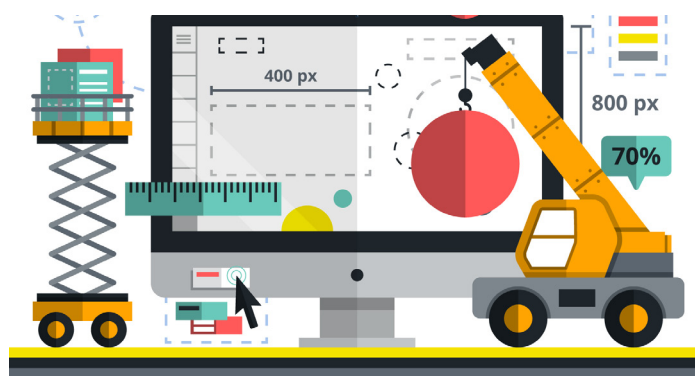
Cal saber que la comunicació gràfica està constituïda per missatges visuals: és un sistema de **transmissió de senyals, el codi de les quals és el llenguatge visual.**

L'associació emet un missatge configurat per una sèrie d'elements. Aquests són el que entenem com a codi i es donen a conèixer a través d'un canal específic, que en aquest cas es tracta del cartell. L'entitat emissora ha de combinar la comunicació amb la creativitat.

El disseny, per tant, intenta simplificar en una imatge una sèrie d'elements de manera senzilla i a través d'una composició atractiva. És, doncs, un procés que projecta idees, selecciona informació, organitza, programa i coordina elements.

El missatge en el disseny de la comunicació gràfica està format per un **contingut** (la informació que volem donar), un argument (una lògica informativa) i una **configuració** (la gestió dels elements).

Aquest missatge i els seus components estan enfocats a un públic específic i es desenvolupen mitjançant un llenguatge visual i una sintaxis visual.



1. Què és un cartell?

És un material gràfic que transmet un missatge i que està integrat en una unitat estètica. Presenta informació de manera concisa i directa i té una funció informativa que s'assoleix a través d'una comunicació clara, d'atractiu visual i de certa força emotiva.

Els cartells són un recurs efímer i valuós, on la informació l'ha de facilitar l'enginy, la simplicitat i la intuïció en la composició dels elements que hi apareixen.

La **funció del cartell varia segons el tipus de informació** que presenta. El cartell envia sempre un missatge determinat amb el propòsit de ser recordat pel seu receptor i d'actuar en concordança amb al que proposa o emet.

1.1. Tipus de cartells i funcions

Distingim dues classificacions de cartells, que alhora estan determinades per la seva funció específica:

- **Cartells informatius:** dissenyats per comunicar esdeveniments, conferències, cursos, reunions socials, espectacles o similars. En definitiva, per donar a conèixer activitats o actes concrets de l'entitat. El text és el més important del cartell perquè ofereix les dades de l'esdeveniment.
- **Cartells formatius:** tenen una funció divulgativa o educativa. Acostumen a estar relacionats amb la prevenció

o millora d'hàbits, la salut o la seguretat i estan orientats a motivar al públic amb actituds de confiança, consciència o esforç. En el cartell formatiu la imatge hi predomina i el missatge s'expressa de manera clara i recolzat sobre un text breu.

2. Els cartells i el llenguatge visual

2.1. El missatge i el text complementari

El títol: És el titular del cartell que pretén captar l'atenció de la persona que el rep. En el cas dels cartells informatius, resumirà el nom de l'activitat que es dona a conèixer. En el cas dels cartells formatius, farà menció a la idea de la qual el públic cal que prengui consciència.

El títol és un **element imprescindible** en qualsevol dels dos tipus de cartells. Ha de constar amb un cos de lletra que ens permeti llegir-ho a tres metres de distància. És un element verbal que té la **finalitat d'atraure i de resumir**. Vol captar l'atenció de l'observador i provocar una sensació.

S'aconsella que sigui breu, amb capacitat persuasiva, que reforci el contingut principal del missatge i que encaixi amb el conjunt del cartell, respectant la resta d'elements que hi apareixen. Sovint, en el cas dels cartells formatius, el títol es reemplaça per l'eslògan.

L'eslògan: És una frase curta, sense descripcions, original, fàcil de recordar, clara i engrescadora. L'eslògan sempre ha de provocar alguna sensació i es converteix a la llarga en la idea-resum de l'entitat o de la campanya.

Té molt en compte el **principi de l'economia del llenguatge**: sintetitza o elimina les unitats que no siguin imprescindibles. Es dona prioritat a les paraules planes (substantius, verbs i adjectius), en detriment de les paraules eina (articles, preposicions i conjuncions).

La mida de la lletra de l'eslògan és lleugerament més petita que la del títol.

La informació complementària: Aquest text compleix una doble funció en el cartell: reforça el titular i ofereix una impressió d'equilibri en la composició. La redacció d'aquest text no ha de ser molt extensa, s'ha de visualitzar en pocs segons. El text ha de ser curt, directe i clar, pretenent comunicar amb les mínimes paraules possible.

La informació complementària acostuma a estar ubicada **al peu del cartell** i la mida de la lletra és inferior a la del títol i a la de l'eslògan. Té la funció de clarificar i aprofundir en el missatge. Ofereix detalls que amplien la informació del títol i globalitzen la informació, es a dir, la contextualitzen.

Com a informació complementària, entenem les dades de l'esdeveniment (ubicació, dates, contingut de les

sessions...), ampliació o breu explicació del títol i dades de contacte (xarxes socials, telèfon, pàgina web, ubicació de l'entitat).

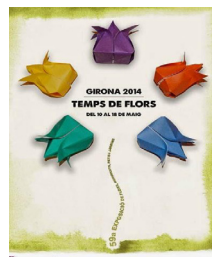
Les imatges: Són la síntesis que resumeix la idea del missatge en la mínima expressió gràfica. Una imatge és sempre una representació sobre un suport (en paper, sobre pel·lícula, digital...) i és un missatge en sí mateix. Tenen una estreta relació amb el títol del cartell.

L'ull humà rep un 80% de la informació exclusivament per la percepció visual i això dota a la imatge d'un pes especial dins de la composició del cartell. Tot i així, és recomanable que **no ocupin més d'un terç de l'espai**.

La imatge pot assumir diferents tipus de funcions. En distingim tres:

- **Funció descriptiva:** pretén definir clarament el que representa. Detalla i retrata la realitat de l'objecte per transmetre amb fidelitat la seva descripció.
- **Funció expressiva:** la seva intenció és comunicar sentiments o emocions al públic. Pretén provocar una reacció determinada i pot separar-se en major o menor grau d'allò que representa.
- **Funció connotativa:** la majoria són imatges simbòliques amb un missatge propi conegut per l'emissor i el receptor. Entenem com a missatge connotativa les senyals de tràfic, els logotips...

Totes les imatges poden tenir alhora un caràcter estètic, malgrat que la intenció inicial en el moment de crear-les no hagi estat aquesta.



El logotip: És un signe o grafisme mitjançant el qual es representa a l'entitat. Manifesta o defineix a l'organització, diferenciant-la d'altres. Sorgeix de la necessitat de recolzar i unificar tots els productes que sorgeixen des de l'entitat.

No s'ha de modificar constantment i ha de constar d'uns requisits bàsics: ha de ser **senzill i fàcil de reconèixer i recordar**, ha d'estar relacionat amb allò que anuncia o representa, ha d'estar present a tots els materials públics i oficials de l'associació, ha de ser responsiu (es podrà adaptar a diferents escales i formats sense perdre la seva essència), ha de generar impacte visual i ha de ser únic i atemporal.

Es recomana que el logotip s'ubiqui **a la part inferior del cartell**. Cal tenir en compte si hem d'incloure al cartell els logotips d'altres entitats col·laborades. En aquest cas, caldrà que tots els elements estiguin alineats entre ells, a la mateixa alçada, i utilitzant línies horitzontals imaginàries o temporals com a guia.

La tipografia: El tipus i el cos de la lletra que escollim poden incidir en la llegibilitat del text i en el significat emotiu. Una tipografia encertada i combinada amb una bona imatge poden resultar el més impactant del missatge global. És una eina que serveix per crear i transmetre significats. Cada lletra és un element que aporta riquesa i estètica a la composició total del cartell.

Tot i que la tipografia no compta amb una normativa oficial, s'estableixen una sèrie de **criteris d'utilització**. Els tipus de lletra més fàcils de llegir són aquells que presenten una diferenciació més clara entre els caràcters. Per això, es recomana no utilitzar una font massa ampla o condensada.

El text ha de poder llegir-se a tres peus de distància. Es recomana no superar el màxim de tres tipus de lletra per cartell i no és adequat abusar de les majúscules: utilitzar-les preferiblement per als títols.

Els factors que poden intervenir en la tria de la lletra més adequada són: la mida del suport (cartell en paper o en pantalla), la distància del lector amb la pantalla o el suport físic i l'efecte que es vol transmetre.

Distingim entre diferents tipus de lletres:

- **Lletres amb serif (famílies romanes):** Es caracteritzen per portar al pal principal de la lletra una terminació que li fa de suport. Expressa sobrietat, classicisme i solemnitat. Exemples: Times, Garamont, Courier, Serifa.
- **Lletres de pal sec (famílies grotesques):** No compta amb cap terminació al pal principal de la lletra. Indiquen dinamisme, força, són funcionals i de lectura fàcil. Exemple: Arial, Avalon, Avantgarde.
- **Lletres angleses o manuscrites (famílies itàliques o cursives):** Lletres generalment inclinades i que imiten l'escriptura a mà. Indiquen moviment, dinamisme. Exemple: English, Campaign, Brochure, Staccato.
- **Lletres decorades (famílies ornamentals):** Lletres decorades per potenciar el que es diu. Fan pensar en lletres modernistes i s'acostumen a fer servir només per encapçalar el text. Exemple: Busker, Algiers.

El cos de la lletra: És la mesura que determina la proporció de la mida d'una tipografia. Variarà en funció de l'ús que vulguem donar al text en concret, del tipus de suport i del tipus de família tipogràfica escollida.

Es recomana que el títol es pugui llegir a uns 4 peus de

distància (1,2 metres) i que incorpori caràcters que oscil·lin entre els 2-3 cm d'alçada.

La cursiva i la negreta: La *cursiva* serveix per destacar gràficament les paraules o frases importants del text, les paraules o conceptes d'idiomes estrangers, per marcar els títols de llibres i l'ús metalingüístic dels mots. Tot i això, les utilitzarem amb moderació i les reservarem per a ocasions imprescindibles perquè, més enllà de la seva funció, poden dificultar la llegibilitat per la seva inclinació.

La utilització de la **negreta** serveix per ressaltar paraules destacables. Ens ajuda a prioritzar un missatge important o una idea bàsica del sentit global del text. Té la funció de permetre localitzar una paraula dins d'un text, sense haver de llegir-lo sencer.

La lletra majúscula: La lletra majúscula permet una millor lectura d'un text, tot i que queda limitada a uns usos específics.

És important saber quan cal utilitzar-la perquè té una funció demarcativa i distintiva. Cal fer-ne el seu ús habitual (després d'un punt, d'un punt i a part, de punts suspensius, de noms específics, de signes d'interrogació i exclamació) però també la poden utilitzar per a títols o per remarcar frases o conceptes importants.

És recomanable no fer un abús de la majúscula perquè pot desorientar i fer l'efecte contrari: provocar sensació de confusió en el públic per no saber què és important o què cal prioritzar a l'hora de llegir el cartell.

La semantització tipogràfica: Aquest concepte neix de la connexió entre les paraules i el seu significat. Consisteix en definir, reforçar i transmetre significats mitjançant tots els elements que tenen a veure amb la tipografia (tipus de lletra, cos, color, ús de l'espai).

Tímido

CLOCK

El color: Es tracta d'un dels elements fonamentals del cartell. S'ha d'escollir de manera conscient i atenent a unes normes senzilles: és adient utilitzar pocs colors, els fons contrastants potencien la percepció del missatge, l'harmonia s'aconsegueix utilitzant colors propers en el cercle cromàtic, la tensió s'assoleix utilitzant colors oposats en el cercle.

Cada color té relació amb alguna idea o emoció i és important atendre al significat. Quan escollim un color, ho hem de fer en consonància amb la resta d'elements del cartell.

Si estem treballant sobre imatges, la millor solució és escriure el text en blanc o emmarcar-lo en un quadre que ajudi a no confondre'l amb el fons. Sobre un fons on predominin colors foscos, els colors suaus per a la lletra sempre seran una bona opció: si no hi ha contrast, no hi ha llegibilitat.

- **La combinació negra sobre blanc:** és la més coneguda i acostuma a funcionar, tot i que pot resultar avorrida o poc atractiva. És el major contrast i això permet transmetre el missatge de manera més clara i directa. La combinació de blanc sobre fons negre, en canvi, no és gaire recomanable perquè es llegeix pitjor i cansa la vista.

- **La combinació groc i negre:** és la relativa a senyals d'advertència perquè es veu des de més distància. És una bona combinació per a enviar missatges urgents i breus, però no per a textos llargs.

- **Vermell i blanc:** Tot i que aparentment crida la nostra atenció, els textos no es llegeixen correctament. A més, quan el text és blanc sobre fons vermell, satura la vista i encara impedeix més la llegibilitat.

- **Text multicolor:** Mai està justificat. No s'ha de confondre la combinació de colors i tipografies amb el text multicolor. El resultat és manca de llegibilitat i manca d'uniformitat. A més, ofereix sensació de poca serietat.

3. La composició i la sintaxis visual

Composar és organitzar els elements del llenguatge visual intencionadament per transmetre una idea o sensació determinada. La composició és el procediment que **organitza els elements del cartell, buscant l'equilibri de la imatge i l'estètica**. Ens ha de permetre integrar el missatge en una unitat harmònica.

L'organització de les formes en unes posicions i direccions determinades crea una estructura. I l'expressivitat d'un cartell varia en funció d'aquesta estructura compositiva: hi influeix, sobretot, el pes visual de les masses i l'equilibri per direccions.

Les composicions més freqüents són:

- **Composició vertical:** Els elements que hi apareixen predominen en direccions verticals, tant en la imatge del cartell (si és que hi ha), com amb la resta d'elements. El significat d'aquestes composicions es relaciona amb l'elevació, la força, l'espiritualitat.

- **Composicions horitzontals:** Hi predominen les direccions horitzontals i es transmet una sensació d'equilibri, de calma.

- **Composicions en diagonal:** Els elements estan

presentats en direccions diagonals i suggereixen moviment, desequilibri, acció.

- **Composicions cícliques:** Hi predominen les línies corbes. També indiquen dinamisme però més complex.

- **Composició simètrica:** Les masses es distribueixen als dos costats de l'eix del cartell en grups iguals. Ofereix una sensació d'ordre i d'unitat.

- **Composició circular:** El nucli central de la imatge es centra en una esfera. Dóna sensació de concentració.

- **Composició angular:** La composició crea un angle en alguna de les zones del cartell. Normalment correspon a un triangle. Centra l'atenció del cartell en aquest punt.

- **Centre d'interès:** La imatge capta l'atenció de l'observador en un punt concret del cartell, que sovint no és el centre.

- **Composició de masses:** Es distribueixen els elements en diferents zones del cartell. És a dir, en diferents punts d'interès.

Recordeu que si voleu ampliar informació sobre el disseny de cartells o sobre qualsevol altre aspecte comunicatiu, podeu demanar una assessoria gratuïta i personalitzada a través de correu electrònic **comunicacio@crajbcn.cat** o trucant al **93 265 52 17!**