



Una buena presentación. Exposición de etiquetas de sidra en Astigarraga. :: LUSA

Nueva imagen para el txotx

Alumnos del Instituto Usandizaga diseñan las etiquetas de Sagardun

AMARA

Se exponen en el Sagardoetxea de Astigarraga hasta el 7 de febrero

ELI KORTA

SAN SEBASTIÁN. Identificar, informar, atraer, diferenciar o persuadir, son algunas de las funciones comunicativas de una etiqueta. Con estos objetivos y coincidiendo con el inicio de la temporada de sidra, trece alumnos del Ciclo Formativo de Grado Superior de Diseño Gráfico del Instituto Usandizaga han realizado sus rediseños para las botellas de las sidras del Consorcio Sagardun.

La presentación del trabajo de estos jóvenes diseñadores será mañana a las 11.30 horas en la Casa de Cultura de Astigarraga, donde los alumnos expondrán los pormenores de sus propuestas ante los sidreiros del Consorcio.

Cada alumno ha desarrollado la propuesta para una de las trece sidras que componen el Consorcio Sagardun: Aitor Saumell (Alorrenea), Miriam Salado (Astarbe), Iraia Membrive (Bereziartua), Sonia Lage (Gartziategi), Cristina Carrasco (Gurutza), Xuban Guerra (Lizeaga), Amaia Esteban (Mina), Irene Egimendia (Petritegi), Nerea del Teso (Rezola), Sara Comerón (Saizar), Iñigo Hernández (Txopinondo), Julen Cano (Zapiain) e Iban Buján (Zelaia).

Las etiquetas propuestas estarán expuestas en el Sagardoetxea de Astigarraga hasta el 7 de febrero y la muestra se podrá visitar de martes a sábado de 11.00 a 13.30 y de 16.00 a 19.30, así como los domingos de 11.00 a 13.30 horas.

Proceso de creación

Tal como explica la profesora y coordinadora del proyecto, Itziar Aranburu, en el proceso de rediseño el primer paso ha sido la conceptualización, para lo que han analizando los puntos fuertes y débiles de

las etiquetas antiguas. Los alumnos han entrevistado a los productores de las sidras para recopilar información sobre las cualidades de sus bebidas, los valores que buscan transmitir, el público al que se dirigen y el canal de distribución.

Aranburu señala que «ampliar el mercado es el objetivo de algunos productores; otros, sin embargo, destacan su clientela fija. Hay quien tiene muy en cuenta que una parte de la producción de su sidra se distribuye como obsequio y otros únicamente la venden en las sidrerías. En definitiva, aunque se trate

del mismo tipo de bebida, cada sidra define de forma muy clara su línea a seguir y es fundamental tenerla siempre presente para realizar un trabajo adecuado».

Tras haberse empapado de la filosofía y espíritu de cada sidra, estos jóvenes diseñadores han realizado los primeros bocetos que, después de pulirlos, se han probado de múltiples formas para comprobar su idoneidad. Y es que, «la etiqueta hay que verla sobre la propia botella, ver cómo contrastan los colores sobre el verde del envase, e incluso comprobar cómo queda el conjunto de botellas con la nueva imagen, ya que muchas veces las botellas se presentan en conjunto, no de forma unitaria», recuerda.

Aranburu apunta que «si bien la etiqueta para vino ha experimentado una evolución asombrosa en la última década, la sidra no ha desarrollado su máximo exponente visual». Por ello, «los productores quieren cuidar cada vez más la presentación del producto».

EL DATO

13

Son los alumnos que han realizado los diseños de las etiquetas del Consorcio Sagardun.