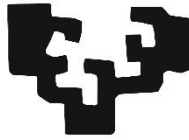


eman ta zabal zazu



Universidad  
del País Vasco

Euskal Herriko  
Unibertsitatea

# **Marka baten berdiseinua: Zumarragako Udala**

**Nagore Maroto Guerra**

Gradu Amaierako Lana

Publizitatea eta Harreman Publikoak

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Tutorea: Koldo Edorta Atxaga Arnedo

Leioa, 2017ko maiatzaren 30a

# AURKIBIDEA

## Ikerketa teorikoa

<b>1. SARRERA</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1. Justifikazioa</b> .....	<b>2</b>
<b>2. HELBURUAK</b> .....	<b>3</b>
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	<b>3</b>
<b>3.1. Lehenengo fasea: Dokumentazioa</b> .....	<b>4</b>
3.1.1. Briefing-a.....	4
3.1.1.1. Zumarragaren historia.....	5
3.1.1.2. Eginkizuna, ikuspegia eta balioak.....	6
3.1.1.3. Publiko objektiboa.....	7
3.1.1.4. Posizionamendua.....	7
3.1.2. Inguruko marken analisia.....	10
3.1.2.1. Inguruko markak.....	10
3.1.2.2. Inguruko marken iragana eta oraina .....	10
3.1.3. Gaur egungo markaren analisia.....	11
3.1.3.1. Etimologia.....	11
3.1.3.2. Ikurraren jatorri heraldikoa.....	11
3.1.3.3. Egoeraren diagnostikoa.....	12
3.1.3.4. Markaren erabileren diagnostikoa.....	16
3.1.3.5. Kontzeptu klabeak.....	21
<b>3.2. Bigarren fasea: Berdiseinua</b> .....	<b>22</b>
3.2.1. Markaren garapena.....	22
3.2.1.1. <i>Restyling</i> edo eraberritzea.....	22
3.2.1.2. Markaren diseinua.....	23
3.2.1.3. Markaren ikus-zeinuen azterketa.....	24
<b>3.3. Itxiera</b> .....	<b>26</b>
3.3.1. Pronostikoa.....	27
<b>4. BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>27</b>
<b>4.1. Liburuak</b> .....	<b>27</b>
<b>4.2. Web guneak</b> .....	<b>27</b>
<b>5. ERANSKINAK</b> .....	<b>28</b>
<b>5.1. Antonio Prada historialaria (2016/12/16)</b> .....	<b>28</b>
<b>5.2. Unai Orbegozo zinegotzia (2017/04/07)</b> .....	<b>30</b>

# Ikerketa teorikoa

## 1. SARRERA

Lan honen eginkizuna Zumarragako Udalaren identitate korporatiboa berritzean datza. Jarraituko diren irizpide nagusiak irudi instituzional berritu, bereizgarri eta zentzuzkoa proiektatzean oinarrituko dira.

Identitatea edozein erakundek dituen baloreak, sinesmenak eta ekintzak osatzen dute. Erakunde baten identitatea faktore ezberdinek adierazi dezakete: filosofia, historia, jendea, norabidea, liderren pertsonalitatea, balore etikoak eta estrategiak.

Kasu honetan, identitateak dituen faktore ezberdinak kontutan hartuz identitate grafikoari berdiseinu eguneratua emango zaio.

Zumarragako armarrria egin zenetik urte asko pasa dira, eta horretaz gain, herriaren izaeran eragina izan duten aldaketak eman dira. Hala nola, Arcelor Mittal herriko enpresarik nagusienaren itxiera. Hortaz, gaur egun dagoen egoerara egokituko den identitate korporatiboa sortuko da.

Enpresa batek duen identitatea, pertsona baten identitatearekin alderatu daiteke; ez daude ez bi pertsona ez bi enpresa berdin. Zumarraga bakarra dela adierazteko eta instituzioaren identitate osoak zentzua izan dezan adierazle guztiek batasuna eduki behar dute eta irudia inguruko udaletatik bereizi behar da.

Identitate korporatiboak duen garrantzia erakutsiko da lan honen bitartez. Herriak dituen helburuak lortu ahal izateko eta iritsi nahi den publikoarengana iristeko ezinbestekoa da markaren identitatea koherentea izatea eta argi irudikatzea.

Ondorioz, berdiseinu honen helburu nagusia, Zumarragako Udalak helarazi nahi dituen balore eta sinesmenekin bat egiten duen identitatea sortzea da. Gaur egungo marken garaira egokitu ahal izateko.

*“Marka ez da irudi soil edo gogoratzeko erraza den diseinua. Gizabanako; instituzio; korporazio; produktu edo zerbitzu baten pertsonalitate profilararen eraikuntza arduratsua da”.*  
(Daniel J. Boorstin)

### 1.1. Justifikazioa

Instituzio hau aukeratzearen arrazoietakoa bat gaiarekiko sentitzen dudana gertutasuna da. Diseinua ikasten hasi nintzenean nire herriari buruzko kanpaina bat jorratu nuen. Proiektu horretan, Zumarragako Udalaren armarrria erabili behar izan nuen, eta bertan identitatea berritzeko beharraz ohartu nintzen.

Aurretik aipatu bezala, Zumarragako udalak orain erabiltzen duen armarrria duela urte asko egin zen, eta gaur egun helarazi nahi den irudiarekin ez dator bat. Gainera, udal honen irudi korporatiboa ez da inoiz profesional baten eskuetan egon. Hortaz, momenturik egokiena da eman diren aldaketekin batera Zumarragako identitatea eraberritzeko.

Identitate korporatibo baten berdiseinua egitea interesgarria iruditzeaz aparte, arlo profesionalean aukera izan dezakeen lan bat egiteak erronka handitzen du. Gizartean eragina

izan dezakeen proiektu batek lanaren osotasuna lortzeko baliabide gehiago ematen ditu. Hau da, udaleko pertsonekin zuzenean harremanetan jartzeko aukera ematen du, eta lortutako lehen eskuko informazioari esker lanaren emaitza nortasun profesionalena har dezake.

Beraz, lan honek eskaini ditzaken aukeraz gain, momenturik egokiena da Zumarragako udalari irudi eraberritua emateko eta publiko objektiboaren leialtasuna eta adeitasuna areagotzeko.

## **2. HELBURUAK**

Irudi korporatibo batek dituen eginkizun nagusiak honako hauek dira: enpresa bat beste batetik ezberdintzea; sortu eta komunikatzen den guztiari balio iraunkor eta bakarra ematea; eta, denbora eta oroimen sozialean mantentzea. (*Costa, 2001: 60*)

Eginkizun nagusi horiek gauzatzeko lan honetan berrituko den identitateak baldintza batzuk bete beharko ditu:

- Udalak duen identitate bereizgarria indartu. Herriak dituen ezaugarri bereizgarriak zeintzuk diren aztertu eta bakoitzaren garrantzi mailaren arabera aukeratu.
- Egiten den eta komunikatzen den guztiari balio iraunkorra ematen saiatu. Hau da, komunikatzeko erabiltzen den identitate marka etorkizunera egokia izatea saiatu.
- Instituzioaren esentzia indartu eta lidergoa bideratu.
- Inguruko herriak eta turistak erakartzen lagundu irudi bateratu baten bitartez.
- Irudia berrikuntzen arrakasta bermatzeko erabili.
- Instituzioaren irudia eguneratu.
- Iritzi publiko mesedegarria bideratu marka identitatearen bitartez.
- Irudiaren kontrola kudeatu. Identitatearen koherentzia apur dezakeen edozein elementu edo ekintza saihestu.
- Etorkizun arrakastatsua irudikatzen duen identitatea sortu.

## **3. METODOLOGIA**

Proiektuaren metodologia bi faseetan banatuko da. Alde batetik, oraingo markaren azterketan oinarrituko den lehen fasea joango da, lan analitikoak izango dena. Bestalde, markaren analisi guztia egin ondoren ateratako konklusioetan oinarrituz atal praktikoa egingo da, berdiseinuaren garapen prozesua erakutsiko duen bigarren fasea.

Lehenengo fasearen azterketa egiteko informazioaren bilketa egin da. Informazio hori jasotzeko bi baliabide ezberdin erabili dira: iturri zuzenak eta zeharkako iturriak.

Iturri zuzenetatik lortutako informazioa elkarrizketen bitartez jaso da. Alde batetik, Urretxuko udalean komunikazioaz arduratzen den profesionalarekin eta identitatearen berdiseinua egiteaz arduratu zen diseinatzaile grafikoarekin kontaktatu da. Horiengandik jasotako informazioa oso baliagarria izan zen. Berdiseinuari hasiera eman baino lehen inguruko identitateen ezaugarriak ezagutzea ezin bestekoa da eta Urretxuko udalak duen iruditik bereizteko haiekin kontaktuan jartzea premiazkoa zen lehen eskuko informazioa jasotzeko.

Bestalde, Zumarragako udalean Unai Orbegozo zinegotziarekin eta Antonio Prada artxidorearekin kontaktatu da. Zinegotziaren aldetik jasotako informazioa herriak dituen

eginkizun, irizpide eta balioen inguruan izan zen. Artxibadoreak ordea, Zumarragako armarriari buruzko historia guztia azaldu zuen, bere jatorria, arazoak eta gaur egun bizi duen egoera.

Zeharkako iturrietatik jasotako informazioa liburuetatik, udalak dituen artxibo historikoetatik eta webgune ezberdinetatik jaso da. Iturri horietatik jasotako datuak lehenengo atala osatzeko erabili dira, eduki teorikoaren justifikazio profesionalagoak lortzeko eta lanari egitura koherentea emateko.

Bigarren fasea jorratzeko gehien bat lehenengo fasean egindako azterketan hartu da oinarria. Markaren azterketa egin ondoren, konklusioak atera dira eta arazoaren jatorria identifikatu da. Azterketatik ateratako konklusioak oinarri moduan izateaz gain, beste identitate manual batzuk arakatu dira inspirazio bila eta adibide ezberdinen kriterioak ezagutuz manuala egokitasunez antolatu eta diseinatu ahal izateko.

Arakatu diren manualak honako hauek izan dira: San Sebastian de los Reyes, Madrilgo Mankomunitatea, Kalipedia online entziklopedia, Osakidetza, FAMSI *Fondo Andaluz*, Urretxuko udala eta Ferrania.

Bigarren atal honetan lehenengo fasean eta arakatutako eskuliburuetan oinarrituz berdiseinuari itxura emango zaio.

### **3.1. Lehenengo fasea: Dokumentazioa**

Aurretik aipatu bezala lehenengo fasea analitikoa da. Gaur egun Zumarragako udalak erabiltzen duen marka aztertuko du.

Hasiera batean, udalaren egoera zein den ezagutzeko herriari buruz jakin behar den oinarritzko informazioa jasoko da.

Inguruko marken analisia ere egingo da, marka honen posizionamendua hobeto zehaztu ahal izateko eta inguruko markekin dituen ezaugarri ezberdinak ezagutzeko. Jarraian markaren izaera eta honen erabilera anitzak aztertuko dira.

Azkenik, lortutako informazio guztiarekin, hurrengo fasea egiteko erabiliko den markaren diagnostiko zehatza egingo da. Diagnostikoa markaren ezaugarri guztiak aztertuko dira eta horien indarrak eta gabeziak zeintzuk diren aipatuko dira.

#### **3.1.1. Briefing-a**

**Instituzioa:** Zumarragako Udala

**Lokalizazioa:**

- Euskadi Plaza, 1, 20700, Zumarraga, Gipuzkoa.
- Urola Garaiko bailaran kokatua dagoen eta 9.918 herritarrek osatzen duten udal-herria da Zumarraga. Mendebaldetik, Urola ibaiak Urretxu bizilagunetik banatzen du, eta bi herriek hiriaren erdigunea konpartitzen dute. Ekialdetik ordea, Legazpi eta Gabiriarekin dago mugan, eta iparraldetik Azpeitia eta Azkoitiarekin. Donostitik 54 kilometrotara dago, Gasteizetik 51 kilometrotara eta Madril kapitaletik 405 kilometrotara.

#### **Kontaktua:**

- **Helbidea:** Euskadi Plaza, 1, 20700, Zumarraga, Gipuzkoa.
- **Telefonoa:** 943 72 90 22
- **Web gunea:** [www.zumarraga.eus](http://www.zumarraga.eus)

#### **3.1.1.1. Zumarragako historia**

Gipuzkoako Urola Garaia bailaran kokatuta dagoen herriaren izena euskaratik dator eta bere esanahi etimologikoa “zumar tokia” da.

Zumarragaren esistentzia frogatu zuten lehenengo datuak XIV.mendekoak dira, eta lehen udal ordenantza 1526. urtean eman zen.

Zumarragaren hazkundera XIX.mendean eman zen Madril-Irun tren lineak sortu zirenean. Horrek, herrian lehen industria modernoak instalatzera lagundu zuen. Baina, benetako hazkuntza “Esteban Orbegozo”, gaur egun Arcelor Mittal bezala ezagutua den faktoria, eraiki zutenean eman zen. Siderometalurgia enpresa honek Espainiako beste herrialde batzuetatik langile ugari erakarri zituen, eta Zumarraga inguruko herrialde batzuekin batera estatuko altzairu produktore handienetarikoan bihurtu zen.

Faktoria honekin batera beste industria nagusi batzuen sorrera eman zen, “Badiola Hermanos” eta “Rojo y Zaldua” hain zuzen. Hauek Arcelor Mittal-ekin batera biztanleriaren artean arlo industrialari nagusitasuna eman zioten.

Honekin batera, Zumarragak jasandako immigrazio masiboa dela eta 50eko hamarkadan zerbitzu sektorean hazkuntza nabaria eman zen. Herriak produkzio iturriei dagokienez oreka ekonomikoa lortu zuen. Horrek, sektorean postu garrantzitsua lortzera eraman zion herriari.

Azken hogeitau urteetan, Arcelor Mittal Zumarraga inguruko udal herrien arteko enpresa nagusia izan da. Horrekin batera Zumarragako laminazio edo ijezketa trenak langile kopuru garrantzitsua mantentzen zuen herriko lanpostu nagusienetarikoa izanik.

Gaur egun ordea, industria egoera kritikoan aurkitzen da. Herriaren ekonomia nagusia zuen Arcelor Mittal Zumarraga faktoria itxita dago. Hortaz, herriaren ekonomia sustengua ez da bertan aurkitzen. Bertako langileak beste lan bat bilatu behar izan dute edo kanpora joan, eta horrek, eragin handia izan du herriko komertzioetan. Hala ere, herritar asko bertako negozioetan murgildu behar izan dira, eta horrek, herriaren ekonomia mantentzen lagundu du.

Arcelor-en itxiera nahiko egoera berria da. Ekonomia sustengua izateari utzi dion arren, herria mantenduko duten sektore eta komertzioak zeintzuk diren ikusteko dago. Emaitzak lortzeko etorkizunaren zai egon beharko gara oraindik.

Ondorioz, udal honen berdiseinua jorratzeko Zumarragaren historia ezagutzea beharrezkoa da. Ezinbestekoa da nora eza egoera kontutan hartzea, iragana alde batera uztea eta identitate korporatiboaren bitartez udalak etorkizunerako dituen intentzio zurrinak irudikatzea.

### 3.1.1.2. Eginkizuna, ikuspegia eta balioak<sup>1</sup>

#### Eginkizuna

Udalaren eginkizun nagusia Zumarragako herriak gobernu ireki eta partehartzailea edukitzea da. Bertan hartzen diren erabaki guztiak herritarren bizi kalitatea hobetzeko eta giza berdintasuna berma dezaten.

Eginkizunak betetzeko ekintza arlo geografiko nagusia Zumarragako herria da. Baina, herrira mugatu gabe, Urola Garaiko mankomunitatearekin, Gipuzkoako Foru Aldundiarekin eta Eusko Jaurlaritzarekin elkarlanean eta koordinazio lanetan arituz.

Zumarragak duen abantaila lehiakor nagusienetariko bat, kokapena geografikoa da. Goierri, Urola garaia eta Debagoiena artean dago, hau komertziorako eta bestelako erlazio ekonomiko eta sozialetarako oso positiboa da. Kostaldea 30 minututara dago autoz eta ordubetera garraio publikoan. Donostia, Bilbo, Gasteiz eta Iruñearekiko distantzia antzekoa da, Euskal Herriko erdigunean kokaturik.

Zumarraga Urola Garaiko beste herrialdeekin batera Uggasa<sup>2</sup> erakundearen parte da. Erakunde honen helburua herritarren negozio lokalekin harreman zuzena izatea da, negozioek udalaren esku dagoen laguntza guztia jaso dezaten, tokiko lan egoera duin eta egoki bat lortuz. Arestian aipatu den moduan herriak gobernu ireki eta partehartzailea eduki nahi du, eta Uggasaren bitartez herriaren sostengu ekonomikoa diren garrantzizko saltokiei laguntza eskaintzea ezinbestekoa da.

#### Ikuspegia

Etorkizunari begira geroz eta herri justuagoa, irekiagoa, anitzagoa eta gehien bat eroso lortu nahi da herritarrentzat. Biztanleen erosotasuna eta bizi egoera hobetzeko ezinbestekoa da ingurumenaren alde egitea, kontaminazio tasa murriztea eta biztanleen bizi egoerara egokitzea.

Aurreko helburuak lortzeko Zumarragako Udalak kaleen estruktura aldatzean datzan proiektua du jomugan. Norabide bakarreko errepidea ezarri nahi da, oinezkoen erosotasuna bermatzeko eta herrian barreneko garraioa murrizteko. Horretaz gain, negozio eta pertsona trantsizio gehien duten kaleak oinezkoentzat egokituko dira eta aparkaleku publiko gehiago sortuko dira. Proiektu honen helburua herritarren erosotasuna hobetzea, eta herriko garraioa murriztuz kutsadura gutxitzea da.

Herritarren egoera hobetzeaz arduratzen den beste arlo garrantzitsua heziketa da. Zumarragako Udalak etengabeko proiektuetan parte hartzen du bertako eskolekin, baino gehien bat eguneratzen den formazio eskola UGLE<sup>3</sup> (Urola Garaiko Lanbide Eskola) litzateke. Heziketa zentro honek batxilergoa eta oinarritzko hezkuntza eskaintzeaz gain, langile eta langabetuen formazioa areagotzeko kursoak ematen ditu. Kurtso horiek inguruko enpresen beharretara oinarritzen dira, eta heziketa pertsonalizatu horri esker herritarren egoera hobetzen da lanpostu duinak lortzera lagunduz.

---

<sup>1</sup> (ikus 5.2. eranskina)

<sup>2</sup> <http://www.uggasa.eus/>

<sup>3</sup> <http://www.ugleskola.net/>

Beraz, argi dago, etorkizunari begira udalak duen lehentasuna bertako biztanleen egoera hobetzea dela. Beti ere, bisitariei ongietorria emanaz eta Zumarragako ateak, zentzu guztietan, zabalduz.

## **Balioak**

Partehartzea, gardentasuna, efikazia, kalitatea eta gizarte sentsibiltatea dira udalaren izaera definitzen dutenak. Definizio hori sakontzeko Zumarragako udalak herri irekia izatea areagotu nahi du. Partehartzean barneratzen doa, bakea esparrua eta memoria sakonki lantzen, justizia sozialean sakontzen. Anaitasunean eta elkartasunean oinarritutako etorkizunean sinisten du.

### **3.1.1.3. Publiko objektiboa**

Herriaren publiko objektiboa azaltzeko hiru atal bereiztuko dira: Herritarrak eta udalaren zerbitzariak, erabiltzaileak, eta turistak edo bisitariak.

Hasteko, udalaren zerbitzariak ditugu, herritarrak eta administrazioko langileak hain zuzen. Publiko nagusi honek herri-udalaren iritzi positiboa edukitzea ezinbestekoa da, ezin baita irudi ona kanpora transmititu bertakoak eroso ez badaude edo ez badira identifikatuak sentitzen udalarekin.

Ondoren, erabiltzaileak egongo liratezke, udalarekin harreman zuzena duen publikoa. Herriarekin negozio harremanak dituzten enpresak, inguruko udal herriak eta bertako zein inguruko hedabideak. Herriaren inguruko berriak eta informazio garrantzitsua helarazteaz aruduratzen diren ezinbesteko hedabideak honako hauek dira: Urola Telebista, Diario Vasco – Alto Urola<sup>4</sup>, Otamotz<sup>5</sup>, Goierriko Hitza<sup>6</sup>, Goiberri<sup>7</sup>, KKinzona<sup>8</sup>, Zelai Arizti Kultur Etxea<sup>9</sup> eta Zum Edizioak<sup>10</sup>.

Azkenik, bisitariak edukiko genituzke, herriko kultur gunek historikoez edo ingurune naturalez erakarrira turismoa egiteko grina dutenak. Publiko xede hau, bigarren atal batean egongo litzateke, ez baita Zumarragako Udalaren publiko potentziala. Hala ere, garrantzizkoa da, herriaren ezagutza positiboa zabalduz gero, herriak onurak lortuko lituzke eta gaur egun dituen baliabidez gain ekonomia suspertzera lagunduko lukeen sektorea da.

### **3.1.1.4. Posizionamendua**

Marka bat lehiakideekin alderatuz kontsumitzailearen buruan hartzen duen tokia da posizionamendua.

Enpresari irudi propioa ematen dio kontsumitzaileen buruetan. Horrek, beste enpresengandik bereiztera laguntzen dio. Irudi propioa xede-taldearen ezaugarri, onura eta balio bereizgarrien komunikazio aktiboa eginez lortzen da.

---

<sup>4</sup> <http://www.diariovasco.com/alto-urola/>

<sup>5</sup> <http://www.otamotz.eus/>

<sup>6</sup> <http://goierri.hitza.eus/author/otamotz/>

<sup>7</sup> <http://goiberri.eus/>

<sup>8</sup> <http://kunkkinzona.eus/>

<sup>9</sup> <http://www.zelaiarizti.eus/>

<sup>10</sup> <http://www.zumedizioak.com/>



*“El generar una posición diferenciada y coherente tiene como consecuencia el concentrarse en los segmentos del público objetivo , y no estar condicionado por otros segmentos”. (Moliné, 1999: 157)*

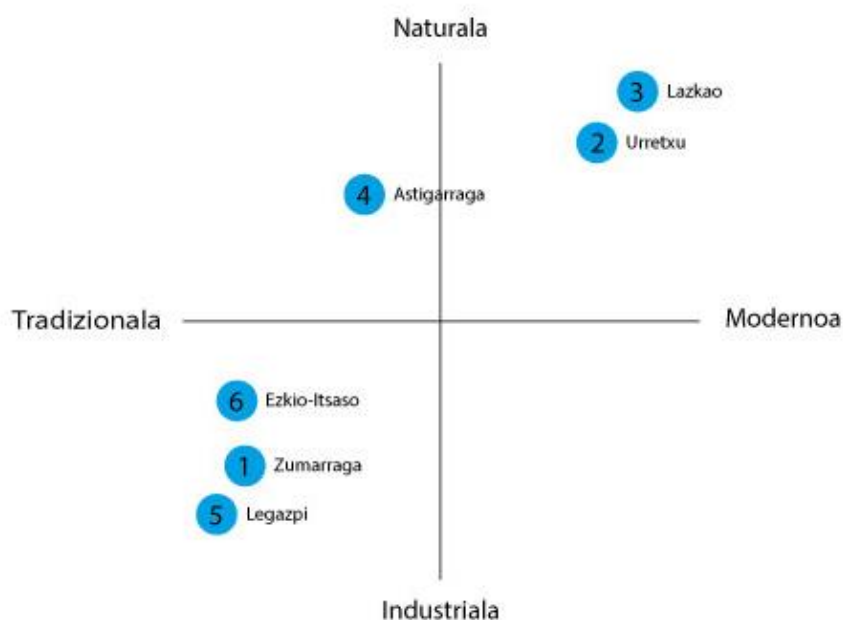
Marka egoki posizionatzera lagunduko diguten ezaugarriak garrantzizkoak izan behar dira kontsumitzaileentzat. Hau da, beste markek ez duten zerbait bereizgarria eduki behar du.

Posizionatzea erlazionatzea da, marka bat ezin da bakarrik posizionatu. Markek buruan duten posizionamendua errepresentatzeko gehien erabiltzen den teknika *mapping* edo *mapa de percepción* da.

*“Los mapas de percepción son un instrumento de visualización y análisis de posicionamiento de una marca en términos de imagen, beneficios o situaciones de uso en el contexto competitivo en el que participa”, Luis Castro y Josús Caldeiro. (Moliné, 1999: 157.)*

### Posizionatze mapa

#### ZUMARRAGA ETA LEHIAKIDE ZUZENAK



Posizionamendu mapa honen bitartez Zumarragak bere lehiakideekin edo herri bizilagunekin alderatuz dituen ezaugarri grafiko nagusiak aztertu dira.

Armarri edo logotipo batek udal instituzio batean eduki ditzaken ezaugarri batzuetan banatu da mapa kontzeptuala: naturala, industrialia, modernoa eta tradizionala.

Aipagarria da tradizional eta natural esparrua konpartitzen duten eremuan bakarrik Astigarragako armarririk betetzea. Natura elementuetan erabiltzeko gai nagusia aukeratu duen armarririk den arren, elementuen sinplifikazioa eskasa du eta elementu oso horien irudikapenak tradizionaltasunetik gerturatzen du.

Hala ere, aipagarriagoa da industria modernitatearekin elkartzen duen eremua hutsik egotea. Armarririk modernoek itxura industrialik ez dutelako litzateke, ez dituzte elementu zorrotzik ez gogorik erabiltzen, hortaz itxura naturala areagotzen da, eta elementuen itxura atsegin horiek modernitatetik gerturatzen ditu armarririk.

Ezkerretik hasitako irakurketa eginez Zumarragak duen armarririk, Legazpiko armarririk batera oso tradizionala dela ikus daiteke. Ziurrenik heraldikak nagusitasuna zuen garaian sortutakoak dira. Inguruko herriek duten posiziotik urrun daude, izan ere, modernitatetik gertu dauden herrien identitatea garaira egokitua dago.

Zumarragako armarririk osatzen duten elementu kantitate ugariak, elementu horien forma zorrotz eta lehunen konposaketak, eta kolore gogorak itxura kontserbadorea ematen diote irudiari. Lazkaoko udalak duen logotipoak ordea, itxura naturala transmititzen du. Kolore leunak erabiltzen ditu, forma borobildu eta organikoak ditu, eta elementuen konposaketak itxura bateratua irudikatzen du. Beraz, Zumarraga eta Lazkaoko posizioak kontutan hartuz armarririk ezberdinenak dira.

Posizionamendu mapa aztertu ondoren, armarririk transmititzen duen irudi tradizional eta pre-industrialak gaur egungo garaira egokitzeko beharra dagoela argi gelditu da. Udalak inguruko herrien irudietatik bereiztu daitezkeen diseinu bereizgarri, moderno eta eguneratua behar du.

### 3.1.2. Inguruko marken analisia

#### 3.1.2.1. Inguruko markak



#### 3.1.2.2. Inguruko marken iragana eta oraina



Espainiako udal gehien errepresentazio grafikoek armariak edo eskudoak erabiltzen dituzte edo zituzten. Heraldika sinboloen identifikaziora laguntzen du, kodigo bat izango balitz bezala.

*La heraldika podría ser definida como “una ciencia y un arte que estudia, clasifica y elabora los símbolos o “marcas” de la personalidad singular o colectiva, moral o territorial”. (Serrao, 1965: 425)*

*Heraldikaren jatorria XII.mendean eman zen, eta mezulari esanahia duen latineko “heraldo” hitzetik dator. Marka heraldikoen hasiera Gurutzadetan eman zen, jaun tenplarioek Palestina berriko konkistatu zutenean. (Mollerup, 1997:20)*

Goian ikus ditzakegun kasuetan bezala, herrialde askotan errepresentazio ikur mota hau nagusitu zen XIX mendean zehar, armarriak garrantzia izateari utzi arte. Hortik aurrera, erakutsi ditudan kasuetan bezala, herriek beste errepresentazio grafiko batzuen erabilera hartuz joan dira.

### **3.1.3. Gaur egungo markaren analisia**

#### **3.1.3.1. Etimologia<sup>11</sup>**

Armarria osatzen duten elementuen jatorria ezagutzeko azterketa bat egingo da, elementuen ezaugarriak deskribatuz eta esanahiak azalduz:

Armarriak urrezko hiru barra ditu zelai urdin batean kokatuta, erdialdean zumarra eta bi gurutze goian.

Barrak ohorezko elementuak dira heraldikan, eta urre koloreak argia, jakituria, noblezia eta eskuzabaltasunaren esanahia dauka.

Zelai urdinak, zerua, egia, zuhertasuna, justizia eta edertasuna irudikatzen du.

Elementu heraldiko nagusia zumarra da, eta hortik hartu zuen herriak izena. Zuhaitz berdearen irudi heraldikoak gogo-aldarte indartsua eta etengabekoa transmititzen du.

Lau beso berdinez osatuta dauden zilarrezko gurutzeak segurtasun, obedientzia eta adierazgarritasuna irudikatzen dute. Gurutzeak ere ohorezko elementuak dira heraldikan eta armari honetan egotearen arrazori nagusia herria banatzen zituen bi zatiak errepresentatzen dituelako da; Zumarragaren alde urbanoa eta landa eremua.

Armarriaren azterketari amaiera emateko koroa dago buruzagi moduan. Ikur sinboliko honek udal subiranotasuna eta hegemonia irudikatzen ditu. Koroak errepresentazioa egiten dio 1661ean Zumarragaren independentzia lorpenari eta Villa titulu bereganatzeari.

Armarriak dituen elementuen azterketa egin ondoren hauen garrantzia identifika daiteke. Berdiseinuan hainbat elementu mantentzea ezinbestekoa izango da, zumarra hain zuzen. Herriaren izena errepresentatzen duen elementu nagusia da, herriaren nortasuna bertan itsatsita dagoela esan daiteke. Koroa mantentzea ez litzateke zertan derrigorrezkoa izan behar, baina Zumarragak Villa titulua duela adierazteko mantendu daiteke.



#### **3.1.3.2. Ikurraren jatorri heraldikoa**

Bailarako lehen armarria 1764ean herrialdea identifikatzeko sinbolo bat beharrezkoa ikusi zutenean sortu zen. Udal korporazioak Korteko arma errege bati, garaian udaletan aplikatu zitekeen heraldikan oinarrituz, armari baten marrazkia eskatu zion. Jaso zuen marrazkiaren

<sup>11</sup> (ikus 5.1. eranskina)

konposaketa hainbat elementuk osatzen dute: korodun zumar zuhaitza, aldeetan kokatuta dauden bi gurutze, eta zuhaitzaren azpian zelai urdin batean kokatuta dauden hiru urrezko barra.

Eskulturaz egindako lehen armarri originala, 1663an Nafarroa Enparantzako udal-batzarrean eraiki zuten. Udal-batzarra bota zutenean bertan mantentzeko harrizko oinarri batean kokatu zuten eta gaur egun hor jarraitzen du, Nafarroa Enparantzan.

Udal dokumentuetan zigiluen bitartez armarrria erabiltzen hasi ziren, baina elementu gehiegi zituenez ez zen dena erabiltzen. Horrek, armarriaren elementuen sinplifikazioa eskatu zuen. Teresa Artetxe historialariak hartu zuen lan hori, eta gaur egun erabiltzen den armarriaren diseinua egin zuen 50.hamarkadan.



Lehen armarriaren marrazkia



Lehen armarriaren eskultura (Nafarroa Enparantza)



1950ean egindako armarrria

### 3.1.3.3. Egoeraren diagnostikoa

Egoeraren diagnostikoa azaltzeko Norberto Chaves eta Raúl Bellucciak idatzitako “La marca corporativa, gestión y diseño de símbolos y logotipos” liburuko kapitulu batean hartu da oinarria. Kapitulu horretan marka baten kalitate grafikoa ebaluatzeko 14 parametro azaltzen dira, eta Zumarragako udalak duen kalitate grafikoaren azterketa parametro horietatik abiatuko da.

- 1- Kalitate grafiko generikoa. Grafika korporatiboak kultura grafikoaren arlo garrantzitsua hartzen du, eta itxura grafikoaren arabera erakunde edo instituzioen kalitatea irudikatzen da. Grafikaren erritmo, kolore, kontraste edo tentsioa bezalako elementu sinpleek hartzaileen buruetan iritzi positibo edo negatiboak sor ditzake.

Oraingo armarriaren kalitate grafikoa osatzen duten elementuetan iritzi negatiboak aurkitu daitezke. Kolore erabilera anitza dago eta horrek nortasun falta transmititu dezake. Kolore urdina, horia eta gorria elementu ezberdinetan errepikatzen dira, baina zuhaitza berdea da eta udalaren izena idazteko erabiltzen den grafikak kolore beltza du. Horrek nortasun falta irudikatzen du, kolore berdearen erabilerak ez baitu zerikusirik armarriaren kolore korporatiboekin. Elementuen arteko tentsioa ere aurkitzen da, elementu asko elkarrekin daude eta armarriaren inguruko blasoiak zehaztasun gehiegi ditu. Horrek, ez dio mesede egiten eta orokorrean kalitate grafiko generiko baxua irudikatzen du.

- 2- Adostasun tipologikoa. Gaur egun, Udalak erabiltzen dituen zeinu identifikatzaile ugari existitzen dira, morfologia ezberdinekoak: logotipoa, elementuak dituen logotipoa, logotipoa sinboloarekin, sinboloa bakarrik, logo-sinboloa edo logotipoa fondoarekin. Instituzioaren arabera eta dituen helburuak kontutan hartuz identifikatzaile egokia ez da beti berdina. Beraz, egingo den identifikatzailea instituzioaren behar eta ezaugarrietara egokitu behar da.

Zumarragako udalaren kasuan, egokia litzateke logotipoarekin batera sinboloa joatea. Instituzioa udal bat dela kontutan hartuz argi gelditu behar da zein den sinboloarekin batera joango den informazioa, kasu honetan, herriaren izena. Beraz, berdiseinua egiterako orduan, oraingo armariak duen adostasun tipologiko berdina mantendu daiteke, hau da, logotipoa eta sinboloa bi elementu izatea baina beti elkarrekin joatea.

- 3- Zuzenketa estilistikoa. Identifikatzaile bisual guztiak iturri estilistiko desberdinak erabiltzen dituzte. Hartzaileak bere buruan sortzen duen gaiaren pertzepzioa egokia izateko edukiaren arabera estilo ezberdinak erabiltzen dira. Kartel bat gainetik begiratzearekin duen estiloagatik pelikula baten kartela dela identifikatu daiteke. Hori, diseinuaren bitartez kontzeptu abstraktuak adierazteko gaitasunarekin lor daiteke.

Esandakoa kontutan hartuz, udalaren identitatearen diseinu estiloa udal-insituzio batena dela irudikatu behar du lehen begiradan. Hori lortzeko, logotipoak eta euskarri guztiek edukiko duten diseinuen estiloa udalek diseinuan duten kategoriarako egokia izan behar da.

Zumarragako kasuan, zeinuaren bitartez udala dela nahiko ondo irudikatua dago, heraldika nagusi zen garaietan armariak udal identitateen errepresentazio izateko joera baitzegoen. Hala ere, gaur egungo udalen identifikazio bisualak eraberritu dira, itxura atsegin eta modernoagoa hartuz. Hortaz, berdiseinua udal estiloen kategoria errespetatuz modernoagoa izango da.

- 4- Bateragarritasun semantikoa. Zeinuek ezin diote erreferentzia egin elkartearen identitatearekin zerikusirik ez duten esanahiei. Zentzugabe edo kontraesankorrak diren zeinuak ez diote sinesgarritasunik ematen identitateari. Hau da, marka zeinuek zantzuzko harremana eduki behar du enpresaren ezaugarriekin.

Gaur egungo garaira egokituz armariak ez dio erreferentzia egokia egiten instituzioari. Heraldika nagusitzen zen garaian sortutako diseinua da eta erabilitako elementu eta zeinuek ez dute harremanik gaur egungo udalarekin. Hortaz, berdiseinua udalaren ezaugarriekin harremana duten zeinu eguneratuekin osatuko da bateragarritasun semantikoa eduki dezan.

- 5- Nahikotasuna. Identitatea zeinu beharrezko eta nahikoetan zentratu behar da. Ez da gomendagarria haratago joatea. Marka identifikatzeko beharrezkoak diren zeinuak erabiltzearekin nahikoa da. Ondo definitu behar da sinboloa beharrezkoa den edo logotipoarekin nahikoa den. "Less is more"<sup>12</sup>. Hortaz, ondo baloratu behar da zeintzuk

---

<sup>12</sup> [Mies Van der Rohe](#) arkitekto arrazionalistaren leloa.

diren beharrezko elementuak eta sinboloa gehi logotipoa erabiltzekotan bi zeinu horien funtzionalitatea ezinbestekoa dela frogatu behar da.

Zumarragako udalaren kasuan sinboloa eta logotipoa elkarrekin joateko beharra dute, bi zeinuak dira identifikadoreak, beraz, zeinuen funtzionalitatea egokia izateko ezinbestekoa da elkarrekin joatea.

- 6- Aldakortasuna. Marka baten grafikak euskarri eta mezu ezberdinetara egokitu behar da. Mezu komertzial edo korporatibo batean egokitzeko gaitasuna izan behar du arazorik gabe, bai eta mezu serio baterako erabilgarria izan behar da.

Marka honek aldakortasuna lortu behar du berdiseinuaren bitartez, armarri batek mezu ezberdinetara egokitzeko zailtasunak baitditu. Boterea eta seriotasuna transmititzen duen zeinua da, eta mezu komertzial batean erabiltzeko alegia ez da batere egokia, lortuko lukeen irudia nahiko gogorra izango litzateke.

- 7- Indarra. Gizartean dauden elementu sinboliko guztiak baldintzatuak daude, eta baldintza horien artean indarra dago.

Zumarragako armarrria aspaldian sortutakoa da eta modernitatea aspaldi galdu zuen. Hau da, identifikatzaile bisuala zahartua dago eta berdiseinu eguneratu bat behar du.

- 8- Erreproduzitzeko gaitasuna identifikatzaile bisuala asko kondizionatzen duen beste ezaugarri tekniko bat da. Egoera eta euskarri ezberdinetan erreproduzitzeko gai izan behar da: toki lau batean, erliebean, bolumenarekin, argi frontala duten errotuluetan, boligrafo edo pin baten neurri txikian, telebistako pantaila batean, ordenagailuko pantailan, txuri-beltzean, etab.

Zumarragak erabiltzen duen armarrria euskarri ezberdinetara moldatuta ikusi daiteke. Horrek ez du esan nahi modu egokian erreproduzituria dagoenik. Euskarri oso txikietan ezartzeko arazoak eduki ditzaken zeinua da, elementu askoz osatua dago eta elementu horien xehetasun batzuen tamaina murrizak ez diote mesede egiten euskarri txikietan lortzen duen emaitzari. Beraz, kolore bakarrean ezartzeko, bolumena emateko, euskarri txikietan ezartzeko eta beste euskarri konplexu batzuetan irudikatzeke ez da batere logotipo egokia. Zeinu soil eta ikusgarriago bat sortu beharko litzateke erreproduzitzeko gaitasun ona lortu dezan.

- 9- Irakurgarritasuna. Ezaugarri honek erreproduzitzeko gaitasunarekin du harremana, baina publikoaren pertzepziara zuzenduta dago. Zeinuen erreprodukzio egoki batek ez du erregistro bisual egoki bat ziurtatzen. Hau da, irakurgarritasunaren baldintzak euskarriaren arabera egokitu behar dira: gertukoa edo urrun, azkarra edo geldoa, tamaina txikietan edo handietan, finko edo mugimenduan, etab.

Irakurketaren abiadura adibidez, oso faktore garrantzitsua da. Hortaz, mugimenduan abiadura azkarrean pasatzen den zeinu bat egoki identifikatzen bada identifikazio bisual paregabea edukiko luke. Bai, koloreagatik, zen zeinuak duen beste ezaugarri esanguratsu batengatik. Ondorioz, zeinuak irakurketa ahalik eta gehien erraztu behar dute mezua ondo iritsi ahal izateko.



Ikusgarritasuna erreproduzitzeko gaitasunarekin harremana duenez, Zumarragak erabiltzen duen armarrria ez da egokia. Abiadurari buruz hitz egin denean, argi dago zeinu bat identifikatua izateko xehetasun gutxi eduki behar dituela edo kolore nagusi eta identifikagarri bat izan behar duela. Beraz, erreproduzitzeko gaitasunari buruz hitz egin dugunean aipatutako antzeko ondorioa atera da: soiltasuna eta identitate indartsua duen logotipo bat sortzeko zeinu konplexuak alde batera uztea litzateke egokiena.

- 10- Ulergarritasuna. Zeinu identifikatzaile baten ulergarritasuna hartzaileak zeinua irakurtzeko edo interpretatzeko duten segurtasun eta argitasuna izango litzateke. Zeinu abstraktu eta figuratiboetan aplikatu daitekeen ezaugarria da. Zeinu figuratiboetan irudikatu nahi dena ez ikustea, zeinu abstraktuetan gauza errealak ikustea bezain desegokia litzateke.

Zumarragak orain duen armarrria herritarrentzat nahiko identifikagarria izan daiteke, herriaren ezaugarriak armarrriaren elementuetan aurkitu daitezkeelako eta diseinu zehatz horrek duen antzintasunak ezaguna egin duelako. Hala ere, biztanle ez direnentzat ez du zertan identifikagarria izan behar, heraldikan oinarritutako elementu asko ditu eta garai batean sortu ziren armarrri guztiekin elkarren antzeko elementu asko ditu.

Ondorioz, Zumarragako armarrriak erabiltzen dituen elementu nagusiak mantentzea interesgarria litzateke. Irakurleak aurreko armarrria oroitzen badu, zeinua ezaguna egingo zaio, eta gainera, zeinua sinplifikatuz argitasunez irakurtzeko aukera eskainiko da eta marka grafikoa ulergarria izango da.

- 11- Pregnantzia. Kontzeptu hau zeinu bat gogoratua eta barneratua izateko gaitasunarekin erlazionatuta dago. Publikoaren oroimenean gordeta gelditzeko zeinu batek duen gaitasuna formen soiltasuna, armonia eta koherentziari esker da. Hau da, zeinuak duen konposizio logikoari esker publikoaren oroimenean barneratu daiteke.

Aztertzen ari garen logotipoaren pregnantzia ez dela batere egokia baieztatu daiteke. Aurretik aipatu den bezela zeinuaren forma eta elementuak konplexuak dira eta horrek ez du armonia egokia sortzen. Beraz, publikoaren oroimenean barneratua gelditzeko gaitasuna duen logotipo bat sortzeko formetan soiltasuna, armonia eta koherentzia mantentzen duen zeinu bat sortu beharko da.

- 12- Deigarritasuna. Atentzioa eta begirada erakartzeko zeinuek duten gaitasuna litzateke. Ezaugarri hau pregnantziatik bereiztu behar da, izan ere, zeinu pregnantek oso deigarriak izan daiteke edo ez. Kasu honetan deigarritasun maila egokia lortzeko gai teknikoaz (beharrezko irakurgarritasuna eta kontestuaren araberrako kontrastea) eta identitateaz (perfila, pertsonalitatea) baldintzatuta dago.

Kasu honetan, Zumarragako armarrriak pertsonalitate handia duela esan daiteke, erabiltzen dituen elementu bereziengatik. Baina, pertsonalitatea irakurgarritasunarekin bat joan behar da, eta zeinu honen konplexutasunak ez du nahi den deigarritasuna lortzen. Beraz, pertsonalitatea irakurgarritasunarekin batera lotu dezakeen zeinu moderno eta soilago bat sortu beharko litzateke deigarritasun egokia lortzeko.



- 13- Nabarmentasuna. Identifikatuak izatea, hau da, besteengandik bereiztea funtzio nagusietako bat litzateke. Sektorearen eta kompetenziaren kontestuaren arabera parametro hau erregulatu daiteke. Banku batek nabarmentasun erdi-altua beharko luke eta ospitale batek ordea izenak berak duen nabarmentasunarekin nahikoa edukiko luke.

Armarri honek identifikatua izateko duen kapazitatea ez da batere positiboa. Zumarragarekin soilik zerikusia duten elementuak erabili arren, udal irudi bezala armarrria erabiltzen duten bestelako udalekin antzekotasun handia dauka. Hori, aldatu beharko litzateke. Berdiseinuak udal batek behar duen identitate estetika mantenduz inguruko udal eta merkeengandik identifikatua izateko beharrezko ezaugarriak eduki beharko lituzke. Hala nola, herriaren identitaterako garrantzitsuak diren elementuez osatutako zeinua herriaren izenarekin batera joatea.

- 14- Deklinabilitatea. Zeinuak sistemak sortzeko duten gaitasunari buruz ari gara. Adibidez, logotipoak duen tipografiak komunikazioan edo administrazioaren papelerian erabiltzen den familia tipografikoarekin harremana edukitzea gomendagarria da.

Gaur egun zumarragako udalak ez du deklinazio tipografikorik. Logotipoak erabiltzen duen tipografia ez dator bat dokumentuetako testuetan edo webgunean agertzen denarekin. Beraz, argi dago, diseinu berriak logotipoaren tipografia eta bestelako testu guztien tipografiarekin batasuna eduki behar dela. Horretarako elkarrekin ondo funtzionatzen duten pare bat tipografia aukeratu beharko liratezke, eta tipografia horiekin soilik udalari buruzko informazio guztia idatzi beharko litzateke.

#### 3.1.3.4. Markaren erabileren diagnostikoa

##### Udal-etxean erliebean landutako armarrriak



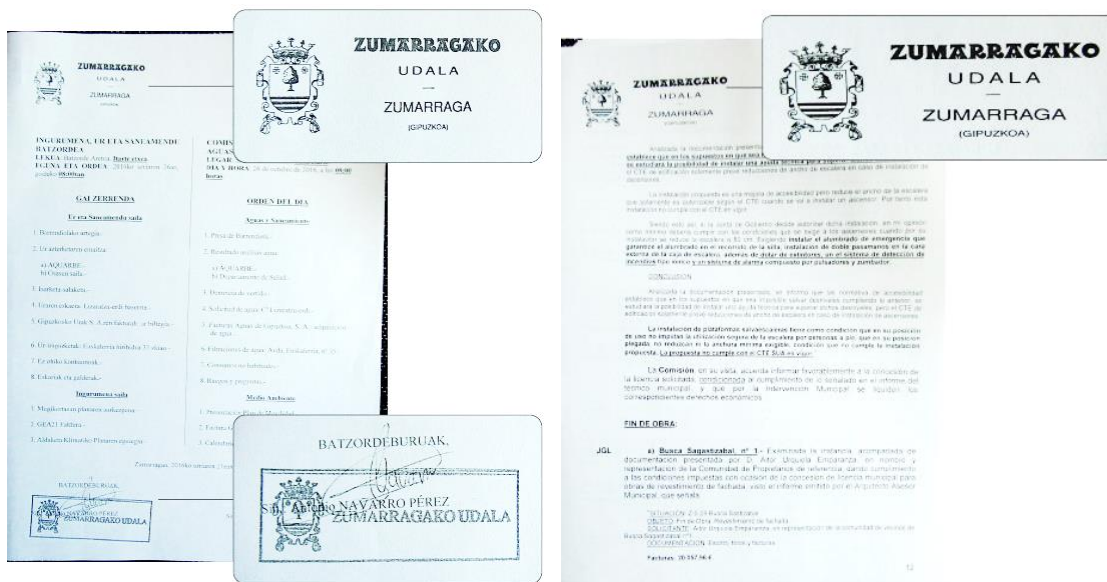
## Papeleria

### Karpeta eta sobrea



Hona hemen Zumarragako udalak erabiltzen dituen karpeta eta sobrea diseinuak. Papeleria elementu hauen erabilera udal barneko dokumentuentzat erabilia da gehien bat. Argi ikusi daiteke logotipoaren elementu guztiak ez dutela konposaketa zehatza errespetatzen. Batzuetan, karpetan ikus daitekeen moduan, armaria eta elementu tipografikoak ez doaz elkarrekin. Horrek, markaren identitatea urratzen du, armariaren erabilera anitzak arazoak eta zalatzak sor ditzazke euskarri ezberdinetan ezartzerako orduan, eta ez hori bakarrik, elementuen konposaketa zehatza ez eudikitzeak identitatearen kalitatea eskasa dela irudikatzen du.

### Orriak





13

Hemen ordea, udal batzarretan erabiltzen diren orri ezberdinen diseinuak ikus ditzazkegu. Orokorrean, alkateak zuzendutako orri ofiziala izan ezik, logotipoaren konposaketa mantentzen da. Logotipoaren elementu guztiak berdin daude konposatuta, armarría eskubian eta gainerako elementuak ezkerrean nahiko alineatuta armarríarekin. Horrek, aurretik ikusitako konposaketaren inkoherentziak zuzentzen ditu.

Hala ere, bigarren orrian ikus dezakegun moduan, marka grafikoaren erabilera okerra egiten da. Itxuraz deformatua dago, horizontalki luzatua dago. Hori gehiegi erreparatu gabe egin delako izan daiteke eta garrantzitsua da identitatearen erabilera okerrak saihestea.

Sinadurak ezartzeko zigiluaren diseinua, alkatearen sinadura izan edo beste zinegotzi edo langile batena izan, konposaketa berdina mantentzen du.

Alkateak zuzendutako orriaren diseinuan ordea, marka grafiko nagusian “Zumarragako Udala” eta “Alkatearen izena” idazterako orduan tipografia aldaketa ematen da. Tipografia kaligrafiko bat erabiltzen da, agian, nagusitasuna irudikatu nahi delako. Baina, egia esan, ez dio batere mesederik egiten. Berrito ere, logotipoaren zehaztasunik ez dagoela irudikatzen da. Marka grafiko batek erabiltzen duen tipografia beti berdina izan beharko luke eta euskarri ezberdinetan erabiltzerako orduan aldaketak eginez gero instituzioaren irudi korporatiboaren kalitatea okertzen du.

On-line euskarriak

Zumarragako udalaren Webgunea<sup>14</sup>



Zelai Arizti kultur etxearen Webgunea<sup>15</sup>



<sup>14</sup> <http://www.zumarraga.eus/es/>

<sup>15</sup> <http://www.zelaiarizti.eus/>



## Zumarragako udalaren Facebook kontua<sup>16</sup>



Aurreko armariaren erabilerak aztertu ondoren, argi gelditzen da Zumarragako Udalaren marka grafikoa erabiltzeko erak anitzak direla. Ez dago diseinu orokor bat euskarri zehatz batzuetarako, eta horrek, diseinuari segurtasuna eta notorietatea kentzen dio.

Aurretik aipatutako deklinabilitateari dagokionez ez du koherentziarik, ez dauka tipografia zehatz bat mantentzen armariaren erreprodukzio guztietarako eta horrek identitatearen galera dakar.

Armarriak dituen elementu ugariak nabarmentasunari oker egiten diote. Tamaina txikietan erreproduzitzen denean ez da batere ondo ikusten, beraz, soiltasunaren beharra nabaria da.

### Kaleko euskarriak



<sup>16</sup> <https://www.facebook.com/Zumarragako-Udala-355471997979174/>



Kaleko euskarrietan armarren erreproduzio anitzak ere aurkitu daitezke. Kolore aldaketa, elementuen galerak eta armariaren negatibo bertsio ugari erabiltzen dira. Argi dago, honi soluzio bateratu bat proposatu behar zaiola, armarriak berak dituen elementu ugariak ikusgarritasun murrizten dute, baina erreproduzitzeko era anitzek ikusgarritasuna murrizteaz gain, marka identitatea galaraztea bultzatzen du. Hau da, erreproduzitzeko era ezberdin guzti hauek Zumarragako Udala marka grafikoa identifikatzea zailtzen du.

Horretaz gain, deklinabilitateari dagokionez, konpondu beharreko akatsa da. Armariak berarekin daraman logotipoa edo zeinu tipografikoak ez dira euskarri guztietan agertzen, eta horretaz gain tipografia mota eta konposaketa ezberdinez aurkezten dira.

Euskarri guztietan aztertu dugun bezala tipografia zehatz bat ez edukitzeak identitate kalitatea okertzen du. Beraz, marka grafikoa edozein euskarrietan koherentzia izan dezan, oso garrantzitsua da berdiseinuan tipografia eta honen kokapen zehatza ezartzea. Horretaz gain, diseinuaren konposaketa orokor bat zehaztua edukitzea ezinbestekoa da, bai eta euskarri bakoitzean erabili daiteken kolore korporatiboa arautzea.

### 3.1.3.5. Kontzeptu klabeak

Oraingo armariaren eta berdiseinuaren kontzeptu klabeak erakutsiko dira taula baten bitartez. Garrantzitsua da kontzeptu hauek kontutan izatea bi armarriekin bat etortzen diren ikusteko, eta berdiseinuaren aldaketak onera izan direla ikusteko. Hau da, ezaugarri nagusiek oinarritzko baldintzak betetzen dutela frogatzeko.

Oraingo armaria	Berdiseinua
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Heraldikoa</li> <li>- Klasikoa</li> <li>- Pre-industrialala</li> <li>- Hotza</li> <li>- Konplexua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eraberritua</li> <li>- Gertukoa</li> <li>- Arduratsua / Serioa</li> <li>- Garbia / Argia</li> <li>- Konfiantzazkoa</li> </ul>

## 3.2 Bigarren fasea: Berdiseinua

Bigarren fasea egiteko lehenengo fasetik ateratako konklusioetan hartuko da oinarria. Markaren berdiseinuaren garapena azaltzen du eta egindako berdiseinua justifikatzeaz arduratzen da. Hortaz, emaitzak erakusten eta justifikatzen dituen fase teknikoa dela esan daiteke.

### 3.2.1 Markaren garapena

#### 3.2.1.1. *Restyling* edo eraberritzea

Estiloaren *restyling* baten aurrean aurkitzen garenean, diseinu horren zahartzea saihestuko da, marka eguneratu eta freskoa mantenduko dituzten ukituak emanez. Eraberrituaren bitartez marka grafikoa ezaguna egiten dituzten oinarriak mantentzen dira estetika eguneratua lortuz.

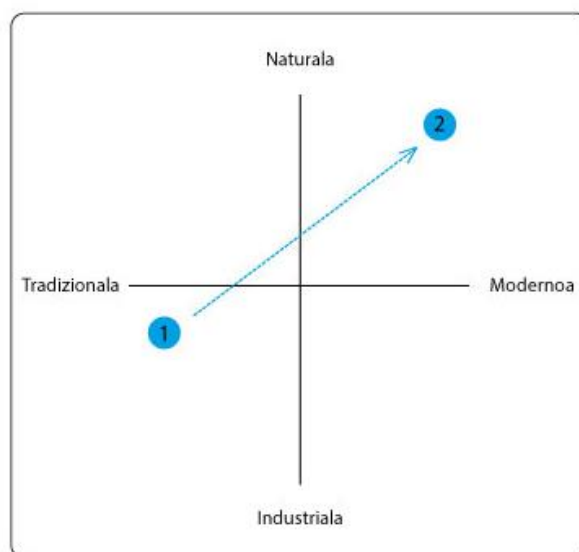
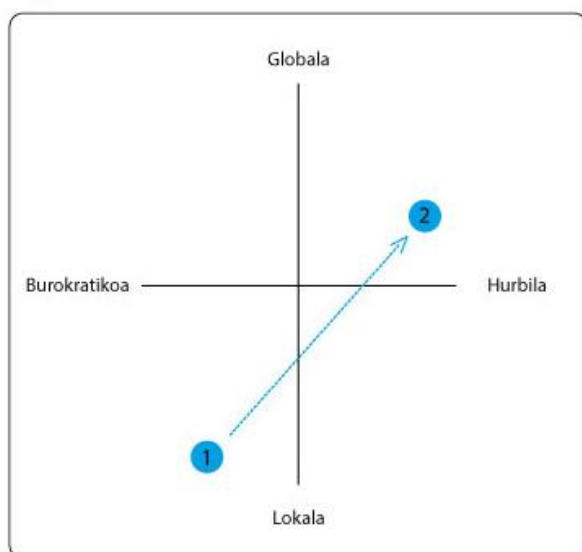
Eguneratuak egoteaz gain, eguneratuak gaudela igorri behar da. Edozein kasutan, markaren estrategiak oso argi eduki behar du atzean utzi nahi dena zer den eta zer transmititu nahi den hemendik aurrera.

Arcelor Mittal siderurgia enpresaren itxierak aldaketa asko ekarri ditu, herriaren arlo ekonomikoan gehien bat. Urte askoetan zehar industriak izan du indar gehiena herrian, baina orain aldaketa sakona nabari da, beraz, herriaren identitatea eraberritzeko momentuan gaude. Herria trantsizio egoeran dago eta siderurgia baztertzearekin batera garai berri batean sartu behar da, eta horretarako identitatea datorren garaira egokituz berdiseinatzea ezinbestekoa da.

Herriak orain arte bizi izan duen egoera eta hemendik aurrera lortu nahi duena aztertu ondoren, garrantzitsua da herriaren posizioa kokatzeko garapen grafiko baten bitartez adieraztea. Modu bisual batean herriak duen posizioa nora bideratu nahi den irudikatuko du posizionatze mapa batek, eta egin den berdiseinuaren bitartez lortu nahi den meta non dagoen argi zehaztuko da.

1 Non gaude?

2 Non nahi dugu egon?



Zumarragak duen armarrria lokala, industrialia, burokratiko eta tradizionala hitzak definitzen dute. Baina, ez dator bat herria definitzen duten baloreekin, ezta bilatzen dituen lorpenekin. Beraz, identitateak irudikatzen dituen ezaugarri horiek aldaketa sakona jasan beharko dute globaltasunetik, hurbiltasunetik, modernitatetik eta naturaltasunetik gertuago egoteko.

### 3.2.1.2. Markaren diseinua

Berdiseinu honen bitartez, aurretik aipatu bezala, Zumarragan eman diren aldaketa sakonei egokitzeaz gain, etorkizunean lortu nahi diren xedeekin bat egin behar da, eta marka honen boterea jendearen optimismoa pizteko gai izan behar du.

Zumarragako herritarrak arto eta identifikatuak sentitu behar dira herriaren markarekin, udaleko langileak eroso eta errepresentatuak sentitu behar dira egunero daramaten markarekin, eta bisitariak herriaren marka ikusten dutenean erakarrita sentitu behar dira.

Hau da, konfiantza eta gertutasuna transmititu behar duen marka da, eta etorkizunean eman daitezkeen aldaketei egokitua egon behar du. Horretaz gain, markaren arrakasta bisuala lortzea garrantzitsua da. Lehenengo begiradan gehiegi erreparatu gabe barneratua izan behar da, identitate indartsua izan behar du, eta etengabeko garapenera egokitzeke aukera eskaini behar du.

Aipatutako ezaugarri guzti horiek betetzeko, kolore bakarra eta errerepresentatiboa aukeratu da, herriarekin zerikusia duena eta itxura serioa eta aldi berean gertutasuna transmititzen duena.

Zeinua osatzen duten elementuei kutsu soila eman zaie, oroitzapenean gelditzeko errazak diren forma eta elementuez osatua. Tipografia ezberdinak aukeratu dira, bata erromatar klasikoan oinarria hartu duen serifadun modernoa eta bestea aurreko tipografia serifadunarekin egoki konplementatzen den lineal humanistikoa erabili da, marka grafikoaren zeinuak dituen forma modernoekin bat egiten duena. Erromatar klasikoaren erabilera egitea Zumarragako Udalaren itxura klasikoa mantentzeko izan da, baina ez gehiegi.

Aurretik egindako azterketan ondorioztatutakoa kontutan hartuz eta marka grafiko batean oinarritzekoak diren ezaugarriak betez, berdiseinuaren emaitza honako hau da:



Berdiseinu honi esker Zumarragako Udalak duen posizionatze grafikoa eguneratu da. Marka industrialia, tradizionala eta burokratiko izatetik; marka hurbila, naturala eta modernoa izatera pasa da. Marka grafikoaren elementuen soiltasunak kutsu hurbila



ematen dio markari, soiltasun horren bitartez transparentzia eta konfiantza transmititu daitekeelako. Elementuen forma leun eta sinplifikatuek itxura modernoa ematen diote eta zuhaitzak naturari erreferentzia egiten zaiola irudikatzen du.



### 3.2.1.3. Markaren ikus-zeinuen azterketa

Markak dituen elementurik garrantzitsuenak zeinua, logotipoa eta koloreak dira, elementu horien ezaugarriak oroitzeko erraza eta ezaguna bihurtzen baitute identitatea.

Zeinua eta logotipoak bi oinarritzko funtzio betetzen dituzten markaren diseinuan, alde batetik, antzematea egongo litzateke, eta bestetik, markaren barneratzea edo memorizazioa.

*Gainera, koloreak markaren adierazpenei indar bisuala emateaz gain, zentzu estetiko eta emozionala ematen dio identitatearen sistema grafikoari. (Luis Bassat, 1999: 78 orr.)*

Beraz, ezinbestekoa da berdiseinuaren ikus-zeinuen azterketa egitea eta aurreko marka grafikoaren ezaugarriekin alderatzea hobekuntza nabariak irudikatzeko.



#### Zeinua

Gaur egungo zeinu grafikoaren sinplifikazioa egin da, armarriak dituen elementu nagusiak kontuan hartuz eta modu soil eta ulergarri batean ezarriz. Zeinuaren basea heraldikak erabiltzen zuen forman oinarritu da inguruko elementuen konplexutasunari erreparatu gabe. Lehen begiradan udal baten logotipoari buruz ari garela ulertzeko du forma hori.

Zumarra, herriaren izena errepresentatzen duen elementu nagusia da eta herriaren nortasuna bertan aurkitu daiteke, beraz, berdisenuan itxura dotore eta sinplifikatu batez irudikatu da.

Goian kokatuta dauden hiru puntu horiek koroaren errepresentazioa izan daitezke, baina kasu honeta, Zumarragak Villa titulua duela adierazteko ezarri dira eta aurreko armarrian nagusitasuna zuten hiru urrezko barrei erreferentzia egiteko. Hala ere, zeinuak duen estetika mantentzen laguntze dute, beraz ezinbestekotzat hartu diren elementuak dira.

Gurutzeak armariaren ezaugarri heraldikoetan nagusitasuna zuten elementuak dira, beraz modu sinplifikatu eta akorde batean mantentzea egokitzat hartu da zeinuari pertsonalitate gehiago emateko.

Marka grafikoa osatzeko forma borobilak eta ergonomikoak erabili diran gehien bat. Zuhaitza elementu nagusia izanik naturak dituen forma borobilduak mantentzea egokiena izan da emaitza lehuna eta atsegina lortzeko.

Markaren sinpletasunaren bitartez gaur egungo garaira egokitu da eta etorkizuneko lorpenetara egokitzeko kapaza izateko sortu da.

## Zumarraga

Udala

### Elementu tipografikoak: logotipoa eta *tagline*-a

Zumarraga, herriaren izena, deklinabiderik gabe idatzi da marka grafikoan. Zumarraga"ko" mantenduz gero euskara ulertzen ez duen jendearen artean gaizki ulertuak sor daitezke. Beraz, hizkuntza aniztasuna mantentzeko hartu da erabaki hori. Zumarraga deklinabiderik gabe idatziz gero, hizkuntza gehiagotara moldatu daiteke logotipoa arazorik egon gabe. Gainera, Zumarraga hitza, berez luzea denez, bi hizki gehiagoz konposatzea luzeegia litzateke eta elementu grafiko gisa erabiltzeko zailtasunak sor ditzake.

*Tagline*-a edo logotipoak daraman azpitulua "udala" hitza da, instituzioari erreferentzia egiten dion hitza hain zuzen. Kasu honetan, *tagline*-a logotipoari ezartzea ezinbestekoa da, udal guztiek marka grafikoetan udalari erreferentzia egitea behar baitute.

Elementu tipografikoen konposaketan tipografia mota ezberdinen erabilera egin da, marka grafikoaren elementu guztien artean elkartasuna mantentzeko. Logotipo soil, atsegin eta modernoan tradizionaltasuna mantentzeko Zumarraga izenak duen *Bookerly* tipografia erromatar klasikoa erabili da. Egia da tipografia horren formak atseginak eta lehunak direla baina serifak kutsu tradizionala ematen diote.

Aspektu tradizional hori gehiegizkoa ez izateko eta zeinuak duen modernitatearekin bat egiteko tipografia lineal moderno eta atsegin bat aukeratu da azpituluan edo *tagline*-ean. Kasu honetan, marka grafikoak dituen beste elementu guztiekin bat egiten duen *Ebrima* tipografia lineal humanistikoa hain zuzen, testuetan erabiltzeko egokia delako eta *Bookerly* tipografiarekin batasuna duelako.

Aipatutako bi tipografia hauek nagusiak izan arren, marka grafikoak erabiltzen dituelako, bigarren mailako tipografia bat aukeratu da. *Calibri* da tipografia hori. Eskaintzen dituen erabilera anitzak direnez komunikazio euskarri ezberdinetarako titular eta testuetan erabiliko den tipografia lineala izango da. Beste bi tipografiaren ezaugarriekin bat egiten du eta ondo konplementatzen dela esan dezakegu.



### Kolore korporatiboak

Erabili den kolore urdina aurreko armarritik hartu da. Armariak duen kolorerik nagusienetarikoa izateaz aparte, sortutako zeinu berriarentzat egokia da. Zeinu berriak naturaren irudikapen argia egiten du zuhaitzaren forma erabiliz, beraz, ez da beharrezkoa berde kolorea erabiltzea natura berriro errepresentatzeko. Urdina, gainera, kolore lehun, serioa eta aldi berean atsegina da. Herriak lortu nahi duen izaera berritzailearekin ondo identifikatu daitekeena. Gainera, ikusitako hainbat adibideetan urdina kolore korporatibo moduan erabili izan da eta lortu duen emaitza kolorearen aldetik egokia izan da.

Kasu berezi batzuetan erabiltzeko, bigarren mailako koloreak aukeratu dira, berdea eta grisa hain zuzen. Kolore berdea erabiltzearen arrazioa naturaz inguratua dagoen herria delako da, gainera, Gipuzkoako herri gehienek berdea dute identitatearen ezaugarri batean. Zumarragak hainbat euskarrietan berdea kolore korporatibo moduan erabili du eta bere funtzioa ondo egin duela ikusiz, egokia litzateke bigarren mailako kolore korporatiboak behar izanez gero hori mantentzea. Grisa ordea, beltza eta txuriaren zeregin berdina betetzen du, beraz oinarritzko bigarren mailako kolorea litzateke.

Azpiratu beharra dago, berdea euskarri promozionaletan edo oso egoera berezietan erabiliko dela bakarrik. Grisa, ordea, prentsa bezalako euskarrietan erabili daiteke, eta kasu berezietan erabiltzeko kolore korporatiboa den arren, berdeak baino erabilera gehiago hartu ditzake.

### 3.3 Itxiera

Lanari amaiera emateko, sortutako berdiseinuari esker gaintzea lortu diren gabeziak aipatuko dira eta sortutako marka grafikoaren pronostiko txiki bat egingo da.

Hasteko, aurretik aipatu diren kontzeptu klabeak betetzea lortu dela adierazi dezakegu. Logotipoak dituen elementuen izaeratik gertuko marka arduratsu, garbi eta konfiantzazkoa diseinatzea lortu dela baieztatu daiteke.

Kolore urdinak, seriotasuna edo ardua irudikatzen dute, aldi berean, markari itxura garbia emanaz. Horrek, jatorrizko armariak dituen kolore kontraste handiek sortzen zuten nahasteari aurre egin dio, gainera, kolore korporatibo nagusia zehaztuz marka grafikoaren nortasuna indartzen da. Edozein euskarrietan erreproduzitzerako orduan irakurgarritasuna eta nabarmentasuna lortuko du.

Gainera, mantentzea egokiak ziren jatorrizko armariaren elementuak (koroa, zuhaitza, gurutzak, kolorea eta forma) modu soil eta egoki batean mantentzea lortu da. Tipografia serifadunaren bitartez kutsu tradizionala irudikatzen da modu eguneratu batean, eta zeinuak *tagline*-ak daraman tipografia linealarekin duen harremana kutsu modernoaren irudikapen argia egiten du.

Beraz, kolore korporatibo nagusi bat aukeratzeak, elementuek dituzten forma soil eta leunekin batera konfiantza ezaugarria indartzen duela baieztatu daiteke.

### **3.3.1. Pronostikoa**

Argi dago, marka eraberritzea zerbait objektiboa dela, baina lan objektibo hau egiteko modu ezberdinak daude. Proiektu hau jorrazteko hartu den lan dinamika gaiari buruzko azterketa sakona egitean oinarritu da. Egindako azterketa erreferentziatzen hartuta marka grafikoaren identitatearen berdiseinua modu serio eta justifikatu batean sortzeko.

Markaren berdiseinu honek argia ikusiko duen itxaropena mantendu da uneoro, horregatik seriotasuna izan da lana egiteko hautatu den dinamika. Beraz, berdiseinuak argia ikustekotan, udalaren identitateari itxura eraberritua emango liokela baieztatu daiteke. Oraingo armarrria aspaldian sortutakoa dela ikusi dugu eta erreproduzitzerako orduan sortzen diren nahasteak ezagutza eta nabarmentasun eskasa ematen diote.

Eraberritze honi esker marka identifikatzeko aukera handiagoa egongo litzateke, gainera, kutsu modernoak lortzeko ezarri diren elementuen ezaugarriek (kolorea, formak, etab.) markaren ikusgarritasuna areagotuko lukete.

## **4. BIBLIOGRAFIA**

### **4.1. Liburuak**

Bassat, L., (2016). *El libro rojo de las marcas*. DEBOLSILLO.

Beluccia, R., Chaves, N., (2003). *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós Iberica.

Chaves, N., (2006). *La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional*. GG diseño.

Costa, J., (2001). *La imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujia ediciones CICCUS.

Herrera, E., Fernández, L., (2016). *Primer congreso de diseño gráfico: Marcas gráficas de identidad corporativa*. EHU/UPV.

Moliner, M., (2000). *La fuerza de la publicidad*. Madrid: S.A. MCGRAW-HILL / Interamericana de España.

Mugica, S., (1912). *Guipúzcoa*.

### **4.2. Web-guneak**

Aís, J., (2015/01/09). Parámetros para evaluar la calidad gráfica de una marca. *Fluentis*. <http://fluentis.es/calidad-grafica-marca/> web gunetik jasota.

Arozamena, A., (2010). Zumarraga. *Eusko media fundazioa, Añamendi eusko entziklopedia*. <http://www.euskomedia.org/aunamendi/137119> web gunetik jasota.

Ayuntamiento de Zumarraga. <http://www.zumarraga.eus/es/inicio> web gunetik jasota.

Calvo, M., (2011/06/14). Condiciones y funciones de la imagen corporativa. *Scribd*. <https://es.scribd.com/doc/57832339/Joan-Costa-Condiciones-y-Funciones-de-La-Imagen-Corporativa> web gunetik jasota.

Espinosa, R., (2012/10/14). Cómo definir misión, visión y valores, en la empresa. *Roberto Espinosa*. <http://robertoepinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/> web gunetik jasota.

Espinosa, R., (2014/09/15). Posicionamiento de marca, la batalla por tu mente. *Roberto Espinosa*. <http://robertoepinosa.es/2014/09/15/posicionamiento-de-marca-batalla-por-mente/> web gunetik jasota.

Evonova, (2015). *El restyling: ¿qué hacer cuando un logo se queda anticuado?*. <http://evonova.es/el-restyling-que-hacer-cuando-un-logo-se-queda-anticuado/> web gunetik jasota.

Mugica, S., (2006-2007). *Geografía de Guipúzcoa*. Juan Antonio Saez. <http://www.ingeba.org/klasikoa/geografi/mug304/10821087.htm>

Pablo., (2009). La marca corporativa. *FAU, Universidad de Chile*. <https://pablobranding.files.wordpress.com/2009/09/la-marca-corporativa.pdf> web gunetik jasota.

Wikipedia, (2017/04/03). Zumarraga. *Wikipedia*. <https://es.wikipedia.org/wiki/Zum%C3%A1rraga> web gunetik jasota.

## 5. ERANSKINAK

### 5.1. Antonio Prada historialaria (2016/12/16)

- Zumarragak eduki zuen lehen armarria edo herria identifikatzeko lehen irudia noiz sortu zen?

*Beno, horretara iritsi baino lehen Zumarragaren historia piska bat kontatuko dizut. Hasteko, Zumarragan, Plaza Navarra hain zuzen, 1963an lehen etxe konsistoriala eraiki zuten.*

*1764 eskudo baten beharra ikusi zuten herriaren errepresentazio bisuala edukitzeko. Garaian zegoen Udal Korporazioak Korteko arma errege bati armarri baten marrazkia eskatu zion. Behin armarriaren diseinua sortuta, eskultore bati eskatu zioten armarri hori modu fisiko batean eraikitzeko. Eraiki zen armarri horren eskultura lehen etxe konsistorialean eraiki zen. Etxe-konsistoriala bota zuetenean, sortutako lehen armarria mantendu nahi zen, beraz, harrizko oinarri batean kokatu zuten eta gaur egun hor jarraitzen du, Nafarroako Enparantzan.*

- Duela zenbat urte berri zen udalaren identitate korporatiboa? Hau da, duela zenbat urte sortu zen gaur egun erabiltzen den armarria?

*Paperezko dokumentuak maiztasunez erabiltzen hasi zirenean, armarriak zituen elementu guztiengatik zailtasunak aurkitu zituzten eta armarri horren sinplifikazio txiki bat eginez orrietan ezartzeko zigilua erabiltzen hasi ziren.*

*Hortik habiatuz, data zehatza ezingo nuke zehaztu, baina 1950.hamarkada inguruan Teresa Artexe historialariak armarriaren diseinu sinplifikatuago bat egitearen lana hartu zuen. Honek, 1764ean sortu zuten armarriaren marrazkia sinplifikatu zuen eta koro bat ezarri zion. Beste herriko udalek erabiltzen zituzten armarrietan oinarrituz eta Zumarragak Villa titulua zuela kontutan hartuz erabaki zuen koroa gehitzea.*

- Armarrian dagoen objektu bakoitzak herriarekin lotua dagoen esan nahia dute. Zein deskribapen emango zenioke objektu bakoitzari?

*Koroaz aparte, armarri honek ezaugarri ugari ditu. Erdigunean kokatua duen zuhaitza zumarra da, eta Zumarragari "Lugar de Olmos" esaten zitzaizkion ezarrita dago. Goiko aldean kokatuta dauden gurutzak herria osatzen zuten bi eremu nagusiak zehazten dituela esan daiteke. Ez du jende askok gogoratuko, baina garai batean herria landa eremua zen bakarrik eta gutxinaka bi zatietan banatzen joan zen. Landa eremuak mendi inguruetan zeuden baserriez osatuta zegoen, nahiko toki altuetan, eta eremu urbanoa Urola ibaiaren inguruko toki lauetan eraikitzen joan zen.*

- Zer errepresentatzen dute armarriak dituen koloreak? (gorria, urdina, berdea eta horia)

*Koloreena, ez daukat oso argi, baina armarriari buruzko dokumentuak bilatzen ibili naiz eta Iñaki Lizasoro-k idatzitako honako dokumentuan koloreei erreferentzia egiten diela uste dut:*

**Pescadería JAIONE Arrandegia**  
Pescados frescos, congelados, mariscos y bacalao seco  
Arrein bizia, izoztua, itasaskak eta makailo lehorra

Les desee felices fiestas - ¡Jai zoriontsu batzuk opa dizkizue!

Elizkale, 1 ☎ 72 32 56 ZUMARRAGA

---

**Carrocerías**

**SANTOS**

Chapa y pintura


Avda. Euskal-Herria, s/n ☎ 72 28 06 ZUMARRAGA

---

**Perfumería**  
"Iskin"  
Regalos - Bisutería

Les desee felices fiestas  
Jai zoriontsu batzuk opa dizkizue

Elizkale, 17 ☎ 72 00 53 ZUMARRAGA



### El escudo de Zumárraga y su significado

por IÑAKI LIZASORO

Por los síntomas que se detectan en la sociedad, estos últimos años de cansina andadura hacia la democracia, por fortuna nos motiva más el saber dónde nace el río que atraviesa el pueblo y los montes que limitan el horizonte, que nacier de carrerilla la dinastía de los reyes godos.

Hemos despertado a la Cultura autóctona, justamente la que tenemos obligación moral de conocer, difundir y defender.

Esto no significa que vayamos a arruinar la Cultura universal, pero al establecer una prelación velleitaria, es de justicia que «lo nuestro», lo ilusionado de ser y sentirnos vascos —por sangre o por adopción—, ocupe un lugar prominente en el bagaje íntimo.

En este orden de despertares, también debemos inventariar el interés de la comunidad por el heráldico correspondiente a la exteriorización gráfica del apellido, la del pueblo natal o simplemente de adopción. ¡Buen síntoma!

A medida que el ciudadano de a pie se culturiza, es normal que sienta una sana curiosidad de hacerse en su devenir genealógico y los más osados, hasta de preparar por lo más frondoso del árbol familiar.

Ya tenemos materia por descubrir, porque a juicio del maestro de heraldistas, el mondragónes Juan Carlos de Guerra, fue en el siglo XIII, cuando en Navarra se puso de moda el escudo, algunas veces por concesión real del culto Teobaldo I —que emprendía a la sazón la Cruzada a Tierra Santa—, y casi siempre por capricho de los propios ciudadanos que deseaban dar una traducción nástica al significado de su apellido.

De todas suertes, nunca debemos desaparecer a nuestro caserío natal por su humilde arquitectura, ni al apellido, porque no disponga de blasones. La grandeza de nuestras cunas radica en su antigüedad y en haber conservado a la familia en su primitiva nobleza y libertad.

El hecho de que nuestro apellido paterno o materno carezca de escudo con pasado yalmo y magallón de lambrinquines —al gusto barroco del siglo XVIII— se puede traducir como sinonimia de mayores cotas de independencia que otros apellidos que lo ostentan por cuestión de prebendas reales.

**EL ESCUDO DE ZUMARRAGA**

No pretendo escribir un tratado de «Arms et insignis», pero conviene recordar que en heráldica, los colores y los dibujos, tienen su significado. Trataré de describir la semántica, el mensaje del escudo oficial de mi querido pueblo natal, ese blason que generosamente, solidariamente, ha dado acogida, pan, trabajo y progreso a más foráneos que indígenas.

El escudo consta de tres barras de oro en campo de azul, un olmo en medio y dos cruces en la parte superior.

Las barras en heráldica, son piezas honorables de primer orden. Esmeñadas en oro quieren decir

nobleza, magnanimidad, luz y sabiduría.

El campo de azul, que equivale al fondo pintado de azul, denota justicia, celo, verdad, lealtad, candor y hermosura.

La figura heráldica central y más importante, es precisamente el árbol, un frondoso «Ulmo» para Carlos Linneo, «Olmo» en castellano y «Olm» en euskera. De él precisamente adoptó su nombre la Villa: «Zumar» = «Olm» y el sufijo «-arra» = «-dencia» o «-aga».

Es pues, Zumárraga, la «Ciudad de Guztalherria».

Por supuesto que el Olmo del escudo, se halla pintado en estropeo, que es el color verde en el mundo heráldico.

En Guipúzcoa, son veintiseis los municipios que ostentan algún árbol en su escudo oficial, además del blason provincial que muestra tres tejos. Pero es solamente Zumárraga el que representa el olmo.

La figura heráldica del árbol policromado en verde, denota un destino fuerte y constante así como fecundidad en empresas valerosas. ¡No lo ha demostrado Zumárraga, que de modesta aldea se transformó en pujante centro industrial!

En el libro «Guipúzcoa», escrito hacia 1912 por Serapio Mugica, el culto cronista indica que el escudo de Zumárraga lleva tres cruces a los lados de la copa del olmo.

Observo que en la actualidad el blason tiene solamente dos cruces que flanquean al árbol. Indagando sobre el particular, he hallado una artística carta topográfica de Guipúzcoa diseñada por J. Joaquín de Olazabal y que las Juntas Generales la aprobaron en sesión celebrada en 1849 en la ciudad de Oñati. El trabajo se halla ribeteado por los escudos oficiales de los municipios y el de Zumárraga se reproduce con dos cruces, igual que en nuestros días.

Estas dos cruces del modelo llamado teonico son de cuatro brazos iguales que se ensanchan hasta los extremos y se han de polícromar en plata, sinónimo de integridad, obediencia, elocuencia.

Las cruces también son piezas delicias en la asignatura de heráldica.

El escudo de Zumárraga lleva por timbre o remate superior la corona que simboliza la hegemonía y soberanía municipal que finalmente alcanzó en 1411 para gozar de ella definitiva y solemnemente desde 1661, fecha en la que obtuvo la independencia y el título de Villa.

Los títulos de Myr Noble, Myr Luit y Myr Fiel se concedieron por Real Orden de 13 de febrero de 1906 firmada por Alfonso XIII, el mismo año de su boda con la princesa inglesa Victoria Eugenia de Battenberg.

El blason de la Villa de Zumárraga puede utilizar cualquier institución, asociación, club, hermandad o sociedad recreativa local, pero lo ha de hacer sin la corona, ya que ésta se reserva sólo y exclusivamente al uso del Ayuntamiento.

Que la fronda del venerado ZUMARR, continúe cobijando a mis recordados pasanos bajo la sombra de la paz y el progreso.

## 5.2. Unai Orbegozo zinegotzia (2017/04/07)

- Zertan oinarritzen da udalaren eginkizun nagusia?

*Udalaren eginkizun nagusia Zumarragako herriak gobernu ireki eta partehartzailea edukitzea da. Hartzen diren erabaki guztiek herritarren bizi-kalitatea hobetzeko eta giza berdintasuna ziurtatzeko helburua dute.*

- Zein da ekintzarako arlo geografikoa? (Urola Garaia, Guipuzkoa, etab.)

*Arlo geografikoa, argi eta garbi Zumarragako herria da, beti ere, Urola Garaiko Mankomunitatearekin, Gipuzkoako Diputazioarekin eta Eusko Jaurlaritzarekin koordinatuak egonda (besteen artean).*

- Zein da udalaren abantaila lehiakorra?

*Zumarragako abantaila nagusienetariko bat, kokapena geografikoa da. Goierri, Urola garaia eta Debagoiena artean dago, hau, komertziorako eta bestelako erlazio ekonomiko eta sozialetarako oso positiboa da. Kostaldea 30 minututara dugu autoz eta ordubetera garraio publikoan. Donostia, Bilbo, Gasteiz eta Iruñearekiko distantzia antzekoa dugu ere, Euskal Herriko erdigunean kokaturik.*

- Etorkizunari begira zer lortu nahi da?

*Geroz eta herri justuago bat, irekiagoa, anitzagoa, etab.*

- Non nahi da egon etorkizunean? (bost urte barru adibidez)

*Bueno, hainbat proiektu daude habian, baina aurretik aipatu bezala etorkizunerako lortu nahi dena Zumarragako biztanleen bizi kalitatea hobetzea da, eta hori etengabe hobetzen lortzeko beharrezko aldaketak jorratzea.*

- Zertarako edo norentzat egingo da? (Herritarrentzat, turistentzat...)

*Erabat eta dudarik gabe, Zumarragatarrentzat egingo da. Hala ere, beti ere turistei ongietorria emanez eta Zumarragako ateak, zentzu guztietan, zabalduz.*

- Udalean, zeintzuk dira herritarrei errepresentatu nahi zaien balore nagusiak?

*Partehartzea, gardentasuna, efikazia, kalitatea eta gizarte sentsibilitatea izan daitezke udalaren izaera definitzen duten balore nagusiak.*

- Zumarragako udalak zertan sinisten du?

*Zumarragako udalak herri irekia izan nahi du. Partehartzean barneratzen doa, bakea esparrua eta memoria sakonki lantzen, justizia sozialean sakontzen. Anaitasunean eta elkartasunean oinarritutako etorkizunean sinisten du.*