

PRENTSA KOLOREDUNAREN ETORKIZUNA

JOSE IGNACIO ARMENTIA

Artikulu hau, Udako Euskal Unibertsitatearen azken saioan aurkeztutako ikasgai baten laburpena da. Gero eta gehiago hitzegiten da prentsa koloredunari buruz eta sarritan arinkeria nabariz. Hau zela eta, fenomeno honek ikasketa sakonagoa merezi zuela uste izan nuen. Hurrengo lerroetan, beraz, prentsa koloredunari buruzko teoriak aztertzen dira ondorioren batera iritsi nahian.

Azken urte hauetan kazetaritza-munduan eztabaida interesgarri baten aurrean aurkitzen gara: egunkarietan kolorea erabili behar ote den ala ez alegia. Teoriko eta kazetari batzuen ustez, kolorea inposatu egingo da nahitanahiez, mende honen hasieran argazkien erabilpena inposatu zen legez. Beste batzuen iritziz, haatik, arazoa ez da hain erraza eta honako galdera botatzen dute: koloreak, benetan, zerbait berri ekartzen al du

prentsa-mundura apaingarri batez gain? Nik neuk, egia badiot, ez daukat batere garbi sortu den eztabaida hau. Une hone-tan, prentsa koloredunaren arloan, zer egiten ari den aztertzen badugu, gure nahasketa handiagotu egiten da. Alde batetik *US Today* edo *L'Equipe*-ren lehengo orri zoragarriak aurki dit-zakegu; baina bestetik ez da ahaztu behar, Ertamerikan, Afrikan edo Espainian bertan egiten diren egunkaririk txar-renetariko batzuk kolorez argitaratzen direla. Artikulu honetan prentsa koloredunari buruz plazaratu den zenbait teoria azter-tuko dugu.

KOLOREAREN DEFENDATZAILEAK

Fernando Lallana irakasle madrildarrak “El color en la prentsa diaria” doktorego-tesiaren ondorioetan zera esaten zuen:

“El uso del color se generalizará en la prensa, como ya lo está en cine, tv., libros y revistas. Faltaba únicamente reducir los tiempos y obtener calidad en papeles prensa de bajo coste, y estos pasos intermedios ya están dados. Como hemos demostrado el color como lenguaje, como medio y vehículo de imágenes de sentimientos, de emociones y de datos aptos para la captación de lectores terminará por imponerse, ya que su fuerza de seducción sólo será superable por la propia realidad que transmite, de la que está mucho más cerca. Porque la vida es en color y el negro quedará relegado a los textos y a las hemerotecas como una etapa histórica ya superada, fruto que fue de un sueño gris, parcial y limitado”.¹

Ikusten denez, Lallanaren ustez, etorkizun hurbil batez kolorea prentsen orrietara hedatuko da.

Mario García iparramerikarra bat dator Lallanarekin prentsa koloredunaren etorkizuna baloratzean. Bere *Diseño de diarios a color* liburuaren hasieran zera adierazten bait du:

“El color está alcanzando rápidamente la categoría de la tipografía, como una parte integral en la composición visual del

diario. Se convierte en el paisaje sobre el cual se mueve la tipografía”.²

Seguru asko, aipatutako bi irakasleek, beren teoriak erakustean *US Today* motako egunkari koloredunen eredia dute beren buruetan. *US Today* 1982an jaio zen eta 5 urtetan informazio orokorreko egunkarien artean lehenengo lekuan jarri zen salmenta-kopuruan. *US Today* lau ataletan edo kuadernotxotan argitaratzen da, lauretan kolorea sartuz. Izu-garrizko ospea lortu du bere *eguraldi-orrialdeak*. Bertan, tenperaturak adierazteko nabardura edo tono diferentetako koloreak erabiltzen dira. Une honetan *US Today*-k ia 5 milioi ale saltzen ditu egunero. Europan, *Bild Zeitung* alemaniarra bakarrik iristen da kopuru honetara. *US Today*-ren arrakasta ikusiz gero, bere eredia kopiatu da beste leku askotan. Horrela, 1986an *Today* tabloidea agertu zen Ingalaterran. Formatoa izan ezik, *US Today*-ren beste elementu guztiak imitatzen dira (kolorea, informazioaren tratamendua, titular handiak, grafiko ugari, etab.).

Sociedad Interamericana de Prensa delakoak 1985ean prentsaren etorkizunari buruzko informe interesgarri bat publikatu zuen. Ondorioetan, datorren mendeko irakurleak zer eskatuko duen aztertzen zen. Beste gauzen artean hau irakur daiteke:

“El futuro lector del siglo XXI aspira a encontrar en su periódico imágenes para conjugar las palabras. Más imágenes a color reproducidas con sentido de excelencia para captar el ojo del lector moldeado por la televisión; el ojo que ocasionalmente lee periódicos o no los lee”.³

US Today-ren diseinugilea den Richard Curtis iaz Iruñean izan zen, OPUSen Unibertsitatean Prentsari buruzko ihardunaldietan parte hartzeko. Bere hitzaldian Richard Curtis-ek zera azpimarratu zuen: kolorea apurka-apurka egunkari guztietara iristen ari dela.

INFORMAZIOA ALA APAINDURA

Kolorearekin kritikoagoa, edo moderatuagoa behintzat, Louis Guéry irakasle frantziarra dugu. Berak bere buruari galdetzen dio ea benetan koloreak zerbait berririk ekartzen ote dion prentsari:

“Mais la question reste posée: la couleur dans la presse a-t-elle un impact? Contribue-t-elle à améliorer la diffusion d’une publication?”⁴

Guéry-ren ustez ez da erraza kolorearen eragina neurtzea. Berak dioenez, salmentak ez dira beti neurririk proposenak, beste faktore batzuk ere sartzen direlako (idazketaren kalitatea, banaketaren antolaketa, etab.). Dena den, kolorea publikitatearen erakartzeko oso egokia dela uste du, edozein iragarri-mota argitaratu daitekeelako. Guéry-ren iritziz, kolorea berez ez da ona ezta txarra ere. Egunkari askotan bere erabilpena negatibotzat jo daiteke. Kolore ugari nahasten direnean, koloreak galdu egiten du bere indarra. Gauza bera gertatzen da orri batean kolorezko argazki asko sartzen direnean.

Missouri-ko Unibertsitatean irakaslea den Daryl R. Moen-ek dioenez, 1983an Estatu Batuetako egunkarien % 53ak kolorea erabiltzen zuten⁵ eta gero eta gehiago dira kolorea erabiltzen duten egunkariak irakurleek horrela exigitzen dietelako:

“One of the reasons for the increasing use of color is that readers (subscribers and nonsubscribers alike) are telling newspapers that they like color”.⁶

Floridako Poynter Institut-ean egindako ikerketa batzuen arabera, jende heldua da batipat egunkari koloredunak gogokoago dituenak. Halaber, kultura zabaleko irakurleak ez omen dira beste irakurleak bezain kolorezaleak. Ikerketek diotenez irakurleek koloretako orrialdeak modernoagoztat eta errazagoztat jotzen dituzte.

Vic Giles⁷ eta F.W. Hodgson-ek beren *Creative Newspaper design*⁸ liburuan, kolorea arreta handiz erabili behar dela diote. Euren iritziz, kolorea erabiltzerakoan zer egunkari eta informazio-mota den oso kontutan eduki beharko da:

“When to and when not to use colour depends on the type of newspaper and even on the part of a newspaper. While features offer more scope for the mood and atmosphere of a good colour picture and news seems to demand black and white, certain vivid news subjects can produce a shock effect in colour”.⁹

Giles eta Hodgson, zenbait ikerketen ondoren, honako ondorioa heltzen dira: argazki koloredun batek benetan eraginkorra izateko elementu zuri eta beltzez inguraturik egon behar du, koloredun marrek eta tramek indarra kentzen bait diote argazkiari. Koloretako titularrak ez dira oso efektiboak izaten eskuarki. Dena den, gauza bat argi eta garbi geratzen da aipatutako liburuan: kolorearen erabilpena egunkarietan oraindik esperimentalak da; akats ugari ikusten den arren, ondo erabiliz gero, oso elementu baliagarria izan daiteke diseinugileentzat.

ONDORIOAK

Gai honekin amaitzeko eta hainbeste iritzi ezagutu ondoren, nirea plazaratuko dut. Ene ustez, kolorea berez gutxitan justifikatzen da egunkarietan. Bakarrik informazioa benetan osatzen duenean. Honenbestez, gogoko zaizkit Bartzelonako *La Vanguardia*-n mantentzen diren erizpideak. Bertan, lehenengo orrialdean koloretako argazkiak erabiltzen dira informazioaren osagarri gerta daitezkeenean. Adibide bat: arestian Van Gogh-en koadro famatu bat saldu zen eta *La Vanguardia*-k koadro horren argazki koloreduna atera zuen lehenengo orrialdean. Bere azalpena zera zen: ez da posible Van Gogh-en artelan bat ulertzea kolorez ikusten ez bada. Zoritxarrez egunkari askok beste ikuspegi bat dute kolorearen erabilpenari buruz: “kolorea,

zenbat eta ugariago hobe” litzateke beraien kontsigna. Baina koloreaz abusatuz gero, argazkiak izan dezakeen indar gutzia galdu egiten da eta irakurlearen begia zorabiatzen. Erre alitatea kolorez dela dio zenbait teorikok, eta honenbestez, egunkariak ere koloredunak izan behar dutela. Zinema-munduan ere antzeko eztabaida bat sortu zen 70eko hamarkadan. *Idealista* deitutako joerako partaideek —eta haien artean André Bazin frantziarra ordezkari nabaria zen— irudiaren garapena teknikaren aurrerapenetan zeharo oinarrituta zegoela zioten; eta garapen honek errerealismorik handiena lortu behar zuela aldarrikatzen zuten. Margoak, argazkia eta zinema lirerateke errerealismo horren bilaketaren urrats batzuk. Haien ustez, etorkizuneko zinema hirudimentsionala izateaz gain, beste zentzumenetara ere zuzenduta egongo litzateke; hots, zinema usaingarri nahiz ukigarria litzateke. Baina ikusten ari garenez gaur egungo joerak ez doaz inolaz ere ildo horretatik.

Nik uste dut komunikabide bakoitzak bere adierazpidea duela. Egunkariak, berehalakotasunean bederen, gai ez badira ikusentzunezko komunikabideekin konpetitzeko, nola konpeti lezake telebistarekin errealtatearen imitazioan. Hori ez da egunkarien burruka. Egunkariak azken urteen joan-etorrian espezializatorantz jo dute, informazio erreflexibo eta osoagoa emanaz. Beraz, informazio hori benetan osatzeko kolorea beharrezkoa bada, erabil bedi; baina kolorea apaingarri hutsa bihurtzen bada, bere erabilpenak ez du zentzu handiegirik izango.

ERANSKINA¹⁰

Hobeto irakurtzen diren koloreak

1. Beltza horiaz inguraturik; 2. Horia beltzaz inguraturik; 3. Berdea zuriaz inguraturik; 4. Gorria zuriaz inguraturik; 5. Beltza zuriaz inguraturik; 6. Zuria urdinaz inguraturik 7. Urdina horiaz inguraturik; 8. Urdina zuriaz inguraturik; 9. Zuria beltzaz inguraturik.

Irakurgarritasun ertaineko koloreak

1. Berdea horiaz inguraturik; 2. Beltza laranja inguraturik; 3. Gorria horiaz inguraturik; 4. Laranja beltzaz inguraturik; 5. Horia urdinaz inguraturik; 6. Zuria berdez inguraturik; 7. Beltza gorriaz inguraturik; 8. Urdina laranja inguraturik; 9. Horia berdez inguraturik; 10. Urdina gorriaz inguraturik; 11. Horia gorriaz inguraturik; 12. Zuria gorriaz inguraturik.

Irakurgarritasun txarreko koloreak

1. Berdea gorriaz inguraturik; 2. Gorria berdez inguraturik; 3. Gorria laranja inguraturik; 4. Horia laranja inguraturik; 5. Laranja urdinaz inguraturik; 6. Laranja zuriaz inguraturik; 7. Beltza berdez inguraturik; 8. Zuria laranja inguraturik; 9. Gorria beltzaz inguraturik.

1. LALLANA, Fernando: *El color en la prensa diaria*. Universidad Complutense, Madrid, 1988, 486 or.
2. GARCIA, Mario R.: *Diseño de diarios a color*. IFRA, Darmstadt, 1989, 9 or.
3. SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA (S.I.P.) "¿Qué espera el lector de un periódico?" in: *El Boletín del Centro Técnico de la SIP*, 229 zk., urria 1985, 4 or.
4. GUÉRY, Louis: *Manuel de secrétariat de rédaction. De la copie à la maquette de mise en page*. CFPJ, Paris, 1986, 195 or.
5. MOEN, Daryl R.: *Newspaper Layout and Design*. Iowa State University Press, Ames, Iowa 1989, 223 or.
6. *Ibidem* .
7. Vic GILES-ek Dublingo *Irish Press* eta Newcastle-go *Sunday Sun* berdiseinatu ditu.
8. GILES, Vic eta HODGSON, F.W. *Creative Newspaper design*. Heinemann Professional Publishing, Oxford 1990.
9. *Ibidem*. 241 or.
10. LALLANA, Fernando: *La nueva identidad de la Prensa*. Fundesco, Madrid, 1987, 252 or.