

POR QUE A INFOGRAFIA SALVARÁ O JORNALISMO

Estava fora, chego atrasado a essa discussão, que começou no mês passado e ganhou a rede. O polêmico texto de Javier Errea, presidente da [SND-e](#) (Society for News Design - Espanha), [publicado no blog visualmente](#) com o mesmo título deste post, foi o estopim.

Publico abaixo uma tradução resumida.



Por que a infografia salvará o jornalismo (Javier Errea, tradução livre de André Deak)

“Consegue imaginar um artigo sem palavras? E uma crônica política em forma de quadrinhos?”

Se você é dos que leva as mãos à cabeça porque considera que este tipo de jornalismo não é confiável nem sério, este texto não vai te interessar em nada. Sinto dizer que você contribui para o processo de acelerar o final dos jornais impressos. Se tem alguma dúvida, me dê uma oportunidade. E se te deixa curioso - porque é disso que se trata - me ajude a propagar a idéia.

Vivemos tempos conturbados no jornalismo. Ou melhor, na imprensa escrita. Existem poucas certezas e muito medo. O mal é que, ante isso, as empresas se empenham em tomar apenas medidas defensivas: por exemplo, a convergência da boca pra fora, para dissimular o corte de gastos, ou menus informativos absolutamente previsíveis.

Não gosto de apontar, falar é fácil. É preciso estar na sala de máquinas para saber o que é montar um jornal por dia. Mas estou convencido de que o rumo que segue nossa nave conduz diretamente ao iceberg do Titanic jornalístico.

Que fazer? Não tenho bola de cristal, mas considere que nas redações offline, principalmente, existe pouca autocrítica e bastante complacência: somos - pensam, pensamos - depositários do bom e velho jornalismo e esse nunca poderá morrer. Quando nos congressos e em livros se aborda a iminente morte

dos jornais, não soam alarmes nas redações.

Só uma resposta que surja de baixo, uma resposta jornalística, de coragem, pode salvar os diários e torná-los valiosos, necessários e - por que não? - divertidos. Essa resposta é a infografia.

Atenção para a tese: só a infografia salvará os jornais.

A infografia oferece todas as ferramentas para acabar com a forma clássica de fazer jornalismo: Informação=título+texto+foto. Essa fórmula serviu durante muitos anos e acabou por uniformizar a maneira de contar a realidade, submetendo-a às estreitas margens da narrativa textual.

Você acha que é possível contar da mesma maneira uma guerra e um jogo de futebol? Não acha que o tom que deve ser usado para as duas realidades é completamente distinto, e que esta distinção não pode ser feita utilizando apenas palavras?

Os leitores fogem não apenas porque não contamos as histórias que querem, mas também porque não contamos como querem. Claro que para que a infografia possa contaminar a narrativa jornalística e ampliar seus horizontes quase ilimitadamente é preciso aceitar que a ortodoxia não existe. Desde a experiência de várias edições dos Prêmios Malofiej de Infografia, o conceito estreito se apoderou do gênero: muitos trabalhos foram criticados porque não estão de acordo com as normas clássicas. Escutei muitas vezes a frase mágica: Isso não é infografia. Quem pronunciava se imbuía de uma autoridade que desacreditava muitos colegas. Eu, inclusive.

Agora, vários jurados do Malofiej começam a reconhecer valores infográficos e comunicativos a trabalhos antes recusados. Até bem pouco tempo, era impensável que gráficos como os apresentados pelas revistas brasileiras da Editora Abril (Mundo Estranho, Saúde, Superinteressante...) vencessem algum prêmio. Hoje arrasam. A linha sóbria e ortodoxa de The New York Times não é a única válida. Não que o grande diário esteja equivocado, pelo contrário. Simplesmente mostra que existem muitas vias e que o ecletismo do mundo chegou à infografia.

Estudos como os da Universidade de Lund (Suécia) mostram que a infografia é o gênero que mais detém um leitor na página. Pela sua natureza e características, os gráficos atraem a curiosidade dos leitores, que entendem bem essa linguagem fragmentada e tremendamente visual. Por que não aplicar então essa nova era da infografia à maneira de contar as notícias?

Alguns jornais são hoje conhecidos por destruir esquemas. Liberation, na França, depois o Correio Braziliense no Brasil, o The Independent no Reino Unido... Decidiram um dia empregar novas linguagens nas capas. Cifras, frases, fotos, gráficos, tabelas, diagramas, história em quadrinhos... Qualquer ferramenta era válida. Entretanto, foram poucos os que permitiram que esse tsunami informativo invadisse as páginas internas não uma ou outra vez, mas sempre, como regra.”

A discussão foi longe. Norberto Baruch, que mantém o blog Visualmente, responsável pelas Jornadas Universitarias sobre Diseño de Información, organizou ali toda o debate, com participação inclusive da [editora da Alessandra Kalko](#), editora de arte de la revista Mundo Estranho, da Abril, há seis anos.

Diz ela:

— Não sei se a infografia é a grande salvação do jornalismo impresso. Não vejo a infografia como a grande cura milagrosa para a queda das vendas, mas mais como um dos remédios

que pode prolongar sua vida com melhor qualidade. O bom uso deste instrumento pode ajudar a manter os leitores fiéis de mais idade e atrair os leitores jovens que estão cada vez mais imersos num mundo eletrônico, de informações simultâneas e se afastando da leitura.

Em 2007, ano em que muitas revistas viram seus números de venda caírem a Mundo Estranho apresentou algum crescimento nas vendas. Nossos leitores são jovens de 12 a 20 anos, imersos em sites de relacionamento, tv e games que são apaixonados pela revista. Muitos deles afirmam que a Mundo Estranho é o único meio impresso que lêem por vontade própria, quando não o único.

(...)

acredito na infografia como a grande porta de entrada para o leitor jovem iniciar a leitura do jornal ou da revista que muitas vezes lhe parece hostil. Se ele gostar, se for prazeroso, ele voltará. Os infográficos bem feitos serão sempre amigáveis e sedutores. E se eles conquistarem um leitor e ele se fidelizar, mais uma vez ganhamos todos.

Se um dia a revista irá acabar para dar lugar ao nosso site, não sei. Em 2007, o número de leitores do nosso site foi duas vezes maior do que o da revista impressa. Mesmo assim, como já falei anteriormente, os números de venda da revista impressa apresentaram crescimento. É por isso que acredito que nem tudo está perdido para esta mídia...

Outra brasileira que [comentou foi Renata Steffen](#), da Folha de S. Paulo. Mas quem faz uma boa defesa do gênero é a venezuelana Carmen Riera:

“Nele se convergem outros gêneros como investigação, fotografia e análise, integrados com o rigor da veracidade. Todos os dias quando abro meu jornal e vejo a foto da fachada de um banco, me pergunto se os leitores não agradeceriam mais se tivessem pelo menos uma hipótese sobre como foi que aconteceu o fato. Mesmo a TV e a internet precisam recorrer à infografia para mostrar como aconteceu.”