

# O infografista como criador de conteúdo

*Professor da Universidade da Carolina do Norte at Chapel Hill (EUA), ex-diretor do departamento gráfico do elmundo.es e com 46 prêmios Malofiej - entre medalhas de ouro, prata e bronze -, o jornalista Alberto Cairo, ao contrário de outros profissionais e estudiosos da área, não acredita que a infografia seja a salvação do jornalismo impresso. “A infografia ajudará na mesma medida que um bom texto ajuda, ela é uma ferramenta para transmitir o conteúdo”, afirma.*

*Cairo saiu da faculdade querendo trabalhar em rádio e, por uma coincidência, conta, começou a carreira num departamento de infografia. Em sua opinião, para formar um bom infografista é fundamental saber pensar como jornalista. Em entrevista concedida aos membros do Nupejoc após palestra na UFSC, o professor - que em setembro lança seu primeiro livro - fala sobre como começou a trabalhar como infografista e sobre sua visão do mercado e dos profissionais da área.*

## **Nupejoc - Como você conheceu e aprendeu a fazer infografia?**

**Cairo** - Conheci por uma coincidência. Quase todo mundo que trabalha com infografia hoje a conheceu por uma coincidência. Uma professora que trabalha com Xosé Lopez [jornalista e pesquisador espanhol] me disse que havia uma vaga no jornal La Voz de Galicia, para fazer um estágio como infografista. Ela sabia que eu fazia alguns desenhos, me convidou, eu comecei a fazer estágio e fiquei.

## **N - Como foi a sua formação? O veículo investiu em capacitação dos profissionais? Você fez algum curso?**

**C** - Não. Você chega à redação, senta com os profissionais e começa a mexer. Eu tive a sorte de trabalhar com uma equipe ótima lá em La Voz de Galicia. Eu fiquei empolgada e eles são muito abertos, ensinam muitas coisas, mas o treinamento foi bem informal. Simplesmente eles davam uma matéria pra você mexer com ela, aí você começava a fazer uma coisa bem ruim aí alguém te orientava, eles iam corrigindo e você ia aprendendo.

## **N - O que você acha fundamental para a formação de um bom infografista?**

**C** - É importante que você saiba pensar como jornalista, que saiba um pouco de estatística, um pouco de cartografia, um pouco de design gráfico, um pouco de animação para a infografia online, mas o mais importante é saber ser jornalista e pensar visualmente.

## **N - Há quem afirme que, vem virtude da competição do impresso com os novos veículos, o que pode “salvar” o jornal do desaparecimento é a infografia. O que você pensa sobre isso?**

**C** - Acho que não. Os leitores vão ser mantidos pela qualidade do conteúdo não porque você começa a usar um jeito diferente de contar histórias. O grande problema dos jornais impressos, não minha opinião, é que eles estão fazendo o mesmo que os jornais online, no dia seguinte em que aconteceu o acidente em Madri, eles dizem “Caiu um avião em Madri”, eu já sei isso, eu quero que me conte o por que. O que acontece é que o jornalista em geral é uma pessoa muito preguiçosa. Ele simplesmente funciona com o piloto automático, se caiu um avião ele pensa: o título é “Caiu um avião”. Este não é o título do impresso, é o título do online, o título do jornal no dia seguinte é “O avião caiu porque...”. O impresso tem que aprofundar. Eu vejo uma comple-

mentaridade entre impresso e online, isso reforça a marca do jornal. A infografia não vai ajudar, ajudará no mesmo sentido que pode ajudar um bom texto.

**N - Você acha que esta idéia de que a infografia é “salvação” do jornalismo está relacionada com a idéia de valorizar a estética do jornal para atrair leitores?**

C - Na verdade a chave é o conteúdo. Por que você compra um jornal? Porque você quer ler o conteúdo. Pode ser qualquer tipo de conteúdo, não falo só de hard news, tem gente que compra jornal só para ler os anúncios de classificados, ou para ler os esportes. Tudo bem, mas é o conteúdo que importa. Todo o resto são ferramentas para transmitir este conteúdo. As pessoas não vão comprar o jornal só por causa de uma infografia. Você não compra a Superinteressante pela infografia, ainda que ela seja boa. Você compra a Superinteressante porque está interessado na matéria. Este empolgamento que pode haver nos veículos com a infografia, acho que é ficar iludido.

**N - Quais são os critérios para definir se uma pauta terá infografia?**

C- Depende da história. Em geral, as infografias são boas para contar histórias que tem um grande conteúdo quantitativo, um grande conteúdo espaço-temporal, geográfico, histórias que precisem de uma linha do tempo, que precisem de um passo a passo. Na verdade quando a gente está treinado, já a ver isso automaticamente. Como a história do avião em Madrid, você já sabe que se tem os dados adequados vai poder fazer uma infografia. Há algumas histórias que os editores já pensam em infografia. No primeiro dia do acidente de Madrid, você via as infografias publicadas e pensava poderiam ter poupado este espaço e publicado alguma coisa mais interessante, porque elas simplesmente mostravam o avião caindo no chão, isto não explica nada. O importante ver se há informação o bastante para fazer uma infografia.

**N - No Brasil, verificamos que fazer infografia ou não, depende da decisão do diretor da revista, muito mais do que de uma política editorial do veículo. Na Espanha e nos EUA, de quem é a decisão de fazer infografia?**

C- Tudo depende da empresa. Há empresas em que todas as decisões são tomadas pelos editores-chefes, em outras de estrutura mais horizontal em que as decisões são tomadas por equipes. Depende também do dia, há dias em que o editor fala: Quero uma infografia. Aí a gente faz infografia, ainda que seja ruim, há que lutar bastante contra isso! Mas, em geral, nos jornais maiores, a infografia é produto de uma conversa, uma conversa mais ou menos informal. Há uma matéria, o editor avalia a matéria, conversa com o infografista, com o editor-chefe.

**N - Com relação à infografia para jornalismo online, percebemos que às vezes a interatividade e a multimídia atrapalham a qualidade de informação. O que seria então a diferença fundamental entre infografia para impresso e para online?**

C - A diferença fundamental é a quantidade de espaço e tempo que você tem para contar a história. Muitas vezes, o trabalho de edição é mais importante que o trabalho de produção. Você não deve colocar mais detalhes simplesmente porque você pode colocar um vídeo, ou porque você pode colocar um áudio.

**N - Há muitas vezes um encantamento pela tecnologia, por aquilo que é possível colocar na internet, e que muitas vezes não agregam informação.**

C - Isso é um processo normal. Quando eu comecei a fazer infografia online, aprendia a usar 3D, eu utilizava pra tudo. Depois você aprende a ser controlar.

## **N - Como você avalia o mercado de infografia no Brasil?**

**C -** Os profissionais são ótimos, mas o Brasil tem um problema comum a de qualquer outro país que é a falta de comunicação entre os departamentos de arte e infografias com as redações. Falta um pouco a figura de jornalistas que sejam pontes, que sejam tradutores e façam uma conexão entre os departamentos. Isso é o que eu entendo por um jornalista multimídia, não um jornalista que saiba fazer tudo, áudio, vídeo, texto, mas tenha um conhecimento básico de diversas áreas e se especialize em uma.

## **N - De acordo com o professor Ramon Salaverría, em uma palestra durante o Fórum de Professores de Jornalismo, a quantidade de infografia na Espanha está diminuindo em função dos custos elevados. Como você avalia isto ?**

**C -** Eu não sei se este é o motivo, Ramon deve ter feito alguma pesquisa, mas o que está acontecendo é que há falta de espaço no jornal. Há alguns anos também, os infográficos eram enormes, agora os infográficos se reduziram e começaram a ter o tamanho certo. O mesmo acontecerá com a infografia online, a princípio você fica empolgado com a tecnologia, depois você começa a se controlar. Na Espanha havia um empolgamento, a infografia era vista como uma novidade, agora já existe maior racionalidade.

## **N - Um dos problemas que encontramos é fazer o repórter perceber o que pode render infografias.**

**C -** Não precisa ser apenas o repórter, por isso falo do infografista como criador de conteúdo. O infografista deve participar das reuniões de pauta. O infografista tem que ser pró-ativo.

## **N - É essencial para o jornalista saber infografia e saber pensar infograficamente?**

**C -** É básico para o jornalista saber o que é infografia e pra que ela serve. Ele não precisa saber fazer infografia.