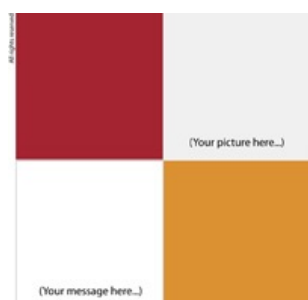


L'INFOGRAPHISTE SE DISSOUT DANS LE WEB

LE 12 MAI 2010 PIERRE-ALEXANDRE XAVIER

Pour certaines populations professionnelles, l'émergence de la société numérique sonne la fin d'une époque. L'infographiste souffre au premier plan de cette redistribution des rôles...

Pour une majorité de gens, l'irruption du web dans la vie courante reste circonscrite à des usages relativement mineurs qui s'ajoutent aux médias existants. Mais pour certaines populations professionnelles, l'émergence de la société numérique sonne la fin d'une époque. Cette société numérique, dont les contours restent flous, secoue le monde des médias traditionnels de convulsions diverses. Une grande part des secousses touche, voire révolutionne, les statuts des uns comme des autres, qui journaliste, qui technicien, qui opérateur, qui entrepreneur...



Les définitions de qui est qui et de qui fait quoi sont fortement

remises en question. **L'infographiste**, sorte de cheville ouvrière et souvent discrète, du monde des images et de l'information **souffre au premier plan de cette redistribution des rôles**, de la métamorphose des attributions et plus généralement de la disparition pure et simple de sa fonction.

L'infographiste est-il encore d'actualité dans l'univers de la communication numérique et plus particulièrement dans les dispositifs de mise en image et de matérialisation des supports de communication et d'information ?

La question mérite d'être posée à l'heure où **les logiciels de composition et de traitement de l'image se dématérialisent radicalement** et où la période créative et féconde des débuts de l'infographie fait place à une **nouvelle ère de gestion de documents et d'utilisation de gabarits pré-fabriqués**.

La société de la créativité cède le pas à la société de l'usage.

Là où les logiciels et les fonctions professionnelles invitaient à la création des images, du texte ou des compositions typographiques, on voit fleurir des banques de données, ou plutôt des bases de contenus, riches en volume comme en qualité, proposant pléthore d'éléments disponibles pour toutes les sortes d'usages.

Il y a quelques années encore, l'infographiste jouait un rôle central, sans pour autant obtenir la reconnaissance ou le salaire correspondant à cette fonction. Bien souvent et à son insu, il ou elle était la pièce maîtresse d'un dispositif de production visuelle reposant essentiellement sur ses capacités créatives. Les plus doués prenaient souvent le large, optant pour l'indépendance professionnelle.

L'infographie, discipline hybride, bricolée, à mi-chemin entre la typographie, la composition et le dessin de rough, **symbolisait la victoire du numérique** sur les techniques traditionnelles de production de documents. Capable de manipuler des logiciels de traitement de l'image et de la composition graphique, l'infographiste s'imposait comme l'articulation incontournable de la mythique chaîne graphique.

L'émergence de plate-formes éditoriales collaboratives

La sophistication des outils de recherche, puis la production absolument prodigieuse de toutes sortes de documents de référence, ont littéralement **dissout l'infographiste dans l'océan numérique du web 2.0**. L'explosion du savoir, de la mémoire collective et de la culture ont tué l'intermédiation nécessaire de l'infographiste. Plus besoin de lui pour fabriquer un document de communication. Plus besoin de lui pour composer ou articuler un message.

Plus besoin de lui pour entretenir une relation professionnelle avec des prestataires d'impression ou de diffusion numérique.

En seulement quelques années, la fonction d'infographiste déjà mise à mal par tous ceux qui vivaient sur son dos s'est réduite à peau de chagrin. Il n'a concrètement plus rien à offrir qui ne peut être produit par des gabarits, des masques graphiques, des « templates », des « skins »... des modèles de documents créés à moindre frais et à l'attention du plus grand nombre par des infographistes à usage unique, virtuellement jetables.

Dans ces conditions, l'infographiste est-il encore un poste nécessaire dans un dispositif de production de contenu ?

La réponse immédiate est non.

A l'instar de nombreux autres postes des chaînes graphiques ou des chaînes audiovisuelles, la fonction d'infographiste n'était une étape dans la constitution d'outils souples, accessibles, disponibles à tout moment, ne nécessitant que peu de compétence technique. Il était simplement plus pratique de confier, pour un temps, à un élément autonome la création et l'exécution graphique des documents de communication. Ce temps est révolu.

Au travers d'un jeu d'applications et de plate-formes éditoriales collaboratives, les communicants ont maintenant accès à une panoplie d'outils performants, calibrés, prêt à l'emploi, pratiques. Ces outils proposent des modèles de documents et des gabarits correspondants aux attentes, souvent pauvres et sans ambitions esthétiques, qui caractérisent les demandes du plus grand nombre.

Tous infographistes !



Désormais, il n'est plus besoin d'être infographiste pour

composer des documents propres, simples ou élaborés, conventionnels ou extravagants. **Une foule d'outils et de modèles donne l'illusion de la maîtrise du texte, des images et de leur agencement.** S'il est vrai que l'on puisse faire l'économie de l'infographiste, **peut-on pour autant faire l'économie de l'infographie ?**

Cette fois la réponse est non.

La disparition de l'infographiste ne signifie pas l'extinction de la discipline. Cette dernière subit une profonde mutation pour glisser davantage du côté du code informatique. Cependant elle continue de s'articuler sur de solides bases de dessin, de règles typographiques, de principes de complémentarité de couleurs et d'organisation des informations et des signes dans l'espace. L'infographiste saute, mais pas la lecture, un exercice millénaire en extension constante qui profite de l'avènement de la société numérique.

La conséquence de cette extinction relativement rapide est la baisse générale de la qualité de la communication aussi bien textuelle que graphique. La plupart des utilisateurs de ces nouvelles plate-formes éditoriales ne sont pas ou très peu formés aux règles élémentaires de la typographie, de la composition, de la sélection d'images ou de leur traitement. Les besoins de formation dans le domaine vont aller croissants dans des proportions encore jamais égalées.

Dans un registre analogue, l'émergence des plate-formes d'édition et des outils dématérialisés est semblable à l'introduction massive de la machine à écrire dans les services administratifs et dans les entreprises au siècle dernier. Mais cette fois les besoins ne sont plus seulement techniques, elles sont également culturelles. Il s'agira donc d'intégrer aussi bien les paramètres techniques (contraintes, règles, usages), mais aussi les pratiques tant professionnelles que sociales. Cet apport pédagogique ne peut provenir que des professionnels des secteurs concernés et non de professionnels de la formation.

Une révolution radicale mais discrète

Ce billet survole une révolution en cours. Les infographistes vont disparaître sans aucun doute possible dans les prochaines années. Ils sont déjà supplantés par des spécialistes de l'informatique des réseaux et de la diffusion en ligne peu ou pas formés à l'univers esthétique et codifié d'infographie. C'est sur cette dernière et son évolution vers une discipline composite et plus structurée que dépend la qualité des documents de communication des prochaines décennies.

Les infographistes étaient peu nombreux comparés à la horde d'utilisateurs qui attendaient de pouvoir fabriquer par eux-mêmes les documents dont ils ont besoin. Les prochaines étapes de cette révolution reposent également sur la volonté et surtout la perspicacité des entreprises à changer leurs pratiques et à percevoir les besoins en formation de leurs collaborateurs.

Faute de dynamique vertueuse de la part des entreprises, concernées au premier plan par la disparition de l'infographiste, ce sont les géants de l'informatique et spécialisés en infographie qui détermineront la nature, la forme et le type de communication. Ce ne seront pas leurs outils, dont j'ai déjà parlé ici, qui forgeront la communication de demain mais bien les modèles, les « templates », qu'ils mettront à la disposition des utilisateurs.

L'exemple le plus frappant de cette stratégie payante est l'outil de présentation de Microsoft, Power Point. xCombien de présentations laides, insipides et mortellement ennuyeuses ont-elles été créées au travers des modèles indigents proposés par cette application ? Des millions tous les ans ! Cette profusion lamentable est une forge de mauvais goût et de destruction du plus élémentaire sens esthétique. C'est contre cela que devront lutter les entreprises, les studios d'arts graphiques et les écoles et organismes de formation en communication et en nouveaux médias.

En dématérialisant les outils et les relations, le web a dissout l'infographiste. C'est certain. Mais la question qui se pose maintenant est de savoir s'il va dissoudre également l'infographie...

[Crédit Illustrations : CC - Pierre-Alexandre XAVIER / **CC - Joe Mc CARTHY** / CC- Mentat Kibernes]

KAES

le 17 mai 2010 - 0:14 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je ne suis absolument pas d'accord sur le fait que l'infographiste disparaisse : en effet, bien que les gens ont effectivement accès à différents contenus, plateformes et logiciels, aucune technique ne pourra remplacer l'œil professionnel quand au choix des éléments graphiques, de la cohérence de ces éléments et les gens en ont conscience (pas tous évidemment, mais une majeure partie). De plus, il vaut mieux laisser à une entreprise le soin de faire soit-même ses power point et à nous de faire ses plaquettes de pub que l'inverse : la rentabilité est différente ^^

** je cite : [Ces outils proposent des modèles de documents et des gabarits correspondants aux attentes, souvent pauvres et sans ambitions esthétiques, qui caractérisent les demandes du plus grand nombre.]*

De part mon expérience, j'ai pu constater que cela contentait le plus grand nombre qui ne savait pas faire mieux, sans pour autant répondre à la demande.

** je cite : [La disparition de l'infographiste ne signifie pas l'extinction de la discipline. Cette dernière subit une profonde mutation pour glisser davantage du côté du code informatique.]*

Encore une foi, je ne suis pas de cet avis : bien qu'il soit indispensable qu'un infographiste connaisse un minimum de code, et qu'un codeur connaisse un minimum l'infographie, les deux discipline sont chacune trop élaborée pour être contenu dans une même personne. Oui, un infographiste peut faire du web (moi le premier), mais cela ne dure que jusqu'à un certain niveau de qualité. Pour la petite PME locale cela suffira, mais pour des choses plus complexes et élaborées, avec des bases de données précises et ce que ça comporte, il vaudra mieux avoir un codeur 100% codeur qui ne fasse pas d'erreur d'une part, et un infographiste d'autre part. Plus cher ? oui, mais quand on veut de la qualité on y met le prix.

Bien que j'ai de nombreuses choses à ajouter, je me contenterais de souligner ces deux points qui sont les plus important à mon goût. Et – ceci n'est qu'une constatation, ni voyez rien de personnel – je n'ai pas le sentiments que vous connaissiez grand chose (de l'intérieur) à ce métier de l'image. Ma question : êtes vous journaliste...ou chroniqueur ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

PIERRE-ALEXANDRE XAVIER

le 17 mai 2010 - 8:04 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



C'est beau la vivacité de la truite ou du saumon pris au piège. Oui, la truite finira dans l'assiette. Le saumon aussi. Comme ont terminé dans la poubelle de l'histoire une ribambelle de métiers et de fonctions qui se croyaient invincibles, indispensables, insurpassables... Quelques années et fin du film.

Si l'œil du professionnel reste une nécessité esthétique, qualitative (Et je ne dis rien d'autre. Relisez s'il vous plaît.), il n'est en rien une donnée économique incontournable. Et l'arrogance qui accompagne la position joue en sa défaveur.

Enfin, l'infographiste est bien souvent nul sur le web, et ce n'est que grâce à la manne providentielle et néophyte des PME qu'il continue à survivre. Il suffira donc d'équiper les PME pour faire crever le parasite. Le principe est imparable et a fait ses preuves.

Contenter le plus grand nombre est la preuve de l'indigence d'un métier. Elle révèle l'étroitesse d'esprit et l'inertie. Ouvrez les yeux et cherchez de nouvelles voies, parce que la manne se tarit rapidement et vous êtes bien trop nombreux sur la bête...

[Pour l'anecdote, les remarques perfides sont toujours au détriment de ceux qui les laissent échapper. Editeur, chef de studio, graphiste, infographiste, et bien d'autres choses encore m'ont amené à devenir formateur et responsable pédagogique dans un établissement de formation en communication et en arts graphiques... Cheers!]

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

KAES

le 17 mai 2010 - 15:02 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Pour équiper la PME il faut un professionnel nan ? :) La donnée économique ? hmmm, soit le métier est saturé, mais qui sort du lot s'en sort très bien :) le métier ne disparaît pas, il évolue, il suffit de s'y adapter. Qui ne voit pas l'évolution va vers l'extinction...

et pour ma question, j'ai ma réponse : chroniqueur.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

PIERRE-ALEXANDRE XAVIER

le 17 mai 2010 - 17:34 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Pour équiper les PME, nous n'avons pas besoin de l'infographiste. Et pour ceux qui sortent du lot, il ne faut pas rêver, la compétition en terme de tarifs et le tirage vers le bas de par la masse fera son travail. La photo, la vidéo, la pub et bien d'autres en ont déjà fait les frais. Le tour des infographistes est venu.

Le discours lénifiant de ce qui ne nous tue pas nous rend plus fort, décliné dans sa version s'adapter ou mourir, est la marque du déclin tant de la profession que de ceux qui la composent.

Vous devriez jeter un autre coup d'oeil à ce billet et surtout à sa conclusion, car il me semble que le sens de mon point de vue vous échappe. Je ne souhaite pas la disparition de l'infographiste, mais je ne peux nier la réalité devant la profusion de demandes de formation et l'absence de débouchés. Ce n'est pas parce que l'avenir est moche qu'il n'en est pas moins l'avenir.

Toujours pas chroniqueur, du moins pas de la vie des infographistes de la planète...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE


CLARISSALINDSAY35

le 7 juillet 2010 - 9:12 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



I guess that to receive the loans from banks you must have a firm motivation. Nevertheless, once I have got a student loan, because I wanted to buy a building.

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI REpondre

1 ping

Les tweets qui mentionnent L'infographiste se dissout dans le web » Article » owni.fr, digital journalism -- Topsy.com le 12 mai 2010 - 18:42

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Aurélien Fache et Owni, Flash Presse. Flash Presse a dit: L'infographiste se dissout dans le web <http://goo.gl/fb/zSTdW> [...]