

Cualquier persona puede ser periodista de datos

Hola, mi nombre es Simon Rogers, y voy a hablar hoy sobre cómo cualquier persona puede convertirse en periodista de datos. No debería ser algo aterrador, inaccesible y difícil porque realmente ahora estamos en una etapa en la que es muy fácil para cualquiera comenzar y usar herramientas para contar historias de maneras nuevas e interesantes.

Mi formación está muy vinculada a los periódicos de hecho. Estuve en The Guardian. De hecho, fui el editor de lanzamiento de The Guardian News Unlimited. También configuré el blog de datos en The Guardian, y he escrito un par de libros, incluido uno llamado "Facts are Sacred" (Los hechos son sagrados), que todavía pueden obtener y que realmente cuenta la historia del periodismo de datos desde sus primeros días hasta su más reciente personificación. Trabajé en Twitter, donde fui el primer editor de datos de la empresa, y ahora trabajo en Google News Lab, donde soy editor de datos.

El Google News Lab es en realidad una especie de equipo global que trabaja dentro de Google para ayudar a la industria de las noticias. Y somos como un puente entre la industria de las noticias y la empresa. Y mi área se centra realmente en el periodismo de datos y la innovación de las redacciones. Así que trabajo mucho con visualizaciones, datos, narración de historias e innovación de las redacciones en torno a temas como aprendizaje automático (*machine learning*) y realidad virtual, entre otros.

Ahora voy a hablar un poco sobre mis antecedentes, cómo me metí en el periodismo de datos, porque ciertamente cuando era joven, los datos eran lo último en lo que pensaba trabajar. No era muy bueno en matemáticas en la escuela. Estaba un poco desanimado con la idea de trabajar con números, quería trabajar con palabras. Pero en realidad, cuando miro hacia atrás a las cosas en las que me metía en ese momento, puedo ver que definitivamente había algo allí acerca de contar historias de nuevas maneras que era emocionante para mí. Crecí en un hogar donde había muchos periódicos. Recibíamos The Guardian seis días a la semana y The Observer los domingos, y estábamos siempre consumiendo noticias. Pero en parte para mí era porque quería entender por qué sucedían las cosas. Me gustaba mucho Richard Scarry cuando era joven, y Richard Scarry es un ilustrador infantil que era muy bueno explicando cómo funcionaba el mundo. Y eso es lo que quería hacer, yo quería explicar cómo funcionaba el mundo. No sólo porque parecía genial ser reportero según Richard Scarry, podías ir corriendo con un lapicero gigante de zanahoria. Sino principalmente por la forma en que explicaba historias como esta.

Entonces esta es una foto de un barco. Es bien caricaturesca. Muchas cosas divertidas están sucediendo aquí. Pero si mirabas este diagrama, entendías cómo funcionaba esa nave, cómo funcionaba el motor de combustión interno en esa nave. Entonces, incluso estos dibujos más caricaturescos, no necesariamente 100% precisos, fueron una forma de explicar la historia de una manera accesible y comprensible para mí cuando era niño y para cualquiera que quisiera entenderlo.

Así que esto me condujo a mí, a escribir y trabajar con diseñadores en libros infantiles. Y cuando hice estos libros por primera vez, pensé, 'bueno, esto es como interesante'. Pero ahora me di cuenta que de hecho para muchos niños, entender el mundo visualmente es una forma de entenderlo mejor porque el mundo es gris y difícil de comprender. Y de hecho, usar números puede ayudar a que sea más accesible, ayudar a que sea más fácil de comprender. Ciertamente cuando eres joven, porque nos atraen las imágenes mucho antes de que aprendamos a leer, entendemos las imágenes mucho mejor de lo que entendemos las palabras y mucho mejor de lo que entendemos los números en bruto. Y eso realmente puede ayudarles a comprender cómo los datos pueden usarse para contar historias de mejores maneras.

Entonces, parte de eso es realmente el porqué estamos en una etapa en la que cualquiera puede hacer periodismo de datos, cualquiera puede entrar en él y puede comenzar. No necesariamente significa que va a ser genial. No importa. Es el hecho de que cualquier persona puede entrar en este campo ahora. Este es un fanzine de 1976 llamado Dire Sideburns era un fanzine de punk. Y esta es una teoría de Siderburns sobre el punk, que dice que aquí hay un acorde. Aquí hay otro. Este es el tercero. Ahora forma una banda. Y existe, lo crean o no, una versión de periodismo de datos de eso, que es: esto es un conjunto de datos. Aquí hay otro conjunto de datos. Aquí hay algunas herramientas gratuitas. Ahora conviértete en periodista de datos.

Realmente estamos en una etapa donde eso es posible y hay muchas razones para que eso suceda. Y hemos visto esto ahora en todo el mundo. El periodismo de datos se ha convertido realmente en una corriente principal. Hicimos una encuesta en las salas de redacción y descubrimos que más de la mitad de todas las salas de redacción tienen un periodista de datos dedicado a esto, particularmente en las salas de redacción digitales, donde es el 60 por ciento. Es un fenómeno global.

Esto es de los Premios de Periodismo de Datos (Data Journalism Awards). Realmente pueden ver cómo tuvimos cientos de postulaciones. Eran de todo el mundo, la mitad de ellas provenían de redacciones pequeñas. Había 57 países.

Y lo vimos en las postulaciones y en los ganadores. Desde The Wall Street Journal hasta ganadores de Serbia, Brasil, Colombia, Alemania, Rusia y Ucrania. Realmente es un fenómeno global ahora. Y parte de eso se debe a la accesibilidad de las herramientas necesarias para hacer periodismo de datos. Esas herramientas son cada vez mejores.

Hemos recorrido un largo camino desde cosas como esta. Donde esencialmente solo se podían hacer este tipo de gráficos para mostrar una historia. Esto es algo que se hizo usando una herramienta llamada Carto. Muestra la salida del sol alrededor del mundo mientras la gente está tuiteando al respecto. Muy, muy simple, pero inimaginable hace unos años que cualquiera pudiera hacer esto sin ser un desarrollador avanzado.

Este mapa muestra los patrones de viento de la Tierra. Realmente vale la pena echarle un vistazo. Pero la persona que hizo esto aprendió a programar por su cuenta, aprendió por sí misma cómo construir este diseño. Y esa es una fuerza increíblemente poderosa que tenemos. Es como un superpoder. Ahora ustedes tienen el superpoder de crear periodismo de datos y podemos ver a las personas haciéndolo. John Bird-Murdoch es periodista visual en el Financial Times, quien fue un autodidacta en cómo diseñar piezas visuales sofisticadas y complejas. Esto desde una trayectoria en el periodismo nunca hubiera sido posible hace unos años.

Pero la vida como periodista de datos puede ser aislante. A menudo las personas trabajan solas en lugares donde son los únicos practicantes. No hay una carrera profesional a menudo para el periodista de datos. Cuando el periodista de datos se va, nadie realmente sabe cómo reemplazarlo. Por lo tanto, no sentirse aislado es realmente importante. Y creo que eso ha llevado a un sentimiento entre los periodistas de datos sobre la importancia y el poder de trabajar juntos. Y ciertamente hay cosas para ayudarlo a hacer eso. Ahí está el Manual de Periodismo de Datos (Data Journalism Handbook). Recién publicado en una nueva edición que realmente reúne las mejores prácticas de todo el mundo y las mejores formas de producir periodismo de datos en la actualidad, y la forma en que trabajamos hoy, para que no tengamos que sentirnos solos.

Y realmente, ya no se trata de ser un programador. Eso puede ayudar. Pero no se trata sólo de hacer eso. Tenemos herramientas como Flourish, de la que pueden aprender en este curso en otro momento. Y Flourish es una herramienta increíble para crear imágenes sin ser desarrollador, diseñador o programador, y les permite seleccionar diferentes plantillas y contar una historia de maneras visuales interesantes y emocionantes.

Hay cosas como tile grams que es una herramienta de Github que permite a cualquiera hacer este tipo de mapas donde realmente muestran nuestra geografía de diferentes maneras. Una cosa que antes hubiera sido muy complicada ahora está disponible de forma gratuita y abierta para interactuar con ustedes. Ahora trabajo mucho con nuevos conjuntos de datos. Ya saben, hace unos años, no teníamos acceso a, digamos, datos de Twitter o datos de Google, que es con lo que trabajo. Así que realmente puedo hablar un poco ahora sobre esos datos y cómo estos pueden contar historias de maneras interesantes y hacerlo como una forma de ilustrar la accesibilidad de los datos ahora.

Lo primero que hay que decir sobre los datos de Google (Google Data) es que hay muchos. Son muchos, muchos. Hay miles de millones de búsquedas todos los días. E hice este mapa de hecho usando Carto donde publiqué geográficamente todas las ciudades del mundo donde pueden ver los datos de Google, donde realmente pueden aprender sobre los datos de Google. No va por debajo del nivel de la ciudad, sino que va del nivel nacional, global, regional hasta el nivel de ciudad. Y eliminé el mapa en el fondo. Entonces, en realidad es sólo un conjunto de puntos que son algo así como el cerebro del mundo que nos dice dónde estamos y nuestro tipo de guía natural en el mundo. Ciertamente está más allá de la cámara de eco de las redes

sociales, yo diría, y realmente da una idea medio granular de lo que le importa a la gente, lo que le interesa a la gente.

Es increíblemente honesto. Este es un conjunto de datos que obtuve el año pasado que muestra en promedio dónde las personas buscan tiendas de armas versus control de armas, personas que compren armas en lugar de controlarlas. Y pueden ver cómo algunos estados están coloreados de diferentes maneras allí. Porque nunca eres tan honesto como lo eres con tu motor de búsqueda. Pero después de un tiroteo particular en Filadelfia, el mapa cambió. Cambió de inmediato. Y esa honestidad es realmente interesante de ver.

Hicimos este proyecto con The Washington Post, donde analizamos las principales búsquedas realizadas por personas que buscaban matrimonio entre personas del mismo sexo en 2004 y 2015. Y pueden ver cómo las actitudes de las personas hacia el matrimonio entre personas del mismo sexo cambiaron con el tiempo a medida que el país se tranquilizaba al respecto y dejaba de ser una gran cosa. Y en este momento, en 2019, es difícil imaginar algunas de las cosas que la gente estaba buscando en 2004, porque, ustedes saben, nuestras actitudes cambian con el tiempo.

Pueden encontrar muchas de estas cosas en trends.google.com. Es un sitio donde realmente es muy, muy fácil ir y buscar por ustedes mismos, y realmente ver cómo las personas buscan cosas y temas específicos a lo largo del tiempo. No todos tienen que ser temas profundos y difíciles. Este es un mapa que muestra búsquedas de rosquillas (*donuts*) versus búsquedas de croissant en todo el mundo. Veamos si pueden adivinar qué color es cuál a través del tiempo.

Y ese tipo de temas son muy, muy fáciles de hacer con Google Trends. Y hay una inmediatez, lo cual es realmente interesante. Esta fue una visualización que reunimos después de los ataques de París en 2015. Ustedes pueden ver cómo la gente comenzó a buscar esta historia en todo el mundo a los pocos minutos de que sucediera.

También intentamos mostrar otros conjuntos de datos en Google. Algunos de ellos están más disponibles que otros. Este es un mapa que muestra visitas a diferentes tipos de restaurantes a lo largo del tiempo y en todo Estados Unidos. Vean dónde la gente se interesa por la pizza o el café, la comida mexicana, la comida italiana, los sándwiches o la comida de mar.

Y se trata realmente de que intentemos hacer que esos datos sean más accesibles y fáciles de entender. Y existe ese problema con el periodismo de datos, lo que es muy importante: la necesidad vital de ser abierto. Es muy fácil simplemente producir algo y hacer algo inteligente y producir una visualización y luego no necesariamente abrirla para que otras personas la usen. Siempre quise producir datos de manera que otros puedan reproducirlos, puedan tomar esos datos y contar una historia tal vez de una mejor manera. Y eso es muy, muy importante, ser abiertos y hacer que los datos sean lo más accesibles posible.

Y pueden ver que ahora, en todo el mundo, las personas toman conjuntos de datos públicos y los hacen accesibles y abiertos, como IndiaSpend – que toma datos públicos dentro de India y produce sitios web muy interesantes – lo que permite a las personas explorarlos por sí mismos, porque a menudo los datos públicos se producen originalmente de formas que son difíciles de usar.

Y ahora pueden ver que cada publicación de periodismo de datos tradicional tendrá un sitio de datos abierto donde ustedes pueden ir y obtener esos datos y luego ir a jugar con ellos. Y es posible que ustedes puedan contar esa historia de una manera más interesante que The Upshot o The Huffington Post, porque llegarán a esos datos con sus propios conjuntos de ideas preconcebidas, pero también con su propio conjunto de intereses sobre lo que podría contar una historia de una manera interesante.

Ahora hablaré un poco sobre el proceso, porque para mí, así es como yo trabajo. Ciertamente cuando estaba en The Guardian, pero también es como trabajamos ahora. Y trabajar con datos puede ser complicado. Por lo tanto, así es como funciona para mí. A menudo comenzamos con los datos en sí. Es posible que los datos provengan de Google Trends o que alguien les haya enviado esos datos, puede ser un evento recurrente. Algo interesante como eso. Puede ser una teoría que quieran explorar. Y a menudo el periodismo de datos realmente no es necesariamente una operación estadística muy sofisticada. Muchas veces lo que ustedes están haciendo es contar historias. Tal vez ustedes puedan estar diciendo ‘esta cosa es más grande que esta cosa’ o ‘esto ha cambiado a lo largo del tiempo’ o ‘así es como un lugar se compara con otro’. Entonces, ese trabajo no necesariamente tiene que ser súper complejo en ese punto. Pero saber más o menos lo que quieren hacer con los datos puede ser realmente importante. ¿Quieren comparar o mostrar un cambio? ¿Qué significan los datos? ¿Qué otros conjuntos de datos pueden combinar y unir? Y a menudo tener dos conjuntos de datos es casi siempre mejor que uno. Cuando ustedes pueden unir las cosas siempre puede haber una mejor manera de contar una historia.

Y muchas veces, ustedes tienen todo este proceso en el que ustedes realmente necesitan deshacerse del desorden de los datos y procesarlos, y trabajar con ellos y, muchas veces gran parte del trabajo en el que los periodistas de datos dedican tiempo es a hacer esa combinación de conjunto de datos, hacer que los conjuntos de datos trabajen juntos, eliminando las celdas de fusión o las columnas innecesarias de datos que las personas ponen a menudo para hacer que las hojas de cálculo se vean más bonitas.

Pero al final de eso, pueden realizar esos cálculos y eso realmente conduce a un resultado (output). Y el resultado es un término extraño. Suena un poco como un tipo de ingeniería, término de programación. En cierto modo, eso es lo que están haciendo porque no hay una forma establecida de contar una historia con periodismo de datos. Pueden producir un video, pueden producir una animación, pueden producir una historia simplemente publicando en redes sociales. El hecho de que descubran que esta cosa es más grande que aquella cosa, eso puede ser suficiente. Podría ser todo lo que necesitan para hacer ese día. O podría ser un

interactivo complejo. Es esa variedad de métodos de contar historias lo que hace que el periodismo de datos sea tan atractivo, tan interesante y tan poderoso en este momento.

Voy a mostrarles este enlace también, porque a menudo así es como comienzan. Necesitan comenzar con los datos, ¿verdad? Así que de hecho hemos publicado todos los datos con los que trabajamos en una página de Github y pueden verlos allí. Y ahí es donde realmente pueden comenzar. Podrían ir allí, encontrar algunos datos con los que ya hemos trabajado, ya están algo procesados y pueden comenzar allí. Comiencen con ese proceso de contar historias.

Siempre termino con James Cameron, quien es periodista británico en los años 50 y 60, en parte porque es un periodista increíble. Soy un gran admirador de su trabajo. Ambas partes piensan esto. Esta cita de él es muy apropiada: "El nuevo mundo será un lugar de respuestas y sin preguntas, porque las únicas preguntas que quedarán, serán respondidas por computadoras, porque solo las computadoras sabrán qué preguntar". Y creo que significa que ahora estamos en una etapa en la que podemos hacer preguntas sobre datos y hacer cosas con datos que nunca antes podríamos hacer debido al acceso a la tecnología que tenemos ahora. Este es un lugar increíblemente poderoso para estar. Pero lo que esto significa es que tal vez puedan dejarse llevar y producir cosas que son demasiado compactas o simplemente porque son hermosas y realmente no hacen nada. Entonces, hay algo simple que es realmente importante recordar: que lo que estamos haciendo tiene el único propósito de contar historias de la mejor manera posible. Pero se trata del ejercicio periodístico básico de contar historias y hacer que los datos sean lo más accesibles posible.

Gracias. Ahora seguimos con el curso.