

- 1.- Introducción
- 2.- El ascenso del reporte de datos
3. ¿En qué se diferencia el periodismo de datos de lo que siempre han hecho los periodistas?
4. ¿Cómo comenzar o hacer más si ya has comenzado?
5. ¿Cómo establecer estas prácticas en toda la sala de redacción y hacerlas sostenibles?
6. ¿Cuáles son los desafíos y las posibles trampas y cómo puedes evitarlas?
7. Apéndice: recursos para aprender por tu cuenta

## **Introducción**

Cuando la tecnología trajo el periodismo de datos a las salas de prensa, algunos editores temieron que desaparecieran los principios de reporte fundamentales del buen periodismo. Pero esto no ocurrió: se mantienen intactos.

El análisis de datos forma parte de cómo la tecnología ha modernizado la relación que el periodismo siempre ha tenido con los números. Hoy podemos usarlos menos “anecdóticamente, con mayor autoridad y para revelar historias que de otro modo serían invisibles”.

Los datos nos permiten hacer un periodismo más sólido. Lo muestran los ganadores del Pulitzer de 2015: En la categoría Servicio Público se premió a un reportaje basado en data sobre mujeres que sufrían violencia doméstica en Carolina del Sur. Los co-ganadores de la categoría de Investigación revelaron datos sobre las donaciones de lobistas y sobre los pagos de Medicare. En la categoría Explicación, el ganador visualizó compañías que evaden impuestos.

Todas son historias que no habrían sido igual de sólidas sin el análisis de datos, incluso quizás no habrían sido descubiertas.

Este texto explica cómo incorporar el análisis de datos al reporte en las salas de prensa, y cómo hacer que esta práctica crezca y se desarrolle pese a los desafíos de financiamiento y recursos humanos que enfrenta.

## **Capítulo 2: El ascenso del reporte de datos**

El texto menciona la experiencia en datos de Steve Doig, profesor del Cronkite School of Journalism en la Arizona State University, quien dice que la palabra clave en el periodismo de datos, es “periodismo”. Los proyectos de data comienzan y terminan con el know-how periodístico: “cómo encontrar una historia, cómo encontrar impacto e interés humano, cómo explicar conceptos al público”.

El trabajo con datos en periodismo no es nuevo. En 1992, Doig trabajaba en el Miami Herald cuando un huracán azotó la costa de Florida. Cruzó datos del inventario de los daños en los inmuebles con la información tributaria de las propiedades para ver si encontraba algún patrón. Descubrió que mientras más nueva la casa, mayor posibilidad de que hubiese sido destruida en la tormenta. Luego reportaron las fiscalizaciones a la construcción de las propiedades. Los datos arrojaron 60 o 70 inspecciones diarias por inspector: imposible. Los periodistas examinaron las contribuciones a campañas políticas y vieron que en Florida, la mayoría venía de la industria inmobiliaria. Tuvieron que contratar una agencia de análisis de datos para poder estructurar 10 años de información de aportes a campañas políticas que estaban impresos en papel. Un año después, en 1993, ganaron el Pulitzer al Servicio Público.

Hoy es cada vez más fácil y barato hacer periodismo de datos, pero hay muchos ejemplos de proyectos sin mérito. Como dice Jacob Harris, quien pasó años en el equipo de datos del New York Times, “es muy fácil poner puntos en un mapa en este momento”. Lo que hace falta, es hacer con los datos buen periodismo.

## **Capítulo 3: ¿En qué se diferencia el periodismo de datos de lo que siempre han hecho los periodistas?**

Alex Howard define en un artículo del Tow Center lo que entiende por periodismo de datos: "reunir, limpiar, organizar, analizar, visualizar y publicar datos para apoyar la creación de actos de periodismo".

Hay consenso en que el periodismo de datos incluye tres categorías:

- 1.- Obtención: extraerlos de un sitio web, descargar una hoja de cálculo, presentar una solicitud de información pública u otro.

2.- Análisis: buscar pistas, historias o patrones estudiando los datos.

3.- Presentación: publicar los datos de forma atractiva e informativa. Puede ser en infografías, formatos web, aplicaciones de noticia u otro.

¿Qué pueden hacer los periodistas con datos, que no pueden hacer con los informes tradicionales?

1.- Verificar con mayor autoridad cualquier declaración. “La ventaja clara que tienen los datos por sobre otras fuentes de información es que son hechos, dice Sara Cohen, del New York Times”.

2.- Abordar historias más grandes.

3.- Encontrar nuevas historias. Los datos ofrecen una perspectiva que no se apoya tan fuertemente en el instinto o los juicios individuales.

4.- Aclarar temas turbios. Ejemplo de la historia que The Guardian hizo cruzando los domicilios de quienes habían sido arrestados en el Reino Unido en protestas, con un mapa de zonas empobrecidas. Descubrió que algunas de las afirmaciones del Gobierno eran ciertas y otras no. Los datos permiten encontrar patrones para aclarar estos temas. También nos permiten cuantificarlos.

5.- Los datos pueden dar a la vez detalle y perspectiva. Ejemplo de la aplicación de Propublica con data de doctores, hospitales y ciudades.

6.- Los datos ofrecen el potencial de ser más transparentes. Los reporteros pueden poner a disposición de la audiencia las bases de datos con las que construyen sus historias. “La transparencia es la nueva objetividad”, se transformó en un nuevo dicho periodístico. Jeremy Singer-Vine y su equipo de datos en BuzzFeed publicaron la base de datos y los cálculos que hicieron con ella, para su investigación sobre migrantes altamente calificados en EEUU que eran explotados por sus empleadores.

7.- Los datos pueden hacer el reporte más eficiente.

¿Cómo se ve un equipo de periodismo de datos?

Hay distintos tipos de equipos. La clave es tener periodistas interesados en datos.

#### **Capítulo 4: Cómo comenzar con periodismo de datos**

Las habilidades que deben tener los periodistas para poder entrenarlos en periodismo de datos son dos: pensamiento crítico y un nivel de familiaridad básico con hojas de cálculo.

El pensamiento crítico debe aplicarse a los números y datos, tal cual se aplica a fuentes humanas. Cheryl Phillips, de Stanford University, explica que los periodistas deben saber “entrevistar” los datos, hacerles las preguntas correctas.

La familiaridad con la hoja de cálculo se refiere a poder crearlas y aplicar ciertas funciones, como ordenar (reorganizar las filas para ver, por ejemplo, el sueldo más alto de un listado de remuneraciones), filtrar (mostrar sólo los datos que nos interesan, por ejemplo, los donantes a campañas políticas en un sólo Estado), y hacer algunas operaciones matemáticas básicas (por ejemplo sumar o dividir).

Estas funciones se pueden hacer en Excel o Google Sheets, y luego derivar según la necesidad en herramientas más sofisticadas como SQL y bases de datos relacionales, por ejemplo en análisis requerido para periodismo de investigación.

¿Cómo contratar personas con estas habilidades o entrenar al equipo que ya tengo?

Es difícil encontrar buenos candidatos porque no muchos periodistas aprenden datos de manera formal.

Para entrenar al equipo existente hay varias opciones:

Talleres impartidos por entrenadores externos.

Hacer “campamentos de data”

Talleres hechos por miembros del equipo de datos.

Colaboraciones entre el equipo de datos y otros reporteros.

Pedirle a los reporteros que se formen a sí mismos en línea.

Usar redes de apoyo

En The Guardian han usado una combinación de ellas.

Aprender por tu cuenta: cómo los periodistas y los estudiantes pueden comenzar en este campo, o enseñarse a sí mismos

Es buena idea partir trabajando sobre los datos de un presupuesto municipal. Para eso es bueno leer “Numbers in the Newsroom” de Sarah Cohen, ahora en el New York Times.

Algunas bases de datos de uso frecuente entre periodistas son:

El censo

Estadísticas de empleo

Estadísticas del crimen del FBI

Documentos de financiamiento de campañas

Presupuestos locales

¿En qué parte del flujo de trabajo va esto?

Es importante poner atención a cómo se está recolectando la información que consideramos valiosa. Muchas investigaciones pueden hacerse con datos que ya están recopilados pero nadie ha analizado.

Hillary Niles es freelancer y consultora de datos. Ella sugiere que los periodistas se cuestionen: ¿qué preguntas surgen a menudo en el sector que cubro? ¿Qué reportes leo con frecuencia? Los datos podrían responder esas preguntas o simplificar la búsqueda de patrones. Al hacer esas preguntas, el solicitar y analizar datos debería encajar de forma natural en el flujo de trabajo.

## Capítulo 5: Cómo establecer el periodismo de datos en la redacción

Establecer el “estado mental de data”

La sostenibilidad puede comenzar de abajo - los reporteros- pero debe tener apoyo editorial. Una forma es desarrollar un “estado mental de data”; es decir, pensar que en cualquier historia que se haga, deben haber datos que se deben buscar.

Cómo hacer crecer y mantener las capacidades de trabajar con datos, a pesar de las limitaciones financieras y de personal

Una posibilidad es usar fuentes como GitHub, un sitio que ofrece herramientas de código abierto que pueden ser utilizadas de forma gratuita. La limitación es que necesitas reporteros que sepan usarlas.

La herramienta más sencilla es Excel. Gratuita está Google Spreadsheets y Google Fusion Tables. También está OpenRefine para organizar datos y Silk para hacer gráficos.

Aprovecharse de las herramientas gratuitas

Tabula es una herramienta gratuita que encuentra tablas de datos en archivos PDFs y las transforma al formato Excel. Esta y Google Spreadsheets son buenas maneras de comenzar, pero es bueno contar con una inversión financiera para software u otras herramientas.

Cerrar la brecha entre los reporteros y los editores

Es importante mostrar cómo las bases de datos pueden aumentar el tráfico a un sitio de noticias. Tener métricas de éxito.

Lo clave es dar tiempo a los periodistas para que puedan aprender, practicar y experimentar con los datos.

## **Capítulo 6: Los desafíos del periodismo de datos**

Preocupaciones éticas de trabajar con datos

La Associated Press anunció que incorporará en su manual de estilo 2017 estándares para el trabajo con datos.

Un aspecto ético clave al trabajar con datos es no sacarlos de contexto. Esto implica hacer el reporte en terreno para entender de dónde vienen esos datos y cómo se interpretan.

Los datos están elaborados por humanos, y no están libres de error, sesgos o falacias.

Alberto Cairo sugiere colaborar con expertos en el análisis de data.

Jeff Sonderman, de API, explica que "los datos pueden ser incorrectos, engañosos, dañinos, vergonzosos o invasivos", y que presentarlos "como una forma de periodismo requiere someterlos a un proceso periodístico".

Tips para evitar el desastre:

- 1.- No te apresures en sacar conclusiones.
- 2.- Investiga tus datos antes de hacer los análisis con ellos.
- 3.- Explica los datos de forma clara a tu audiencia.
- 4.- No republiques conclusiones que otros sacaron de los datos.
- 5.- Haz el reporte en terreno.

## **Capítulo 7: Apéndice: recursos para aprender por tu cuenta**

Tutoriales:

Usando Excel para hacer periodismo de precisión por Steve Doig.

Ayuda de Google Sheets de Google.

Numbers in the Newsroom, the Sarah Cohen

Periodismo de datos 101: Entrenamiento autoguiado por Michael Berens

El arte y la ciencia del periodismo basado en datos, por Alex Howard.

Redes de Apoyo

Hacks/Hackers

Servidor de listas de NICAR

Grupos de hackers cívicos, como Code for America

Alumni (extrabajadores)

Bases de datos

Presupuestos locales

Biblioteca de datos de NICAR

Censo de EEUU

Estadísticas de empleo

Datos de la Comisión Electoral Federal