

Qualquer pessoa pode ser jornalista de dados

Olá, meu nome é Simon Rogers e eu vou falar hoje sobre como qualquer pessoa pode ser jornalista de dados.

Não deveria ser algo assustador ou inacessível ou difícil, porque realmente agora estamos em um momento em que é muito fácil para qualquer pessoa começar e usar ferramentas para contar histórias de novas e interessantes maneiras.

Minha formação é bem de jornal mesmo. Eu trabalhei no The Guardian. Eu fui, na verdade, o editor de lançamento do The Guardian News Unlimited. Eu também criei o blog de dados no The Guardian, e escrevi alguns livros, incluindo um chamado "Facts are sacred" (Fatos são sagrados), que você ainda pode comprar e que realmente conta a história do jornalismo de dados e, certamente, desde seus primeiros dias de sua mais recente encarnação. Eu trabalhei no Twitter, onde eu fui o primeiro editor de dados da empresa, e agora eu trabalho no Google News Lab, onde eu sou editor de dados.

O Google News Lab é na verdade uma equipe global que trabalha dentro do Google para ajudar a indústria de notícias. Somos como uma ponte entre a indústria de notícias e a empresa. E minha área é realmente em torno de jornalismo de dados e inovação na redação. Então, eu trabalho muito com visualizações, narrativas com dados e inovações nas redações em relação a coisas como aprendizado de máquina e realidade virtual e assim por diante.

Vou falar um pouco agora sobre minha trajetória, como eu entrei no jornalismo de dados, pois, certamente, quando eu era jovem, dados eram a última coisa com a qual eu pensava em trabalhar. Eu não era muito bom em matemática na escola. Me desanimava a ideia de trabalhar com números. Eu queria trabalhar com palavras. Mas na verdade, quando eu olho para trás, para as coisas que me interessaram naquele momento, consigo ver que havia definitivamente algo sobre contar histórias de novas maneiras que era emocionante para mim.

Eu cresci em uma casa em que havia muitos jornais. Tínhamos The Guardian seis dias por semana e The Observer aos domingos e estávamos sempre consumindo notícias. Mas parte disso para mim era porque eu queria entender por que as coisas estavam acontecendo.

Eu gostava muito de Richard Scarry quando eu era jovem, e Richard Scarry é um ilustrador infantil que era muito bom em explicar como o mundo funcionava. E era isso que eu queria fazer, eu queria explicar como o mundo funcionava. Não apenas porque parecia ser legal ser um repórter nos livros do Richard Scarry, você podia andar por aí com uma caneta de cenoura gigante. Mas principalmente por causa do jeito que ele explicava histórias como esta.

Esta é uma imagem de um navio. É bem cartum. Muitas coisas engraçadas acontecendo. Mas se você olhar para este diagrama, você entende como aquele navio trabalhava, como o

motor de combustão interno trabalhava naquele navio. Assim, mesmo estes desenhos mais puxados para o cartum, não necessariamente 100% precisos, eram uma forma de explicar a história de um modo acessível e compreensível para mim enquanto criança e para qualquer pessoa que quisesse entendê-la. Então isso meio que me levou a escrever e trabalhar com designers em livros infantis. E quando fiz esses livros pela primeira vez, pensei, bem, isso é interessante. Mas eu percebi que na verdade, para muitas crianças, compreender o mundo visualmente é uma maneira de compreendê-lo melhor, porque o mundo é cinza e difícil de compreender. E usar números pode ajudar a tornar aquilo mais acessível e mais fácil de compreender. Certamente, quando se é criança, as imagens nos atraem muito antes de aprender a ler. Entendemos coisas visuais muito melhor do que entendemos palavras e muito melhor do que entendemos números brutos. E isso pode realmente ajudar você a compreender como os dados podem ser usados para contar histórias de jeitos melhores.

Então, parte disso é realmente como estamos em um momento agora em que qualquer pessoa pode fazer jornalismo de dados, qualquer pessoa pode entrar nisso e começar. Não significa necessariamente que vai ser ótimo. Não importa. É o fato de que qualquer pessoa pode entrar neste campo agora. Este é um fanzine de 1976 chamado Dire Sideburns, era um fanzine punk. E esta é a teoria do Sideburns para o punk, de que aqui está um acorde. Aqui está outro. Este é o terceiro. Agora forme uma banda. E há, acredite ou não, uma versão disso para o jornalismo de dados, que é: isso é um conjunto de dados. Aqui está outro conjunto de dados. Aqui estão algumas ferramentas gratuitas. Agora se torne um jornalista de dados.

Estamos realmente em um momento em que isso é possível e há muitas razões para que isso esteja acontecendo. E temos visto isso em todo o mundo agora. O jornalismo de dados realmente se tornou mainstream. Fizemos uma pesquisa de redações e descobrimos que mais da metade de todas as redações têm um jornalista de dados voltado para a tarefa, particularmente nas redações digitais, onde essa proporção é de 60%. É um fenômeno global.

Isso é do Data Journalism Awards. Você pode ver como tivemos centenas de candidaturas. Eles eram do mundo todo, metade delas eram de pequenas redações. Havia 57 países. E nós vimos candidaturas e vencedores. Desde o The Wall Street Journal a vencedores da Sérvia, do Brasil, da Colômbia, da Alemanha, da Rússia e da Ucrânia. É realmente um fenômeno global agora.

E parte disso é por causa da acessibilidade das ferramentas necessárias para o jornalismo de dados. Essas ferramentas estão ficando cada vez melhores. Percorremos um longo caminho desde coisas como esta. Onde essencialmente você só podia fazer este tipo de gráfico para mostrar uma história.

Isso foi feito usando uma ferramenta chamada Carto. Mostra o sol nascendo ao redor do mundo enquanto as pessoas estão twittando sobre isso. Muito, muito simples, mas inimaginável há alguns anos que qualquer pessoa poderia fazer isso sem ser um desenvolvedor hardcore. Este mapa mostra os padrões de vento da Terra. Realmente vale

a pena conferir. Mas a pessoa que fez isso aprendeu sozinha a programar, aprendeu sozinha a construir esse design.

E essa é uma força incrivelmente poderosa que temos. É como um superpoder. Você tem agora o superpoder de criar jornalismo de dados e podemos ver as pessoas fazendo isso. John Bird-Murdoch é jornalista visual no jornal Financial Times, e ele aprendeu sozinho a projetar peças visuais sofisticadas e complexas. Isso a partir de uma trajetória no jornalismo nunca teria sido possível há alguns anos.

Mas a vida como jornalista dados pode ser solitária. Muitas vezes as pessoas estão trabalhando sozinhas em lugares em que elas são as únicas praticantes. Não há plano de carreira, muitas vezes, para o jornalista de dados. Quando o jornalista de dados vai embora, ninguém sabe bem como substituí-lo. Então não se sentir isolado é realmente importante. E acho que isso tem levado a um sentimento entre jornalistas de dados sobre a importância e o poder do trabalho em conjunto.

E certamente há coisas para ajudar você a fazer isso. Há o Manual de Jornalismo de Dados. Acaba de ser publicado em uma edição nova, que realmente reúne as melhores práticas do mundo todo e as melhores maneiras de produzir jornalismo de dados hoje e a nossa forma de trabalhar hoje, então você não tem que se sentir sozinho. E realmente, não se trata mais de ser um programador. Isso pode ajudar. Mas não é apenas sobre fazer isso. Temos ferramentas como Flourish, sobre a qual você pode aprender neste curso em outro momento, e Flourish é uma ferramenta incrível para a criação de histórias visuais sem ser um desenvolvedor ou um designer ou um programador e permite selecionar diferentes modelos e realmente contar uma história de jeitos visuais interessantes e emocionantes.

Há coisas como tile grams, que é uma ferramenta do Github que permite a qualquer pessoa fazer este tipo de mapa onde você está realmente mostrando nossa geografia de diferentes maneiras. Um tipo de coisa que teria sido muito complicado antes agora está disponível de maneira aberta e gratuita e interativa para você.

Agora, eu trabalho muito com novos conjuntos de dados. Sabe, há alguns anos, não tínhamos acesso a, digamos, dados do Twitter ou dados do Google, que é com o que eu trabalho. Então, eu posso mesmo falar um pouco agora sobre esses dados e como eles podem contar histórias de maneiras interessantes e fazer isso como um modo de ilustrar a acessibilidade dos dados agora.

A primeira coisa a dizer sobre os dados do Google é que há um monte deles. É muita, muita coisa. Há bilhões de pesquisas todo dia. E eu fiz este mapa inclusive usando Carto. Onde eu geograficamente postei cada cidade ao redor do mundo onde você pode ver dados do Google, onde você pode realmente aprender sobre dados do Google. Ele não vai abaixo do nível da cidade, mas vai do nacional, global, regional até ao nível da cidade. E eu removi o mapa no fundo. Então é apenas um conjunto de pontos que são algo como o cérebro do mundo que nos diz onde estamos e nossa espécie de guia natural sobre o mundo. Certamente está além da câmara de eco das redes sociais, eu diria, e realmente dá uma

ideia meio a nível granular daquilo com que as pessoas se importam, no que as pessoas estão interessadas. É incrivelmente honesto.

Este é um conjunto de dados que eu puxei ano passado que mostra em média onde as pessoas estão buscando lojas de armas e controle de armas, pessoas interessadas em comprar armas versus controlá-las. E você pode ver como alguns estados estão coloridos de diferentes maneiras. Porque você nunca é tão honesto quanto você é honesto com seu buscador. Mas depois de um ataque a tiros na Filadélfia, o mapa mudou. Ele mudou imediatamente. E essa honestidade é realmente interessante de ver.

Fizemos esse projeto com o jornal Washington Post, onde nós olhamos para as principais pesquisas que estavam sendo feitas por pessoas que buscavam casamento gay em 2004 e 2015. E você pode ver como as atitudes das pessoas em relação ao casamento entre pessoas do mesmo sexo mudou ao longo do tempo enquanto o país relaxava sobre isso e isso deixava de ser grande coisa. E agora, em 2019, é difícil imaginar algumas das coisas que as pessoas buscavam em 2004, porque nossas atitudes mudam ao longo do tempo.

Você pode descobrir muitas dessas coisas sozinho, em trends.google.com. É realmente um site onde é muito, muito fácil buscar por si mesmo e realmente ver como as pessoas estão buscando questões específicas e temas ao longo do tempo. Eles não precisam ser sempre assuntos pesados e difíceis. Por exemplo, este é um mapa mostrando pesquisas sobre rosquinhas versus pesquisas sobre croissant ao redor do mundo. Vamos ver se você consegue adivinhar qual cor é o quê ao longo do tempo.

E esse tipo de coisa é muito, muito fácil de fazer com o Google Trends. E há um imediatismo nele que é muito interessante. Esta foi uma visualização que criamos após os ataques em Paris em 2015. Você pode ver como as pessoas começaram a buscar esta história ao redor do mundo poucos minutos após ela acontecer. Também tentamos trazer à tona outros conjuntos de dados dentro do Google. Alguns deles estão mais disponíveis do que outros. Este é um mapa que mostra visitas a diferentes tipos de restaurantes ao longo do tempo e em todos os Estados Unidos. Veja onde as pessoas se importam mais com pizza ou café ou comida mexicana ou comida italiana ou sanduíches ou frutos do mar. E isso realmente se trata de nossa tentativa de tornar os dados mais acessíveis e mais fáceis de alcançar.

E há essa questão com o jornalismo de dados que é muito importante: a necessidade vital de ser aberto. É muito fácil simplesmente produzir algo e fazer algo inteligente e produzir uma visualização e depois não torná-lo necessariamente aberto para outras pessoas usarem. Eu sempre quis produzir dados de uma forma que seja reproduzível por outros, que eles podem pegar esses dados e contar uma história, talvez de uma maneira melhor. E isso é muito, muito importante, ser aberto e tornar os dados o mais acessível possível. E você pode ver que agora em todo o mundo as pessoas estão pegando conjuntos de dados públicos e os tornando acessíveis e abertos, como IndiaSpend, que levanta dados públicos dentro da Índia e produz sites muito interessantes, permitindo que as pessoas explorem os dados por elas mesmas, porque frequentemente dados públicos são produzidos originalmente de maneiras que são difíceis de usar.

E você pode ver agora que toda publicação mainstream de jornalismo de dados terá um site de dados abertos, onde você pode obter os dados e depois ir brincar com eles sozinho. E você pode ser capaz de contar aquela história de uma maneira mais interessante do que o The Upshot ou o Huffington Post, porque você chegará àqueles dados com o seu próprio conjunto de preconceitos, mas também o seu próprio conjunto de interesses sobre o que poderia contar uma história de forma interessante.

Vou falar um pouco agora sobre processo, porque para mim, é assim que eu trabalho. Certamente quando eu estava no The Guardian, mas também é como nós trabalhamos agora. E trabalhar com dados pode ser complicado. Portanto, é assim que funciona para mim. Muitas vezes começamos com os dados em si. Pode ser que os dados tenham vindo do Google Trends ou pode ser que alguém tenha enviado os dados, pode ser um acontecimento recorrente. Algo interessante assim. Pode ser uma teoria que você quer explorar. E muitas vezes jornalismo de dados realmente não é necessariamente uma operação estatística muito sofisticada. Muitas vezes o que você está fazendo é contar histórias. Você pode estar dizendo isso é maior do que aquilo ou essa coisa mudou ao longo do tempo ou é assim que um lugar se compara a outro. Então o trabalho não precisa necessariamente ser super complexo neste ponto. Mas saber mais ou menos o que você quer fazer com os dados pode ser realmente importante. Você quer comparar ou mostrar a mudança? O que os dados significam? Que outros conjuntos de dados você pode misturar e trazer junto com ele?

E muitas vezes dois conjuntos de dados são quase sempre melhor do que um. Quando você tem que juntar coisas pode sempre ser um jeito melhor de contar a história. E, muitas vezes, você tem todo este processo onde você realmente precisa se livrar da confusão dos dados e processá-los e trabalhar com eles e muitas vezes muito do trabalho que os jornalistas de dados gastam muito tempo fazendo é aquela combinação inesperada de conjuntos de dados, fazer com que os conjuntos de dados trabalhem em conjunto, removendo as células mescladas ou as colunas desnecessárias de dados que as pessoas colocam muitas vezes para fazer com que as planilhas fiquem mais bonitas. Mas no fim disso tudo, você pode realizar aqueles cálculos e isso realmente leva a um resultado. E resultado é um termo estranho. Parece um pouco um termo de engenharia, de programação. De certa forma é isso que você está fazendo, porque não há um jeito estabelecido de contar uma história com jornalismo de dados. Você pode produzir um vídeo, uma animação, você pode produzir uma história apenas publicando nas redes sociais o fato de você ter descoberto que essa coisa é maior do que aquela coisa, isso pode ser o suficiente. Pode ser tudo o que você precisa que os dados façam naquele dia. Ou pode ser um interativo complexo. É essa variedade de métodos de contar histórias que torna o jornalismo de dados tão atraente e tão interessante e tão poderoso agora.

Vou mostrar este link, também, porque muitas vezes é assim que você começa. Você precisa começar com os dados, certo? Nós publicamos todos os dados com os quais trabalhamos em uma página no Github e você pode vê-los lá. E você pode começar ali mesmo. Você pode ir lá, encontrar alguns dados com os quais nós já trabalhamos, que já

foram processados e você pode começar lá. Comece com esse processo de contar histórias.

Eu sempre concordo com James Cameron, que é um jornalista britânico dos anos 1950 e 60, em parte porque ele é um jornalista incrível. Sou um grande fã do trabalho dele. Ambos os lados meio que pensam isso. Esta citação dele é muito pertinente, que "O novo mundo será um lugar de respostas e não perguntas, porque as únicas perguntas que restarem serão respondidas por computadores, porque apenas computadores vão saber o que perguntar." E eu acho que isso significa que estamos em um estágio agora onde podemos fazer perguntas aos dados e fazer coisas com dados que nunca pudemos fazer antes por causa do acesso à tecnologia que temos agora. Este é um lugar incrivelmente poderoso para se estar. Mas o que isso significa é que você pode talvez se empolgar e produzir coisas que são demasiado compactas ou apenas porque elas são bonitas e elas não fazem nada realmente. Então há algo simples que é realmente importante lembrar que o que estamos fazendo tem a única finalidade de contar histórias da melhor maneira possível. Trata-se daquele exercício jornalístico básico de contar histórias e tornar os dados o mais acessível quanto for possível.

Obrigado. Agora seguimos com o curso.