



Departamento de sociologia

Jornalismo de Dados: o caso '2:59' do jornal Expresso

Maria Teresa Fialho Monginho

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação – Media e Jornalismo

Orientador:

Professor Doutor Pedro Pereira Neto, Professor Auxiliar, ISCTE-Instituto Universitário de
Lisboa

Coorientadora:

Mestre Ana Pinto Martinho, Assistente de Investigação, ISCTE- Instituto Universitário de
Lisboa

Outubro, 2019

Departamento de sociologia

Jornalismo de Dados: o caso ‘2:59’ do jornal Expresso

Maria Teresa Fialho Monginho

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação – Media e Jornalismo

Orientador:

Professor Doutor Pedro Pereira Neto, Professor Auxiliar, ISCTE-Instituto Universitário de
Lisboa

Coorientadora:

Mestre Ana Pinto Martinho, Assistente de Investigação, ISCTE- Instituto Universitário de
Lisboa

Outubro, 2019

À minha mãe,
que lutou e continua a lutar.

Agradecimentos

À minha grande amiga Eunira não há palavras para descrever a gratidão que sinto, pelas suas mensagens de força e amizade.

Ao meu orientador, professor doutor Pedro Neto, um grande obrigado, por não ter desistido de mim e por me fazer pensar melhor.

À minha coorientadora professora Ana Martinho agradeço a ajuda prestada sempre que precisei.

À minha irmã Margarida, que por ser uma lutadora, me inspira todos os dias. Obrigada pelas palavras nas horas mais difíceis.

À minha tia Mizé, obrigada por me ouvir em horas críticas.

Aos jornalistas do Expresso, Joana Beleza, Elisabete Miranda, Carlos Paes e Jaime Figueiredo, um obrigado pela disponibilidade e contributo para este trabalho.

Fica também um agradecimento às pessoas que estiveram presentes nesta fase de vida e percurso académico.

Resumo

O conceito de jornalismo de dados tem sido identificado em notícias que contenham informação em formato numérico. Como forma de avaliar a justiça dessa identificação, a presente dissertação serve para perceber a presença e importância dos dados no jornalismo, como também algumas relações entre ambos; demonstrar que a ideia não é nova, mas sim uma prática que foi realizada desde as Atas Romanas e fortemente defendida por Walter Lippmann, no século XX.

Utilizando como exemplo a prática do ‘2:59’ realizada pelo jornal Expresso, no qual verificamos uma forte utilização de dados; no entanto por meio de entrevistas concluímos que nem todos os jornalistas tinham conhecimento sobre o conceito de jornalismo de dados.

Palavras-chave: Media; Walter Lippmann; jornalismo; dados; jornalismo de dados

Abstract

The concept of data journalism has been identified in news that contain information in numerical format. As a way to evaluate the justice of this identification, the present dissertation serves to understand the presence and importance of data in journalism, as well as some relations between them; demonstrate that the idea is not new but a practice that has been made since the Roman Acts and strongly defended by Walter Lippmann, in the 20th century.

Using as an example the practice of '2:59' made by Expresso, in which we verified a strong use of data; however through interviews we concluded that not all journalists knew the concept of data journalism.

Keywords: Media; Walter Lippmann; journalism; data; data journalism

ÍNDICE

Agradecimentos.....	i
Resumo.....	ii
Abstract	iii
Índice de figuras	vi
Glossário de siglas.....	vii
INTRODUÇÃO	1
1. OS DADOS NA FUNÇÃO INFORMATIVA DOS <i>MEDIA</i>	3
1.1 Atas Romanas	4
1.2 O conhecimento como objetivo e numérico	5
1.3 Informação matematizada.....	6
1.3.1 Walter Lippmann	7
2. RELAÇÃO ENTRE DADOS E JORNALISMO.....	9
2.1 Dados e estatística	9
2.2 Bases e processamento de dados	10
2.3 Jornalismo de dados.....	10
2.3.1 Jornalismo de precisão.....	10
2.3.2 Teorias/ conceitos sobre jornalismo de dados	12
2.4 A Internet e o jornalismo de dados	14
2.5 Limites no jornalismo de dados	14
3. METODOLOGIA	17
3.1 Objetivos, Perguntas e Hipóteses	17
3.2 Técnicas de pesquisa e análise.....	18
3.3 O caso ‘2:59’ do jornal Expresso	19
4. JORNALISMO DE DADOS? VISÃO DOS JORNALISTAS	23
4.1 Conhecimento do conceito de jornalismo de dados	23
4.2 Papel dos dados na criação de notícias e profissão	25
4.2.1 Realidade representada por dados.....	25
4.2.2 Informação subjetiva representada por dados.....	28
4.2.3 Alteração da profissão de jornalista com a utilização de dados.....	29
4.3 Realização do jornalismo de dados	31
4.4 Constituição de uma prática de jornalismo de dados	32
5. CONCLUSÕES.....	37
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41

7. ANEXOS.....	44
Anexo A- Guião de entrevista semiestruturada.....	44
Anexo B - Respostas das entrevistas aos jornalistas do Expresso.....	45
Anexo C- Tabela de categorias segundo o IPTC.....	68
Anexo D – Tabela com as formas como estão representados os dados	68

Índice de figuras

Figura 1. Categorização dos vídeos segundo o IPTC.....	20
Figura 2. Categorização dos vídeos segundo o IPTC, em percentagem	21
Figura 3. A forma como os dados estão representados nos vídeos	21

Glossário de siglas

CAR- *Computer Assisted Reported*

IPTC- *International Press Telecommunication Council*

INE- Instituto Nacional de Estatística

ONU- Organização das Nações Unidas

FMI- Fundo Monetário Internacional

HTML- *Hiper Text Markup Language*

SIC- Sociedade Independente de Comunicação

INTRODUÇÃO

Nos EUA, na primeira metade do século XX, decorreram estudos sobre a comunicação e jornalismo, de entre os quais se destacam os realizados na designada ‘Escola de Columbia’. Nesta escola pretendia-se estudar os efeitos que os *media* poderiam ter, projeto no qual os métodos quantitativos vão ganhar expressão. Walter Lippmann, que pertenceu à escola de Columbia, defendeu que o jornalismo, para uma melhor compreensão da realidade e para ser mais acessível à população, sobretudo para condicionar a sua opinião, deveria ser reduzido a dados e com uma maior utilização da matemática, tornando-se assim mais objetivo. A redução do jornalismo à matemática pode estar associada ao conceito de jornalismo de dados, por utilizar as mesmas bases. Assim esta dissertação pretende trabalhar uma prática identificada como jornalismo de dados, o ‘2:59’, realizada pelo jornal Expresso. O objetivo deste trabalho é então, perceber se a prática realizada pelo jornal Expresso, o ‘2:59’, constitui jornalismo de dados.

O corpo desta dissertação estará composta pelo primeiro capítulo em que serão abordados enquanto elementos do cumprimento da função informativa dos *media*, sendo identificadas as Atas Romanas como o início da inserção dos dados no jornalismo. Também o conhecimento, na era da Modernidade (séculos XVIII e XIX), pode de alguma forma ter ajudado a que o jornalismo tivesse uma maior utilização da matemática, por ser essencialmente objetivo e numérico. No subcapítulo seguinte encontrar-se-á a escola de Chicago e Columbia e dentro desta última um destaque para a figura de Walter Lippmann, que defendeu a informação matematizada, em que a utilização dos dados seriam um meio simplificador da compreensão da realidade. No segundo capítulo apresentar-se-á a relação entre dados e jornalismo, pelo facto de um grande crescimento do armazenamento e tratamento de dados ter levado a uma maior utilização de métodos quantitativos, à criação de bases de dados e ao seu processamento. A necessidade de trabalhar estes mesmos dados originou conceitos como jornalismo de precisão e jornalismo de dados. Veremos também a relação entre Internet e jornalismo de dados e alguns limites que podem surgir deste conceito. No terceiro capítulo estará incluída a metodologia, da qual se destaca a utilização de um método misto, que abrange o método qualitativo por meio de entrevistas e o método quantitativo na análise da exposição dos dados no ‘2:59’. No quarto capítulo localizar-se-á a análise das entrevistas efetuadas aos jornalistas do Expresso, em que

se perceberá as suas visões em torno do conceito de jornalismo de dados. No quinto capítulo estarão incluídas as conclusões.

1. OS DADOS NA FUNÇÃO INFORMATIVA DOS *MEDIA*

Os dados foram incorporados desde o que se pode considerar o princípio da informação, com as Atas Romanas (Sousa, 2008) vindo a sua presença no jornalismo a aumentar ao longo do tempo. Os *media* ganharam funções essenciais no conhecimento que a sociedade tem, defendendo Robert Merton (1948) três funções dos *media*: a primeira a função de atribuição de status, que serve para conceder importância a pessoas ou questões, porque o que sairá nos *media* tornar-se-á relevante; a segunda função é a de aplicar normas sociais, para revelar os comportamentos que não estão de acordo com a norma e ao mesmo tempo informar o que está de acordo; a terceira função defendida é intitulada pelo autor de “*narcotizing dysfunction*”, que consiste em ocultar algumas informações que os indivíduos deveriam saber (Nurr, 2000, p.234-249).

Há também outros aspetos relevantes, como o conformismo social, isto é, uma forma de limitar os *media* às questões que são permitidas pela empresa que os financia. Paralelamente, o conteúdo que aparece nos *media* tem que estar de acordo com os gostos do público, o que pode não deixar espaço para questões de maior relevância que precisam de ser debatidas, com mais crítica, segundo Merton. Um outro elemento defendido por Merton é o impacto sobre o gosto popular: grande parte do que está nos *media* é “entretenimento”, o que significa que mais pessoas procuram este tema, e os *media* facultam-no para ter mais audiências. A preocupação do autor é que “as pessoas leem mais, mas entendem menos”: a sua inquietação é de facto a falta de compreensão do que se lê. A propaganda para os objetivos sociais, também uma das funções defendidas pelo autor, inclui três condições: a monopolização, com a criação de ídolos para a abordagem de temas cuja presença assim será menos questionada, existindo um maior controlo da sociedade; a canalização, em que se pretende que a publicidade reproduza comportamentos tipificados, não deixando espaço para mostrar o que é novo, como mudar costumes, atitudes, preconceitos; e a suplementação, como o próprio nome indica, como um complemento dos meios de comunicação. Merton defende que os meios para serem eficazes tinham que indicar mudança e não a sua manutenção (Nurr, 2000, p.234-249).

Roman Jakobson na década de sessenta, defende as funções da linguagem, para perceber a finalidade da língua, no qual indica seis funções: a função emotiva (emoções), a função referencial (contexto), a função conativa (destinatário), a função poética (a forma da mensagem), a função fática (manter ou suspender o contato da comunicação) e a função metalinguística (perceber se o destinatário e remetente falam o mesmo código) (Winch e Nascimento, 2012, p.221-223; Castro, 2002, p.26-29) Importa aqui destacar a função

referencial, que é também pensada para o conteúdo dos *media*. A função referencial corresponde às relações da mensagem e objeto, no qual tem por fim transmitir uma realidade, apoiando-se no contexto e comunicando-a de forma objetiva (Winch e Nascimento, 2012, p.223; Castro, 2002, p.28):

“(…) centra-se no contexto, referindo-se a algo, a alguém ou a um acontecimento, de maneira clara e objetiva, sem manifestar opiniões explícitas ao recetor. Há a predominância do discurso na terceira pessoa, ou seja, a pessoa de que se fala, o ele (Winch e Nascimento, 2012, p.223).”

“É a dominante no maior número de mensagens; considerada por Guiraud a base de toda a comunicação, pois define as relações entre a mensagem e o objeto a que se refere. O principal problema é formular uma informação verdadeira (objetiva, observável e verificável) (Castro, 2002, p.28-29).”

É visível na função referencial, usos nos *media*, com a finalidade de transmitir uma mensagem e chegar ao destinatário, onde se pode encontrar também a argumentação que por vezes pode ser uma forma de persuadir ou manipular o destinatário (Winch e Nascimento, 2012, p. 221-223; Santee e Santos, 2010, p. 169-172; Castro, 2002, p. 26-29). Em ambas, com concretização específica na linguagem, se percebe que os *media* se baseiam muito em factos e em objetividade quando cumprem esta função.

Dentro destas funções dos *media* encontra-se o cumprimento da função informativa, quer da linguagem dos *media*, quer estes últimos, o que nos leva a querer estudá-la e perceber a utilidade dos dados no jornalismo. Neste subcapítulo irá ser apresentada a introdução dos dados na informação/jornalismo, o conhecimento na era da Modernidade com uma forte utilização da matemática, e o caminho do jornalismo também ele reduzido à matemática.

1.1 Atas Romanas

Os *media*, sendo produtores de informação e conhecimento, desde cedo utilizaram números e a escrita, como elementos essenciais da sua existência. A escrita começou por ser retratada desde cedo, no Antigo Egipto para relatar e enaltecer os grandes feitos dos heróis. Dentro destas histórias surgem descrições de acontecimentos reais, o que se pode considerar ser o começo do jornalismo. Na Grécia Antiga foram relatados acontecimentos que tinham sucedido, mas é com

o Império Romano que se começou a empregar dados na informação ao deixar registado nascimentos, mortes, ou leis, à qual denominaram, de Atas Romanas (Sousa, 2008).

As Atas Romanas seriam então uma forma de transmitir informação, criar cultura de um povo, comunicar e incentivar à leitura. Eram conhecidas por “*Atas Diurnas* (Actae Diurnae), também por *Atas Públicas*, *Atas Urbanas* ou ainda *Diurnálias*” e surgiram “no século II a.C. (possivelmente em 131 a.C.)”. Existiam também atas específicas para cada tema, como Ata Civilia (civil), Ata Forensia (leis), Ata Iludiciaria (tribunal), Ata Militar (militar) e Ata Triumphalis (para enaltecer os feitos). Importa destacar as Ata Civilia, que incluíam dados para informar a população, “dados de nascimento, mortes, casamentos e divórcios;”. Foi então, a partir daqui que se utilizou dados para abordar temas e mesmo que não sendo jornalismo como é realizado nos dias de hoje, pode considerar-se a origem da utilização de dados no jornalismo. Certos elementos das atas têm atributos que são utilizados no jornalismo de hoje em dia como, a regularidade, os diversos temas, os jornalistas, a divulgação e também a parte da edição (Sousa, 2008, p.34-44).

Com a chegada do século XVIII ocorrem grandes desenvolvimentos científicos e a razão torna-se na máxima deste século (Sousa, 2008): o conhecimento na época da Modernidade empregou a matemática para a explicação de vários acontecimentos, tornando-a mais numérica e objetiva (Queiró, 1993) o que ajudou a que no jornalismo houvesse um maior emprego de dados na informação e consequentemente ficasse também ele mais objetivo.

1.2 O conhecimento como objetivo e numérico

Entre os séculos XVI a XVIII, vários autores, realizaram os seus estudos em torno do conhecimento, com uma forte utilização da matemática. Assim o conhecimento que ia surgindo ficou mais objetivo e teve um maior enfoque nos números (Queiró, 1993) vindo a ser publicado em “atas, memórias, jornais científicos” (Fidalgo, 1996, p.4). Ocorre então uma divulgação do conhecimento e um maior acesso, em que se consegue chegar a um maior número de pessoas.

Os ideais da revolução francesa (igualdade, fraternidade e liberdade) e a Declaração da Independência nos Estados Unidos também ajudaram a que houvesse uma maior liberdade de pensamento. O pensamento de vários autores, como Newton, Lavoisier, entre outros, levou a uma maior liberdade para o pensamento científico e a levantar mais questões (Sousa, 2008). O jornalismo não foi exceção e segundo Tobias Peucer, os jornais serviriam como tema num diálogo para o qual as notícias deveriam ser úteis (Sousa, 2007).

A necessidade de obter explicação sobre alguma matéria com a matemática acabou, então por ter desfecho também no jornalismo: os ideais da época da Modernidade e do Iluminismo, que incluíram a utilização da matemática, o rigor da ciência e a objetividade, trouxeram assim luzes para que estes aspetos fossem também impostos no jornalismo.

1.3 Informação matematizada

Os *media* tornaram-se centrais nos séculos XIX e XX na forma como as pessoas tinham conhecimento sobre diversos temas. É neste contexto “que emergem as primeiras iniciativas de reflexão e análise sistemática sobre a natureza, efeitos e influência dos *media*.” (Neto, 2012, p.14). Nesta conjuntura desenvolveram-se nos Estados Unidos da América estudos sobre os *media*, sobretudo as universidades de Chicago e de Columbia. A escola de Chicago e também a figura de Dewey demonstraram interesses nos estudos dos meios de comunicação, defendendo que estes meios deveriam ser úteis para se compreender e dar resposta aos problemas que pudessem surgir nas sociedades, através do poder da “ligação humana” (Subtil, 2015). A argumentação seria aqui essencial para se trocarem ideias, assim auxiliando os cidadãos a pensar, para posteriormente formarem a sua própria opinião.

Nos anos 20 e 30, nos Estados Unidos, a Escola de Columbia também se dedicou aos estudos dos *media* e refletiu sobre os seus efeitos: é com a Escola de Columbia que o estudo da informação quantitativa ganha expressão: começou a utilizar mais métodos quantitativos, como inquéritos e sondagens (Subtil, 2015). A informação seria assim reduzida à matemática e à utilização dos seus métodos, tornando-se mais objetiva e sem grande espaço para perceber o que é subjetivo.

Harold Lasswell, na sua tese *Propaganda technique in the World War* (1926) defende que com a propaganda se conseguia controlar opiniões (Subtil, 2015), propondo a “teoria hipodérmica” ou “teoria da bala mágica”. Defende que os indivíduos recebiam a informação dos *media* de forma imediata e ao mesmo tempo eram influenciados por estes. Os *media* seriam as “agulhas” ou “revólveres” que introduziam as mensagens “de forma direta e imediata” e desta forma as pessoas seriam influenciadas pela informação que os *media* escreviam e formariam logo a sua opinião (Serra, 2007, p.143-146; 150-159). A propaganda seria uma forma de manipular e estar em conformidade com as opiniões que os *media* queriam e sem espaço para pensar o oposto.

Walter Lippmann, também fez parte da Escola de Columbia e defende que o papel do jornalista é essencial para dar a conhecer à sociedade o que nela ocorre, pois, os cidadãos não

têm capacidade de perceber o que acontece à sua volta (Schulze, 2015; Subtil, 2015). As notícias para Lippmann, não transmitem a realidade, e só se conseguiria chegar a essa realidade se fossem reduzidas a dados, de forma a deixar reduzidas as questões subjetivas “a meros estereótipos” (Subtil, 2015). Os jornalistas deveriam então escrever com a máxima objetividade e reduzir a informação a números, isto é, uma informação matematizada. Colocam-se então as seguintes questões: serão os dados capazes de informar? Serão os dados capazes de demonstrar uma realidade subjetiva?

Paul Lazarsfeld, vai contrapor a teoria de Lasswell e vai propor que os efeitos seriam “limitados, indiretos e mediatos”, com o seu modelo *Two-step flow*, e não diretos e imediatos, tentando perceber as influências exercidas pelos *media*, mas defendia que esta primeiro atinge os líderes de opinião e posteriormente para os indivíduos. Seriam então indiretos, porque de acordo com Lazarsfeld a informação passaria primeiro pelos líderes de opinião e limitados porque não são os únicos a influenciar. O autor utilizava métodos quantitativos, como os questionários ou sondagens, como forma de pesquisa e o “respetivo tratamento estatístico dos dados” para perceber as influências que os *media* podiam ou não exercer (Serra, 2007, p.150-159).

Lazarsfeld (1944) e, mais tarde Klapper (1960) trouxeram questões que revelaram não ser a posição de Lasswell e de Lippmann a melhor para compreender os efeitos dos *media*, pois tinha uma “abordagem excessivamente quantitativa” e uma “definição demasiado restritiva do conceito de opinião pública” (Neto, 2012, p.14-18). Também o autor Funkhouser (1973) indica que a utilização de sondagens ou inquéritos oferece “limites de profundidade qualitativa.” (Neto, 2012, p.14-18). Autores como Melvin DeFleur e Sandra Ball-Rokeach, esclarecem que o erro das posições de Lasswell e Lippmann “reside no facto de elas se concentrarem nos “efeitos” mais ou menos imediatos, diretos e a curto prazo, ao invés de procurarem determinar efeitos mediatos, indiretos e a longo prazo.” (Serra, 2007, p.155).

1.3.1 Walter Lippmann

Destacar a figura de Walter Lippmann é essencial neste trabalho, pelo facto de ter defendido a redução da informação a dados, para melhor reproduzir a realidade (Subtil, 2015). De alguma forma o que foi defendido por Lippmann, pode estar associado ao conceito de jornalismo de dados.

Na sua obra *Public Opinion* (1922) defende que as notícias não transmitiam a realidade e só com a redução a dados seria possível demonstrar essa realidade:

“(…) as notícias só se aproximam da realidade quando o que está em causa é redutível a dados quantificáveis: nascimentos, mortes, decisões judiciais, resultados eleitorais, transações comerciais, etc. As notícias reduziriam as questões controversas e de maior complexidade a meros estereótipos. (Subtil, 2015, p.26-27)”

Os dados seriam então um meio simplificador da compreensão da realidade, mas para uma melhor utilização destes seriam necessárias pessoas da área da estatística para ajudar as redações: de acordo com Lippmann, esta seria a melhor forma de contribuir para uma opinião pública informada (Subtil, 2015). Já na sua obra *Liberty and News* (1920) Lippmann refere que os jornalistas precisavam de conhecimento em probabilidades e alguma compreensão quantitativa (Nguyen, 2018), mas é na sua obra *Public Opinion* (1922) que há um reforço ainda maior da necessidade de os jornalistas terem conhecimentos em estatística, para produzirem notícias (Subtil, 2015).

Walter Lippmann também propôs a inclusão do rigor científico no jornalismo para trazer análise e comparação (Nguyen, 2018), o que permitia um jornalismo mais objetivo e científico, no qual distanciar-se-ia das emoções e opiniões nos jornais (Streckfuss, 1990).

2. RELAÇÃO ENTRE DADOS E JORNALISMO

Os dados e o jornalismo tiveram uma relação próxima desde cedo e o pensamento de Walter Lippmann em reduzir a informação a dados foi ganhando força, ao que se uniu o desenvolvimento dos computadores e a sistematização e tratamento de grandes quantidades de dados. Neste capítulo abordar-se-ão os dados, formas de os tratar com os métodos quantitativos, bem como as bases e processamento de dados. Posteriormente irá ser apresentada a relação dos dados com o jornalismo, no qual surgem os conceitos de jornalismo de precisão e o jornalismo de dados – de que serão indicados alguns limites.

2.1 Dados e estatística

Os dados têm vindo a ser utilizados na prática do jornalismo desde as Atas Romanas, no Império Romano, sobretudo para fazer referência ao número de nascimentos ou mortes que ocorriam (Sousa, 2008). Uma maior valorização dos dados e da sua utilização começa na Escola de Columbia, em que há um aumento do uso da matemática na informação - quanto mais fosse reduzido a dados mais compreensão existiria e assim não ocorria espaço para as pessoas pensarem, mas sim como os *media* queriam que pensassem. Recorriam a sondagens e inquéritos para medir informação e retiravam respostas mais objetivas (Subtil, 2015). Autores como Lippmann, Lazarsfeld, Lasswell, fizeram parte desta escola, ainda que com opiniões diversas, como vimos no capítulo anterior.

Entre as guerras mundiais houve uma maior utilização dos métodos quantitativos e da propaganda (Subtil, 2015): os dados tornaram-se uma fonte de informação e o seu acesso também facilitou o processo jornalístico quer, segundo Stavelin (2013) sejam de acesso público ou de natureza privada (Moura, 2018).

No entanto, o trabalho com dados não é bem visto por alguns autores: Stephen Cushion e Justin Lewis defendem que a estatística é utilizada de forma vaga e imprecisa, o que limita a explicação; Tim Harford (2016) refere que a emancipação dos números serve para vender mensagens, enquanto que também Willem Koetsenruijter defende que os jornalistas usam números para parecerem credíveis (Nguyen, 2018).

Terá encontrado o jornalismo, ao utilizar a estatística, gráficos, números, uma forma de parecer mais credível para os seus leitores? Quando os jornalistas apresentam números ou gráficos para tentarem complementar o que dizem, estarão a induzir em erro o leitor? Até que ponto se pode saber que estes números estão corretos? Ou que demonstram uma realidade?

2.2 Bases e processamento de dados

No século XX, as máquinas mecanográficas tornaram-se ferramentas de trabalho na comunicação, pela sua capacidade de memorizar dados e de tratamento de informação (Breton e Proulx, 2002, p.63-86). Em 1890, Herman Hollerith criou “uma máquina que permitiu a automatização da contagem das informações recolhidas pelo recenseamento da população dos Estados Unidos.” (Moura, 2018, p.3), permitindo também a redução de tempo na contagem.

Com o nascimento do computador entre 1944 e 1945, John von Neumann conseguiu que este organizasse a informação: defendia que estas máquinas deveriam ser como um “cérebro artificial” o mais próximo ao de um ser humano, máquinas com mais memória e capazes de examinar informação. O estudo da cibernética foi também defendido por Norman Wiener entre 1942 e 1948, sugerindo que as máquinas se tornassem independentes e fizessem o trabalho humano (Breton e Proulx, 2002, p.63-86).

Ao aumento da produção e recolha correspondeu também a criação de bases de dados para pesquisa (Martinho, 2013). A Internet veio permitir que mais dados tivessem disponíveis conduzindo à disponibilização de bases de dados no meio online (Schulze, 2015), o que pode também ter promovido o trabalho com dados.

Com a crescente quantidade de bases de dados que foram surgindo, o conceito de *Big Data* tornou-se recorrente, pois grandes conjuntos de dados ficaram disponíveis sobre diversos temas, o que possibilitou que qualquer indivíduo pudesse vê-los e retirar as suas próprias conclusões (Martinho, 2013).

2.3 Jornalismo de dados

A utilização da matemática, incluindo dados, estatística, gráficos, e a utilização de um computador tornou-se recorrente na área do jornalismo, no qual têm sido identificados conceitos como o jornalismo de precisão e jornalismo de dados. Veremos aqui o caminho que se percorreu.

2.3.1 Jornalismo de precisão

O desenvolvimento das máquinas mecanográficas permitiu que os computadores melhorassem e fizessem parte no trabalho do jornalista (Breton e Proulx, 2002, p.63-86). O

computador tornou-se um meio para fazer jornalismo, tendo a classe que se adaptar a esta forma de trabalhar, contexto no qual surge o conceito de jornalismo de precisão.

Antes de ser intitulado de jornalismo de dados, este passou pela reportagem assistida por computador e seguidamente pelo jornalismo de precisão. Com a CAR¹ foi possível trabalhar bases de dados e folhas de cálculo no próprio computador (Bradshaw, 2017, p.250-280). Esta técnica analisava e interpretava “mapas, estatísticas e planilhas²” (Moura, 2018, p.5), servindo assim de base para o desenvolvimento do jornalismo de precisão.

Suzana Barbosa (2008) menciona que as utilizações de bases de dados no processo jornalístico serviram para ajudar nas “tarefas de documentação da informação e sua distribuição” o que se tornou relevante para a Reportagem Assistida por Computador (Moura, 2018, p.5). Contudo segundo Schudson (2010) as bases de dados não são jornalismo, mas “o jornalismo sofisticado depende de bases de dados de qualidade, acessíveis e pesquisáveis.” (Schudson, 2010, citado por Moura, 2018, p.4). As bases de dados podem assim ser consideradas uma fonte a que o jornalismo pode recorrer e de certo modo alterou a forma de recolher informação.

Philip Meyer não permitiu que entrasse em esquecimento a ideia de empurrar o jornalismo para a objetividade e defende o conceito de jornalismo de precisão, que serviria para realizar o jornalismo como ciência (Wien, 2006). Esta ideia foi defendida na década de 70, em que se começou a utilizar métodos de ciências sociais para investigação, como aborda na sua obra “*Precision Journalism*” de 1973 (Martinho, 2013), na qual explora como analisar dados para encontrar um maior rigor (Moura, 2018). Na sua obra, “*The New Precision Journalism*” (1991), Meyer, argumenta que é com os métodos que os jornalistas vão analisar os dados, recorrendo a duas fases, “a fase de *input*, em que os dados são recolhidos e analisados; e a de *output*, onde são preparados os dados para entrar na mente do leitor” (Martinho, 2013, p.13).

Isabella Moura (2018) refere que o papel do jornalista não se alterou, mas sim o desenvolvimento de “novas práticas de investigação”. Esta mudança que ocorreu com os computadores, com a possibilidade de analisar bases de dados, alterou a forma de fazer jornalismo, tornando-se assim um meio para fazer investigação e produzir conteúdos de forma diferente. Thomas Schulze (2015) considera que o jornalismo de precisão está muito próximo da forma como é realizado o jornalismo de dados, por utilizar dados e métodos para trabalhá-los.

¹ Computer Assisted Reported, tradução própria: Reportagem Assistida por Computador

² Tradução própria: folhas de cálculo

2.3.2 Teorias/ conceitos sobre jornalismo de dados

O jornalismo tem sido arrastado para os métodos científicos e para a utilização da matemática, o que levou a profissão de jornalista a precisar de conhecimentos em outras áreas, como por exemplo, em estatística e o trabalho com dados. Thomas Schulze (2015) considera que o jornalismo de dados tenta encontrar tendências com a utilização de dados e como o seu próprio nome indica, realiza notícias em seu torno. Bradshaw (2017, p.252) acrescenta que jornalismo de dados não são só dados, mas também “palavras e discursos, cores e imagens, sons e vídeo”.

A data de 1821 é indicada como o início do jornalismo de dados, pelo facto de ter sido lançada uma notícia no jornal *Guardian*, que incluía uma tabela com números, assinalando os gastos da escola de Manchester (Bradshaw, 2017, p.250-280). Adrian Holovaty é referido por Bradshaw (2017, p.250-280) como central para a mudança entre o jornalismo de precisão e o jornalismo de dados: nomeia o ano 2005 como o início da “idade moderna do jornalismo de dados”, ano em que Holovaty cria o site *chicagocrime.org*, com os crimes reportados em Chicago, no qual era possível ver que tipo de crime foi cometido, em que cidade e os dados desses crimes que foram inseridos num mapa. Para a altura, era “fortemente visual” (Bradshaw, 2017, p.250-280).

O processo de realização do jornalismo de dados é defendido por Paul Bradshaw com várias etapas, na sua “pirâmide invertida” (Schulze, 2015) em que propõe cinco fases:

- a compilação: está destinada à recolha de dados, seja em dados públicos ou privados;
- a limpeza: serve para encontrar falhas;
- o contexto: indicar o que está em volta dos dados;
- combinar: ajuda a relacionar os dados que foram recolhidos para destes se encontrar uma história;
- e a comunicação: desempenha o papel de transmitir os dados e a notícia que se fez deles.

Dentro da comunicação, Bradshaw dá um maior destaque à forma como os dados são transmitidos ao público em que estende e inclui mais seis 1) visualizar: inclui diversas formas, como infografia, vídeo, gráficos; 2) narrar: serve para contar a história, com os dados já trabalhados; 3) socializar: ajudar a que o leitor falasse sobre dados; 4) humanizar: ajudar a localizar quem se identifica com dados; 5) personalizar: dar vida de diferentes formas aos dados; 6) utilizar: empregar esses dados na realidade (Moura, 2018).

Bradshaw (2017, p.250-280) aponta que a alteração no jornalismo de dados é o uso do computador: este auxilia no jornalismo ao permitir criar folhas de cálculo, bases de dados ou mapas - e isso é fazer jornalismo de dados, de acordo com o autor. Alguns autores incluem a visualização como uma das fases de fazer jornalismo de dados: Mirko Lorenz (2010) apresentou cinco pontos necessários para este jornalismo: 1) organizar os dados; 2) filtrar o que é importante; 3) trabalhar no processo de visualização; 4) criar uma narrativa e por último, 5) ser criado valor para o público (Schulze, 2015). Também para Simon Rogers (2013) o jornalismo de dados inclui visualizações, palavras, gráficos, e o que as histórias tem em comum são os números e a estatística (Schulze, 2015).

Schulze (2015) destaca um benefício de utilizar jornalismo de dados, em que o leitor consegue explorar e escolher que dados considera relevantes. Igualmente a autora Sandra Crucianelli (2013) aponta que as visualizações interativas, os artigos baseados em dados, conjunto de dados abertos e aplicações de notícias são diversas formas que podem surgir da prática do jornalismo de dados (Martinho, 2013).

Na prática do jornalismo de dados alguns autores defendem que os jornalistas precisam de formação, como Mirko Lorenz (2012), para analisar dados e neles encontrar histórias (Martinho, 2013). Bradshaw (2017, p.250-280) considera que o jornalismo de dados envolve várias competências: programação, visualização e também várias pessoas. São considerados exemplos do jornalismo de dados, o caso *Wikileaks*, *Iraq Warlogs* e *Cablegate* (Bradshaw, 2017, p.250-280) por incluírem dados e respetiva visualização ao leitor que assim consegue explorar da forma que quiser. Com a inclusão de dados, este jornalismo também se torna objetivo e também simplificado, o que nos leva a questionar: conseguirão os dados ser claros na explicação de um tema?

O modo deste jornalismo precisa de competências em programas de computador, em visualização de dados, analisar dados, estatística para posteriormente ser apresentado seja em mapas, gráficos. Há aqui uma forte inclusão da tecnologia e uma constante aprendizagem das novas plataformas de trabalhar dados, por parte do jornalista.

De certa forma a profissão alterou-se: o objetivo parece passar a ser trabalhar dados e apresentá-los em diferentes formas, em vez de escrever criticamente sobre um tema. Grandes conjuntos de dados sobre vários temas precisam ser trabalhados e o trabalho jornalístico tem vindo a ser recrutado, para de certa forma descodificar o que os dados querem dizer.

2.4 A Internet e o jornalismo de dados

A Internet também foi uma facilitadora de acesso e o facto de estarem cada vez mais dados disponíveis ajudou a que existisse mais jornalismo realizado com dados (Schulze, 2015). Os dados são facultados em vários formatos, mas a sua seleção e interpretação vai depender do trabalho jornalístico. Há vários portais disponíveis para consulta, como por exemplo o INE, The Open Knowledge Foundation, PorData, Eurostat, Google Public Data, ONU, FMI, Banco Mundial, (Martinho, 2013) que ajudam na recolha de dados para posteriormente se fazer jornalismo.

Há noções do jornalismo que surgem com a Internet:

“Quando falamos de ciberjornalismo, webjornalismo, jornalismo on-line, jornalismo digital ou jornalismo eletrónico falamos de um jornalismo que nasceu por causa da Internet e para a Internet, em particular para a sua funcionalidade designada World Wide Web.” (Sousa, 2008, p.239).

Introduzir o jornalismo no meio online trouxe novos conceitos e diferenças do jornalismo tradicional: Deuze (2001) defende que o jornalismo online comporta a hipertextualidade (ligação entre textos, na qual resultam hiperligações com imagens ou gráficos, que podem completar ao direcionar para outras notícias que estejam relacionadas), a multimedialidade (apresentação de notícias em vários formatos como vídeo, fotografia, música, iconografia) e a interatividade (envolve uma relação com o leitor, em que permite ver o conteúdo da notícia de forma mais interativa, como *sites* mais dinâmicos, aplicações de gráficos com animações) sendo o que o torna diferente do jornalismo tradicional; Parker (1998) indica também existir imediatismo (Neto, 2006, p.37; Canavilhas, 2014, p.3-22; Salaverría, 2014, p.25-48; Rost, 2014, p.53-77). Salaverría (2013) indica que o meio online é o mais versátil para a prática do jornalismo de dados (Martinho, 2013). Será então o meio online o melhor para a prática do jornalismo de dados?

2.5 Limites no jornalismo de dados

Nem todos os autores têm em grande consideração os conceitos de jornalismo de dados: o autor Stray defende que o jornalismo de dados “é [apenas] um processo de quantificação”, porque os dados são quantificados para a explicação de um tema, no qual se pode relacionar com a “matemática, estatística e lógica” (Mancini e Vasconcellos, 2016). Afunilar a

componente tecnológica para justificar tratar-se de jornalismo de dados, seria “aceitar um argumento de natureza determinística” - o que fosse infografias, vídeo, imagens seria reduzido a jornalismo de dados. Assim a tecnologia pode incentivar o fazer jornalístico, mas não o pode definir (Mancini e Vasconcellos, 2016).

John Wihbey (2019) no seu livro “*The Social Fact: News and Knowledge in a networked world*”, tentou perceber se os jornalistas tinham conhecimentos em estatística, dados e interpretação, para informar o público. Concluiu que só 11% sabia fazer análises estatísticas e 25% saber “muito” bem interpretar estatística. Não podendo transpor estes números para o mundo inteiro, importa perceber que o número de jornalistas que sabe manusear bem os dados neste estudo é reduzido, e dificilmente conseguirá transpor isso para o leitor. Se o próprio jornalista não estiver apto para trabalhar com dados ou estatística, como pode criar notícias credíveis?

Thomas Schulze (2015) indica que os jornalistas acreditam nos dados, sem os questionar e que nem todos revelam factos, o que de alguma forma pode não revelar informação credível. An Nguyen e Jairo Lugo-Ocando (2015) destacam também o problema da forma como são atribuídos significados aos números, que podem não transmitir a verdade. Indicam a falta de questionar mais os dados e ter algum conhecimento estatístico e principalmente “aplicar lógica e raciocínio”, para os transmitirem de forma correta ao público. São indicados problemas como a má utilização da estatística, os números estarem dependentes do raciocínio humano, ou a questão de já se conhecer as conclusões. Outro possível problema surge na existência de manipulação ou ocultação de alguns dados para benefício da empresa e o facto de alguns dados não existirem e serem fabricados. Apontam assim que o jornalismo pode-se tornar “menos digno a longo prazo”.

Os *media* tem utilizado números como forma de se manterem credíveis, mas autores como Stephen Cushion e Justin Lewis defendem que as estatísticas, são “vagas e imprecisas” por serem limitadas no seu contexto e por carecerem de explicação (Nguyen, 2018). Seth Lewis (2019) acrescenta existirem limitações com a utilização dos números, nos “recursos humanos, nas leis e ética.”

Há alterações na profissão do jornalista, com a crescente quantidade de dados e o desenvolvimento de programas no computador. Os jornalistas tem vindo a utilizar o seu tempo a preparar a visualização desses mesmos dados, no qual surgem então mudanças na forma de fazer notícias e de as comunicar ao leitor. Este jornalismo, com uma forte utilização da matemática pode não ter as capacidades necessárias para chegar a questões de maior

subjetividade e existe também a possibilidade de surgirem erros com o tratamento de dados que pode não revelar a realidade ou limitar certos aspetos que precisam de reflexão crítica.

3. METODOLOGIA

3.1 Objetivos, Perguntas e Hipóteses

O intuito deste trabalho é o de perceber a presença dos dados no jornalismo enquanto cumprimento da função informativa dos *media* e as relações que surgem entre dados e jornalismo, mais concretamente o conceito de jornalismo de dados. Segundo este conceito há uma forte presença de dados e das suas técnicas associadas, como a estatística e os gráficos, na prática de fazer notícias. Será este, então, o objeto de estudo deste trabalho. Como objeto empírico onde esse estudo pode ser conduzido será analisado o caso particular ‘2:59’, realizado pelo jornal Expresso, por ter sido usado como ilustração de jornalismo de dados pelo próprio meio de comunicação social em que surge.

Constituem, então, objetivos deste trabalho: perceber se o ‘2:59’ é jornalismo de dados; a opinião dos entrevistados sobre o tema; compreender se é possível verificar a herança da informação matematizada, defendida pela Escola de Columbia/Walter Lippmann, no segmento ‘2:59’; e como os jornalistas do Expresso fazem o ‘2:59’.

À luz destes objetivos, a pergunta de partida que se coloca é: o segmento ‘2:59’ constitui um exemplo da prática de jornalismo de dados? Desta questão resultam perguntas secundárias: Que representação da sua prática a este nível dão conta as/os jornalistas da redação do Expresso envolvidos no segmento? De que potenciais alterações nas suas práticas dão conta?

Para estas questões formulam-se hipóteses de resposta, que serão posteriormente debatidas:

Hipótese 1^a: sim, o segmento ‘2:59’ constitui um exemplo da prática de jornalismo de dados.

Hipótese 1^b: o conceito de ‘jornalismo de dados’ é conhecido pelos jornalistas da redação do Expresso que foram entrevistados;

Hipótese 2: segundo os jornalistas entrevistados, uma realidade pode ser representada através de dados;

Hipótese 3: segundo os jornalistas entrevistados, a informação subjetiva pode ser representada enquanto dados, tornando-a mais clara;

Hipótese 4: segundo os jornalistas entrevistados, o exercício da profissão é alterado pela utilização de dados;

Hipótese 5: segundo os jornalistas entrevistados, o meio online é o mais adequado ao jornalismo de dados;

Hipótese 6: segundo os jornalistas entrevistados, o segmento ‘2:59’ constitui um exemplo de prática de jornalismo de dados.

3.2 Técnicas de pesquisa e análise

Neste enquadramento, de tema e caso específico, será utilizado o método misto, incluindo o método qualitativo, as entrevistas, e no método quantitativo, a análise de conteúdo para perceber a forma como os dados são utilizados.

A análise de conteúdo foi primeiramente utilizada por Lasswell ao analisar a propaganda dos anos 20/30 nos Estados Unidos da América e que posteriormente contribuiu para os estudos de Berelson e Lazarsfeld, na obra “*The analysis of communication research*” (1948), em que definiram o conceito (Krippendorff, 1980, p.15-30). Berelson (1952) define análise de conteúdo como “objetiva, sistemática e quantitativa” (Vala, 2007). De acordo com Krippendorff (1980, p.15-30) a análise de conteúdo permite fazer inferências, a partir de dados, apenas compreensíveis a partir do seu contexto. A análise é feita por arrumação dos dados encontrados em unidades de registo – os materiais concretos analisados, as notícias – em categorias temáticas previamente definidas.

Sendo o objeto empírico deste trabalho o ‘2:59’, realizado pelo jornal Expresso, será analisado como conteúdo a forma de indicação de dados, uma vez que a composição do plano vídeo não apresenta alterações significativas que justifiquem uma análise semiótica.

No método qualitativo utilizou-se a técnica das entrevistas, por existir a possibilidade de uma maior proximidade com os jornalistas que fazem o ‘2:59’. O autor Uwe Flick (2014), considera o método qualitativo como uma arte, por ser um método que inclui a possibilidade de analisar algo mais complexo, uma forma de conhecer uma realidade de uma forma mais ampla e com possibilidade de reflexão. Utilizou-se o tipo de entrevista semiestruturada, por incluir uma maior flexibilidade na abordagem de um tema. Manzini (2004) define para tal a utilização de um guião com questões sobre um tema, cuja ordem pode ser alterada consoante o desenrolar da entrevista e podendo incluir outros assuntos que complementam o tema. Podem ocorrer certas desvantagens como fuga do tema central ou excessiva subjetividade na análise das respostas por parte de quem conduz o trabalho (Flick, 2005).

3.3 O caso ‘2:59’ do jornal Expresso

O ‘2:59’ teve o seu início a 21 de janeiro de 2016, sendo transmitido semanalmente às Quartas-feiras. O grupo Impresa, no qual o Expresso pertence, comunicou que este seria um programa de jornalismo de dados, ao incluir dados quantitativos e gráficos:

“O 2:59 é um programa em web vídeo do Expresso. Trata-se de um espaço de análise de temas de atualidade de economia, política, cultura e sociedade, com base em estudos, dados quantitativos e muita informação gráfica, que permita a compreensão de fenómenos complexos que suscitam grande interesse do público. É um programa inédito em Portugal, que reforça a oferta informativa do Expresso, numa lógica multimédia e de jornalismo de dados.” (Fonte: notícia online do grupo Impresa³)

Desde o seu lançamento até aos dias de hoje, o ‘2:59’ já está na quarta temporada:

“Passaram mais de dois anos e duzentos dias e são já mais de 100 episódios. O primeiro 2:59 foi lançado a 21 de janeiro de 2016 e, desde aí, sai todas as quartas-feiras no Expresso Diário (exceto durante agosto). Saúde, educação, desporto, economia, política, sociedade, cultura – todos os temas, todos os números examinados e explicados pelos jornalistas do Expresso em 2 min59. Veja e reveja aqui cada episódio das três primeiras séries deste programa de jornalismo de dados. A quarta temporada começa já em setembro.” (Fonte: página online do Expresso⁴)

Pretendemos analisar esta rubrica por ela ser definida como jornalismo de dados, e queremos perceber se esta pode ou não ser denominada como tal, contrapondo com a revisão de literatura acima exposta.

Optámos por tentar perceber esta prática a partir da “pirâmide invertida” defendida pelo autor Paul Bradshaw (Schulze, 2015), por ser indicado como o processo para a prática do jornalismo de dados, particularmente a recolha de dados, a limpeza, o contexto em que surge, a sua articulação, isto é, relacionar os dados entre si e comunicá-los, e, na da fase de comunicação, a visualização, a narração, a socialização, a humanização, a personalização e a

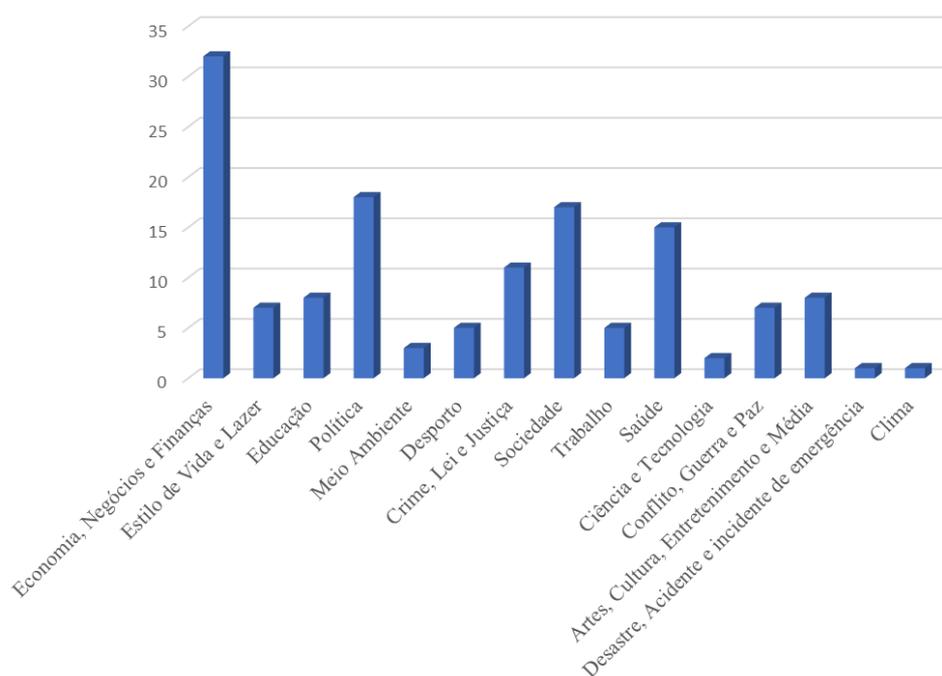
³ <https://impresamediacriativa.pt/produtos/2016-09-05-259---Emirates>

⁴ <https://expresso.pt/multimedia/259>

utilização. Iremos focar sobretudo a parte da visualização, na prática do ‘2:59’ realizada pelo jornal Expresso, e tentar perceber a forma como os dados estão expostos.

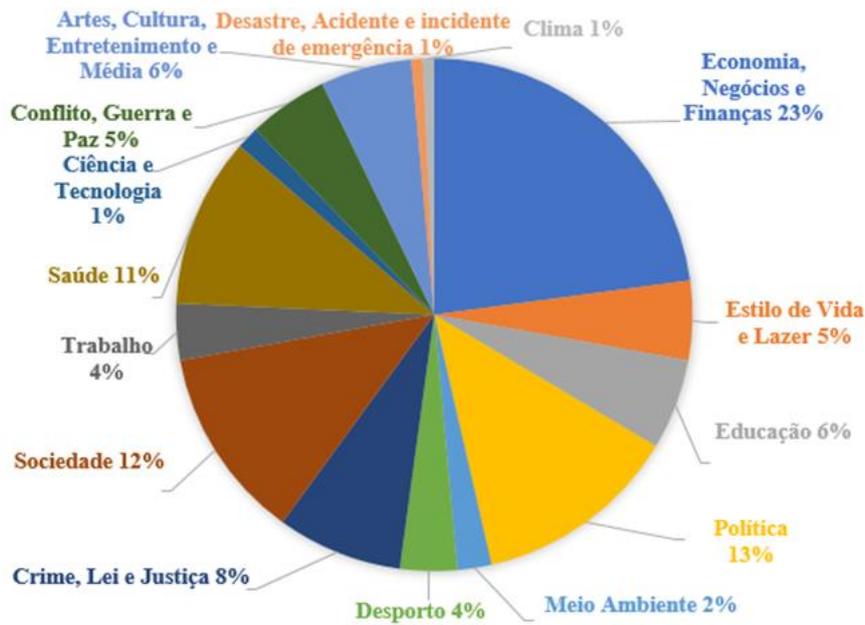
Procedeu-se então a uma categorização dos temas segundo a tabela IPTC por ser uma tabela universal, utilizada em várias línguas. Utilizou-se também o programa Excel, em que se realizou uma folha de cálculo para compreender a categoria a que correspondia cada ‘2:59’, incluindo informações de classificação prévia como a data em que o vídeo foi lançado, o título, a entrada, o *link*, a ficha técnica e a categoria. A categoria de cada vídeo foi selecionada consoante os elementos que estavam disponíveis no conteúdo do vídeo e na sua entrada. Posteriormente procurou-se na tabela IPTC a categoria a que pertencia cada vídeo e assim surgiram um total de 140 vídeos, numa amostra entre as datas 21 de janeiro de 2016 a 7 de fevereiro de 2019 (ver Anexo C).

Figura 1. Categorização dos vídeos segundo o IPTC



Fonte: jornal Expresso (2016-2019) e categoria IPTC - elaboração própria

Figura 2. Categorização dos vídeos segundo o IPTC, em percentagem

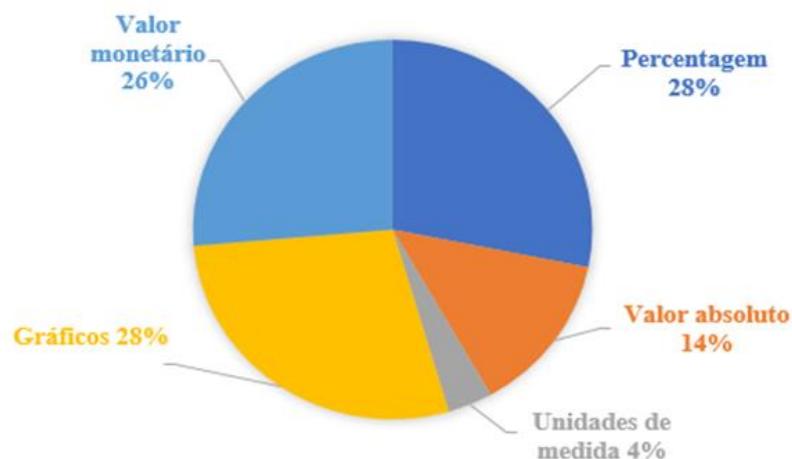


Fonte: jornal Expresso (2016-2019) e categoria IPTC em percentagem – elaboração própria

Assim a escolha da categoria a analisar recaiu sobre a categoria Economia, Negócios e Finanças, por incluir uma maior sub-amostra.

Desta seleção resulta uma sub-amostra de 32 vídeos cuja forma de apresentação de conteúdos inclui percentagem, valor absoluto, unidades de medida, gráficos e valor monetário (ver Anexo D).

Figura 3. A forma como os dados estão representados nos vídeos



Fonte: jornal Expresso (2016-2019) e categorização na forma como estão representados os dados – elaboração própria

De acordo com o gráfico podemos verificar que há uma maior incidência em utilizar percentagens e gráficos, seguidamente do valor monetário e uma menor ocorrência de valores absolutos e unidades de medida. Podemos, assim, constatar que na categoria Economia, Negócios e Finanças, há uma redução da informação com a utilização dos dados, o que a pode tornar a informação mais objetiva. O pensamento de Walter Lippmann pode ser aqui detetado, pelo facto de ter defendido que as notícias mostrariam uma realidade mais acessível com dados (Subtil, 2015) e as realidades dentro desta categoria foram representadas como tal.

4. JORNALISMO DE DADOS? VISÃO DOS JORNALISTAS

A análise empírica vai recair nas entrevistas realizadas a quatro jornalistas do jornal Expresso, a partir de um guião de entrevista (ver anexo A), nos dias 27 de março de 2019 e dia 8 de abril de 2019, no jornal Expresso, com durações entre 14 e 31 minutos. As entrevistas foram gravadas por um dispositivo móvel e estão transcritas na íntegra deste trabalho (ver anexo B).

4.1 Conhecimento do conceito de jornalismo de dados

O conceito de jornalismo de dados tem sido indicado quando há utilização de dados, de estatística, de gráficos, isto é, elementos que façam parte da matemática, no jornalismo. Para o autor Thomas Schulze (2015) no jornalismo de dados, as notícias são produzidas em volta de dados. No entanto Bradshaw (2017, p.250-280) refere não ser só dados, mas também “palavras e discursos, cores e imagens, sons e vídeo.” Distinto destes autores, Stray indica ser “um processo de quantificação”, porque os dados recolhidos são quantificados para posteriormente serem inseridos na justificação de um tema, e por isso refere poder se comparar à matemática e estatística (Mancini e Vasconcellos, 2016).

Num primeiro contacto com a questão sobre o conhecimento do conceito de jornalismo de dados, os entrevistados inclinaram-se para o tratamento de dados com a estatística e uma informação com dados, bem como para uma informação quantitativa:

“O jornalismo de dados é uma variante do jornalismo que trata especificamente como o próprio nome diz, de dados e portanto produz peças jornalísticas a partir de informação, de informação estatística sobretudo e basicamente é isso, o jornalismo de dados, no fundo é um “chavão” para nós identificarmos artigos e notícia e até reportagens que tem por base a leitura de informação estatística e a leitura de dados.” “O jornalismo de dados é sempre uma ferramenta de auxílio para qualquer reportagem e para qualquer ângulo (...) Implica teres tempo para fazer pesquisa, para fazer leitura de dados, para os encontrares para ‘tos’ darem e para depois leres e trabalhares.” (Joana Beleza)

“Jornalismo de dados é, é a análise de informação, neste caso de dados (...) o que se pretende creio eu, é daí extrair alguma coisa, alguma novidade, alguma notícia, alguma conclusão. Agarrar nos dados todos que existem sobre determinado assunto e depois tirar daí uma conclusão.” (Jaime Figueiredo)

“(…) é um jornalista com capacidades de análise de informação quantitativa e que consegue lidar com instrumentos de análise dessa informação quantitativa.” (Elisabete Miranda)

Para Leonardo Mancini e Fabio Vasconcellos (2016) indicar a componente tecnológica para considerar uma prática jornalística como jornalismo de dados é uma ideia “determinista”, pois assim qualquer utilização da tecnologia, seria jornalismo de dados. Ao contrário, um jornalista afirmou a possibilidade de o jornalismo de dados poder depender do tipo de suporte, seja fotografia, vídeo, infografia ou pela sua interatividade:

“(…) o jornalismo de dados pode estar direcionado para um tipo de plataformas, mais interativas, HTML (...)” “(...) no jornalismo de dados é realmente a informação que se acrescenta a um determinado texto que vai enriquecer, toda aquela informação todo aquele tema.” “(...) por exemplo num *storytelling* na Internet, temos texto, temos fotografia, temos vídeo, infografia, ou seja, tudo aquilo poderá complementar-se uns aos outros (...) num *storytelling* temos muita interatividade, podemos escolher aquilo que ver, podemos tomar caminhos diferentes e tudo isso é jornalismo de dados, estamos a passar dados, estamos a enriquecer um tema.” (Carlos Paes)

Posteriormente, no decorrer da entrevista, dois jornalistas demonstraram dificuldade em definir o conceito de jornalismo de dados:

“É uma pergunta um bocado difícil, como é que caracterizo, pode ter várias respostas consoante a plataforma que estamos a usar.” (Carlos Paes)

“O jornalismo de dados é uma ferramenta do jornalismo. Nunca vi o jornalismo de dados como uma grande categoria, é uma técnica que nós usamos para se chegar exatamente ao mesmo tipo de jornalismo.”; “Eu tenho uma dificuldade, nem sei bem o que é que estás a pensar com jornalismo de dados, porque para mim é um conceito muito, que eu não sei muito.” (Elisabete Miranda)

A recolha de dados para o jornalismo, que remonta às Atas Romanas, deram início a uma inclinação de busca de dados para o jornalismo. Os entrevistados apontaram ser algo que já se fazia, recolher dados para um produto jornalístico:

“(…) enquanto estás a fazer cobertura daquele ciclone, que quantas vezes é que isto já aconteceu, com que dimensão, com que regularidade e portanto aí entra uma parte do jornalismo de dados, se lhe quiseses chamar assim, mas que para mim sempre fez parte da cultura jornalística que é fazer levantamento da história daquele acontecimento, portanto recolheres dados (…)” (Joana Beleza)

“(…) é capaz de ser um nome de uma coisa que já se vinha fazendo, se calhar não de forma, tão como é hoje, mas já se vinha fazendo.” (Elisabete Miranda)

Assim sendo, apesar de ter sido apontado como informação quantitativa que “enriquece” um tópico, podemos infirmar a hipótese de que o conceito de ‘jornalismo de dados’ é conhecido pelos jornalistas do Expresso entrevistados.

4.2 Papel dos dados na criação de notícias e profissão

4.2.1 Realidade representada por dados

A matemática foi uma prática desde cedo utilizada para explicar vários acontecimentos, por se considerar que os números traziam mais exatidão à explicação de diversos temas (Queiró, 1993). As Atas Romanas podem considerar-se ter sido um marco na utilização que os dados tiveram na informação, com o registo em dados de nascimentos e mortes (Sousa, 2008).

No século XX, a Escola de Columbia, uma escola que se dedicou a estudar os *media*, e principalmente a figura de Walter Lippmann, defenderam que a informação deveria ser reduzida à matemática: no entender desta escola traria mais objetividade e um melhor entendimento (Subtil, 2015). O crescimento dos dados foi marcante e teve uma consequente aplicação no quotidiano, permitindo a criação de bases de dados (Martinho, 2013). A Internet também facilitou na criação de notícias e na disponibilização de mais dados, o que pode ter levado a que houvesse mais jornalismo com a inclusão dos dados (Schulze, 2015).

Nas entrevistas foi indicado que os dados são essenciais para se abordarem factos, tendo o jornalista de encontrá-los, e com a Internet hoje em dia há uma maior facilidade nesse processo:

“Nunca existiu um momento sem dados no jornalismo, eles fazem parte da realidade. (...) A Internet veio simplificar a nossa, a forma de aceder a dados, porque a maior parte das instituições já está online, tem as bases de dados digitalizadas e, portanto, disponibiliza-as facilmente.” “(...) sempre foi necessário estudar a sociedade e compilar dados sobre ela e

foi aí o jornalismo que é uma das ferramentas para compreender e decodificar a realidade que sempre se teve de unir a dados. Portanto agora o que a Internet traz é mais fácil acedermos a bases de dados, mas é só isso não há mais nenhuma diferença.” “Há situações em que os dados não estão compilados e tem que ser o jornalista a ir buscar, a diferentes sítios, informação para, para conseguir fazer o retrato.” (Joana Beleza)

Um jornalista referiu que com os dados é possível melhorar um tema e a partir deles criar gráficos, tabelas e tornar esta informação visual convincente:

“(...) estamos a passar dados, estamos a enriquecer um tema.” “(...) olhar para dados em bruto e perceber que aquilo poderá gerar uma informação visual convincente e rica.” “(...) nós temos um dado em bruto, pode gerar um gráfico, pode gerar uma tabela, pode gerar uma animação, pode gerar várias coisas, para aquele dado específico.” (Carlos Paes)

Ao contrário do que autores como Stephen Cushion e Justin Lewis defenderam, ou seja, que o trabalho com dados e estatística pode ser vago e impreciso (Nguyen, 2018) e que podem existir limites com os números nos “recursos humanos, nas leis e ética” (Seth Lewis, 2019), foi indicado que muitas notícias são feitas a partir de dados e que estes trazem informações corretas:

“Muitas notícias que se fazem a partir de informação quantitativa.” “São tudo notícias feitas a partir de dados quantitativos e são dentro das metodologias definidas é informação relativamente segura (...)” “Eu para ter a certeza de que a experiência dessas pessoas é representativa eu tenho que cruzar com as estatísticas globais. Elas podem ser dez em cem, dez em mil e podem ser dez em cem mil. É preciso sempre basearmos em dados globais, credíveis para fazermos um jornalismo, passarmos uma mensagem correta à população. É definitivamente jornalismo aquilo que se baseia em dados (...)” “(...) arranjar os números e contar uma coisa harmoniosa e coerente e interativa.” “Não se conta uma história sem dados na minha opinião, também não se conta uma história só com dados, só por si não expressa, expressa muito pouco, mas uma história sem dados, acho muito difícil que conte (...)” “(...) se quisermos retratar uma realidade social, uma política pública, são fundamentais (...)” “Sem dúvida, uma das principais fontes de informação. É a partir deles que podemos basear afirmações, aliás, se verificares toda esta boa parte da nova moda do jornalismo, que é o fact-checking, temos os políticos, as figuras públicas a afirmarem coisas, depois os jornais vão atrás ver, parte desse trabalho é assente em dados, parte da

manipulação, da opinião pública ou do esclarecimento da opinião faz-se a partir de informação quantitativa.” (Elisabete Miranda)

Suzana Barbosa (2008) refere que utilizar bases de dados no jornalismo pode ajudar no seu processo (Moura, 2018). Schudson (2010), sem considerar as bases de dados jornalismo, reconhece que o “jornalismo sofisticado” já depende das bases de dados (Moura, 2018). Um jornalista fez referência à existência de várias bases dados sobre diversos temas e que existirão cada vez mais, para depois se fazer o seu tratamento:

“(…) Vai haver cada vez mais bases de dados.” “(…) vai haver mais pessoas também a trabalhar nesses dados, não só a colocá-los como a disponibilizar e quem que depois os trate.” “Eles só por si próprios não são jornalismo, mas depois de tratados, podem passar a ser jornalismo, se utilizados nessa vertente.” “Também podem ser uma fonte sim, aliás são sempre uma fonte. Alguém os coloca lá e os disponibiliza, portanto será a fonte.” “(…) há dados sobre tudo, há sobre petróleo, armas químicas, armamento enfim, das mais variadas vertentes. (...) portanto há pessoas que recolhem esses dados, fazem o tratamento deles.” (Jaime Figueiredo)

Dentro desta questão, uma jornalista indicou existirem limites na informação estatística, tal como os autores Stephen Cushion e Justin Lewis (Nguyen, 2018):

“Nós temos muitas fontes estatísticas temos o Banco de Portugal na área da economia, o instituto nacional de estatística, o Eurostat, que têm, produzem informação, ela por vezes é uma informação limitada, têm muitas restrições.” (Elisabete Miranda)

A recolha de dados para determinado tema pode levar à incorreta utilização dos mesmos. Schulze (2015) indica a possibilidade de os jornalistas fazerem erros matemáticos e por vezes os dados em si não revelarem factos. Dois jornalistas indicaram pontos de possíveis incorreções:

“Eu pedi a uma jornalista e ela foi fazer um levantamento dos dados, eu parto do princípio de que ela fez o levantamento correto e que me apresentou os dados corretos (...) quando os números que parecem estranhos, eu digo este valor parece-me esquisito, diz-me lá se isto é verdade, mas eu nunca vou fazer essa recolha com a pessoa. Portanto cada jornalista é responsável, da mesma maneira que é responsável a fazer um artigo, etc. É responsável por fazer o levantamento e é responsável pela veracidade daqueles dados.” (Joana Beleza)

“A procura de dados reais, uma altura em que falamos muito das *fake news*, ter a certeza sempre que aqueles dados estão corretos, mesmo que para isso tenha que pesquisar e analisar e comprovar que aqueles dados estão realmente corretos e seguir sempre de fontes fidedignas, corretas.” (Carlos Paes)

Foi também indicada a necessidade de as audiências precisarem de conhecimento em linguagem matemática:

“(…) devemos saber o que representa uma percentagem, o que representa uma permilagem, o que é um rácio. São pequenas coisas que ajudam a perceber o todo, faz parte da literacia geral, da cultura geral digamos assim, é fundamental. (Elisabete Miranda)

Deste modo, podemos confirmar a hipótese de que uma realidade pode, segundo os jornalistas entrevistados, ser representada através de dados: os jornalistas indicaram ser possível representar realidades através de dados, apesar de existir a possibilidade de erros com dados. Contudo uma jornalista indicou existirem limites na informação estatística e a necessidade de as audiências terem conhecimentos em linguagem matemática.

4.2.2 Informação subjetiva representada por dados

Walter Lippmann defendia que o tratamento da informação deveria ser feito através de métodos científicos para tentar inserir ao máximo a objetividade (Schulze, 2015; Nguyen, 2018): só assim, de acordo com o autor, existiria um melhor entendimento da realidade. Outros defendem opinião diferente, como Seth Lewis (2019) que defende que em questões de “recursos humanos, nas leis e ética”, os números não permitem dar um conhecimento completo. Tentámos perceber se de acordo com os jornalistas entrevistados, era possível produzir informação subjetiva com a representação de dados:

“Pode ser, com mais análise e mais triagem, pode-se chegar a essa complexidade.” (Jaime Figueiredo)

“Podem, sim eu penso que sim.” (Carlos Paes)

“Sim, se forem bem trabalhados, se a visualização deles for exequível, bem feita, sim claro, é uma maneira incrível de tu falares de questões muito complexas e as pessoas compreenderem logo. (...)”; “(...) o 2:59, muitas vezes tenta com o tempo explicar temas complexos para a nível pedagógico para as pessoas aprenderem.” (Joana Beleza)

“Ajudam, lá está, a complementar. Acho que são fundamentais para retratar essa realidade, não são exclusivos obviamente, mas não se pode representar uma realidade sem eles. Só por si não representam, representam muito pouco, indicam uma tendência, mas não podes falar de uma tendência sem complementar com números. (...) Eu diria que são um elemento fundamental em qualquer, em representação de qualquer análise.” (Elisabete Miranda)

Apesar de se ter afirmado que a informação subjetiva pode ser representada com dados, uma resposta levantou um ponto interessante a merecer reflexão futura noutro contexto – o da simplicidade dos dados a representar:

“Qual o melhor país da Europa para se viver em termos de segurança social?”:

“(...) E ela disse-me tenho que ir a todos os sistemas de segurança social de todos os países da Europa e isso vai dar-me imenso trabalho (...) há mesmo muitas variantes, nem dava para um ‘2:59’, então aí eu disse, pronto ok vamos esquecer esse ângulo, vamos procurar uma coisa mais simples (...)” (Joana Beleza)

Confirma-se, portanto, a hipótese ‘segundo os jornalistas entrevistados, a informação subjetiva pode ser representada enquanto dados, tornando-a mais clara’: os jornalistas indicaram ser possível representar uma realidade subjetiva através de dados.

4.2.3 Alteração da profissão de jornalista com a utilização de dados

Walter Lippmann, na sua obra *Liberty and News* (1920) indica a necessidade de os jornalistas terem conhecimento em probabilidades e compreensão quantitativa (Nguyen, 2018). O contínuo avanço da tecnologia traz consigo a necessidade de aprender mais competências e o computador tornou-se um meio para realizar jornalismo, trabalhar bases de dados e folhas de cálculo (Bradshaw, 2017, p.250-280), o que tornou necessário saber utilizar vários programas e não ter só competências de escrita. Mirko Lorenz (2012) defende que o jornalista precisa de formação, para trabalhar com os dados (Martinho, 2013).

Os entrevistados indicaram ser necessário saber trabalhar com estatística, o Word, o Excel, “saber ler dados”, conhecimentos de *software* e “analisar informação quantitativa”:

“É preciso saber ler dados, é preciso saber trabalhar com estatística, percentagens, basicamente é preciso ter alguma, algum instinto jornalístico e perceber, através da leitura dos dados onde é que está a notícia e onde é que está os pontos de interesse.” “Da mesma maneira que nós precisamos do Word para escrever um texto, também precisamos de uma folha de Excel para fazer cálculo, também precisamos de uma calculadora.” “(...) há jornalistas que precisam de formação para saber o que fazer à leitura de dados e para terem essa apetência (...) (Joana Beleza)

“Para começar, conhecimentos técnicos, de *software*, mas ter a capacidade de entender o que é que, o que é importante para enriquecer um determinado tema, ter a capacidade de olhar para dados em bruto e perceber que aquilo poderá gerar uma informação visual convincente e rica.” (Carlos Paes)

“Jornalismo e saber mexer bem em Excel para poder fazer as triagens (...) e de alguma capacidade analítica.” (Jaime Figueiredo)

“Competências de análise, competências de lidar com ferramentas, não ter horror aos números, isso é fundamental.” “(...) são precisas competências específicas ao nível da utilização de ferramentas, como por exemplo, o Excel, programas específicos e capacidade de analisar informação quantitativa (...)” “(...) o jornalista deve ter competências para conseguir perceber, lá está, o que falávamos no início, a metodologia, a recolha e o universo, quer dizer, o que é que aquilo abrange, o que é que aquilo deixa de fora para mais facilmente perceber o que está a analisar para passar a mensagem, mas à partida a preocupação deve ser usar dados de entidades credíveis.” (Elisabete Miranda)

Uma jornalista referiu especificamente precisar de formação para trabalhar com dados:

“Senti falta de formação em estatística.” “(...) quando comecei a trabalhar e tive que lidar com quantidade de informação em dados, relatórios do INE, da PorData e tive alguma dificuldade e procurei formação em estatística.” “(...) Procuro sempre o apoio de jornalistas na área de economia (...) esses jornalistas têm mais à vontade para fazer leitura de dados e fazer cálculos e contas.” “(...) se eu tivesse mais tempo faria uma formação mais aprofundada, sobretudo em visualização de dados.” (Joana Beleza)

Podemos, então, confirmar a hipótese ‘segundo os jornalistas entrevistados, o exercício da profissão é alterado pela utilização de dados’: verifica-se uma perceção de alteração na profissão de jornalista com a utilização de dados, por ter sido indicado a necessidade de competências em relação aos números, a sua análise, como conhecimento em estatística, programa Excel, de *software* e de percentagens.

4.3 Realização do jornalismo de dados

Foi defendido por Deuze (2001) que o jornalismo online comporta a hipertextualidade, a multimedialidade e a interatividade e o autor Parker (1998) indica também existir imediatismo (Neto, 2006, p.37). Salaverría (2013) indica que o meio online é o melhor para a prática do jornalismo de dados (Martinho, 2013). Nos dados recolhidos das entrevistas percebemos que dois entrevistados indicaram outros meios igualmente apropriados para a prática do jornalismo de dados:

“(…) Acho que todos os meios são bons, a televisão é um ótimo meio para refletir e ter peças com base em jornalismo de dados. A rádio também, o online também e o papel também.” (Joana Beleza)

“No sentido em que é mais interativo sim, mas também acho que pode haver boa forma de apresentação gráfica em papel, mas o online potencia a informação porque permite que ela, que o próprio utilizador interaja com ela.” (Elisabete Miranda)

Para um jornalista não importaria qual o meio estaria exposto:

“(…) é igual ser papel ou ser online, desde que a informação seja dada.” (Jaime Figueiredo)

Um entrevistado referiu o meio online como ideal:

“Não necessariamente, quer dizer, é o mais, é o ideal, o online, porque o online nós temos diversas capacidades (...) nós no online temos a capacidade de pura e simples de parar o vídeo, ver o dado, isso não é o ideal. O vídeo supostamente é para ver do princípio até ao fim sem paragens (...); “(...) se fosse na televisão, isso não acontecia (...) essa informação teria que ser uma coisa muito mais simplificada, muito mais lenta, na sua evolução, de forma as pessoas conseguirem ter tempo de ver as coisas.” “No online já nos podemos dar

ao luxo de ok o leitor é inteligente, o leitor sabe que isto é a informação que está aqui, se quiser realmente vê-la com muita calma para a imagem. Não é o ideal, volto a dizer, mas permite-nos isso.” (Carlos Paes)

Não se confirma, portanto, a hipótese ‘segundo os jornalistas entrevistados, o meio online é o mais adequado ao jornalismo de dados’ pois foram indicados pelos entrevistados outros meios igualmente capazes para a prática de jornalismo de dados, como a televisão, rádio e papel e só um entrevistado indicou o online como ideal.

4.4 Constituição de uma prática de jornalismo de dados

O conceito de jornalismo de dados tem sido utilizado para identificar notícias cuja base são os dados, de que é exemplo promovido pelo Expresso o ‘2:59’. Para perceber se assim se pode denominar, veremos o que foi dito nas entrevistas.

Dois jornalistas indicaram a prática do ‘2:59’ ser, na realidade, apenas vídeo:

“(…) neste caso aqui estamos a falar do 2:59, é vídeo, portanto estamos apenas a falar em vídeo. Então é no suporte de vídeo conseguir transmitir informação através de imagem e de dados.”; “(…) no vídeo é mais fechado, um vídeo tem imagem e tem som e só podemos jogar com isso, não há interatividade, nós vemos um vídeo (…)” (Carlos Paes)

“(…) queríamos trabalhar especificamente só com dados, ter um programa dedicado a dados e queríamos que fosse vídeo. Queríamos juntar os dados à forma do vídeo, porque o vídeo naquela altura era uma das ferramentas utilizadas no digital, nós percebíamos através das nossas métricas, da nossa audiência, que muitas pessoas consumiam o vídeo e consomem cada vez mais e, portanto, achávamos que seria uma boa maneira de comunicar com os nossos leitores, temas que considerávamos interessantes (…)” (Joana Beleza)

Nas palavras de outros jornalistas parecem destacar-se como próximos ou até confundíveis alguns conceitos como jornalismo digital, ciberjornalismo, webjornalismo, jornalismo eletrónico e jornalismo online (Sousa, 2008, p.239). É aqui referido que no ‘2:59’ foram usados os formatos do jornalismo digital:

“(…) o 2:59 surge especificamente para nós valorizarmos o jornalismo de dados que no nosso entender era pouco valorizado no jornalismo de forma geral e então no jornalismo

digital ainda mais.” “(...) a nossa ideia, além do 2:59, o Expresso fez um trabalho de criar linguagens próprias no jornalismo digital, reportagens multimédia, com vídeos de jornalismo de dados, com podcasts, seja formatos que são nativos do digital.” (Joana Beleza)

“O ‘2:59’ acho que existe porque é uma forma simples de explicar temas complexos. Como diria, nós temos o jornalismo visual ou as ferramentas visuais, têm vindo a crescer, até pelo desenvolvimento do digital, os leitores desenvolvem maior apetência por uma informação mais direta, mais curta que exija menos tempo de leitura, que seja de perceção mais rápida. O jornalismo visual está a aumentar, que é um pouco aquela ideia de que uma imagem, às vezes, vale mais que mil palavras. Nós lidamos com tanta informação estatística, que é muito difícil de passar, muitas vezes, cuja mensagem é difícil de passar, no sentido às quais as pessoas não tem ‘pachorra’ a perder meia hora para ler um artigo a verem 10/15 gráficos. E o ‘2:59’ consegue condensar isso bastante bem, são uma forma apelativa de pegar em matéria prima complicada à partida, para parte da população e apresentar a informação de maneira simples, interativa.” (Elisabete Miranda)

Bradshaw (2017, p.250-280) refere que o jornalismo de dados não se reduz a dados, mas inclui também “palavras e discursos, cores e imagens, sons e vídeo”. No mesmo sentido um jornalista indicou que inclui também frases e citações:

“(...) o ‘2:59’, não tem só jornalismo de dados, nesse conceito de que falei há pouco, que é feito de muitas formas, é feito com jornalismo de dados, mas também é com dados soltos, com números, citações, com frases, abrange muita informação que é recolhida de vários pontos.” (Jaime Figueiredo)

No entanto, foi recordado que uma edição do ‘2:59’ não tem números, mas continua a ser indicado como jornalismo de dados, apesar deste conceito ser defendido pela sua utilização de dados nas notícias (Schulze, 2015):

“Sim, o 2:59 prova isso, nós temos temas para todos os gostos e feitios e muitas vezes temos temas só sobre, sei lá, sobre alimentação sem números e eu acho que os resultados também foram bastante satisfatórios, não é só quando temos muitos números, ou que temos o relatório perfeito que vamos ter um bom resultado (...)” (Joana Beleza)

Bradshaw (2017, p.250-280) indica várias pessoas necessárias para o jornalismo de dados com competências como programação e visualização. Com as pessoas em torno da prática do ‘2:59’ conseguimos perceber o conjunto de profissionais necessário para o resultado final: uma pessoa para escrever o guião, uma pessoa para editar, outra para o grafismo, uma para a infografia e as que estão envolvidas na gravação do mesmo:

“(…) uma pessoa construir só gráficos e animá-los e isso era o João Roberto, depois de animar os gráficos eu sonorizava para os gráficos terem sonzinhos associados e haver uma trilha, basicamente erámos nós os três.” “(…) basicamente é um estúdio de televisão, um computador para fazer grafismo animado e sonorização e o word para escrever o guião, mais nada.” “(…) há sempre um jornalista que escreve e apresenta (…)” (Joana Beleza)

“Jornalismo uma, os editores três, eu quatro, depois a equipa da SIC são pelo menos umas quatro ou cinco pessoas, portanto dez, à roda de dez/onze pessoas envolvidas nisto.” (Carlos Paes)

“Com a Joana que é a editora, com o jornalista em causa que escreve o guião e depois lê, comigo da parte da infografia que ajudo o Carlos na organização e depois vejo no fim como é que as coisas tem a sua leitura e principalmente pelo Carlos que é quem faz toda a animação e recolha de elementos, vê como é que pode animar as coisas, depois anima e faz os gráficos e os ícones. Toda a parte que é visualizada no 2:59 é feito por ele, portanto digamos que ele e o jornalista são as peças chaves nisto.”; “Se falarmos no total, jornalista, o editor, o gráfico, eu, por volta de cinco pessoas talvez, depois abrange a redação inteira, depois está toda a gente está incluída praticamente nisto, depois há as pessoas que filmam, as pessoas do som, as pessoas da ‘regi’, diretamente são ‘prai’ cinco pessoas.” (Jaime Figueiredo)

O objetivo principal era o de apresentar informação de forma “dinâmica”, “apelativa”, “simples”:

“Transmitir informação o mais possível, de forma dinâmica, ‘inovadora’ (…)” “(…) no caso do ‘2:59’ que é o que estamos a falar aqui, isto é, os episódios são muito rápidos, porque em 2:59 nós temos que meter imensa informação e muitas vezes pode acontecer um determinado gráfico ou uma determinada informação ser muito rápida (…)” “(…) é a tal forma de enriquecer um texto que o jornalista queira transmitir, e a ideia mesmo é, o texto

tem que ser transmitido com esses dados, porque se não, não vale a pena fazer um ‘2:59’” (Carlos Paes)

“Era uma forma inovadora de mostrar a informação, bastante mais apelativo e possivelmente chegavam mais às pessoas.” “Não ser um texto ou um gráfico, mas ser uma coisa mais dinâmica, apelativa de chegar ao que se pretende, ao leitor.” (Jaime Figueiredo)

“(…) explicar a pessoas que não conseguem assimilar ou seguir com muita regularidade, aquilo que se vai passando (…)” (Joana Beleza)

“(…) a própria forma de apresentação do ‘2:59’, em termos visuais, gráficos, é muito sofisticado, está ao nível dos melhores produtos, que se fazem noutros sites, como para pessoas até com menos apetência para esse tipo de informação, mas que conseguem ali perceber coisas, conseguem perceber de forma rápida e relativamente resumida, coisas que se calhar noutras circunstâncias não perderiam tempo para tentar perceber.” “(…) tentar perceber, o que é que pode ser interessante contar, com números.” “(…) pegar naquela informação quantitativa, naqueles números todos e apresentá-los de forma a cativar o leitor, a contar-lhes a história que queremos contar.” “É comunicar informação complexa ou quando a matéria prima é complexa de forma muito simples.” (Elisabete Miranda)

“Ora isto começou, foi uma ideia do diretor da altura, diretor do Expresso da altura, o Pedro Santos Guerreiro, que lançou esta ideia no departamento multimédia (…)” (Carlos Paes)

Para a realização do ‘2:59’ os jornalistas referiram precisar de um guião com indicação do grafismo animado a utilizar, de forma a garantirem saber para que lado devem movimentar-se para posteriormente corresponderem às animações:

“(…) basicamente é um estúdio de televisão, um computador para fazer grafismo animado e sonorização e o Word para escrever o guião, mais nada.” (Joana Beleza)

“(…) Desde a cabeça do jornalista que pensou no guião até à SIC que amavelmente nos permite gravar nos seus estúdios, os episódios, com todas as técnicas que eles dispõem, ao equipamento que nós temos que requer um equipamento assim um bocado mais avançado, isto são softwares que são pesados e requerem muita memória, muito processamento e alguém como no meu caso, com capacidade para manusear esses softwares e conseguir e não só, e conseguir perceber como é que há-de criar as, como é que há-de transformar

aqueles dados em algo apetecível (...); “Eu sou o animador gráfico, com algumas funções em interpretar guiões, pesquisar alguns dados que sentem falta e apoio ao jornalistas, mas de um modo geral sou o *designer*, o *motion designer*.” (Carlos Paes)

“(…) é preciso ter os dados todos, é preciso organizar bem o guião, que às vezes é feito um bocado à pressa. É preciso depois a pessoa fazer a própria coreografia, saber onde é que vão entrar os dados e deslocar-se para a esquerda, para a direita, ou levantar a mão, portanto ser muito mais interativa no ecrã e depois a capacidade, de necessidade de arranjar soluções gráficas, que nem sempre é fácil.”; “A minha função é tentar agilizar as coisas entre o Carlos e o jornalista, ou seja, tentar encontrar soluções que depois funcionem bem, se entra um mapa, se entra um gráfico, tentar arranjar soluções e depois ver no final graficamente se tudo aquilo encaixa bem e se funciona bem ou se há ali coisas trocadas.” (Jaime Figueiredo)

De realçar que os jornalistas indicaram ser uma prática que vai permanecer:

“(…) espero que permaneça e que se aprofunde porque de facto são uma base factual de informação muito relevante.” (Elisabete Miranda)

“Acho que sim, e possivelmente vai até aumentar. Vai haver cada vez mais bases de dados.” (Jaime Figueiredo)

“Penso que sim, ainda está muito no princípio, ainda está a ser muito explorada, ainda se vão descobrir muitas coisas, muitas formas, portanto sim acho que sim.” (Carlos Paes)

“Sim, absolutamente.” (Joana Beleza)

Assim sendo podemos infirmar a hipótese ‘segundo os jornalistas entrevistados, o segmento ‘2:59’ constitui um exemplo de prática de jornalismo de dados’: dois jornalistas referiram considerarem o ‘2:59’ sobretudo como vídeo, um referiu não ser só jornalismo dados e o facto de um ‘2:59’ não ter incluído números sem deixar de ser considerado como tal.

5. CONCLUSÕES

Os *media* transmitem-nos informação e cumprem funções perante a sociedade. É com o trabalho jornalístico e a sua qualidade que, de certo modo, se transmite conhecimento para a população e esta informação tem vindo a ser transmitida sob novas formas. Este trabalho tentou perceber a utilização dos dados como cumprimento da função informativa dos *media*, a relação entre dados e jornalismo, no qual se analisou o segmento ‘2:59’, por ser uma prática identificada como jornalismo de dados.

Nesta dissertação, os objetivos que se pretendiam alcançar eram perceber se o ‘2:59’ era jornalismo de dados e a opinião dos entrevistados sobre o tema; compreender se era possível verificar a herança da informação matematizada, defendida pela Escola de Columbia/Walter Lippmann, no segmento ‘2:59’; e por último entender como os jornalistas fazem o ‘2:59’. A pergunta de partida que surgiu destes objetivos foi: o segmento ‘2:59’ constitui um exemplo de prática de jornalismo de dados? Dela resultaram também questões secundárias: que representação da sua prática a este nível dão conta as/os jornalistas da redação do Expresso envolvidos no segmento? De que potenciais alterações nas suas práticas dão conta?

Utilizámos o método misto para compreender a prática do ‘2:59’, o nosso objeto empírico. No método quantitativo utilizou-se a análise de conteúdo definida por Berelson e Lazarsfeld (Krippendorff, 1980) como “objetiva, sistemática e quantitativa” (Vala, 2007). Procedeu-se à sua categorização, no qual a categoria Economia, Negócios e Finanças teve uma maior sub-amostra. Analisou-se o conteúdo na forma de indicação de dados, no segmento ‘2:59’, com o programa Excel. Percebemos que foram indicadas cinco formas de referir os dados: em percentagens, em valor monetário, gráficos, em valor absoluto e unidades de medida. Conseguimos depreender que foram indicados mais números em forma de percentagem e gráficos, seguido do valor monetário e uma menor incidência de valores absolutos e unidades de medida. Podemos concluir que foram utilizados números para representar temas de forma mais objetiva na qual se pode detetar o pensamento de Walter Lippmann. Foram empregues novas formas de trabalhar os dados, isto é, multimédia, sendo necessários profissionais com competências específicas para trabalhar na infografia, grafismo, edição e gravação, para o produto final que é vídeo. Assim, quanto mais se quantificar o jornalismo mais necessidade haverá de estudá-lo de novos ângulos, dada a sua natureza matemática.

No método qualitativo utilizámos o tipo de entrevista semiestruturada por existir a possibilidade de se alterar a ordem das perguntas e a oportunidade de se complementar com mais assuntos no decorrer da entrevista com maior flexibilidade (Manzini, 2004). Analisámos

as entrevistas realizadas aos jornalistas que fazem parte do segmento ‘2:59’, após o que foi possível verificar que o conceito de jornalismo de dados não é conhecido por todos os entrevistados:

“É uma pergunta um bocado difícil, como é que caracterizo, pode ter várias respostas, consoante a plataforma que estamos a usar.” (Carlos Paes)

“Eu tenho uma dificuldade, nem sei bem o que é que estás a pensar com jornalismo de dados, porque para mim é um conceito muito, que eu não sei muito.” (Elisabete Miranda)

Foi também apontado o modo como informação quantitativa, um trabalho com dados, oferece a possibilidade de se “enriquecer” um tópico com dados, apesar de ser algo que já se fazia. Segundo diversos autores, podemos representar realidades através de dados, de que é exemplo Lippmann, o qual defende que a melhor informação seria a matematizada e que os dados eram um meio para simplificar a realidade (Subtil, 2015). Junto dos entrevistados também se verificou essa opinião – todos indicaram ser possível se representar realidades através de dados:

“Muitas notícias que se fazem a partir de informação quantitativa.” “É preciso sempre basearmos em dados globais credíveis para fazermos um jornalismo, passarmos uma mensagem correta à população.” (Elisabete Miranda)

Ao contrário do que alguns autores dizem sobre erros com dados e limites na informação quantitativa (Lewis, 2019; Nguyen, 2018), os entrevistados afirmaram ser possível que até a informação subjetiva seja representada com dados.

Em termos teóricos, Lippmann indicava que os jornalistas precisam de ter conhecimento em probabilidades e compreensão quantitativa (Nguyen, 2018): o mesmo se conseguiu confirmar com as respostas dos entrevistados, ao indicarem ser necessário saber estatística, percentagens, trabalhar com o programa Excel, “saber ler dados”, conhecimentos de software e a necessidade de formação para se utilizar dados. Confirma-se então a alteração da profissão de jornalista com a utilização de dados.

Não se comprovou o meio online ser o mais adequado para o jornalismo de dados, como é defendido por Salaverría (2013), tendo sido valorizados, pelos entrevistados, outros meios, que não só o online, na realização do jornalismo de dados, como a televisão, papel e rádio.

Segundo dois jornalistas o segmento ‘2:59’ não é uma prática de jornalismo de dados, mas sim de (jornalismo em) vídeo, no qual existe um maior trabalho em torno da sua

visualização, pela parte de multimédia, com o grafismo, infografia e gravação, que são aqui determinantes:

“...a própria forma de apresentação do ‘2:59’ em termos visuais, gráficos, é muito sofisticado.” (Elisabete Miranda)

“Era uma forma inovadora de mostrar a informação, bastante mais apelativo e possivelmente chegavam mais às pessoas.” (Jaime Figueiredo)

Como pode este exemplo ser jornalismo de dados, se os profissionais entrevistados que o produzem não conhecem o conceito ou confirmam praticar os elementos que o compõem?

Surgiram então hipóteses que foram confirmadas e infirmadas:

A hipótese 1^a: “sim, o segmento ‘2:59’ constitui um exemplo da prática de jornalismo de dados”, foi infirmada, por ter sido indicado ser vídeo.

A hipótese 1b: “o conceito de ‘jornalismo de dados’ é conhecido pelos jornalistas da redação do Expresso que foram entrevistados”, também se infirmou, dois jornalistas demonstraram dificuldade em falar sobre o conceito.

A hipótese 2: “segundo os jornalistas entrevistados, uma realidade pode ser representada através de dados”, esta foi confirmada.

A hipótese 3: “segundo os jornalistas entrevistados, a informação subjetiva pode ser representada enquanto dados, tornando-a mais clara”, também foi confirmada.

A hipótese 4: “segundo os jornalistas entrevistados, o exercício da profissão é alterado pela utilização de dados”, foi confirmada.

A hipótese 5: “segundo os jornalistas entrevistados, o meio online é o mais adequado ao jornalismo de dados”, foi infirmada, foram indicados a televisão, o papel e a rádio.

A hipótese 6: “segundo os jornalistas entrevistados, o segmento ‘2:59’ constitui um exemplo de prática de jornalismo de dados”, foi infirmada, foi referido ser vídeo, pensado no departamento de multimédia, em formato do jornalismo digital e ser uma:

“forma inovadora de mostrar a informação, bastante mais apelativo e possivelmente chegavam a mais pessoas.” (Jaime Figueiredo)

Podemos também verificar existir herança da Escola de Columbia/Walter Lippmann, no segmento ‘2:59’, ou seja, uma maior utilização de dados e de métodos quantitativos para uma melhor compreensão da realidade (Subtil, 2015).

Podemos considerar que o conceito de jornalismo de dados não é novo, pois os seus elementos já eram antes utilizados: utilização dos dados no jornalismo, defendido por Walter Lippmann, daria conhecimento à população, pois simplificariam a realidade. O que podemos afirmar é que há de facto novas formas mais sofisticadas na forma de transmitir informação: ‘2:59’ é exemplo disso mesmo, uma forma que inclui diversas técnicas melhoradas, mas cuja base é um jornalismo com a utilização de dados, o que deixa este conhecimento mais simplificado e ao mesmo tempo mais objetivo.

Esta forma de fazer jornalismo pode não ser a mais completa, por ser uma informação mais objetiva e quantificada e poderem existir alguns limites ou falhas. Pode também ser mais facilmente inquestionável pelo público assim mais facilmente persuadido, em que fica a conhecer realidades com informação mais objetiva, excluindo o que é subjetivo. A conclusão recolhida junto dos jornalistas entrevistados – de que pode não ser a melhor forma de apresentar informação – só é, no entanto, válida para este segmento ‘2:59’, não podendo ser transposta para a informação em geral.

Para um possível trabalho posterior, seria interessante, tentar perceber se a população compreende o que está exposto no jornalismo, e as diferenças que existem entre o entendimento de um público jovem e adulto. Ou se o que lhes é transmitido nas notícias é suficiente para um conhecimento geral sobre questões da sociedade.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bradshaw, Paul (2017), *The Online Journalism Handbook: Skills to survive and thrive in the Digital Age*, Routledge, (2ª Edição) pp.250-280
- Breton, Philippe e Serge Proulx (2002), *La explosión de la comunicación*, Quito- Ecuador (2ª Edição) (Edição original, 1996) Disponível em: https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1073&context=abya_yala Consultado em 20.07.2019, p.63-86
- Canavilhas, João (2014), “Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas”, João Canavilhas (org), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*, Livros LabCom, Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf Consultado em 20.10.2019, p.3-22
- Castro, Rita de Cássia Marques Lima de (2002), *O poder da comunicação e intertextualidade*, Dissertação de Mestrado em Administração, São Paulo, FGV-EAESP, Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/castro-rita-o-poder-da-comunicacaoe-a-intertextualidade.pdf> Consultado em 18.10.2019, p. 25-29
- Flick, Uwe (2014), *An Introduction to Qualitative Research*, Sage Publications (5ª edição) (Edição original, 1998), p.520-531
- Flick, Uwe (2005), *Métodos Qualitativos na Investigação Científica*, Monitor, Lisboa, p.77-94
- Fidalgo, António (1996), “Os Novos Meios de Comunicação e o Ideal de uma Comunidade Científica Universal”, (Online) BOCC, Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-novos-meios.pdf> Consultado em 06.04.2019
- Gehlen, Marco Antônio e Jorge Pedro Sousa (2018), “Jornalismo de Dados em Portugal: um estudo exploratório sobre práticas jornalísticas especializadas”, GT Jornalismo e Sociedade da SOPCOM (org.), *Fronteiras do Jornalismo e modelos de negócio*, Disponível em: http://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20190103-ej9_2018.pdf Consultado em 22.02.2019, p.125-137
- Krippendorff, Klaus (1980), *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*, Sage Publications, Inc. Newbury Park, p. 15-30
- Lewis, Seth C. (2019), “Journalism in the Era of Big Data” (Online) Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2014.976399> Consultado em 05.04.2019
- Mancini, Leonardo, Fabio Vasconcellos (2016), “Jornalismo de Dados: conceito e categorias”, *Fronteiras - Estudos midiáticos*, (Online), 18 (1) Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2016.181.07/5300> Consultado em 02.05.2019
- Manzini, Eduardo José (2004), “A entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros”, *Seminário Internacional sobre Pesquisa e Estudos Qualitativos*, (Online), Disponível em: <http://www.eduinclusivapesq-uerj.pro.br/images/pdf/manzinibauru2004.pdf> Consultado em: 08.08.2019
- Martinho, Ana Pinto (2013), *Jornalismo de Dados: Contributo para uma Caracterização do Estado de Arte em Portugal*, Dissertação de Mestrado em Comunicação Cultura e Tecnologias de Informação, Lisboa, Departamento de sociologia, ISCTE-IUL, Disponível em: <https://repositorio.iscte->

- iul.pt/bitstream/10071/8329/1/2013_ESPP_DSOC_Dissertação_AnaPintoMartinho.pdf Consultado em 18.05.2018
- Moura, Isabella Cristina (2018), *O estado do jornalismo de dados no cenário luso-brasileiro*, Dissertação de Mestrado em Jornalismo, FCSH, Lisboa, Disponível em: <https://run.unl.pt/bitstream/10362/47623/3/Final%20-%20O%20estado%20do%20jornalismo%20de%20dados%20no%20cen%C3%A1rio%20luso-brasileiro%20%5BCorrigido%5D.pdf> Consultado em 02.4.2019
- Neto, Pedro Pereira (2012), *Ambientalismo e comunicação política: media e empowerment tecnológico enquanto condição de influência política exógena*, Tese de Doutoramento em Ciências Sociais (Sociologia Política), Instituto de Ciências Sociais, Disponível em: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/7506/1/ulsd063365_td_Pedro_Neto.pdf Consultado em: 03.05.2019, p. 14-18
- Neto, Pedro Pereira (2006), *O ruído das Luzes: Jornalismo e Internet em Portugal*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa, Departamento de Sociologia, ISCTE-IUL, Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/203691407_The_noise_in_lights_Journalism_and_Internet_in_Portugal_O_ruido_das_luzes_Jornalismo_e_Internet_em_Portugal Consultado em: 15.10.2019, p.37
- Nguyen, An, Jairo Lugo-Ocando (2015), “Introduction: The state of statistics in journalism and journalism education- issues and debates” (Online), Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/42142288.pdf> Consultado em 15.06.2019
- Nguyen, An (2018), “News, numbers and Public Opinion in a Data-Driven World” (Online), Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/327076536_News_Numbers_and_Public_Opinion_in_a_Data-Driven_World Consultado em 10.6.2019
- Nurr, Puteri (2000), “Mass communication, popular taste and organized social action”, (Online), Disponível em: https://www.academia.edu/1054484/Mass_communication_popular_taste_and_organized_social_action Consultado em 22.08.2019, p.234-249
- Queiró, João Filipe (1993), “A Matemática (1537-1771)” (Online), *História da Universidade em Portugal- Sec.5, Cap.V- O saber: dos aspetos aos resultados*, Disponível em: <http://www.mat.uc.pt/~jfqueiro/HistUniv.pdf> Consultado em 29.04.2019
- Rost, Alejandro (2014), “Interatividade: Definições, estudos e tendências”, João Canavilhas (org) *Webjornalismo: 7 caraterísticas que marcam a diferença*, Livros LabCom, Disponível em http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf Consultado em 20.10.2019, p. 53-77
- Salaverría, Ramón (2014) “Multimedialidade: Informar para cinco sentidos”, João Canavilhas (org), *Webjornalismo: 7 caraterísticas que marcam a diferença*, Livros LabCom, Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf Consultado em 20.10.2019, p.25-48
- Santee, Nellie Rego e Goiamérico Felício Carneiro dos Santos (2010), “As funções da linguagem na propaganda”, *Fragmentos de Cultura*, (Online), 20 (3/4) Disponível em:

- <http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/fragmentos/article/download/1367/913> Consultado em 19.10.2019, p. 169-172
- Schudson, M (2010), “Political observatories, databases & news in the emerging ecology of public information”, *Daedalus* (Online), 139 (2), citado por Isabella Moura (2018), *O estado do jornalismo de dados no cenário luso-brasileiro*, Dissertação de Mestrado em Jornalismo, FCSH, Lisboa
- Schulze, Thomas (2015), *Data Journalism, Millennials & Social Networks*, Dissertação de Mestrado em Jornalismo, Porto, Universidade Fernando Pessoa, Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/7101/43f085f7b628ef9dda987583b364e258c374.pdf> Consultado em 18.04.2019
- Serra, J. Paulo (2007), *Manual de Teoria da Comunicação*, (Online) Livros LabCom, Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110824-serra_paulo_manual_teorias_comunicacao.pdf Consultado em 20.10.2018, p.143-146;150-159
- Sousa, Jorge Pedro (2007), “Pesquisa em jornalismo: O desbravamento do campo entre o século XVII e o século XIX” (Online), *BOCC*, Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pesquisa-em-jornalismo.pdf> Consultado em: 29.04.2019
- Sousa, Jorge Pedro (2008), “Uma breve história do jornalismo no Ocidente”, *BOCC*, Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf> Consultado em 19.04.2019
- Streckfuss, Richard (1990), “Objectivity In Journalism: A Search and a Reassessment” (Online), *Journalism Quarterly, Association for Education in Journalism*, Disponível em: <http://www.mmc.twitbookclub.org/MMC910/Readings/Week%2009/Objectivity%20in%20Journalism.pdf> Consultado em 25.06.2019
- Subtil, Filipa (2015), “As Guerras Mundiais e as mutações na teoria social da comunicação e dos media”, *Revista Famecos, mídia, cultura e tecnologia*, (Online), 42 (3) Disponível em: https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/4728/1/FAMECOS_22%283%29.pdf Consultado em 23.07.2019
- Vala, Jorge (2007), “A Análise de Conteúdo” (Online), Disponível em: <https://vdocuments.site/a-analise-de-conteudo-jorge-valapdf-577e182d2e307.html> Consultado em 20.08.2019
- Vizeu, Alfredo (2002), “O Jornalismo e as “Teorias intermediárias”: cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise de Discurso” (Online), *BOCC* Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.pdf> Consultado em: 06.07.2019
- Wien, Charlotte (2006), “Defining Objectivity within Journalism An Overview” (Online), *Researchgate*, Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/237792274_Defining_Objectivity_within_Journalism_An_Overview Consultado em 10.06.2019
- Winch, Paula Gaida e Silvana Schwab Nascimento (2012), “A teoria da comunicação de Jakobson: suas marcas no ensino da Língua Portuguesa”, *Estudos da Língua(gem)*, (Online), 10 (2) Disponível em: <http://www.ufjf.br/projetodeoralidade/files/2018/06/LD-A-teoria-da-comunica%C3%A7%C3%A3o-de-Jakobson.pdf> Consultado em 18.10.2019, p. 220-223
- Wihbey, John (2019), “Journalists know they need to get better with data and statistics, but they have a long way to go”, (Online), *Niemanlab*, Disponível em:

7. ANEXOS

Anexo A- Guião de entrevista semiestruturada

1. Na sua opinião, o que considera ser jornalismo de dados? E como o caracteriza?
2. Que competências são necessárias para esta prática?
3. Em algum momento sentiu a necessidade de ter conhecimento em dados?
4. Considera os dados informação?
5. Que literacia implica quer da parte de quem produziu originalmente os dados, quer de quem os manuseia na redação, quer ainda junto das audiências?
6. Concorda que o meio online seja o melhor para o jornalismo de dados?
7. Nos dias que correm surgem cada vez mais dados, considera ser possível processar as quantidades existentes?
8. Os dados podem ser considerados uma fonte, no sentido tradicional do termo?
9. Ainda é jornalismo o que se baseia neles?
10. Que questões éticas e deontológicas estão em causa, dado não ser a/o jornalista a comandar o processo de recolha?
11. Podem dados quantitativos constituir a melhor forma de representação de uma realidade complexa, quando envolve sujeitos e as respetivas subjetividades?
12. Quando teve início o 2:59?
13. Quem começou esta prática? Por que razão começou? O que se pretende com o 2:59? Que resposta constitui à concorrência?
14. Que razões estão na escolha do jornalismo de dados?
15. Quais são os objetivos que se procura cumprir?
16. Junto de que perfil de audiência é pensado o 2:59?

17. Com que meios é realizado?
18. Que dificuldades/problemas surgiram?
19. Por quantas pessoas é constituída a equipa de produção do 2:59?
20. Qual a sua função no 2:59?
21. Acha que o jornalismo de dados será uma prática que vai permanecer?

Anexo B - Respostas das entrevistas aos jornalistas do Expresso

Entrevista à jornalista Elisabete Miranda

1) Na sua opinião, o que considera ser jornalismo de dados? E como o caracteriza?

“Ora bem, deixa-me pensar, jornalista de dados, diria eu, é um jornalista com capacidades de análise informação quantitativa e que consegue lidar com instrumentos de análise dessa informação quantitativa. Acho que aí o mais importante, o jornalista de dados, como direi? Eu sempre analisei dados, enquanto jornalista económica, não me considero propriamente uma jornalista de dados, eu diria que é uma forma de classificar um tipo de trabalho que se faz dentro do jornalismo apenas, em que são precisas competências específicas ao nível da utilização de ferramentas, como por exemplo, o Excel, programas específicos e capacidade de analisar informação quantitativa mas o principal aí é que os jornalistas estão há procura de uma descoberta, de uma informação relevante, de padrão, partes de uma pergunta ou várias perguntas para obter uma conclusão portanto, não é, eu diria que o jornalismo de dados é uma ferramenta do jornalismo. Nunca vi o jornalismo de dados como uma grande categoria, é uma técnica que nós usamos para se chegar exatamente ao mesmo tipo de jornalismo.”

2) Que competências são necessárias para esta prática?

“Competências de análise, competências de lidar com ferramentas, não ter horror aos números, isso é fundamental.”

3) Em algum momento sentiu a necessidade de ter conhecimento em dados?

“A minha formação é de economia, a minha formação base não é jornalismo, portanto eu sempre analisei bases de dados, estatísticas, sempre trabalhei muito com o Excel.

Os dados são uma fonte no jornalismo económico, ou pelo menos nalguns segmentos do jornalismo económico, os dados, a informação estatística são uma fonte relevante, são uma

matéria-prima relevante, portanto, sim senti necessidade, com o uso quotidianamente e os dados são, dão histórias muito engraçadas. Alguns jornalistas se calhar não têm formação económica, tem algum horror aos números, só porque são números, mas os números escondem histórias muito interessantes.”

4) Considera os dados informação?

“Sem dúvida, uma das principais fontes de informação. É a partir deles que podemos basear afirmações, aliás, se verificares toda esta boa parte da nova moda do jornalismo, que é o fact-checking, temos os políticos, as figuras públicas a afirmarem coisas, depois os jornais vão atrás ver, parte desse trabalho é assente em dados, parte da manipulação da opinião pública ou do esclarecimento de opinião da opinião pública faz-se a partir de informação quantitativa.”

5) Que literacia implica quer da parte de quem produziu originalmente os dados, quer de quem os manuseia na redação, quer ainda junto das audiências?

“Da parte do produtor é muito importante que torne claro aquilo que está a produzir. Nós temos muitas fontes estatísticas, temos o Banco de Portugal, na área da economia, o instituto nacional de estatística, o Eurostat, que têm/produzem informação, ela por vezes é uma informação limitada, têm muitas restrições. Depois aparecem as notas metodológicas, a dizer, atenção a esta informação, este inquérito, diz apenas respeito àquilo, portanto é importante da parte de quem produz informação, deixar logo claro, para quem está a ler imediatamente, exatamente o que é que estamos a falar, qual o universo que estamos a falar, para depois quem passa a informação, o jornalista também consiga mais facilmente explicar a mensagem. Da parte dos jornalistas é fundamental ter alguma formação técnica, naturalmente.”

E da parte das audiências?

“É a mesma coisa, vai uma questão de literacia geral, devemos saber o que representa uma percentagem, o que representa uma permilagem, o que é um rácio. São pequenas coisas que ajudam a perceber o todo, faz parte da literacia geral, da cultura geral digamos assim, é fundamental.”

6) Concorda que o meio online seja o melhor para o jornalismo de dados?

“No sentido em que é mais interativo sim, mas também acho que pode haver boa forma de apresentação gráfica em papel, mas o online potencia a informação porque permite que ela, que o próprio utilizador interaja com ela.”

7) Nos dias que correm surgem cada vez mais dados, considera ser possível processar as quantidades existentes?

“Pois difícil, uma boa questão. O que acho importante é que os dados estejam disponíveis e que estejam apresentados de forma clara, com metodologias claras para que quem quer os possa trabalhar e isso não acontece. Aliás, nós em Portugal temos um grande problema de acesso à informação. As nossas entidades públicas, na minha opinião acho que não interiorizaram bem qual é o seu papel. Não interiorizaram bem as suas obrigações de transparência. Por um lado, temos um problema de falta, falta uma cultura em Portugal de tratamento de recolha e teste das políticas públicas, digamos assim. Ou seja, cada vez que lançamos uma reforma, imagina, sobe os impostos e tentar passado cinco, seis, sete anos, tentar perceber se esse, essa política cumpriu o seu objetivo de facto, se cumpriu aquele objetivo que nós queríamos, redistribuir melhor o rendimento, reduzir, por exemplo, o consumo de meios de luxo, o que for. É preciso recolher informação e fazer estudos. Esta cultura em Portugal não existe, existe pouco, há poucos gabinetes de estudos que façam teste das próprias políticas. Vamos lá ver se aquilo que se pretendia com esta política aconteceu, não aconteceu e vamos ver, agora quais são os melhores caminhos. Por um lado, há esse défice, mas por outro lado também as próprias entidades públicas têm muita informação do seu lado que não divulga porque acham que aquilo faz parte dos seus poderes, que lhes pertence. Portanto acho que temos aí um grande défice e essa informação devia estar, devia ser toda pública, há muita informação, mas ela está escondida, esse é o ponto. Se ela fosse toda tornada pública, acho que dificilmente seria toda trabalhada, mas permitiria a quem faça as análises, seleccionar, escolher, quer académicos, quer jornalistas, centros de investigação, permitiria cada um seguir as suas investigações próprias e contribuir, enriquecer o debate, não parece que o excesso de informação de dados disponíveis fosse um problema. Acho que o problema é a ausência de uma cultura de divulgação dessa informação.”

8) Os dados podem ser considerados uma fonte, no sentido tradicional do termo?

“Sem dúvida, acho que são uma preciosíssima fonte de informação. Muitas notícias que se fazem a partir de informação quantitativa. Por exemplo, “Portugal é um dos países com maiores desigualdades sociais”, informação puramente estatística, ou “Somos um dos países com maior esperança média de vida, onde se vive mais tempo” é informação puramente estatística, ou “Nos últimos anos o investimento público caiu drasticamente”. São tudo notícias feitas a partir de dados quantitativos e são dentro das metodologias definidas é informação relativamente segura. Não é científica, se quisermos, embora tudo possa ser questionado. São elementos de credibilização do próprio debate.”

9) Ainda é jornalismo o que se baseia neles?

“Acho que é sobretudo jornalismo o que se baseia neles, eu diria que jornalismo sem substrato, sem elementos palpáveis, isso é que eu questionaria, se é jornalismo não é, porque, por exemplo, eu posso fazer uma reportagem sobre o alastramento da pobreza numa determinada região do país e com três, quatro pessoas que caíram em situação de pobreza, não têm dinheiro, fechou uma indústria. Essa realidade é jornalismo de reportagem, mas essas pessoas podem ser duas ou três pessoas num universo muito vasto. Eu para ter a certeza de que a experiência dessas pessoas é representativa, eu tenho que cruzar com as estatísticas globais. Elas podem ser dez em cem, dez em mil e podem ser dez em cem mil. É preciso sempre basearmo-nos em dados globais, credíveis, para fazermos um jornalismo, passarmos uma mensagem correta à população. É definitivamente jornalismo aquilo que se baseia em dados, obviamente que os dados por si, às vezes não dizem grande coisa, só um número, muitas vezes, não diz grande coisa, tem que ser complementado com outros números, outra informação.

Há várias maneiras, um número também esconde muitas realidades, tem que ser complementado com vários outros e tem que ser complementado com histórias, mas ao contrário também é verdade, não há histórias se não tiverem cabimento, se não tiverem uma base factual, se não tiverem tradução geral, isso é que não é jornalismo.”

10) Que questões éticas e deontológicas estão em causa, dado não ser a/o jornalista a comandar o processo de recolha?

“Diria que o jornalista deve basear sempre em dados que são recolhidos por entidades credíveis. Temos várias, os institutos de estatística, são entidade credíveis. Há várias entidades, o exemplo de dados oficiais, são entidades públicas, os ministérios, o INE é uma entidade credível, o banco de Portugal é uma entidade credível. Obviamente que o jornalista deve ter competências para conseguir perceber, lá está, o que falávamos no início, a metodologia, a recolha e o universo, quer dizer o que é que aquilo abrange, o que é que aquilo deixa de fora para mais facilmente perceber o que está a analisar para passar a mensagem, mas à partida a preocupação deve ser usar dados de entidades credíveis e aí julgo que a questão deontológica é mais deontologia é mais colocar-se-á em passar bem a mensagem sob o que ali está e conseguir obviamente questionar algumas, às vezes alguns dos pressupostos que estão subjacentes à recolha de informação.”

11) Podem dados quantitativos constituir a melhor forma de representação de uma realidade complexa, quando envolve sujeitos e as respectivas subjetividades?

“Ajudam lá está, a complementar. Acho que são fundamentais para retratar essa realidade, não são exclusivos obviamente, mas não se pode representar uma realidade sem eles. Só por si não representam, representam muito pouco, indicam uma tendência sem complementar com números. Portanto isso é uma opinião, é um sentimento, a situação concreta de uma pessoa que não necessariamente generalizável. Eu diria que são um elemento fundamental em qualquer, em representação de qualquer análise.”

12) Quando teve início o 2:59?

“Não sei, não estava cá, estou no Expresso há cerca de um ano, julgo que foi há quatro ou cinco anos.”

13) Quem começou esta prática? Por que razão começou? O que se pretende com o 2:59? Que resposta constitui à concorrência?

“A redação. O enquadramento mais histórico, não sei porque não estava cá, mas sempre fui grande fã, acho que é por isso que a Joana me pediu para falar contigo.”

14) Que razões estão na escolha do jornalismo de dados?

“Eu tenho uma dificuldade, nem sei bem, o que é que estás a pensar com jornalismo de dados, porque para mim é um conceito muito, que eu não sei muito. O 2:59 acho que existe porque é uma forma simples de explicar temas complexos. Como diria, nós temos o jornalismo visual ou as ferramentas visuais, têm vindo a crescer, até pelo desenvolvimento do digital, os leitores desenvolvem maior apetência por uma informação mais direta, mais curta, que exija menos tempo de leitura, que seja de perceção mais rápida. O jornalismo visual está a aumentar que é um pouco aquela ideia de que uma imagem vale mais do que mil palavras. Nós lidamos com tanta informação estatística que é muito difícil de passar, muitas vezes, cuja mensagem é difícil de passar, no sentido às quais as pessoas não têm “pachorra” a perder meia hora para lerem um artigo a verem 10/15 gráficos. E o 2:59 consegue condensar isso bastante bem, são uma forma apelativa de pegar em matéria-prima complicada à partida para parte da população e apresentar a informação de maneira simples, interativa.”

15) Quais são os objetivos que se procura cumprir?

“É comunicar informação complexa ou quando a matéria-prima é complexa de forma muito simples.”

16) Junto de que perfil de audiência é pensado o 2:59?

“Diria que é muito transversal. Um produto bastante transversal, tanto para pessoas mais sofisticadas que tem lá está a literacia estatística, não é? Como, porque a própria forma de apresentação do 2:59, em termos visuais, gráficos é muito sofisticado, está ao nível dos melhores produtos que se fazem noutras sites, como para pessoas até com menos apetência para esse tipo de informação, mas que conseguem ali perceber coisas, conseguem perceber de forma rápida e relativamente resumida, coisas que se calhar noutras circunstâncias não perderiam tempo para tentar perceber.”

17) Com que meios é realizado?

“Isso agora viste lá em baixo.”

18) Que dificuldades/problemas surgiram?

“O grande problema aí é nós no 2:59 podemos contar uma história, temos sempre que nos pôr, é a dificuldade de contar qualquer história, pormo-nos do lado do leitor e tentar perceber, o que é que pode ser interessante contar com números. De que modo é que vou contar? O mais difícil é montar a narrativa. É fazer um guião, pegar naquela informação quantitativa, naqueles números todos e apresenta-las de forma a cativar o leitor a contar-lhes a história que queremos contar. Isso é o mais difícil, depois em termos técnicos, tudo flui. A principal é mesmo como contar a história, lá está é um elemento do jornalismo, coloca-se em todas as peças que se façam quer seja um vídeo, a peça escrita, quer seja online, papel, de dados.”

19) Por quantas pessoas é constituída a equipa de produção do 2:59?

“É uma questão de ires à ficha técnica. Uns seis pelo menos.”

20) Qual a sua função do 2:59?

“Eu geralmente faço, faço o guião e apresento é o que tenho feito e gosto bastante. É um desafio pensar, tenho aqui estes números todos e agora como é que vou organizar isto de modo a tornar isto perceptível. O que é que posso passar em números às pessoas sobre o orçamento de estado, por exemplo, é um tema bastante chato, ou sobre pensões, o que é que as pessoas querem saber

sobre pensões, querem saber quanto vai ser a sua reforma, se vai haver reforma quando se reformarem, se ela vai ser grande ou pequena face ao salário, se vão ter uma pensão pequenina ou grande. Se como é que nós comparamos com outros países, se temos reformas grandes ou pequenas é tentar pôr-me no lugar de quem consome informação, perceber o que é que ele pode querer num tema destes, quais é que são e depois arranjar os números e contar uma coisa harmoniosa e coerente e interativa, mas a equipa técnica faz a interação, trata disso.”

21) Acha que o jornalismo de dados será uma prática que vai permanecer?

“Sim, eu acho que não é uma prática nova. O jornalismo de dados é capaz de ser um nome de uma coisa que já se vinha fazendo, se calhar não de forma, tão como é hoje, mas já se vinha fazendo. O jornalismo económico já trabalha com dados há muitos anos. Sou jornalista há 20 anos, há 20 anos que trabalho com dados. E como digo espero que permaneça e que se aprofunde porque de facto são uma base factual de informação muito relevante. Não é a única base de informação, não se contam histórias sem dados. Os dados só por si não contam a história toda, mas não se contam histórias sem dados, a realidade não é representativa, por exemplo: “Portugal é um povo infeliz” ou “Somo mais infelizes do que os nórdicos”, no que é que baseamos isto? É porque fazemos uma reportagem junto de dez/vinte pessoas e concluimos porque elas estão infelizes, não é representativo, temos de basear isso em informação quantitativa, isso são os dados. Tem que haver inquéritos, inquéritos aos estados, cá, lá fora, têm que haver metodologias, temos que cruzar com números de depressões, suicídio, etc. Não se conta uma história sem dados, na minha opinião, também não se conta uma história só com dados, só por si não expressa, expressa muito pouco, mas uma história sem dados, acho muito difícil que conte, a menos que seja a contar uma situação muito particular, uma pessoa e o indivíduo, seja o objeto de análise, se quisermos retratar uma realidade social, uma política pública, são fundamentais. Espero que se, que permaneça, se aprofunde.”

Entrevista ao coordenador gráfico Jaime Figueiredo

1) Na sua opinião, o que considera ser jornalismo de dados? E como o caracteriza?

“Jornalismo de dados é, é a análise de informação, neste caso de dados, por exemplo a PorData tem aquelas folhas de Excel que vão copulando os dados e depois aí extraem, normalmente, o que se pretende creio eu, é daí extrair alguma coisa, alguma novidade, alguma notícia, alguma conclusão. Agarrar nos dados todos que existem sobre determinado assunto e depois tirar daí uma conclusão. É bastante importante para a análise e se perceber como é que está determinado

tema, como é que está o país, como é que está o preço do petróleo, sempre para tirar uma conclusão.”

2) Que competências são necessárias para esta prática?

“Jornalismo e saber mexer bem em Excel para poder fazer as triagens, faz parte das folhas de Excel, hoje em dia. Antigamente recolhia-se os dados à mão, mas hoje em dia vem quase tudo em Excel e, portanto, aí é preciso saber bem mexer e poder fazer as triagens necessárias e de alguma capacidade analítica.”

3) Em algum momento sentiu a necessidade de ter conhecimento em dados?

“Acho que é bom haver esse conhecimento, mas também é a tal capacidade analítica de fazer a triagem e perceber o que é que interessa, o que não interessa e depois ir procurando em cascata esses mesmos dados.”

4) Considera os dados informação?

“Sim, são sempre.”

5) Que literacia implica quer da parte de quem produziu originalmente os dados, quer de quem os manuseia na redação, quer ainda junto das audiências?

“Isso não sei, quer dizer quem recolhe esses dados, assim de repente o INE ou o PorData, mais óbvio para nós, aqui em Portugal, há dados sobre tudo, há sobre petróleo, armas químicas, armamento, enfim, das mais variadas vertentes. A Eurostat faz a nível europeu, portanto há pessoas que recolhem esses dados, fazem o tratamento deles. Na redação não há muita gente a trabalhar, normalmente só os jornalistas, nós temos duas ou três pessoas são jornalistas e estão vocacionadas para o tratamento de dados. Quer dizer têm essa tal perspicácia de fazer a triagem e sabem mexer bem em Excel. Na parte da audiência não sei.”

6) Concorda que o meio online seja o melhor para o jornalismo de dados?

“Não, é igual ser papel ou ser online, desde que a informação seja dada.”

7) Nos dias que correm surgem cada vez mais dados, considera ser possível processar as quantidades existentes?

“Acho que sim, as máquinas cada vez também são mais potentes, mais informação podem ter, como vai haver mais pessoas também a trabalhar nesses dados, não só a colocá-los como a disponibilizar e quem depois os trate.”

8) Os dados podem ser considerados uma fonte, no sentido tradicional do termo?

“Também podem ser uma fonte sim, aliás são sempre uma fonte. Alguém os coloca lá e os disponibiliza, portanto será a fonte.”

9) Ainda é jornalismo de dados o que se baseia neles?

“Eles só por si próprios não são jornalismo, mas depois de tratados, podem passar a ser jornalismo se utilizados nessa vertente”.

10) Que questões éticas e deontológicas estão em causa, dado não ser a/o jornalista a comandar o processo de recolha?

“Não é ele que os põe disponível é ele que os trata. É usar bem os dados e não manipular.”

11) Podem dados quantitativos constituir a melhor forma de representação de uma realidade complexa, quando envolve sujeitos e as respetivas subjetividades?

“Pode ser, com mais análise e mais triagem, pode-se chegar a essa complexidade.”

12) Quando teve início o 2:59?

“Foi há três, quatro anos.”

13) Quem começou esta prática? Por que razão começou? O que se pretende com o 2:59?

Que resposta constituí à concorrência?

“Foi o Pedro Santos Guerreiro. Era uma forma inovadora de mostrar a informação, bastante mais apelativo e possivelmente chegava mais às pessoas.

Mostrar determinada informação e agarrar as pessoas de outra forma. Não ser um texto ou um gráfico, mas ser uma coisa mais dinâmica, apelativa de chegar ao que se pretende, ao leitor.”

“Acho que não há resposta.”

14) Que razões estão na escolha do jornalismo de dados?

“Não há uma, o 2:59, não tem só jornalismo de dados, nesse conceito de que falei há pouco, que é feito de muitas formas, é feito com jornalismo de dados, mas também é com dados soltos,

com números, citações, com frases, abrange muita informação que é recolhida de vários pontos.”

15) Quais são os objetivos que se procura cumprir?

“Chegar ao leitor e dar mais informação, informação que ele não tem se calhar disponível, informar o leitor.”

16) Junto de que perfil de audiência é pensado o 2:59?

“Isso não sei ao certo.”

17) Com que meios é realizado?

“Com a Joana que é a editora, com o jornalista em causa que escreve o guião e depois lê, comigo da parte da infografia que ajudo o Carlos na organização e depois vejo no fim, como é que as coisas tem a sua leitura e principalmente pelo Carlos que é quem faz toda a animação e recolha de elementos, vê como é que pode animar as coisas, depois anima e faz os gráficos e os ícones. Toda a parte que é visualizada no 2:59 é feito por ele, portanto digamos que ele e a jornalista são as peças chaves nisto.”

18) Que dificuldades/problemas surgiram?

“Problemas é fazer as coisas com alguma programação, às vezes é preciso, é preciso ter os dados todos, é preciso organizar bem o guião, que às vezes é feito um bocado à pressa. É preciso depois a pessoa fazer a própria coreografia, saber onde é que vão entrar os dados e deslocar-se para a esquerda, para a direita, ou levantar a mão, portanto ser muito mais interativo no ecrã e depois a capacidade, de necessidade de arranjar soluções gráficas, que nem sempre é fácil.”

19) Por quantas pessoas é constituída a equipa de produção do 2:59?

“Se falarmos no total, jornalista, o editor, o gráfico, eu, por volta de cinco pessoas talvez, depois abrange a redação inteira, depois está toda a gente está incluída praticamente nisto, depois há as pessoas que filmam, as pessoas do som, as pessoas da regi, diretamente são ‘prai’ cinco pessoas.”

20) Qual a sua função no 2:59?

“A minha função é tentar agilizar as coisas entre o Carlos e o jornalista, ou seja, tentar encontrar soluções que depois funcionem bem, se entra um mapa, se entra um gráfico, tentar arranjar

soluções e depois ver no final graficamente se tudo aquilo encaixa bem e se funciona bem ou se há ali coisas trocadas.”

21) Acha que o jornalismo de dados será uma prática que vai permanecer?

“Acho que sim, e possivelmente vai até aumentar. Vai haver cada vez mais bases de dados.”

Entrevista ao animador gráfico Carlos Paes

1) Na sua opinião, o que considera ser jornalismo de dados? E como o caracteriza?

“Pronto, isto aqui direcionado para vídeo, porque podemos, o jornalismo de dados pode estar direcionado para um tipo de plataformas, mais interativas, HTML, neste caso aqui, estamos a falar do 2:59, é vídeo, portanto estamos apenas a falar em vídeo. Então é no suporte de vídeo conseguir transmitir informação através de imagem e de dados. Neste caso aqui com a ajuda de suporte de uma pessoa que leu o texto ou que declame o texto, onde vão surgir os dados todos, consoante o que ela vai falando, vai dizendo. Portanto o mais importante no jornalismo de dados é realmente a informação que se acrescenta a um determinado texto que vai enriquecer, toda aquela informação, todo aquele tema.

É uma pergunta um bocado difícil, como é que caracterizo, pode ter várias respostas consoante a plataforma que estamos a usar.”

Considera que o jornalismo de dados difere consoante a plataforma?

“Provavelmente, porque, por exemplo num *storytelling* na internet, temos texto, temos fotografia, temos vídeo, infografia, ou seja, tudo aquilo poderá complementar-se uns aos outros, coisa que por exemplo no vídeo é mais fechado, um vídeo tem imagem e tem som e só podemos jogar com isso, não há interatividade. Nós vemos um vídeo, enquanto por exemplo num *storytelling* temos muita interatividade, podemos escolher aquilo que ver, podemos tomar caminhos diferentes e tudo isso é jornalismo de dados, estamos a passar dados, estamos a enriquecer um tema.”

2) Que competências são necessárias para esta prática?

“Para começar, conhecimentos técnicos, de software, mas ter a capacidade de entender o que é que, o que é importante para enriquecer um determinado tema, ter a capacidade de olhar para dados em bruto e perceber que aquilo poderá gerar uma informação visual convincente e rica. Portanto há aqui diversos componentes, não basta ser um técnico, fazer uma animação ou fazer, uma coisa qualquer, porque é preciso ter a capacidade de perceber que aquela animação vai ser

feita com, de uma determinada maneira, nós temos um dado em bruto, pode gerar um gráfico, pode gerar uma tabela, pode gerar uma animação, pode gerar várias coisas, para aquele dado específico.”

3) Em algum momento sentiu a necessidade de ter conhecimento em dados?

“Sim, todos os episódios que faço.”

4) Considera os dados informação?

“Absoluta, sem dúvida nenhuma.”

5) Que literacia implica quer da parte de quem produziu originalmente os dados, quer de quem os manuseia na redação, quer ainda junto das audiências?

“Eu creio que não existe uma competência específica. Penso que uma pessoa que seja minimamente inteligente, tenha o mínimo de capacidade de visualização e de interpretação, consegue trabalhar com dados mesmo que não tenha mestrado, licenciatura, seja lá o que for. Na redação sim. Na audiência se os dados forem apresentados de forma inteligente, simples, imediata, qualquer pessoa consegue vê-los e entendê-los.”

6) Concorda que o meio online seja o melhor para o jornalismo de dados?

“Não necessariamente quer dizer, é o mais, é o ideal, o online, porque o online nós temos diversas capacidades que é, por exemplo, no caso do 2:59, que é o que estamos a falar aqui, isto é, os episódios são muito rápidos, porque em 2 minutos e 59 nós temos que meter imensa informação e muitas vezes pode acontecer um determinado gráfico ou uma determinada informação ser muito rápida e nós no online temos a capacidade de pura e simples de parar o vídeo, ver o dado, isso não é o ideal. O vídeo supostamente é para ver do princípio até ao fim, sem paragens, mas às vezes a informação é tão rica, tão completa que precisamos um bocadinho de ok estamos no online, o leitor vai ter que se calhar parar o vídeo para conseguir ver isto melhor, por exemplo se fosse na televisão, isso não acontecia, não paramos a televisão, quer dizer agora paramos a box, mas temos que pensar também na televisão, porque há aquelas pessoas que vêm televisão, como os nossos avós, que não sabem que podem ver para trás e na hora ficam à espera. Então para essa informação teria que ser uma coisa muito mais simplificada e muito mais lenta, na sua evolução, de forma as pessoas conseguirem ter tempo de ver as coisas. No online já nos podemos dar ao luxo de ok o leitor é inteligente, o leitor sabe que isto

é a informação que está aqui, se quiser realmente vê-la com muita calma para a imagem. Não é o ideal, volto a dizer, mas permite-nos isso.”

7) Nos dias que correm surgem cada vez mais dados, considera ser possível processar as quantidades existentes?

“É possível, é difícil, mas é possível.”

8) Os dados podem ser considerados uma fonte, no sentido tradicional do termo?

“Sim, eu penso que sim.”

9) Ainda é jornalismo o que se baseia neles?

“Não só jornalismo, nós já conseguimos analisar dados sem ser do ponto de vista jornalístico, pomos isto em estatística, estamos a analisar dados, estamos a usufruir dos mesmos dados que o jornalista pode usufruir. Poderá ser analisado de forma diferente, mas os dados são os mesmos.”

10) Que questões deontológicas estão em causa, dado não ser a/o jornalista a comandar o processo de recolha?

“Não é ele que manda o processo de recolha, mas é ele que interpreta e traduz entre aspas. Portanto acaba por ter sempre um controlo muito grande.

A procura de dados reais, uma altura em que falamos muito das *fake news*, ter a certeza sempre que aqueles dados estão corretos, mesmo que para isso tenha que pesquisar e analisar e comprovar que aqueles dados estão realmente corretos e seguir sempre de fontes fidedignas, corretas.”

11) Podem dados quantitativos constituir a melhor forma de representação de uma realidade complexa, quando envolve sujeitos e as respetivas subjetividades?

“Podem, sim eu penso que sim.”

12) Quando teve início o 2:59?

“O 2:59 já vai na quarta temporada, portanto há quatro anos e tal.”

13) Quem começou esta prática? Por que razão começou? O que se pretende com o 2:59?

Que resposta constitui à concorrência?

“Ora isto começou, foi uma ideia do diretor da altura, diretor do Expresso da altura, o Pedro Santos Guerreiro, que lançou esta ideia no departamento multimédia, nessa altura ainda não estava no departamento de multimédia e foi a forma como escolheram para arrancar com essa ideia.

Essa parte não sei responder muito bem, mas foi uma ideia, tentar fazer uma coisa diferente.

Transmitir a informação o mais possível, de forma dinâmica, “inovadora”, não somos os únicos a fazer isto, mas penso que conseguimos estar a fazer uma coisa que é interessante e as pessoas gostam.

Creio que não existe grande concorrência nisto, acho que continuamos a ser os únicos a fazer isto, pelo menos desta forma.”

14) Que razões estão na escolha do jornalismo de dados?

“Essa teria que ser outra pessoa qualquer a responder, mas respondendo por mim, é a tal forma de enriquecer um texto que o jornalista queira transmitir, e a ideia mesmo é, o texto tem que ser transmitido com esses dados, porque se não, não vale a pena fazer o 2:59.”

15) Quais são os objetivos que se procura cumprir?

“Dar informação muito completa.”

16) Junto de que perfil de audiência é pensado o 2:59?

“Eu penso que para todos, do mais novinho ao mais velho, culto ou menos culto, todos conseguem perceber.”

17) Com que meios é realizado?

“Ora bem, desde o princípio até ao fim, desde a cabeça do jornalista que pensou no guião até aqui à SIC que, amavelmente, nos permite gravar nos seus estúdios, os episódios, com todas as técnicas que eles dispõem, ao equipamento que nós temos, que requer um equipamento assim um bocado mais avançado, isto são softwares que são pesados e requerem muita memória, muito processamento e alguém, como no meu caso, com capacidade para manusear esses softwares e conseguir e não só, e conseguir perceber como é que há-de criar as, como é que há-de transformar aqueles dados em algo apetecível, claro, depois com a edição editorial, com a

edição gráfica, com as outras pessoas que estão envolvidas nisto é uma equipa, eu sou o elo final.”

18) Que dificuldades/problemas surgiram?

“O que surge sempre, como isto aqui é um programa semanal, normalmente o problema é a falta de tempo. Ao contrário do que as pessoas pensam dois minutos e cinquenta e nove não demora dois minutos e 59 a fazer. Tenho que fazer isto em 3/4 dias e isto requer imenso, mas imenso trabalho, que é às vezes de doidos. Portanto acho que o principal problema mesmo é a falta de tempo e às vezes um bocado como toda a gente está sempre cheia de trabalho, muitas vezes os processos não são tão rápidos como deveriam de ser. Então podem se arrastar um bocadinho, mas desde que naquele dia esteja pronto.”

19) Por quantas pessoas é constituída a equipa de produção do 2:59?

“Jornalismo uma, os editores três, eu quatro, depois a equipa da SIC são pelo menos umas quatro ou cinco pessoas, portanto dez, à roda de dez/onze pessoas envolvidas nisto.”

20) Qual a sua função no 2:59?

“Eu sou o animador gráfico, com algumas funções também em interpretar guiões, pesquisar alguns dados que sentem falta e apoio ao jornalista, mas de um modo geral sou o designer, o motion designer.”

21) Acha que o jornalismo de dados será uma prática que vai permanecer?

“Penso que sim, ainda está muito no princípio, ainda está a ser muito explorada, ainda se vão descobrir muitas coisas, muitas formas, portanto sim, acho que sim.”

Entrevista à coordenadora editorial Joana Beleza

1) Na sua opinião, o que considera ser jornalismo de dados? E como o caracteriza?

“O jornalismo de dados é uma variante do jornalismo que trata especificamente, como o próprio nome diz, de dados e portanto produz peças jornalísticas a partir de informação, de informação estatística, sobretudo e basicamente é isso, o jornalismo de dados, no fundo é um “chavão” para nós identificarmos artigos e notícias e até reportagens que têm por base a leitura de informação estatística e a leitura de dados.”

2) Que competências são necessárias para esta prática?

“É preciso saber ler dados, é preciso saber trabalhar com estatística, percentagens, basicamente é preciso ter alguma, algum instinto jornalístico e perceber, através da leitura dos dados, onde é que está a notícia e onde é que está os pontos de interesse.

Acha que é necessário um programa mais específico?

“Da mesma maneira que nós precisamos do Word para escrever um texto, também precisamos de uma folha de Excel para fazer cálculo, também precisamos de uma calculadora.”

3) Em algum momento sentiu a necessidade de ter conhecimento em dados?

“Sim, senti falta de formação em estatística. Fiz o curso de humanidades, depois fiz o curso de Jornalismo, tive uma cadeira de matemática, mas muito simples e superficial, portanto quando comecei a trabalhar e tive que lidar com quantidade de informação em dados, relatórios do INE, da PorData, etc. e tive alguma dificuldade e procurei formação em estatística. Tive mais facilidade, ainda assim no dia-a-dia, tenho alguma dificuldade. Procuro sempre o apoio de jornalistas na área da economia que sejam mesmo formados em economia. Normalmente esses jornalistas têm mais à vontade para fazer leitura de dados e fazer cálculos e contas, mas sim, se eu tivesse mais tempo faria uma formação mais aprofundada, sobretudo em visualização de dados.”

4) Considera os dados informação?

“Claro, nunca existiu um momento sem dados no jornalismo, eles fazem parte da realidade. Podemos ter mais ou menos instituições a fornecer-nos dados e relatórios. A Internet veio simplificar a nossa forma de aceder a dados porque a maior parte das instituições já está online, tem as bases de dados digitalizadas e, portanto, disponibiliza-as facilmente. Mas os dados sempre existiram, o INE, é muito antigo. Nós temos relatórios desde a Idade Média, sempre foi necessário estudar a sociedade e compilar dados sobre ela e foi aí o jornalismo, que é uma das ferramentas para compreender e descodificar a realidade que sempre se teve de unir de dados. Portanto agora a Internet traz é mais fácil de acedermos a bases de dados, mas é só isso, não há mais nenhuma diferença.”

5) Que literacia implica quer da parte de quem produziu originalmente os dados, quer de quem os manuseia na redação, quer ainda junto das audiências?

“Precisa de ser jornalista. Precisa estar bem feito e ser simples, porque a audiência não tem, a audiência é muito vasta e diferente, portanto não há um padrão de audiência, apesar de nós sabermos qual é o nosso público, mas devemos sempre tentar que o resultado do nosso trabalho seja fácil de compreender e de assimilar e rigoroso, naturalmente e claro, para que todos consigam perceber. Agora da parte dos jornalistas, há muitos jornalistas que não tem competências a nível de leitura de dados, esses jornalistas precisam de formação, como te disse, eu própria procurei formação. Os jornalistas precisam de formação, mas em todas as áreas é assim, os jornalistas deviam ter formação contínua e nunca estagnar. Não é porque eu sou jornalista e me licenciei há 20 anos que eu sei tudo, ou que não preciso de aprender mais nada. Temos que estar sempre a aprender, sobretudo porque a própria realidade vai-se tornando um desafio cada vez maior e quando nos especializamos em áreas, muitas vezes caímos em guetos, que depois acabam por nos “tolher” as competências noutras áreas, por isso, sim há jornalistas que precisam de formação para saber fazer à leitura de dados e para terem essa apetência, porque há muitos jornalistas que trabalham sem, sem nunca, trabalham só em última hora, trabalham só em artigos noticiosos puro e duros, muito curtos, semanais, uma cadência semanal ou diária e nunca tem tempo para longos projetos e portanto nunca tem tempo para deixar entrar a variante dos dados, portanto esses jornalistas também precisam de formação.”

6) Concorda que o meio online seja o melhor para o jornalismo de dados?

“Não. Acho que todos os meios são bons, a televisão é um ótimo meio para refletir e ter peças com base em jornalismo de dados. A rádio também, o online também e o papel também.”

7) Nos dias que correm surgem cada vez mais dados, considera ser possível processar as quantidades existentes?

“Sim claro, nunca são suficientes os dados que existem.”

8) Os dados podem ser considerados uma fonte, no sentido tradicional do termo?

“Sim.”

9) Ainda é jornalismo o que se baseia neles?

“Obviamente, vou te dar um exemplo prático. Se vais fazer reportagem sobre toxicod dependentes que se injetam com uma coisa qualquer esquisita e andam por aí a morrer, estou a falar num cenário catastrófico. Se vamos para a rua fazer reportagem sobre eles, nós temos que saber qual é a quantidade de toxicod dependentes em Portugal, por exemplo, vamos

ter que fazer uma pesquisa sobre dados, portanto é sempre uma ferramenta de auxílio. O jornalismo de dados é sempre uma ferramenta de auxílio para qualquer reportagem e para qualquer ângulo. Só pode eventualmente fazer sentido ou não há tempo, o jornalismo de dados implica tempo. Implica teres tempo para fazer pesquisa, para fazer leitura de dados, para os encontrares, para ‘tos’ darem e para depois os leres e trabalhares. Portanto quando estás a fazer últimas horas, obviamente não estás a pensar, quando estás a fazer uma última hora, ‘Há um ciclone em Moçambique’, não estás a pensar quantos ciclones é que já aconteceram em Moçambique e de quanto em quanto tempo, mas depois de fazeres a última hora há-de ser uma das vertentes em que vais pensar enquanto estás a fazer cobertura daquele ciclone, que, ‘quantas vezes é que isto já aconteceu’, ‘com que dimensão’, ‘com que regularidade’ e portanto aí entra uma parte do jornalismo de dados, se lhe quiseres chamar assim, mas que para mim sempre fez parte da cultura jornalística, que é, fazer levantamento da história daquele acontecimento, portanto recolheres dados. Claro que há muitos casos em que não há dados recolhidos. Nunca ninguém se deu ao trabalho, portanto tens de ser tu próprio a telefonar para não sei quantos sítios/coisas ou ir pesquisar em não sei quantas fontes diferentes para recolher dados. Isso também nos acontece no 2:59, às vezes o tema não existe, nunca foi compilado, ainda há pouco tempo pedi um tema a uma jornalista e ela “Isso vai demorar muito tempo e imenso trabalho porque não há nenhum sítio para ir buscar e ter acesso a todas essas informações. Posso te dar um exemplo, para ser mais fácil para ti, que é, eu perguntei-lhe, qual o melhor país da Europa para se viver, em termos de segurança social? Se ficares de baixa ou se te quiseres reformar, ou ter um filho, qual é o melhor país da Europa, para tu teres um filho e teres uma boa licença de maternidade, ou se partes uma perna, não podes ir trabalhar, qual o melhor país para estar em casa sem trabalhar. E ela disse-me, tenho que ir a todos os sistemas de segurança social de todos os países da Europa e isso vai-me dar imenso trabalho e nem sei se é possível ter acesso porque estás a falar-me de muitas coisas ao mesmo tempo, que é pensões, baixas por falta, por doença, de maternidade, são demasiadas. Depois há, há mesmo muitas variantes, nem dava para um 2:59, então aí eu disse, pronto ok vamos esquecer esse ângulo, vamos procurar uma coisa mais simples, mas pronto, é só para te dar um exemplo. Há situações em que os dados não estão compilados e tem que ser o jornalista a ir buscar, a diferentes sítios, informação para, para conseguir fazer o retrato.”

- 10) Que questões éticas e deontológicas estão em causa, dado não ser a/o jornalista a comandar o processo de recolha?

“Todos, os que estão todos os dias em causa, visto que não é diferente de outro trabalho qualquer. Quando estamos a fazer uma peça que se baseia, ou um artigo que se baseia em dados, por exemplo num relatório, isso é tão importante cumprir, os preceitos deontológicos, como quando estamos a entrevistar uma pessoa, ou quando estamos numa tragédia temos que fazer cobertura, não muda o código deontológico, é igual e mantem-se em todos os casos.

É o jornalista a comandar o processo de recolha, por exemplo, aqui no 2:59, o que acontece é, normalmente, é, eu sou a coordenadora editorial, o que é que isso significa, eu acompanho o 2:59 do início ao fim. Desde o primeiro momento em que eu peço o guião a alguém, peço um tema a algum jornalista, até aquilo ir para o ar, até ser publicado. Portanto título, lead, os nomes dos autores, o vídeo em si, eu acompanho o processo todo. Num primeiro momento o que eu faço é, eu encontro um tema qualquer, pode ser um jornal que estou a ler, um livro, ou alguém diz “Ah era bom fazer qualquer coisa sobre isto” e eu peço a um jornalista, olha faz um 2:59 sobre isto e o jornalista vai recolher os dados. Por exemplo, um dos mais recentes era, ‘É melhor ou pior trabalhar na administração pública, ser funcionário público em Portugal ou ser funcionário por conta de outrem. Portanto íamos comparar os regimes. Eu pedi a uma jornalista e ela foi fazer um levantamento dos dados. Eu não acompanhei esse levantamento, eu parto do princípio de que ela fez o levantamento correto e que me apresentou os dados corretos, depois mostra-me o guião e eu levanto-lhe questões, do género, isto está muito complexo, a pessoa não vai perceber ou eu não estou a perceber o que é que queres dizer com isto, diz-me de outra forma ou o teu guião está muito longo, temos que encurtar, mas eu nunca, quando os números me parecem estranhos, eu digo, este valor parece-me esquisito, diz-me lá se isto é verdade, mas eu nunca vou fazer essa recolha com a pessoa. Portanto cada jornalista é responsável da mesma maneira que é responsável a fazer um artigo, etc. É responsável por fazer o levantamento e é responsável pela veracidade daqueles dados.”

11) Podem dados quantitativos constituir a melhor forma de representação de uma realidade complexa, quando envolve sujeitos e as respetivas subjetividades?

“Sim, se forem bem trabalhados, se a visualização deles for exequível, bem feita, sim claro, é uma maneira incrível de tu falares de questões muito complexas e as pessoas compreenderem logo. Os dados é um bocadinho como a fotografia, quando a imagem é muito boa, tu percebes logo o que se passa, o dramatismo, a intensidade, ou a alegria, a felicidade. Há uma fotografia que é inacreditavelmente, que é mesmo muito boa, que é o momento de ser, tu percebes logo, isto é uma grande fotografia, este é aquele momento e na infografia tu não precisas de perder muito tempo, nem é suposto perderes muito tempo para compreenderes aquilo que os dados

estão a dizer. Quando estão bem feitos, quando a visualização é a melhor, é uma ferramenta incrível, superpoderosa.”

Mesmo sendo sujeitos ou algo mais subjetivo?

“Sim, o 2:59 prova isso, nós temos temas para todos os gostos e feitos e muitas vezes temos temas só sobre, sei lá, sobre a alimentação sem números e eu acho que os resultados também foram bastante satisfatórios, não é só quando temos muitos números, ou que temos o relatório perfeito que vamos ter uma bom resultado, todos os temas são possíveis de transformar em jornalismo de dados.”

12) Quando teve início o 2:59?

“Acho que foi em 2016, não sei a data ao certo, mas é fácil ver no programa, começou uma semana antes, não duas semanas antes do primeiro ser lançado, ficamos duas semanas a trabalhar nele.”

13) Quem começou esta prática? Por que razão começou? O que se pretende com o 2:59?

Que resposta constitui à concorrência?

“Fui eu com o Pedro Santos Guerreiro e o João Roberto, que era o ‘motion designer’. Portanto eramos três, uma pessoa a apresentar, a escrever o guião e a apresentar que era o Pedro Santos Guerreiro, outra a filmar e a fazer o cenário, as luzes que era eu e a realizar, ou seja, ter a noção se ele estava dizer tudo bem ou se estava a dizer mal e depois uma pessoa constrói só gráficos e anima-los e isso era o João Roberto, depois dele animar os gráficos, eu sonorizava para os gráficos terem sonzinhos associados e haver uma trilha. Basicamente erámos nós os três.

Porque nós queríamos ter uma, queríamos trabalhar especificamente só com dados, ter um programa dedicado a dados e queríamos que fosse vídeo. Queríamos juntar os dados à forma de vídeo, porque o vídeo naquela altura era uma das ferramentas utilizadas no digital, nós percebíamos através das nossas métricas, da nossa audiência, que muitas pessoas consumiam o vídeo e consomem cada vez mais e portanto achávamos que seria uma boa maneira de comunicar com os nossos leitores, temas que considerávamos interessantes, importantes e que muitas vezes não tinham espaço na imprensa tradicional e no site tradicional, porque simplesmente o site, o jornalismo digital, assim como o jornalismo de imprensa e a rádio e a televisão, vivem muito a atualidade e nós queríamos puxar para esse programa especificamente temas que não precisassem de um gancho ou de uma desculpa da atualidade. Portanto se a mim me interessa falar sobre prematuros em Portugal eu não tenho que esperar pelo dia da prematuridade. Basta-me ter um relatório sobre valores sobre prematuros e então eu vou fazer

ou outros temas, como o nível de leitura em Portugal, temas que são menos tratados no dia-a-dia nós queríamos privilegiá-los no 2:59 e foi por isso que surgiu.

Informar.

Não há muita concorrência, essa foi uma das grandes, acho que se calhar é aquilo que torna o 2:59 mais especial, quando surgiu não havia nada do género, nenhum site em Portugal de informação falava aquela linguagem porque o 2:59 teve sempre o mesmo modelo do número um, que era a pessoas entrava em cena e tinha que dar uma espécie de aula em 3 minutos ao público. Portanto um professor quando chega a uma sala de aula tem que ser simples, tem que falar para todos os alunos e tem que ser apelativo e portanto a nossa ideia era a pessoa, entrava, apresentava-se, dizia qual era o tema, depois explicava e saía, despedia-se e saía e pelo meio quando o grafismo entrava a pessoa tinha que interagir com ele, mas obviamente quando a pessoa entra para gravar ainda não se fez o grafismo, portanto ela não sabe o que vai aparecer, por isso nós tínhamos que ter uma ideia do que ia aparecer, para fazer essa interatividade surgir e não existia nada com esta complexidade em Portugal, mesmo hoje existe pouco. Aquilo que aconteceu foi, nós vimos a publicidade assimilar um pouco da nossa estética do 2:59. Hoje há publicidade em que surge alguém no ecrã e diz “então já tem seguro de saúde?” e começa a carregar a aparecer coisas no ecrã. Na altura, no início não existia por isso, nós continuamos sem ter um grande concorrente, isso a mim entristeceu-me, gostava que a concorrência tivesse feito mais vídeos. Há algumas coisas feitas pela concorrência, mas poucas, por mim isso era ótimo, o 2:59 podia ser o programa mais copiado do mundo, significaria que os primeiros os dados estavam a ser tidos em conta, o jornalismo de dados e depois significaria que o formato teve sucesso.”

14) Que razões estão na escolha do jornalismo de dados?

“Com os temas nós queríamos ter jornalismo de dados, queríamos dar, valorizar, uma vez que estávamos a trabalhar no digital e na Internet é muito fácil encontrar dados, nós queríamos valorizar a vertente do jornalismo de dados, dando-lhe um programa exclusivo, que não mete mais nada a não ser números e informações condensadas de todos os determinados aspetos da realidade. Portanto o 2:59 surge especificamente para nós valorizarmos o jornalismo de dados que no nosso entender era pouco valorizado no jornalismo de forma geral e então no jornalismo digital ainda mais. Até há bem pouco tempo os sites de informação em Portugal limitavam-se a ter últimas horas, aquilo que acabou de acontecer e ter artigos muito idênticos ao da imprensa, ao dos jornais. Portanto a nossa ideia, além do 2:59, o Expresso, fez um trabalho de criar

linguagens próprias no jornalismo digital, reportagens multimédia com vídeos de jornalismo de dados com podcast, seja formatos que são nativos do digital.”

15) Quais são os objetivos que se procura cumprir?

“Informar, criar novos formatos, estar na proa da informação no jornalismo digital.”

16) Junto de que perfil de audiência é pensado o 2:59?

“É pensado para uma audiência jovem, informada, esclarecida e tem um carácter também pedagógico ou seja muitas vezes nós pegamos em temas que nos parecem ser importantes, desconstruir, explicar a pessoas que não conseguem assimilar ou seguir com muita regularidade aquilo que se vai passando, por exemplo, já fizemos, temos sobre o terrorismo, o Daesh ou sobre o Brexit, ou sobre eleições norte-americanas, que são temas que ocupam muito espaço na agenda mediática, mas para aquelas pessoas que não conseguem acompanhá-los intensamente, podem ficar com ideias muito fragmentadas, dispersas e mal assimiladas e o 2:59, muitas vezes tenta com o tempo explicar temas complexos para a nível pedagógico, para as pessoas aprenderem.”

17) Com que meios é realizado?

“Nós começamos por usar, no início tínhamos um estúdio de fotografia e alugávamos uma câmara de filmar para lá e microfones, gravávamos e depois tínhamos o computador onde fazíamos o grafismo animado e um computador onde fazíamos a sonorização, mas hoje em dia é gravado, aliás já há alguns anos é gravado no estúdio de televisão da SIC, com teleponto. No início as pessoas tinham que decorar o que iam dizer durante dois minutos e cinquenta e nove minutos, que era muito difícil, passávamos várias horas a filmar, para eles conseguirem dizer tudo. Às vezes, já eu tinha decorado o texto todo e a pessoa ainda não tinha decorado, ainda estava a repetir porque se estava a enganar várias vezes, mas agora é filmado com teleponto no estúdio da SIC, e depois é editado por computador pelo motion designer, o próprio motion designer faz a sonorização. Portanto basicamente é um estúdio de televisão, um computador para fazer grafismo animado e sonorização e o Word para escrever o guião, mais nada.”

18) Que dificuldades/problemas surgiram?

“Não ter teleponto no início, era uma dificuldade, porque era muita informação para ser decorada e nem toda a gente tem capacidade de estar a mexer-se de um lado para o outro e a dizer coisas, é mesmo muito difícil e essa foi a maior dificuldade. Hoje em dia a grande

dificuldade é nós somos poucos, a equipa é sempre a mesma, não há um substituto, ou seja, se por acaso a pessoa que faz o grafismo animado partir uma perna, o 2:59 pára, portanto nestes anos todos essa pessoa nunca ficou doente. Já não é o João Roberto, nós substituímo-lo porque ele foi trabalhar para outro sítio, mas era só um e continua a ser só um. Se alguém ficar doente, o 2:59 tem que parar, por isso é uma dificuldade, idealmente devíamos ter uma equipa, pelo menos com alguém para substituir e não temos.”

19) Por quantas pessoas é constituída a equipa de produção do 2:59?

“Atualmente é um coordenador editorial, que sou eu, há um realizador que posso não ser eu, há um coordenador de grafismo, ou seja, que desenha todo o grafismo, há o motion designer que só anima e grafismo e depois sonoriza e pronto e há sempre um jornalista, além de nós todos, há sempre um jornalista que escreve e que apresenta e às vezes o que escreve não é aquele que apresenta, porque há muitas pessoas que gostam de escrever, mas não gostam de aparecer, dar a cara.”

20) Qual é a sua função no 2:59?

“Sou a coordenadora editorial, acompanho tudo e dou ideias de temas. Hoje em dia já recebo muitas ideias, há jornalistas que vem ter comigo.”

O processo passa todo por si?

“Eu faço sempre, eu tenho aquela função, ponho-me sempre no lugar da pessoa que está em casa e vai abrir o vídeo e não sabe qual é o tema. Se eu não compreender o episódio é porque o episódio é mau, basicamente eu penso sempre na pessoa que está em casa. É esse o mesmo nível de pôr no lugar da pessoa. Se eu não sei nada sobre o Brexit eu tenho que compreender o 2:59, se não sei nada sobre macroeconomia eu tenho que perceber o 2:59, se não sei nada sobre os CTT tenho que perceber o 2:59. Por isso eu sou aquela pessoa que está sempre a chatear o jornalista. O jornalista muitas vezes é especializado naquela área a acha que toda a gente sabe tudo sobre aquilo, eu sou a chata que vai lá e diz, “Isto que escreveste aqui não se percebe ou não faz sentido” E basicamente a minha função é essa, muitas vezes pôr em causa, além de chatear pessoas para escreverem e trabalharem. É pôr também em causa aquilo que elas me apresentam, conhecendo a informação sobre determinada realidade.”

21) Acha que o jornalismo de dados será uma prática que vai permanecer?

“Sim, absolutamente.”

Anexo C- Tabela de categorias segundo o IPTC

Categorias	Total de vídeos	Porcentagem de vídeos
Economia, Negócios e Finanças	32	22,9
Estilo de Vida e Lazer	7	5,0
Educação	8	5,7
Política	18	12,9
Meio Ambiente	3	2,1
Desporto	5	3,6
Crime, Lei e Justiça	11	7,9
Sociedade	17	12,1
Trabalho	5	3,6
Saúde	15	10,7
Ciência e Tecnologia	2	1,4
Conflito, Guerra e Paz	7	5,0
Artes, Cultura, Entretenimento e Média	8	5,7
Desastre, Acidente e incidente de emergência	1	0,7
Clima	1	0,7
Total	140	100

Anexo D – Tabela com as formas como estão representados os dados

Categorias	Total	Porcentagem
Porcentagem	31	28,2
Valor absoluto	15	13,6
Unidades de medida	4	3,6
Gráficos	31	28,2
Valor monetário	29	26,4
Total	110	100