



Departamento de Sociologia

Jornalismo de Dados: Contributo para uma Caracterização do Estado da Arte em Portugal

Ana Isabel Pinto Martinho

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, no Ramo Internet e Comunicação em Rede.

Orientador:

Prof. Doutor Gustavo Cardoso, Professor Associado com Agregação do Departamento de Sociologia do ISCTE-IUL

Outubro 2013



Departamento de Sociologia

Jornalismo de Dados: Contributo para uma Caracterização do Estado da Arte em Portugal

Ana Isabel Pinto Martinho

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, no Ramo Internet e Comunicação em Rede.

Orientador:

Prof. Doutor Gustavo Cardoso, Professor Associado com Agregação do Departamento de Sociologia do ISCTE-IUL

Outubro 201

AGRADECIMENTOS

À Clara, que me inspira todos os dias.

Aos meus pais.

Ao Paulo, pela sua presença e apoio constantes.

Aos meus colegas de mestrado com quem partilhei momentos excepcionais, pela sua diversidade e pela sua singularidade. Em especial ao Miguel Crespo, à Vera Sousa e à Maria João Vicente, pelo apoio nas horas mais críticas.

Aos excepcionais professores que tive, em especial ao Professor Gustavo Cardoso, meu orientador. Por tudo o que me fizeram pôr em causa e por tudo o que me fizeram repensar.

Obrigada.

“At first glance, data journalism could be mistaken for being nothing new at all”.

Andrew Leimdorfer e Oliver Thereau, BBC

“Much of the value of the data work by news organizations is derived from the ‘sense making’; creating content and applications that make a complex world easier for people understand”.

Andrew Leimdorfer e Oliver Thereau, BBC

"Journalists need to be data-savvy. It used to be that you would get stories by chatting to people in bars, and it still might be that you'll do it that way some times (...) But now it's also going to be about poring over data and equipping yourself with the tools to analyze it and picking out what's interesting."

Tim Berners-Lee

RESUMO

O crescimento exponencial de dados, big data, em formato digital traz novas formas de expressão ao conceito de abertura de dados e de jornalismo. Cada vez mais os dois estão ligados e são potenciados pela utilização dos novos media.

De uma forma simplista, da combinação entre dados e jornalismo nasce o jornalismo de dados. A nível mundial ele marca presença nalguns dos mais reconhecidos meios internacionais, como é o caso do Guardian, do New York Times, da Folha de S.Paulo, entre outros órgãos de comunicação social pertencentes a grandes grupos de média.

Em Portugal, uma primeira observação mostra que esta prática jornalística ainda não faz parte do dia a dia das redacções.

Com esta dissertação pretende-se contribuir para uma caracterização do jornalismo de dados em Portugal, bem como para uma caracterização do que é o jornalismo de dados em si.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo de dados, dados abertos, big data, novos media, Portugal.

ABSTRACT

The exponential digital data growth, big data, brings new ways of expression to the open data and journalism concepts. The two of them are increasingly linked and enhanced by the use of new media.

In a simplistic way, data journalism is born from the combination of journalism and data. Globally speaking it is present in some of the most recognized international media, such as the Guardian, the New York Times, the Folha de S. Paulo, among other media outlets owned by large media groups.

In Portugal, a first observation shows that this journalistic practice is not yet part of the newsroom's routine.

With this work we intend to contribute to characterize data journalism in Portugal, as well as characterize data journalism itself.

PALAVRAS-CHAVE: data journalism, open data, big data, new media, Portugal.

ÍNDICE

1. Introdução.....	1
2. Contextualização.....	4
2.1. “Big Data”.....	4
2.2. O movimento de abertura de dados.....	6
2.3. Jornalismo e dados.....	9
3. O Jornalismo de dados.....	11
3.1. Breve historial.....	12
3.2. As principais correntes.....	17
3.3. Caracterização.....	19
3.4. «Novas competências»?.....	19
4. Jornalismo de dados em Portugal.....	23
4.1. Jornalismo de dados em estado embrionário.....	25
4.1.1. Abertura e disponibilização de dados.....	26
4.1.2. Novas competências para os jornalistas?.....	28
4.1.3. Tratamento de dados na actualidade.....	29
4.2. Dados em noite de eleições autárquicas.....	31
4.3. Algumas abordagens ao jornalismo de dados.....	34
4.3.1. “Doze anos de incêndios”.....	35
5. Considerações finais.....	41
6. Questões para investigação futura.....	44
7. Referências bibliográficas.....	45
8. Anexos.....	i
9. Currículo	vii

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS E QUADROS

Figura 1.1 – Gráfico: Crescimento do universo digital entre 2010 e 2020.....	4
Figura 1.2 – Gráfico: Dados “escondidos”.....	5
Figura 3.1 – Las Vegas Sun, “Do no Harm: Hospital care in Las Vegas”	15
Figura 3.2 – The Tribune, “Government Employee Salaries”.....	15
Figura 3.3 – Esquema jornalismo de dados como um processo	17
Figura 3.4 – Quadro: principais impedimentos para prática do jornalismo dados	20
Figura 3.5 – Quadro: Competências necessitadas.....	21
Figura 4.1 – Quadro: Órgãos de comunicação social escolhidos e a sua Caracterização.....	23
Figura 4.2 – Gráficos: Cargos respondentes e tipo de meios a que pertencem.....	24
Figura 4.3 – Gráfico: Quantidade de jornalistas nas redacções.....	24
Figura 4.4 – Gráfico: Frequência da escolha de matérias com base na análise de dados.....	25
Figura 4.5 – Gráfico: Meio mais adequado para produtos jornalismo de dados.....	27
Figura 4.6 – Gráfico: Suporte mais adequado para produtos jornalismo de dados.....	28
Figura 4.7 – Página oficial das eleições e página do Correio da Manhã dedicada às Autárquicas.....	32
Figura 4.8 – Páginas dedicadas às Autárquicas, dos quatro órgãos de comunicação social do grupo Cofina.....	33
Figura 4.9 – Página de acompanhamento das Autárquicas do Semanário Sol.....	34
Figura 4.10 – Homepage do trabalho “Doze anos de incêndios”, Público.....	37
Figura 4.11 – Menu principal do trabalho “Doze anos de incêndios”, Público.....	37
Figura 4.12 – Página dedicada à floresta, com gráfico interactivo.....	38
Figura 4.13 – Página da galeria interactiva das espécies de árvores.....	38
Figura 4.14 – Página dos gráficos interactivos com índice de risco de	

incêndio para 2013.....39

INTRODUÇÃO

A proliferação do volume de dados e as políticas de abertura de dados em formatos e suportes digitais estão a trazer mudanças significativas em várias áreas e o jornalismo não foge a esta tendência.

O jornalismo de dados tem vindo a ocupar cada vez mais espaço na esfera do jornalismo. A nível internacional: multiplica-se o debate sobre a temática em fóruns de discussão sobre o jornalismo; algumas escolas de jornalismo prestigiadas começam a apresentar cursos dedicados ao jornalismo de dados; e são já muitos os exemplos de trabalhos com jornalismo de dados, uns feitos por órgãos de comunicação social de referência, como o Guardian, a BBC, ou o New York Times, outros por órgãos menos conhecidos e que não pertencem a grande grupos de média, como é o caso da ProPublica.

O objectivo deste trabalho é contribuir para uma caracterização do jornalismo de dados em Portugal, procurando compreender se nos órgãos de comunicação social portugueses se faz este tipo de jornalismo, como ele é feito, como são os produtos jornalísticos fruto deste trabalho, de que forma os responsáveis editoriais olham para a abertura e disponibilização de dados, se são reconhecidas competências diferentes das habituais para o exercício do jornalismo de dados e se elas são valorizadas nos jornalistas.

Para tal foi enviado um questionário¹ aos responsáveis editoriais de dezassete órgãos de comunicação social², tendo sido obtidas nove respostas. Da sua análise qualitativa aferiu-se que a maioria dos responsáveis reconhece a importância do jornalismo de dados, no entanto admite que nas suas redacções não são muitos os jornalistas com competências para levar a cabo este tipo de trabalhos. No que toca a disponibilização de dados a opinião geral é a de que no sector público os dados deveriam ser mais abertos e que muitas vezes não têm acesso a dados importantes, nomeadamente nas áreas das saúde, da justiça, finanças, financiamento partidário. Da análise dos questionário emergem pistas que mostram que o jornalismo de dados praticado é ainda bastante redutor. Por exemplo, o texto simples é apresentado como o produto jornalístico mais utilizado para apresentar peças jornalísticas que têm por base a análise de dados, enquanto o meio apontado como o mais adequado para a publicação deste tipo de trabalhos é a imprensa em papel.

Com o objectivo de perceber a abordagem dos órgãos de comunicação social nacionais ao jornalismo de dados, foi também realizada uma análise qualitativa aos

¹ Por correio electrónico, com posterior acompanhamento telefónico.

² Ver método de escolha e quadro com órgãos de comunicação no capítulo IV.

trabalhos realizados, online, na noite das Eleições Autárquicas de 29 de Setembro, pelos órgãos de comunicação social escolhidos para análise³. Através desse trabalho foi possível ver que a abordagem foi muito semelhante de órgão para órgão, havendo pelo menos um deles que pode ser dado como exemplo de um má prática quando falamos em jornalismo de dados. No entanto os restante cumpriram com os padrões mínimos exigidos a um produto de jornalismo de dados.

No próximo capítulo faz-se uma contextualização geral do panorama dos dados, apresentando alguns conceitos base que acabam também por ser fundamentais para compreender o jornalismo de dados. São indissociáveis desta prática o crescimento exponencial da quantidade de dados gerada em todo o mundo⁴, bem como o movimento de abertura de dados. Neste capítulo é também estabelecida a relação entre jornalismo e dados.

O capítulo 3 é dedicado à discussão sobre o que é jornalismo de dados. Inicialmente é apresentado um breve historial do jornalismo de dados, com objectivo de contextualizar origem das suas definições. Aqui são também discutidos os conceitos de *database journalism* e *data-driven journalism*, dois dos conceitos que emergem do espectro do jornalismo de dados, estabelecendo as diferenças e semelhanças entre os dois. Neste capítulo é também esclarecido o relacionamento entre o jornalismo de dados e outros tipos de jornalismo, como o jornalismo de investigação, o jornalismo de precisão ou o jornalismo de profundidade.

A análise da realidade portuguesa é feita ao longo do capítulo 4. Primeiro são analisados os resultados do questionário enviado a responsáveis editoriais de órgãos de comunicação social portugueses. Para, em seguida, acompanhar a forma como alguns de órgãos comunicação social portugueses trabalharam e apresentaram os dados, na noite das eleições Autárquicas de 29 de Setembro.

Para terminar são analisadas algumas abordagens ao jornalismo de dados realizadas pelo jornal Público, aprofundado com maior detalhe uma em particular: “Doze anos de incêndios”⁵.

No final do trabalho espera-se contribuir para compreender melhor o espectro do jornalismo de dados e como se caracterizam a sua prática e alguns dos seus produtos. Contribuindo para a resposta às seguintes questões: até que ponto o jornalismo de dados está presente nas redacções destes meios de comunicação social; quais as maiores dificuldades sentidas, nesta área, pelos responsáveis; qual a importância do

³ Ver método de escolha e quadro com órgãos de comunicação no capítulo IV

⁴ A IDC estima que entre 2005 e 2020 ela aumente de 130 exabytes para 40 mil exabytes (Gantz e Reinsel, dezembro, 2012)

⁵ <http://publico.pt/floresta-em-perigo/doze-anos-de-incendios>

acesso aos dados; terão os jornalistas das redações as competências necessárias para a prática deste tipo de jornalismo; de que forma as tecnologias de informação e comunicação vieram trazer mudanças no jornalismo e, sobretudo, na forma como são tratados os dados.

2.Contextualização

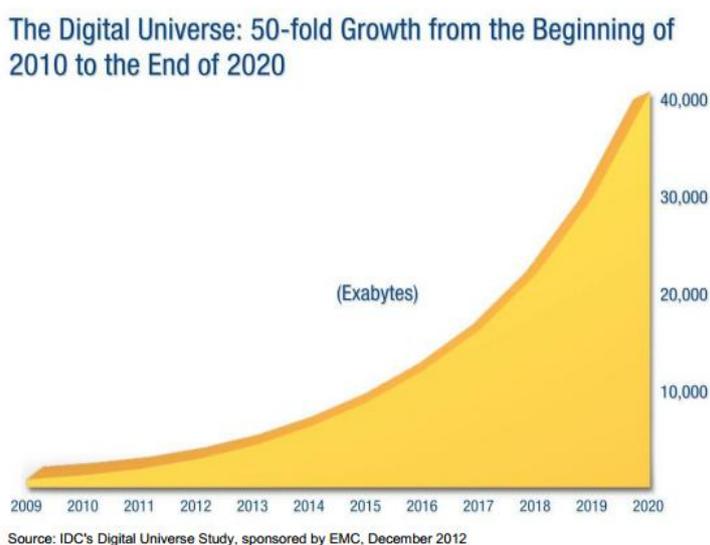
2.1 Big Data

A 27 de Fevereiro de 2010 «The Economist» fazia uma capa com o título “Dilúvio de Dados”⁶. A capa tentava representar a massiva quantidade de dados existente, a nível mundial, e a sua transformação em informação «ininteligível». Num dossier especial, a conceituada publicação abordava as principais questões ligadas ao grande crescimento do volume de dados, ao seu armazenamento e às tecnologias utilizadas.

A corroborar este crescimento, a IDC estima⁷ que entre 2005 e 2020 este universo digital cresça dos 130 exabytes para os 40 mil exabytes de dados produzidos (Figura 1.1) . O que segundo a analista de mercado representa a produção de mais de 5200 gigabytes por cada criança, homem ou mulher, em 2020⁸.

Tendo em conta estes números, é avançado que entre 2012 e 2020, o universo digital duplicará de dois em dois anos.

Figura 1.1 – Crescimento do universo digital entre 2010 e 2020



O estudo, apresentado em Dezembro de 2012, mostra que 68% da informação contida no universo digital é criada pelos consumidores através de actividades como, por exemplo, a interacção com as redes sociais online, ver televisão digital ou o envio e recepção de imagens e vídeos produzidos por câmaras de telemóvel.

⁶ Data Deluge, no original. Ver Anexo A.

⁷ THE DIGITAL UNIVERSE IN 2020: Big Data, Bigger Digital Shadows, and Biggest Growth in the Far East (Dezembro, 2012)

⁸ Quadro “Data Inflation”. Ver Anexo B

Estamos no espectro do que é apelidado de Big Data que, na definição de Edd Dumbill⁹ (2012), especialista da O'Reilly, se traduz em quantidades imensas de dados que excedem a capacidade de processamento dos sistemas convencionais de bases de dados. "The data is too big, moves too fast, or doesn't fit the structures of your database architectures. To gain value from this data, you must choose an alternative way to process it" (Dumbill, 2012).

Apesar das enormes quantidades de dados, uma das conclusões do estudo, da IDC¹⁰, aponta para o facto de nem toda esta informação ter potencial para ser analisada e, conseqüentemente, para criar valor. Mas mesmo assim, dentro da informação com este potencial, apenas uma ínfima parte foi efectivamente explorada.

De acordo com as estimativas da IDC, em 2012, 23% deste universo digital conterà informação que, ao ser classificada e analisada, se tornará válida para os mais diversos usos (Figura 1.2). Em 2020 esse valor chegará aos 30%.

Figura 1.2 – Dados “escondidos”



De salientar que, apesar do seu potencial, apenas 3% destes dados estão classificados, e só 0,5% são analisados (Figura 1.2). Este «Big Data Gap», como é apelidado pela IDC, traz uma boa e uma má notícia, segundo as conclusões do estudo. Por um lado, a transformação destes dados em informação inteligível e utilizável implica um investimento significativo. Mas por outro, à medida que o universo digital se expande, também aumenta a quantidade de dados úteis.

O relatório "Trends in the Telecommunication Reform"¹¹, da International Telecommunication Union (ITU), analisa esta tendência sob outra perspectiva, a do crescimento do tráfego IP. E mostra que o tráfego aumentou de cerca de 1 petabyte, há 20 anos, para 44 mil petabytes (44 exabytes), no final de 2012. Para ficarmos com

⁹ <http://strata.oreilly.com/2012/01/what-is-big-data.html>

¹⁰ THE DIGITAL UNIVERSE IN 2020: Big Data, Bigger Digital Shadows, and Biggest Grow in the Far East (Dezembro, 2012)

¹¹ http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/reg/D-REG-TTR.14-2013-SUM-PDF-E.pdf
http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2013/14.aspx#.UI0YN1Drxws (comunicado de imprensa)

uma ideia do que representam estes números, no sumário do relatório é explicado que essa quantidade de dados demoraria 1100 anos a ser descarregada, através de uma ligação de banda larga, ou mais de 200 mil anos através de uma ligação *dial-up*. Só para 2013 é projectado um crescimento de cerca de 14 exabytes, por mês, o que equivale a duas vezes o tráfego total entre 1994 e 2003.

Estes números vêm mostrar a quantidade significativa de dados que é produzida, em todo o mundo, e como ela vai continuar a crescer. Pondo a tónica no facto de nem todos estes dados serem utilizáveis, e de que a percentagem dos utilizáveis está longe de ser devidamente explorada, neste momento.

As grandes quantidades de dados trazem desafios a várias áreas. Questões relacionadas com a privacidade, com a “net neutrality”, com a propriedade dos dados, com a forma como os dados são extraídos, com as tecnologias utilizadas para o seu melhor aproveitamento, com a sua utilização na investigação científica, entre outras.

Especialistas em história da ciência, como é o caso do grupo de estudo da história do Big Data, do Max Plank Institute for the History of Science, realçam o que alguns observadores sugerem: o Big Data introduziu uma nova epistemologia da ciência, “na qual as fases da recolha de dados e da produção de conhecimento são mais explicitamente separadas do que eram até agora”¹².

A recente história do Big Data ainda deixa muita coisa em aberto. Citando o texto de abertura do dossiê do “Economist” sobre Big Data: “(...), the process of learning to cope with the data deluge, and working out how best to tap it, has only just begun»¹³.

2.2 O movimento de abertura de dados

Um dos grandes desafios colocados pelo aumento e proliferação de dados digitais é o acesso aos dados. Muitos deles não estão acessíveis por várias razões: porque pertencem a empresas do sector privado; porque são detidos por entidades do sector público; ou porque estão em formatos que não permitem o acesso e tratamento dos dados, de forma a criar valor.

O potencial de utilização dos dados existentes em suportes digitais é muito grande, mas só pode ser cumprido se o acesso a esses dados for facilitado. O seja, se eles forem disponibilizados. Conceitos como dados abertos e *open government* assumem um papel cada vez mais determinante.

¹² “Working Group: historicizing Big Data” - http://www.mpiwg-berlin.mpg.de/en/research/projects/DeptII_Aronova_Oertzen_Sepkoski_Historicizing

¹³ The Economist <http://www.economist.com/node/15579717>

A abertura de dados é um assunto discutido um pouco por todo o mundo. Organizações como a Open Knowledge Foundation¹⁴ procuram criar padrões sobre a abertura de dados, a nível mundial.

Segundo o “Open Data Handbook”¹⁵, a definição de dados abertos assenta sobre três requisitos:

- “Disponibilidade e Acesso: os dados devem estar disponíveis como um todo e sob custo não maior que um custo razoável de reprodução, preferencialmente possíveis de serem baixados pela internet. Os dados devem também estar disponíveis de uma forma conveniente e modificável.

- Reutilização e Redistribuição: os dados devem ser fornecidos sob termos que permitam a reutilização e a redistribuição, inclusive a combinação com outros conjuntos de dados.

- Participação Universal: todos devem ser capazes de usar, reutilizar e redistribuir - não deve haver discriminação contra áreas de atuação ou contra pessoas ou grupos. Por exemplo, restrições de uso ‘não-comercial’ que impediriam o uso ‘comercial’, ou restrições de uso para certos fins (ex.: somente educativos) excluem determinados dados do conceito de ‘abertos’.”
(Open Data Handbook)

Só cumprindo estes requisitos é que os dados podem considerar-se abertos, passando a ser disponibilizados em formatos que permitem a sua reutilização, retirando daí valor.

Parte do potencial económico da área dos dados só é concretizável caso eles sejam disponibilizados em formatos abertos. A Comissão Europeia, na sua Agenda Digital fala do potencial económico da abertura de dados do sector público¹⁶. “Public data has significant potential for re-use in new products and services. Overall economic gains from opening up this resource could amount to € 40 billion a year in the EU” (Agenda Digital Europeia).

Mas fala também do contributo das políticas de abertura de dados para o “aumento da participação dos cidadãos na vida política e social, contribuindo também para a transparência dos Governos”¹⁷.

Daí a ligação entre as políticas de abertura de dados e as políticas de abertura dos Governos¹⁸. «Open government has become an important term underlining the

¹⁴Organização sem fins lucrativos que se dedica à promoção dos dados abertos e conteúdos abertos em todos os seus formatos, incluindo dados governamentais, pesquisa financiada com dinheiros públicos e conteúdos culturais de domínio público - <http://okfn.org/>

¹⁵http://opendatahandbook.org/pt_BR/

¹⁶<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/open-data-0>

¹⁷<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/open-data-0>

significance of public access to governmental data and information, and the transparency of governmental actions»¹⁹ (Sirkkunen, 2011, p.3).

Ao abrigo destas políticas de “Governo Aberto”, nasceram algumas iniciativas dedicadas exclusivamente à partilha de dados. Nomeadamente a criação de portais de dados, que disponibilizam “datasets”²⁰ com informação produzida, detida, recolhida ou paga pelas entidades públicas. Como por exemplo, informação geográfica, estatísticas, dados sobre meteorologia, ou dados de projectos financiados por dinheiros públicos.

Em Maio de 2009, com o lançamento do data.gov²¹, os Estados Unidos da América tornaram-se o primeiro país a disponibilizar um portal de dados abertos²². Um mês após o lançamento nos EUA, o Reino Unido lançou o data.gov.uk²³, um portal com a mesma lógica do portal norte-americano, apadrinhado por Tim Berners-Lee.

Ambos os portais assentam em dois denominadores comuns: a disponibilização de “datasets” de um grande número de áreas do sector público; um espaço aberto à sociedade civil, onde os interessados podem construir mashups/aplicações que valorizem a informação, disponibilizando-a de forma mais inteligível.

Estes dois portais são, ainda hoje, inspiração para muitos outros países quando é equacionada a aposta em portais de dados.

Portugal não foge à tendência. Lançado em finais de Novembro de 2011, o portal dados.gov.pt²⁴ “tem como função publicar e agregar a informação produzida pela Administração Pública em formatos abertos que possam ser lidos e reutilizados por qualquer cidadão”²⁵. Mas apesar de estar prestes a cumprir dois anos, a quantidade e qualidade de dados disponibilizados não permite grande reutilização, tendo o portal ainda o “selo” de versão beta.

A Comissão Europeia, seguindo a sua política de abertura de dados, lançou oficialmente²⁶ o seu portal de dados abertos apenas em Fevereiro de 2013. A pretensão de o transformar num ponto único de acesso aos dados com origem nos diferentes departamentos da Comissão Europeia, que normalmente estão disponíveis em vários portais, é o seu principal objectivo.

¹⁸ “Open Government”

¹⁹ Trends in data journalism, Sirkkunen, Esa - 2011

²⁰ Datasets - Conjuntos de dados estruturados em formatos acessíveis, editáveis e reutilizáveis, como por exemplo .csv, .xls, etc.

²¹ <http://www.data.gov>

²² No caso dos EUA, o portal é uma iniciativa do Governo Federal, dando acesso portanto a dados do Governo Federal.

²³ <http://data.gov.uk/>

²⁴ <http://www.dados.gov.pt/>

²⁵ <http://www.dados.gov.pt/PT/Info/SobreNos.aspx>

²⁶ Embora ainda com o selo de versão Beta (experimental)

Apesar dos diferentes estados de evolução, de país para país, esta é uma tendência que se faz sentir a nível internacional, com iniciativas como a Open Government Partnership²⁷, que congrega 60 países, a darem o mote para a abertura dos Governos e consequentemente dos seus dados. Portugal ainda não faz parte desta iniciativa.

No entanto, este movimento de abertura e partilha de dados não se resume aos Governos. Há empresas, entidades e instituições não governamentais a apostar nesta área, disponibilizando datasets sobre os mais variados assuntos. Uma vez o trabalho é realizado em parceria com o sector público, outras não.

Pode citar-se como exemplo o trabalho realizado pelo World Bank²⁸, que possibilita o acesso a dados abertos sobre o desenvolvimento em países de todo o mundo. Ou o projecto da Open Knowledge Foundation, com o portal publicdata.eu²⁹, que possibilita o acesso aberto a datasets de entidades públicas locais, regionais e europeias. Ou ainda iniciativas do mundo empresarial como é o caso da Google, com o Google Public Data, um agregador onde podem ser encontrados dados provenientes de entidades públicas.

Todos estes exemplos³⁰, tenham eles origem no sector público ou no sector privado, têm marcado os últimos cinco anos, sendo portanto uma tendência muito recente.

2.3 Jornalismo e dados

O crescimento exponencial dos dados em formato digital (Big Data), a tendência de abertura de dados e a evolução tecnológica trazem mudanças a vários sectores. O jornalismo é um deles.

Exemplos como o da WikiLeaks vieram levantar questões sobre o tratamento de grandes quantidades de dados. E alguns deles têm servido para continuar a legitimar o papel dos jornalistas na actualidade.

“With the barrage of information released by WikiLeaks two years ago, one of the interesting things to notice was that only a small proportion of general public accessed WikiLeaks directly. This demonstrated that providing a population with all the raw data they could wish for is not necessarily the most effective way of informing a population” (Stolte, 2012).

²⁷ <http://www.opengovpartnership.org>

²⁸ <http://data.worldbank.org/>

²⁹ <http://publicdata.eu>

³⁰ Tabela com exemplos de sites nacionais e internacionais coligida durante 2012 e 2013. Ver anexo C.

O facto de estarem disponíveis grandes quantidades de dados crús não significa que o público em geral consiga descodificá-los. E esta é uma das razões pelas quais faz sentido o trabalho jornalístico sobre os dados.

“Working with data is like stepping into vast, unknown territory. At first look, raw data is puzzling to the eyes and to the mind. Data as such is unwieldy. It is quite hard to shape it correctly for visualization. It needs experienced journalists, who have the stamina to look at often confusing, often boring raw data and ‘see’ the hidden stories in there” (Lorenz, 2012³¹)

Alguma da literatura sobre jornalismo de dados faz uma ligação directa entre a disponibilização, abertura de dados e as políticas de abertura de dados e a menor ou maior prática de jornalismo de dados.

Muitos dos trabalhos sobre o jornalismo de dados fazem uma ligação directa e constante à necessidade de dados abertos, como factor determinante para o crescimento do jornalismo de dados. Parece claro que quanto maior for o volume e a qualidade dos dados disponíveis maior será o potencial de desenvolvimento do jornalismo de dados.

No entanto, existem algumas dúvidas no que respeita à disponibilização de dados pelo sector público, sobretudo quanto à qualidade e interesse jornalístico dos “datasets” disponibilizados.

“Even though there is a growing phenomenon of federal and local governance opening up data sets, news organizations have yet to use them very actively, because they often don’t contain newsworthy content, and therefore not of value to journalistic work” (Aitamurto, 2011, pp.10)

Mas será que os jornalistas devem “estar à espera” dos dados disponibilizados ou têm legitimidade para procurar e transformar dados que não são abertamente disponibilizados? Toda a informação com “interesse público”³² estará contida em conjuntos de dados abertos? Ou haverá informação “escondida” que caberá aos jornalista descortinar?

Autores como Sandra Crucianelli defendem que mesmo quando os governos não disponibilizam os dados podem ser os meios de comunicação social a fazer esse trabalho. Crucianelli cita o exemplo do trabalho feito pelo jornal argentino “La Nación”³³ que trabalha também em prol da abertura de dados, oferecendo aos seus leitores o acesso a dados que, sendo públicos, estão indisponíveis ou apenas podem ser consultados em formas não inteligíveis.

³¹ http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/introduction_1.html

³² Um conceito muito discutido, mas que não cabe neste trabalho a sua discussão.

³³ <http://blogs.lanacion.com.ar/data/category/datos-abiertos/>

“En países donde no existen leyes de acceso a la información pública, donde estas no funcionan como debrían, donde en los sitios web del gobierno hay algunos datos, pero otros no, o están ocultos bajo distintas capas de información ó donde los formatos para mostrar los datos via web no son accesibles: ver un dato en pantalla no es lo mismo que acceder al mismo. (...) En estas circunstancias medios y organizaciones pueden dedicar-se a la búsqueda, extracción y apertura de daos públicos, tal como LN hace a través de su catálogo de datos.” (Crucianelli, 2013)³⁴

Os jornalistas não devem ir buscar a informação que importa, independentemente se ela está ou não disponível através da abertura de dados?

Haverá uma questão deontológica subjacente às formas como se consegue a informação, agora aplicada aos conjuntos de dados?

Será legítimo entrar numa base de dados que não está «aberta» e retirar daí dados para divulgá-los, se isso for de interesse público? Qual o lugar para o binómio jornalista/hacker?

Os jornalistas de dados serão uma nova categoria dentro dos jornalistas de investigação? A sua diferenciação estará no domínio de competências como a análise de grandes volumes de dados, a aplicação de técnicas de visualização e a criação de aplicações informativas?

São muitas as questões encontradas e para as quais é complexo encontrar respostas. Neste trabalho pretende-se responder a algumas, tendo por base uma primeira análise ao que se passa em Portugal. Muitas ficaram por responder, mas ficam anotadas, dada a sua importância.

3. O jornalismo de dados

Tim Berners-Lee falava, em novembro de 2010, durante o lançamento de um novo conjunto de “datasets”, no portal de dados abertos³⁵ do Reino Unido, quando foi interpelado com a questão: “(...) who will analyze them once the geeks have moved on. What’s the point? Who’s really going to hold government, or anyone else, accountable?”³⁶.

A resposta não tardou:

"The responsibility needs to be with the press," respondeu Berners-Lee. "Journalists need to be data-savvy. It used to be that you would get stories by chatting to people in bars, and it still might be that you'll do it that way some times". "But now it's also going to be about poring over data and equipping yourself with the tools to analyze it and picking

³⁴ Aulas do MOOC, Periodismo de dados, do Knigh Center for Journalism (2013)

³⁵ <http://data.gov.uk/>

³⁶ <http://www.theguardian.com/media/2010/nov/22/data-analysis-tim-berners-lee>

out what's interesting. And keeping it in perspective, helping people out by really seeing where it all fits together, and what's going on in the country." , concluiu.³⁷

Nos últimos anos, a *buzz word* “jornalismo de dados” tem invadido grupos de discussão sobre jornalismo, centros de análise da prática jornalística e algumas redacções.

Um sintoma visível são os espaços e blogues que jornais como o Guardian³⁸, o New York Times, o El País³⁹, o Estadão⁴⁰ ou o Folha de São Paulo⁴¹, têm dedicado exclusivamente a matérias baseadas em dados e à discussão sobre jornalismo de dados.

As dúvidas sobre o jornalismo de dados ainda são muitas, a começar pela sua definição que se multiplica em formas e fórmulas diferentes, embora todas elas com alguns denominadores comuns.

Para compreender um pouco melhor este enquadramento convém olhar para as origens do chamado jornalismo de dados e para aquelas que poderão ser as suas definições. E paralelamente perceber que desafios traz aos jornalistas e ao trabalho jornalístico em si. Esta é a proposta para este capítulo.

3.1 Breve historial

No texto “Data journalism in perspective”⁴², Liliana Bounegru aponta 1821 como a data do primeiro exemplo de jornalismo de dados no “Guardian”. “It is a leaked table of schools in Manchester listing the number of students who attended it and the costs per school. According to Rogers this helped to show for the time the real number of students receiving free education, which was much higher than what official numbers showed.” (Bounegru, 2012)

A utilização de dados pelos jornalistas não é novidade. Os jornalistas sempre trabalharam com dados e tecnologia. Os factos são dados de uma forma ou outra, e os factos são a base de qualquer história que se apresente como trabalho jornalístico (Lorenz, 2010).

No início dos anos 70, no seu livro “Precision Journalism”⁴³, Philip Meyer fazia a apologia da aplicação dos métodos de investigação das ciências sociais ao trabalho

³⁷ <http://www.theguardian.com/media/2010/nov/22/data-analysis-tim-berners-lee>

³⁸ <http://www.theguardian.com/news/datablog>

³⁹ http://elpais.com/tag/bases_datos/a/

⁴⁰ <http://blog.estadaodados.com/>

⁴¹ <http://folhaspdados.blogfolha.uol.com.br/>

⁴² http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/introduction_4.html

⁴³ Esta é a denominação da primeira edição do Livro de Meyer, lançada em 1973.

jornalístico. No “The New Precision Journalism”⁴⁴, uma edição revista e aumentada do primeiro livro, Meyer defende que através destes métodos os jornalistas podem analisar e comparar dados com maior facilidade, tendo por base um conjunto de regras que sistematizam a sua investigação. Meyer fala de duas fases essenciais no trabalho de dados: 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” (Meyer, 1991).

Recentemente Meyer, citado por Bounegru (2012⁴⁵), põe mais a tónica na parte da análise e processamento dos dados: “When information was scarce, most of our efforts were devoted to hunting and gathering. Now the information is abundant, processing is more important”. Esta perspectiva vem marcar uma das grandes diferenças entre o que se passava no início dos anos 70 e actualidade: a maior disponibilidade e facilidade de acesso aos dados. Se, por um lado, há mais dados disponíveis em formatos mais fáceis de trabalhar, também há um grande volume de dados ainda por disponibilizar⁴⁶.

O texto “A fundamental way newspaper sites need to change”⁴⁷(2006), de Adrian Holovaty, faz uma das primeiras formulações daquilo que hoje apelidamos de jornalismo de dados. “He argues that journalists should publish structured, machine-readable data, alongside the traditional ‘big blob of text’” (Bounegru, 2012).

Falamos então de 2006, já entrados no novo milénio. E é precisamente em 2006 que nasce um projecto que vem trazer uma maior projecção ao jornalismo de dados, a WikiLeaks. Embora o seu impacto só se tenha começado a fazer sentir em 2010, após a disponibilização dos chamados “Iraq War logs”⁴⁸, em concertação com alguns grandes grupos de média. Ou seja, só a partir do momento em que a informação “crua” da WikiLeaks foi “escrutinada” e tratada por jornalistas é que se tornou relevante mediaticamente.

A WikiLeaks acaba por ser o catalisador de muitas das discussões que se tornaram fulcrais para o jornalismo de dados. Questões como: que órgãos de comunicação social tinham jornalistas com competências para analisar aquele tipo e quantidade de dados?; qual a legitimidade das fontes?; que tipo de dados podem ser revelados?, etc.

O New York Times lança, em 2007 um trabalho que também ficaria na história do jornalismo de dados: “Fixing DC’s Schools”⁴⁹. Como é explicado no jornal: “In 2007, The Washington Post and Washingtonpost.com dispatched more than a dozen print and audio reporters, database analysts, videographers and photographers to investigate what was

⁴⁴ Meyer relançou o livro com o nome “The new precision journalis”, a citação é do livro de 1991, disponibilizada online.

⁴⁵ Primeiro capítulo do “Data Journalism Handbook”, sem página.

⁴⁶ Ver capítulo anterior no ponto 2.2.

⁴⁷ <http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>

⁴⁸ Um conjunto de mais 400 mil documentos sobre a guerra do Iraque.

⁴⁹ <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/metro/interactives/dcschools/#fullseries>

wrong with the school system in the nation's capital. The team spent months uncovering the true condition of the school system and its programs, identifying the huge obstacles to change that had defeated reforms and reformers in the past”.

Em 2009, o St.Petersbrug Times⁵⁰, ganhava o prémio Pulitzer pelo seu trabalho “PolitiFact”⁵¹, uma iniciativa de *fact-checking* que, durante a campanha presidencial de 2008, mostrava se os políticos eram ou não verdadeiros nas suas afirmações, através da análise dos seus discursos. Este trabalho deu ao jornalismo de dados a força e o reconhecimento de um Pulitzer.

No Data Journalism Handbook⁵² são citados mais alguns bons exemplos que vão ao encontro dos anseios de Holovaty (2006): a publicação de dados crús a par do trabalho jornalístico em texto ou outros formatos.

Dois desses exemplos, lançados em 2010 por jornais norte-americanos, são muito interessantes do ponto de vista do jornalismo de dados: o projecto “Do no harm – Hospital Care in Las Vegas”⁵³, do Las Vegas Sun; e o projecto “Government Employee Salary Database”⁵⁴, do Texas Tribune.

Segundo o Data Journalism Handbook, para realizar o trabalho “Do no harm – Hospital Care in Las Vegas”, os jornalistas do Las Vegas Sun tiveram de fazer um pedido de “dados públicos”⁵⁵ para aceder aos dados de todos os hospitais do estado do Nevada.

O trabalho realizado é muito exaustivo e pressupôs a análise de mais de 2.9 milhões de registos de facturação, que acabaram por revelar mais de 3600 casos de lesões, infecções e erros cirúrgicos que poderiam ter sido evitados. “The journalists involved worked very hard to acquire and clean up the data. One of the journalists, Alex Richards, sent data back to hospitals and to the state at least a dozen times to get mistakes corrected”, explica Angélica Ramos Peralta, do jornal argentino La Nación⁵⁶.

O trabalho teve inclusive reflexo na legislação do estado do Nevada, uma vez que originou seis novas leis.

Um dos pontos a salientar no trabalho é que esta foi uma das primeiras vezes em que os dados originais foram disponibilizados para poderem ser consultados pelos leitores (Figura 3.1)

⁵⁰ Hoje denominado “Tampa Bay Times”

⁵¹ <http://www.politifact.com/>

⁵² Um documento marcante na história do jornalismo de dados, (ver mais adiante neste capítulo)
http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/introduction_3.html

⁵³ <http://www.lasvegassun.com/hospital-care/>

⁵⁴ <http://www.texastribune.org/library/data/government-employee-salaries/>

⁵⁵ Nos EUA é possível fazer “pedidos de dados públicos” quando os dados públicos não estão disponíveis.

⁵⁶ Data Journalism Handbook - http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/introduction_3.html

Figura 3.1 – Homepage do trabalho “Do no harm”

Fonte: <http://www.lasvegassun.com/hospital-care/>

No caso do trabalho do Texas Tribune, “Government Employee Salary Database” (Figura 3.2), foi construída uma base de dados com os salários de 660 mil funcionários públicos, de forma a que os leitores pudessem pesquisar os dados, criando os seus padrões de leitura.

A base de dados permite pesquisar por nome, salário ou agência do governo. Neste caso, a novidade é a apresentação da informação num formato pouco habitual em jornalismo. Não há texto escrito pelo jornalista, é apresentada uma base de dados consultável e os leitores também podem descarregar uma folha de cálculo com os dados.

Figura 3.2 – Homepage do trabalho “Government Employee Salaries”

Fonte: <http://www.texastribune.org/library/data/government-employee-salaries/>

Outro marco importante de 2010 é a realização, a 24 de Agosto, da primeira mesa-redonda europeia sobre jornalismo de dados, intitulada: “Data-driven Journalism: What is there to learn?”. Organizada pela Universidade de Amsterdão e pelo European Journalism Centre (EJC), produziu um dos primeiros documentos em torno de uma discussão sistematizada sobre jornalismo de dados. O documento, com o mesmo nome da mesa-redonda, dá conta das intervenções no evento e contém alguns elementos chave para compreender o quadro e as expectativas face ao jornalismo de dados, em 2010.

Em 2012, o European Journalism Centre (EJC) e a Open Knowledge Foundation, lançam o “Data Journalism Handbook”⁵⁷, um “manual” colaborativo sobre jornalismo de dados, que traz alguma luz sobre o que é o jornalismo de dados e apresenta o “estado da arte” um pouco por todo o mundo, com destaque para os Estados Unidos da América, parte da Europa e América do Sul. O European Journalism Center (EJC), reconhecendo a importância do jornalismo de dados, dedica-lhe área de investigação, sendo também responsável pelo site “Data Driven Journalism”.⁵⁸

Como veremos adiante⁵⁹, a proliferação de cursos, workshops e a consciencialização da necessidade de formação nesta área, mostram a importância que o jornalismo de dados está a tomar no panorama jornalístico internacional.

Outro indicador da importância que o tema está a assumir é o número, planeado pela publicação “Digital Journalism”⁶⁰ para junho de 2014, sobre «Journalism in the era of big data».

Estas movimentações e acontecimentos fornecem-nos pistas acerca do “estado da arte” do jornalismo de dados. Apesar de, ainda, não estar no topo da agenda do jornalismo, há já focos muito importantes onde o jornalismo de dados é desenvolvido e pensado.

Será, então, o jornalismo de dados algo de novo? Para Bounegru (2012), esta discussão não é importante, embora ela perpassa uma boa parte da literatura sobre jornalismo de dados. “Rather than debating whether data journalism is completely novel, a more fruitful position would be to consider it part of a longer tradition, but responding to new circumstances and conditions” (Bounegru, 2012).

⁵⁷ <http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/>

⁵⁸ <http://datadrivenjournalism.net/>

⁵⁹ Ponto 4 deste capítulo.

⁶⁰ Uma publicação científica da Routledge, Taylor & Francis

3.2 – As principais correntes

Duas nomenclaturas aparecem recorrentemente quando se discute o que é jornalismo de dados: “database journalism” e “data-driven journalism”. Alguns autores distinguem-nos, apontando o primeiro como o jornalismo centrado nos dados, por oposição ao segundo que utiliza dados para “chegar” a histórias e enriquecê-las.

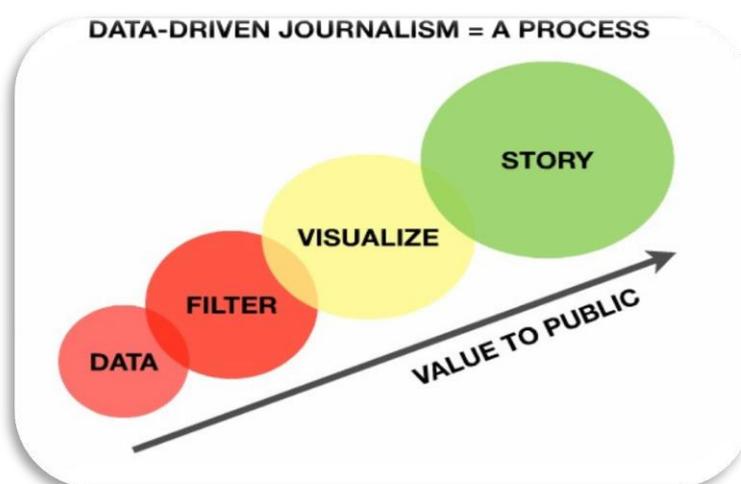
Holovaty (2006) defende: “Newspapers need to stop the story-centric worldview. Conditioned by decades of an established style of journalism, newspaper journalists tend to see their primary role thusly: Collect information; Write a newspaper story. The problem here is that, for many types of news and information, newspaper stories don't cut it anymore”.⁶¹

Por oposição, Lorenz (2012) afirma: “data-driven journalism can be defined as a workflow, where data is the basis for analysis, visualization and – most importantly – storytelling”. Esta definição de Lorenz traz, por vezes, alguma confusão com outro tipo de jornalismo, nascido nos anos 90, e já com bastante trabalho feito, sobretudo nos Estados Unidos da América, o Computer Assisted Reporting (CAR)⁶².

Uma diferença entre estas duas formas de pensar o jornalismo de dados está no foco. O “database journalism” põe as bases de dados no centro do trabalho, como ferramenta essencial para disponibilizar produtos em formatos que tradicionalmente não estão ligados às práticas jornalísticas. Por exemplo, simuladores com actualizações em tempo real, filtros de dados dinâmicos, etc.

Enquanto o “data-driven journalism” põe o foco nas histórias jornalísticas, assumido-se como um processo que usa os dados numéricos, ou bases de dados, para chegar ao produto jornalístico final.

Figura 3.3 – Esquema Jornalismo de Dados como um Processo



Fonte: Lorenz, 2012.

⁶¹ <http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>

⁶² Ver adiante, neste capítulo.

Mas o jornalismo de dados está indiscutivelmente ligado a práticas jornalísticas como o jornalismo de investigação, o jornalismo de precisão, o jornalismo de profundidade, ou o Computer Oriented Reporting. Confundindo-se, por vezes com algumas delas. Para Sandra Crucianelli⁶³, aquilo que na actualidade se apelida de jornalismo de dados⁶⁴ envolve todas as prática citadas, podendo envolver mais ou menos cada uma delas, dependendo do tipo de matérias que estão a ser abordadas. O aparecimento do jornalismo de dados só é possível com o amadurecimento de algumas destas práticas jornalísticas.

Esclarecendo um pouco cada uma delas mais facilmente se compreenderá esta relação, contribuindo para uma clarificação do que se entende por jornalismo de dados.

Para que um trabalho jornalístico possa ser considerado de investigação são necessárias três condições (Crucianelli, 2013): que trabalhe um tema de relevância social, que alguém tenha interesse em manter segredo sobre a matéria, e que pressuponha da parte do jornalista trabalho adicional. Um trabalho de jornalismo de dados também pode, por isso, ser jornalismo de investigação. Basta olharmos para o trabalho do Las Vegas Sun sobre os hospitais no Estado do Nevada⁶⁵ para percebermos que se trata de um caso de relevância social, que as autoridades da saúde não gostariam que viesse a público e que pressupôs trabalho que vai para além das práticas quotidianas dos jornalistas.

No caso do jornalismo de profundidade, o trabalho tem as mesmas premissas que o jornalismo de investigação, excepto a premissa do segredo que aqui não se aplica.

O jornalismo de precisão, já descrito anteriormente neste capítulo, a propósito do livro “Precision Journalism”, baseia-se na premissa de que os jornalistas devem utilizar os métodos de investigação usados nas ciências sociais, recorrendo à investigação qualitativa e à investigação quantitativa. E, por vezes, quando se faz jornalismo de dados também são aplicados alguns destes métodos.

Crucianelli define o CAR como a utilização de recursos computacionais para a recolha e análise de dados, chegando mesmo a afirmar que quando se fala do tratamento de grandes quantidades de dados já não se deve falar de CAR, mas sim de jornalismo de dados. Mas no Data Journalism Handbook, Bounegru traz mais alguma luz sobre a diferença entre os dois. “Some argue that there is a difference between CAR and data journalism. They say that CAR is a technique for gathering and analyzing data as a way of

⁶³ Citando documento do MOOC sobre “Jornalismo de dados”, do Knight Center for Journalism in the Americas.

⁶⁴ Que Crucianelli cita como uma abreviatura de “Jornalismo de Bases de Dados”.

⁶⁵ Citado anteriormente neste capítulo.

enhancing (usually investigative) reportage, whereas data journalism pays attention to the way data sits within the whole journalistic workflow” (Bounegru, 2012).

3.3 – Caracterização

Face a estas formas de fazer jornalismo, quais os elementos diferenciadores do jornalismo de dados? Crucianelli (2013) salienta que o jornalismo de dados vem acrescentar novos elementos à forma como é feito o jornalismo: tratamento de grandes volumes de dados; visualização interactiva desses dados; utilização da programação para desenvolver tarefas que vão desde a pura extração de dados, à limpeza dos datasets ou ao desenho de aplicações de notícias (news apps).

Para além destes elementos, que Crucianelli enumera, há a acrescentar um muito importante: a disponibilização dos dados crús utilizados para levar a cabo o trabalho jornalístico.

Como forma de identificar mais facilmente o que serão produtos do jornalismo de dados, Crucianelli (2013) enumera “produtos” que emergem desta prática:

- Artigos baseados em dados;
- Visualizações Interactivas,
- Conjuntos de Dados Abertos;
- Aplicações de Notícias.

Mais do que tentar chegar a uma definição única do que é o jornalismo de dados importa perceber que há, de facto, abordagens novas ao jornalismo que têm por base mudanças como: O aumento da quantidade de dados existentes em formato digital; O aumento da quantidade de dados disponíveis, como consequência das políticas de abertura de dados, tanto a nível público como privado; Os avanços tecnológicos que permitem a democratização de formas mais fáceis e rápidas de tratamento e visualização de dados; O aumento da literacia digital da população.

Contemporâneo do *big data* e das tendências de abertura de dados, o jornalismo de dados vai ao encontro de alguns dos desafios que eles trazem, aproveitando o seu potencial e tornando-os mais inteligíveis e acessíveis.

Seja orientado para as histórias, para os processos ou para as bases dados, é jornalismo de dados, porque a sua matéria prima são os dados.

3.3 Novas competências?

Estarão os jornalistas preparados para fazer face a estas mudanças do ponto de vista das suas competências?

Apesar de os jornalistas trabalharem com dados desde há muito tempo, raramente eles trabalhavam os dados em si. “In the past heavy number crunching was done

elsewhere, in big rooms with specialists feeding machines. Journalists used the end results of this process, ranging from statistics, studies or stock quotes to new findings in science. Only few journalists worked directly with the raw data at the start of this process”. (Lorenz, 2010)

Tim Berners-Lee⁶⁶ crê que os jornalistas têm o dever de adquirir competências que permitam analisar e disponibilizar os dados de uma forma “inteligível”, pois na actualidade eles são uma “nova e poderosa forma de informação”.

Com as mudanças que possibilitaram novas abordagens ao jornalismo, fica claro que os jornalistas têm de estar preparados para trabalhar neste novo contexto. E essa é, de facto, uma preocupação que começa a transparecer dentro da classe jornalística e do universo que gravita à sua volta.

O European Journalism Centre (EJC) levou a cabo, entre Abril e Agosto de 2011, um inquérito cujo objectivo era perceber as necessidades de formação na área do jornalismo de dados⁶⁷. Apesar de, como admitem os seus responsáveis (Lorenz, 2011)⁶⁸, o inquérito não poder reclamar representatividade, ele é uma primeira abordagem que ajuda a mostrar as expectativas e preocupações sobre esta área do jornalismo.

O inquérito concluiu que 70% dos respondentes classificaram o jornalismo de dados como «muito importante», apesar de 72,8% admitir que o principal empecilho para a implementação do jornalismo de dados é a falta de “conhecimentos adequados” (Figura 3.4)

Figura 3.4 – Quadro: Principais impedimentos à implementação do jornalismo de dados.

6. 6. What do you see as a hurdle in implementing data journalism?			
		Response Percent	Response Count
lack of time		41.0%	89
lack of resources		43.3%	94
lack of adequate knowledge (e.g.: tools and working procedures)		72.8%	158
lack of adequate publishing infrastructure (e.g.: CMS fit for standard posts only)		30.0%	65
lack of management support		26.7%	58
lack of interest from staff		25.8%	56
other (please specify) <small>Show replies</small>		5.5%	12
answered question			217
skipped question			1

Fonte: Training needs for data journalism – European Journalism Centre

⁶⁶ <http://www.theguardian.com/media/2010/nov/22/data-analysis-tim-berners-lee>

⁶⁷ Responderam ao inquérito 200 profissionais de 40 países da Europa, América do Norte e do Sul, Australasia, Ásia e África.

⁶⁸ http://datadrivenjournalism.net/news_and_analysis/training_data_driven_journalism_mind_the_gaps

A falta de recursos e a falta de tempo seguem-se praticamente com a mesma percentagem de respostas, aparecendo em seguida a falta de infraestruturas de publicação adequadas.

Mas olhando com maior atenção para a questão das competências, saber como analisar dados é a competência que a maioria dos respondentes gostariam de adquirir (Figura 3.4)

Seguindo-se a capacidade de trabalhar a visualização dos dados, muito perto da capacidade de desenvolver uma história a partir de dados crús, e de saber como verificar se os dados são confiáveis. Necessidades que vêm ao encontro das competências necessárias para trabalhar nesta realidade onde os dados são cada vez mais importantes.

O reconhecimento da importância da formação de quadros mais qualificados na área dos dados está bem patente no crescente número de escolas e universidades de jornalismo conceituadas a apostar em cursos específicos de jornalismo de dados. A título de exemplo podem citar-se cursos como o da Universidade de Hong Kong⁶⁹, da Universidade Rey Juan Carlos, em Espanha⁷⁰, da Escola de Jornalismo da Universidade de Columbia, em Nova Iorque⁷¹, ou da Universidade de Tilbur, na Holanda⁷².

Figura 3.4 – Quadro: Competências mais necessitadas

19. 16. You are interested in acquiring skills in			Response Percent	Response Count
How to find data		47.6%	68	
How to check if the data is reliable		56.6%	81	
How to clean data (i.e. detecting missing data and correcting erroneous data, duplicated data with inconsistencies, etc.)		53.8%	77	
How to analyse data		72.0%	103	
How to visualize data		65.7%	94	
How to develop a story from raw data (i.e. data which has not been subjected to processing or any other manipulation)		63.6%	91	
How to integrate and publish data projects with a specific publishing system (CMS)		40.6%	58	
How to programme		33.6%	48	
How to develop data-driven applications		42.0%	60	
None of the above		0.7%	1	

Fonte: Training needs for data journalism – European Journalism Centre

⁶⁹ <http://datalab.jmsc.hku.hk/2013/01/09/1010/>

⁷⁰ <http://www.escuelaunidadeditorial.es/master-periodismo-de-investigacion/programa.html>

⁷¹ <http://towcenter.org/courses/dual-degree/>

⁷² <http://www.tilburguniversity.edu/education/masters-programmes/data-journalism/>

Para além do trabalho feito por estas escolas multiplicam-se os workshops dados por jornalistas especializados. Na Plataforma “European Public Sector Information”⁷³ há uma área sobre jornalismo de dados, onde são elencados workshops sobre o tema, um pouco por toda a Europa.

O formato dos cursos espelha também o potencial das novas tecnologias. Alguns deles são MOOC⁷⁴, direccionados para jornalistas de todos o mundo. Uma entidade que tem dado cartas aqui é o Knight Center for Journalism in the Americas, da Universidade do Texas, em Austin. Durante 2013 foram já leccionados três MOOC dedicados ao jornalismo de dados, todos eles com milhares de alunos. O mais recente contou com 3 mil alunos espalhados por todo o mundo⁷⁵.

A corroborar a necessidade de novas competências estão os anúncios de emprego para jornalistas onde são pedidas competências específicas na área da análise de dados, normalmente a par de competências elevadas a nível das tecnologias de informação e comunicação. A título de exemplo pode citar-se um anúncio⁷⁶ da Associated Press, de Abril de 2013, que pedia um(a) “Newsperson/Interactive Data Journalist”, com competências como gestão de bases de dados, análise de dados e desenvolvimento web. Outro anúncio⁷⁷, de Outubro de 2013, de um grupo de média norte-americano (Hannah News Service), pretendia um “New Media/Data Journalist”, com capacidade de análise intensiva de dados, conhecimentos de gestão de conteúdos web, e à vontade na gestão de redes sociais e os conteúdos multimédia.

Pelo quadro descrito percebe-se que há uma evolução nas competências necessárias à prática do jornalismo. Importante salientar que em quase todas as leituras, apesar da necessidade de novas competências, continua a ser salientada aquela que é talvez a mais importante competência de um jornalista: a capacidade de perceber o que é mais relevante, e de saber fazer as perguntas certas.

Como diz Tanja Aitamurto:

“Data Journalism adds new requirements to the journalist’s profession. Now these individuals need skills for data analysis, web development and community management. However, the most important factor for successful data journalism is a journalistic sense of what is relevant and interesting, and of what questions need to be asked” (Aitamurto, 2011, pp.2).

⁷³ <http://epsiplatform.eu/category/keywords/data-journalism>

⁷⁴ Massive Open Online Courses (MOOC)

⁷⁵ <https://knightcenter.utexas.edu/00-13876-knight-centers-mooc-introduction-data-journalism-starts-3000-students-and-high-participatio>

⁷⁶ <http://journalism.berkeley.edu/jobs/detail/14606/>

⁷⁷ <http://journalism.berkeley.edu/jobs/detail/16140/>

4. JORNALISMO DE DADOS EM PORTUGAL

A abordagem ao jornalismo de dados em Portugal foi realizada eminentemente através do método qualitativo⁷⁸, embora com algumas incursões no método quantitativo⁷⁹.

Não houve, neste trabalho, a pretensão de construir uma amostra do ponto de vista estatístico, sendo o trabalho desenvolvido eminentemente qualitativo, dado que se trata de um trabalho eminentemente exploratório (Lessard-Hébert, 1990)⁸⁰.

Foram utilizadas duas técnicas distintas. A aplicação de um questionário a “opinion leaders” nacionais na área do jornalismo, tendo sido escolhidos para o contacto os responsáveis editoriais de dezassete meios de comunicação social portugueses. E a análise da cobertura online que esses meios de comunicação social fizeram em termos de dados na noite das eleições Autárquicas de 29 de Setembro de 2013. A escolha destes dezassete meios foi feita tendo em conta a sua temática e periodicidade, o seu suporte, o facto de serem de âmbito eminentemente nacional e terem uma presença online (Figura 4.1), garantindo a diversidade de temáticas.

Figura 4.1 - Quadro: Órgãos de comunicação social escolhidos e a sua caracterização

Órgão de Comunicação social	Meio	Periodicidade	Temática
Diário de Notícias	Imprensa/Online	Diário	Generalista
Público	Imprensa/Online	Diário	Generalista
Jornal de Notícias	Imprensa/Online	Diário	Generalista
Correio da Manhã	Imprensa/Online	Diário	Generalista
i	Imprensa/Online	Diário	Generalista
Expresso	Imprensa/Online	Semanário	Generalista
Sol	Imprensa/Online	Semanário	Generalista
Jornal de Negócios	Imprensa/Online	Diário	Económico
Diário Económico	Imprensa/Online	Diário	Económico
A Bola	Imprensa/Online	Diário	Desporto
Record	Imprensa/Online	Diário	Desporto
RTP	Televisão/Online	Televisão	Generalista
SIC	Televisão/Online	Televisão	Generalista
TVI	Televisão/Online	Televisão	Generalista
TSF	Rádio/Online	Rádio	Generalista
Antena 1	Rádio/Online	Rádio	Generalista
Rádio Renascença	Rádio/Online	Rádio	Generalista

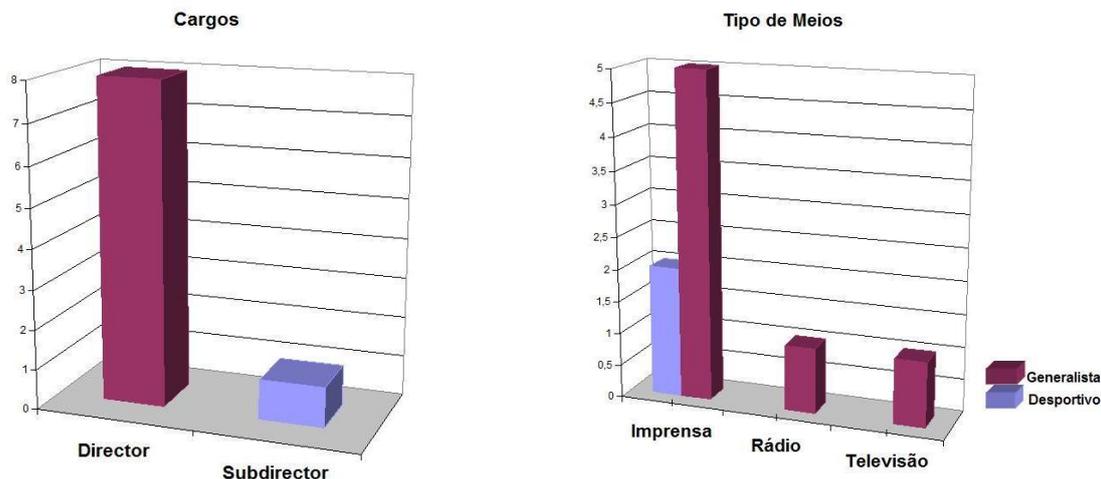
⁷⁸ Inicialmente estava planeada a realização de entrevistas, mais adequadas ao método qualitativo (Lessard-Hébert, 1990).

⁷⁹ A abordagem realizada não pretende ser tomada como um estudo intensivo do estado da arte do jornalismo de dados em Portugal. Pretende ser antes vista como um contributo para o estudo de uma matéria sobre a qual ainda há muito trabalho académico a realizar. Foi também levada a cabo tendo em mente um futuro aprofundar das questões levantadas.

⁸⁰ Lessard-Hébert, Michelle; Goyette, Gabriel; Bountin, Gérald: Investigação Qualitativa – Fundamentos e Práticas. 1990, Coleção Epistemologia e Sociedade, Instituto Piaget.

Foram enviados questionários⁸¹, por e-mail⁸², para os responsáveis editoriais deste dezassete meios, tendo sido obtidas nove respostas. Aqui a relevância não está no número de respostas, mas sim no cargo e “importância” que os respondentes têm no meio jornalístico, em Portugal. Das nove respostas, oito foram dadas por directores de meios de comunicação social e uma por um subdirector (figura 4.2).

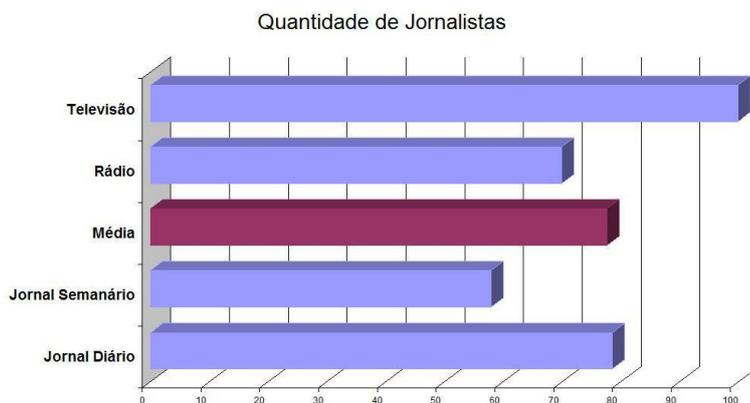
Figura 4.2 - Gráficos com cargos dos respondentes e tipo de meios a que pertencem



Fonte: Questionário aos responsáveis editoriais

As respostas ao questionário são representativas da realidade analisada, já que se conseguiu a participação de responsáveis de todos os meios, incluindo imprensa/online, televisão/online, rádio/online. Apenas quanto à especialização temática não foi coberta a amostra inicialmente prevista, ficando de fora os económicos que não responderam. Ainda assim, estão representados os maiores e mais importantes meios do panorama dos média nacionais. Em média, as redacções chefiadas pelos respondentes têm cerca de 77 jornalistas⁸³ (Figura 4.2).

Figura 4.3 – Gráfico: Quantidade de jornalistas nas redacções



Fonte: Questionário aos responsáveis editoriais

⁸¹ Ver Anexo D.

⁸² Com *follow-up* telefónico.

⁸³ Dados fornecidos pelos respondentes.

Este trabalho visa obter pistas para perceber, de uma forma muito simples:

- até que ponto o jornalismo de dados está presente nas redações destes meios de comunicação social;
- quais as maiores dificuldades que os responsáveis sentem nesta área;
- importância do acesso aos dados;
- saber se os jornalistas das redações têm as competências necessária para a prática deste tipo de jornalismo;
- de que forma as tecnologias de informação vieram trazer mudanças no jornalismo e, sobretudo, na forma como tratam os dados.

O questionário foi construído com recurso a respostas fechadas e abertas. A amostra não permite retirar conclusões a nível quantitativo, no entanto, é possível perceber algumas tendências da análise qualitativa.

4.1 Jornalismo de dados em estado embrionário

Em geral, o jornalismo de dados é uma temática conhecida pelos responsáveis dos meios de comunicação social que responderam ao questionário. Todos os respondentes afirmam estar familiarizados com a expressão.

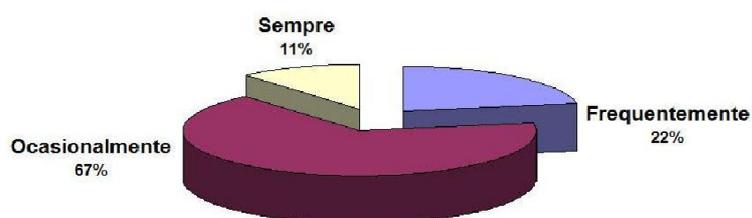
No que respeita a abordagem a este tipo de jornalismo, a larga maioria afirma haver uma abordagem específica ao jornalismo de dados no órgão de comunicação social que chefiam, salientando alguns exemplos de trabalho com dados.

Nos restantes, a falta de uma abordagem mais sistematizada a este tipo de jornalismo deve-se, de acordo com os responsáveis, à falta de: recursos, apoio por parte da administração; ou competências específicas.

Apesar de a maioria dos respondentes afirmar que os seus órgãos de comunicação social trabalham frequentemente com dados, é também a maioria a reconhecer que só ocasionalmente são escolhidas, em reunião de redação, matérias baseadas na análise de grandes quantidades de dados (figura 4.3).

Figura 4.4 – Gráfico: Frequência escolha de matérias com base na análise de dados

Nas reuniões de redação para decisão das grandes matérias a abordar com que frequência são escolhidas matérias baseadas na análise de grandes quantidades de dados?



Fonte: Questionário aos responsáveis editoriais

As áreas de análise de dados mais trabalhadas e que suscitam maior interesse editorial são: a população, o ensino superior, as subvenções estatais e autárquicas, a economia, a política e o crime/justiça.

Um dos directores acrescenta mesmo que na área de crime/justiça o jornal tem no seu staff “alguns jornalistas que conseguem entender em extensão os dados crús”.

No caso específico dos jornais desportivos são dados exemplos concretos do que se passa num deles: “Fazemos, por exemplo, o estudo comparativo das receitas dos clubes europeus no que concerne aos direitos televisivos. Trata-se, aqui, de estudos comparativos que têm de ser interpretados não por análises lineares, mas em respeito a fatores essenciais como a tipologia dos mercados, as populações das cidades onde os clubes estão enraizados, os rendimentos médios, etc. Também foram produzidos trabalhos no âmbito da análise do facto de Portugal ser o país europeu com maior volume de negócio de transferências de jogadores. Mais uma vez as peças jornalísticas publicadas tiveram por base dados internacionais com origem nas Ligas europeias”, é referido.

Ainda no desporto, um dos directores afirma que “praticamente toda a abordagem analítica à actividade desportivo é baseada na procura, compilação e compreensão de dados”. Mostrando, assim, a importância dos dados para estes órgãos de comunicação social.

4.1.1 Abertura e disponibilização dados

Fazendo eco da necessidade de aceder aos dados e conseqüentemente da sua disponibilização, são citados exemplos de áreas de dados do sector público aos quais gostariam de ter mais acesso.

“Toda a administração pública carece de transparência, Finanças, financiamento partidário, financiamento partidário e autarquias são exemplos”. Esta frase reflecte a opinião geral dos responsáveis que responderam ao questionário. Dando a entender que sentem necessidade de uma maior abertura de dados por parte do sector público. E que as iniciativas que já começa a haver, em Portugal, neste sentido⁸⁴ ainda estão longe de ser suficientes.

Segundo os responsáveis inquiridos, as áreas onde há maior défice de dados e dificuldade em encontrar a informação desejada são a saúde e finanças, desporto, turismo, agricultura e dinheiros do QREN.

“Mas de um modo geral, faltam dados, e sobretudo faltam assessores nos ministérios que não tenham funções de assessoria dos ministros e, logo, a tendência

⁸⁴ Ver capítulo anterior.

para interpretar os dados antes de estes serem disponibilizados”, é sublinhado pelo director de um dos jornais. Enfatizando a necessidade da disponibilização dos dados crús, sem a “interpretação” das assessorias de imprensa, dando margem aos jornalistas para escolherem e tratarem os dados contextualizados.

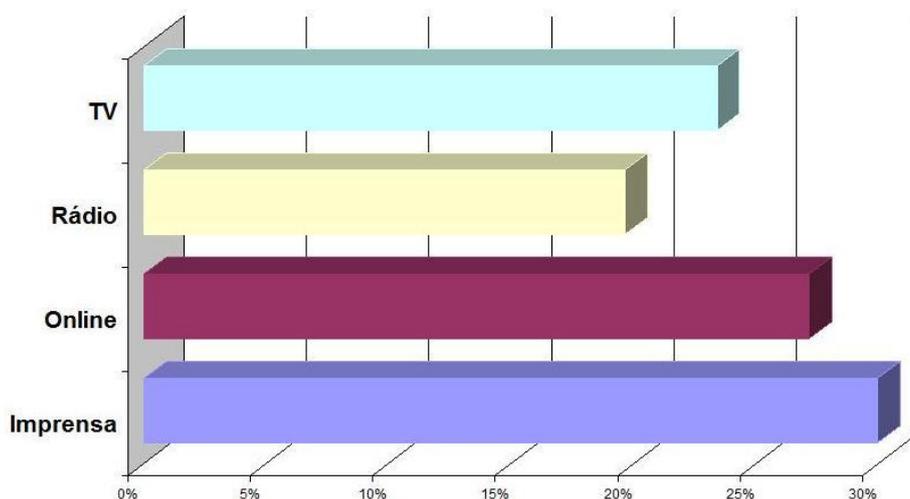
Mas, em grande parte dos casos, a preocupação com a abertura de dados parece ter sentido único. Se por um lado os responsáveis editoriais reclamam o acesso a dados abertos, a maioria afirma não ser pratica corrente no seu órgão de comunicação disponibilizar ao público os dados que servem de base aos seus trabalhos jornalísticos.

Da análise das respostas emerge uma conclusão: o jornalismo de dados ou a forma como ele é feito ainda são vistos de uma forma redutora. Basta olharmos para as opiniões sobre quais os média mais adequados para publicar trabalhos de jornalismo de dados.

Ao contrário do que sugerem alguns especialistas na área do jornalismo de dados, a maioria dos respondentes aponta a imprensa (papel) como o meio mais adequado à publicação de matérias resultantes da análise de grandes quantidades de dados (Figura 4.4).⁸⁵ O online aparece em segundo lugar das preferências, seguido da televisão e da rádio.

Figura 4.5 – Gráfico: Meio mais adequado para produtos jornalismo de dados

Qual destes meios acha mais adequado para a apresentação de matérias resultantes da análise de grandes quantidades de dados?



Fonte: Questionário aos responsáveis editoriais

O online é apontado, por especialistas, como o meio mais versátil e mais propenso ao jornalismo de dados. Pelo seu ADN tecnológico, mas sobretudo porque

⁸⁵ Numa escala em que é pedido para classificar de 1 a 5, sendo 1 o mais adequado e 5 o menos adequado, o papel fica em primeiro lugar, seguido do online, da TV e da Rádio.

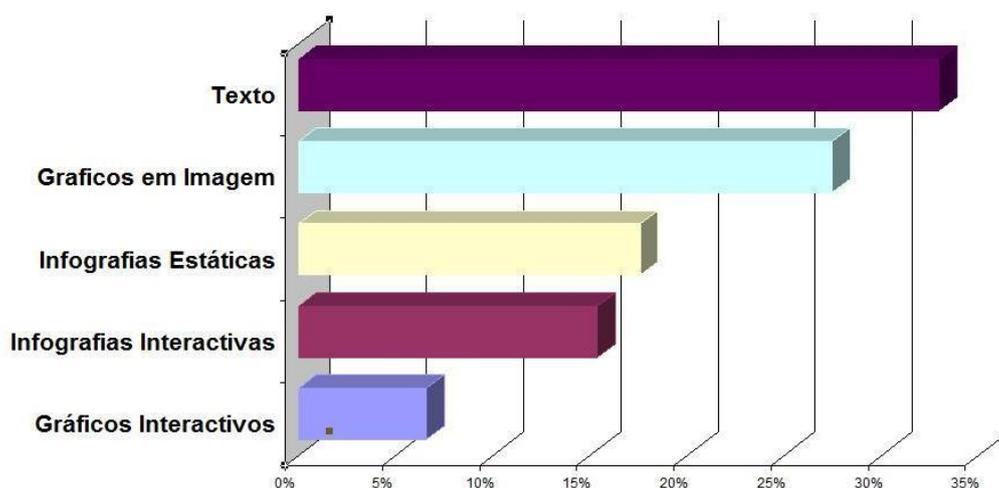
neste meio é possível disponibilizar os trabalhos, tirando partido da interactividade, multimedialidade e hipertextualidade, “as três chaves da linguagem digital” (Salaverría, 2013).

No entanto, uma das respostas vem ao encontro de uma premissa fulcral para alguns dos estudiosos do jornalismo de dados: primeiro a notícia, a história, - os dados são apenas uma forma de chegar a elas. “O meio não é relevante, o que é relevante é o conteúdo que se obtém pela análise dos dados e que notícia ou retrato nos fornece”.

Outro sintoma da visão algo redutora do jornalismo de dados, entre os respondentes é perspectiva quando aos suportes utilizados para fazer peças jornalísticas que têm por base a análise de dados (Figura 4.5)

Figura 4.6 – Gráfico: Suporte mais adequado para produtos jornalismo de dados

Quando é feita uma peça jornalística que tem por base a análise de dados, quais os suportes utilizados para a apresentar?



Fonte: Questionário aos responsáveis editoriais

Os suportes tradicionais ainda são os mais utilizados nas matérias de análise de dados, com o texto a encabeçar a lista, seguindo-se os gráficos em imagem e as infografias estáticas. Segundo os responsáveis inquiridos, os suportes menos utilizados são precisamente os que têm maior potencial para o jornalismo de dados, tal como é pensado na actualidade. As infografias e gráficos interactivos estão na cauda das opções.

4.1.2 Novas competências para os jornalistas?

O jornalismo de dados traz novos desafios para os jornalistas a nível das competências. O estudo do EJC já referido no capítulo anterior mostra que a

consciência da escassez de competências para fazer trabalhos com dados é uma das causas para que os jornalistas não optem por trabalhar dados.

Para a grande maioria dos respondentes ao questionário é importante que os jornalistas tenham preparação e competência para lidar com a existência e disponibilização de grandes quantidades de dados (apenas um acha não ser importante).

Mas quando questionados sobre as competências que um jornalista deveria ter para ser contratado, apenas um mencionou a “compreensão e tratamento de dados”.

As competências mais valorizadas são o “sentido de notícia”, independência, boa capacidade de trabalho e “ADN digital” ou “chip digital”⁸⁶.

Na resposta à questão “quantos jornalistas na redacção têm preparação para fazer análise de dados”, as respostas evidenciam graus diferentes na percepção do que é a análise de dados.

Num universo de redacções com uma média de 77 jornalista, a maioria das respostas aponta para a existência de um e cinco jornalistas com competências para a análise de dados. No entanto, alguns dos responsáveis editoriais afirmam que pelo menos metade dos jornalistas da sua redacção têm estas competências. Outros chegam ao limite de assegurar que todos os jornalistas da sua redacção têm esta capacidade.

Mas nas redacções não são apenas os jornalistas a deter o monopólio destas competências. Infográficos, webdesigners, consultores económicos e financeiros são alguns dos colaboradores que também trabalham com dados, segundo as respostas dos responsáveis. Embora, menos de metade dos respondentes afirmem não ter outros profissionais, dentro dos seus órgãos de comunicação social, a trabalhar dados.

As respostas sugerem que o trabalho em equipas multidisciplinares⁸⁷ não é uma prática recorrente para a extração, análise de dados e a sua consequente transformação em matérias e produtos jornalísticos. Ao contrário do que defendem autores como Richard Gordon⁸⁸, que falam das dimensões do jornalismo de dados, para quais são necessários profissionais com diferentes perfis: “computer-assisted reporter, news applications developer e data visualization specialist” (Gordon, 2013).

4.1.3 Tratamento de dados na actualidade

“Há dez anos fazíamos em oito dias o que hoje podemos fazer em oito horas”, afirma um dos responsáveis editoriais em resposta à questão: “Tendo em conta a sua

⁸⁶ Expressões utilizadas nas respostas.

⁸⁷ Compreendendo programação, desenvolvimento web, webdesign, infografia, texto, etc.

⁸⁸ Gordon, 2013

experiência, pode enumerar duas ou três grandes diferenças entre a forma como são tratados os dados hoje e há 10 anos atrás?”.

A facilidade de acesso aos dados, o aumento da quantidade de dados disponíveis, a evolução das competências para trabalhar dados crús, a maior diversidade de dados disponíveis e a forma “universal” como os dados são tratados são as principais diferenças que separam o tratamento de dados hoje daquele que era feito há 10 anos atrás, segundo os responsáveis editoriais.

Uma outra diferença apontada é o aparecimento de iniciativas como a Pordata⁸⁹ e a melhoria da acessibilidade aos dados de entidades como o INE⁹⁰ e o Eurostat⁹¹.

“A grande diferença é a crescente facilidade de acesso. Por outro lado, sinto que há menos tempo. E de uma forma geral menos pessoas”, salienta um dos respondentes. Dando também ênfase à falta de mão de obra e à necessidade de desempenhar as tarefas com maior celeridade, alguns dos desafios que as redacções enfrentam na actualidade.

Um dos respondentes salienta três melhorias concretas: “Maior quantidade, maior legibilidade, maior cruzamento [de dados]”. Melhorias materializadas pelos avanços nas tecnologias de informação e comunicação.

Quando inquiridos sobre “Até que ponto as tecnologias de informação e comunicação vieram tornar mais simples a análise, publicação e visualização de dados”, todos reiteraram a importância dos desenvolvimentos nesta área.

“Claro que a disponibilização online e o facto de haver folhas de Excel tornou tudo radicalmente diferente” é salientado. [As tecnologias de informação e comunicação] “simplificaram-na [a análise, publica e visualização de dados] de forma extraordinária, tornando mais assídua a utilização dessa informação”.

As tecnologias de informação e comunicação são referidas como um elemento que transformou “radicalmente” a forma como se faz jornalismo de dados. [Elas] “tornaram mais simples e mais perceptível a comunicação imediata aos leitores de jornais, aos utilizadores do on-line e aos telespetadores. Tudo depende, também, de uma boa equipa gráfica”, refere um dos respondentes.

Apesar das melhorias elencadas, uma das respostas acaba por tocar numa questão importante: “Mais simples não creio, é sempre difícil apresentar de forma inteligível grandes quantidades de dados. Mas sim, existem formas mais rápidas e

⁸⁹ Serviço público de informação estatística criado pela Fundação Francisco Manuel dos Santos - <http://www.pordata.pt/>

⁹⁰ Instituto Nacional de Estatística – <http://www.ine.pt>

⁹¹ Organismo oficial responsável pelas estatísticas europeias - <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

eficazes de disponibilizar”. Monstrando a noção clara da complexidade existente no trabalho com dados.

4.2 Dados em noite de Eleições Autárquicas

Com o objectivo de tentar perceber as diferentes abordagens jornalísticas aos dados num caso específico, que fosse noticiado por todos os órgãos de comunicação social, procedeu-se ao levantamento do tratamento dos números referentes aos resultados das eleições Autárquicas, de 29 de Setembro de 2013. Ao longo da noite das eleições e à medida que foi feito o apuramento dos votos a nível nacional, os sites foram sendo monitorizados.

A observação teve como objecto os sites dos meios de comunicação social da lista da figura 4.1, exceptuando os desportivos⁹², de forma a poder comparar as abordagens num meio que fosse comum a todos, daí a escolha do online.

A escolha da noite das eleições para esta análise baseou-se no facto de as eleições serem momentos ricos em dados e números, passíveis de ser analisados à luz do jornalismo de dados.

A análise incidiu fundamentalmente na abordagem aos dados relativos aos resultados oficiais das eleições, embora tenham sido também analisadas as abordagens às sondagens.

Foram estabelecidos os seguintes parâmetros de análise:

- Localização da matéria nas páginas online
- Origem dos dados
- Tipo de actualização
- Produtos de jornalismo originados
- Interactividade
- Personalização

À excepção do Diário Económico, da TVI 24, da Antena 1 e do Sol, todos os órgãos de comunicação social analisados apresentavam os resultados oficiais à medida que iam sendo publicados no site oficial⁹³ que o Ministério da Justiça dedicado exclusivamente ao acompanhamento das eleições, recorrendo a um mecanismo de *feed* automático em tempo real.

Todos os meios faziam referência aos resultados das eleições nas suas homepages. Alguns tinham um cabeçalho bastante destacado, já com alguns resultados. Em todos os casos era necessário passar da primeira página para uma

⁹² A exclusão foi feita tendo em conta a temática dos órgãos de comunicação social desportivos, que não se coaduna com este tipo de informação.

⁹³ <http://autarquicas.mj.pt/index.html>

área do site dedicada às eleições onde era possível encontrar os trabalhos de apresentação dos resultados.

À excepção do semanário Sol, o destaque das eleições foi mantido ao longo de toda a noite no mesmo local da homepage, prolongado-se durante o dia seguinte às eleições. No caso do Sol, apesar de mantido na homepage o destaque foi mudando de localização e de título.

No que respeita ao trabalho com dados em si, não há nenhum órgão de comunicação social que se destaque pela originalidade nem complexidade no tratamento. O processo de recolha de dados era automático, baseado num feed em tempo real.

Na maioria dos casos era grande a semelhança com a informação apresentada no site oficial das eleições, da responsabilidade do Ministério da Justiça, tanto a nível da estruturação como a nível gráfico. A título de exemplo fica a comparação entre o site das Eleições e o do Correio da Manhã, onde as semelhanças saltam à vista (Figura 4.6).

Figura 4.7 – Página oficial das eleições e página do correio da Manhã dedicada às Autárquicas



A análise realizada evidenciou também que os órgãos de comunicação social pertencentes aos mesmos grupos utilizaram o mesmo produto jornalístico, com os mesmos gráficos e infografias, numa clara estratégia de maximização de recursos. Como exemplo temos o Jornal de Notícias, o Diário de Notícias e a TSF, do grupo

Controlinvest (Figura 4.7); e o Correio da Manhã e Jornal de Negócios, do Grupo Cofina.

Figura 4.8 – As páginas dos quatro órgãos de Comunicação Social do Grupo Cofina



O destaque positivo vai para o Jornal de Notícias que, para além dos dados fornecidos em tempo real com as actualizações provenientes do site “Autárquicas”, apresenta também duas infografias interactivas baseadas em dados relacionados com as eleições.

Uma destas infografias mostra a evolução do poder autárquico em Portugal, desde as primeiras eleições em 1976⁹⁴, tendo por base os dados disponibilizados pela Comissão Nacional de Eleições⁹⁵.

A informação é disponibilizada de uma forma intuitiva e permite com um simples arrastar de um botão numa régua ver as mudanças de poder ao longo dos vários actos eleitorais.

A segunda infografia mostra os resultados das sondagens de projecção, da responsabilidade dos dois canais de televisão que fizeram este trabalho em parceria com centros de sondagens. De uma forma fácil, os leitores conseguem fazer uma comparação entre as previsões dos dois canais.

O destaque negativo vai para o Jornal Sol. Este órgão de comunicação social não explorou os vantagens da tecnologia que proporcionou aos outros órgãos o feed automático dos resultados eleitorais, disponibilizados pelo site “Autárquicas”.

⁹⁴ http://www.jn.pt/multimedia/infografia970.aspx?content_id=3432023
⁹⁵ <http://eleicoes.cne.pt>

A opção do Sol foi pelo “trabalho manual”, ao apresentar a actualização dos dados em texto corrido (Figura 3.2). Um exemplo pobre de apresentação de dados que já estavam em formato que facilmente poderia ser transposto para o site, à semelhança do que fizeram os outros órgãos de comunicação social.

Figura 4.8 – Página do Sol de acompanhamento às Autárquicas

Siga aqui o escrutínio, em directo

21h20

795 freguesias apuradas

PS - 39,99% - 8 presidentes de Câmara, 5 maiorias absolutas
 PSD + PSD/CDS - 32,95% - 4 presidentes de Câmara, 3 maiorias absolutas
 PCP - 8,99% - 1 presidente de Câmara
 CDS - 4,29% - 0 presidentes de Câmara
 Grupo cidadãos - 3,16% - 0 presidentes de Câmara
 BE - 0,80% - 0 presidentes de Câmara

21h10

795 freguesias apuradas

PS - 39,03% - 4 presidentes de Câmara
 PSD + PSD/CDS - 33,96% - 2 presidentes de Câmara
 PCP - 8,42% - 1 presidente de Câmara
 CDS - 4,74% - 0 presidentes de Câmara
 Grupo cidadãos - 3,29% - 0 presidentes de Câmara
 BE - 0,76% - 0 presidentes de Câmara

21h05

733 freguesias apuradas

PS - 39,03% - 30 mandatos para a Câmara Municipal
 PSD - 26,63% - 21 mandatos para a Câmara Municipal
 PCP - 8% - 5 mandatos para a Câmara Municipal
 PSD/ CDS - 8,02% - 4 mandatos para a Câmara Municipal
 CDS - 4,84% - 1 mandato para a Câmara Municipal
 Grupo cidadãos - 3,42% - 2 mandatos para a Câmara Municipal
 BE - 0,68%

CDS reage a vitória de Moreira com crítica a Menezes

Marcelo e Mendes falam de grande derrota de Passos

Imprimir
 Aumentar texto
 Comentar
 Partilhar

8602 visitas

Relacionadas

António Costa vence em Lisboa e Rui Moreira no Porto

Siga-nos

+ Vistas + Comentadas Últimas

Política
 Mendes sugere congresso antecipado do PSD Há 11 minutos

Política
 Desfile de derrotados do PSD Há 19 minutos

Política
 Santana Lopes: PSD decidiu 'desbaratar património' Há 27 minutos

Política
 Menezes: 'Não estou habituado a perder' Há 33 minutos

Política
 PS ignora farsquia de Seguro Há 45 minutos

Política
 Seara: 'Estarei atento e vigilante' enquanto vereador Há 49 minutos

Política
 PSD resiste a fazer leituras finais Há 50 minutos

Política
 CDS reage a vitória de Moreira com crítica a Menezes Há 1 hora

PASSATEMPO

A opção pela apresentação dos dados em si (mesmo sendo a maior parte das vezes uma réplica do site “Autárquicas”), dando a possibilidade de serem os leitores a navegar nos dados e a consultarem-nos à sua vontade

4.3 Algumas abordagens ao jornalismo de dados

Em Portugal, não existe até à data algum meio de comunicação social que tenha um espaço dedicado exclusivamente ao jornalismo de dados, à semelhança do que acontece em alguns dos maiores jornais internacionais⁹⁶ Em alguns dos casos, há inclusive blogs temáticos sobre dados e jornalismo de dados.

Como já foi referido no capítulo anterior, nos Estados Unidos da América, os jornais regionais⁹⁷ foram os primeiros a fazer grandes apostas no jornalismo de dados. No «Data Journalism Handbook» são citados como boas práticas alguns exemplos oriundos de jornais norte-americanos de âmbito regional. É o caso de dois trabalhos: um do Las Vegas Sun ou do Texas Tribune⁹⁸.

O Público é um dos jornais portugueses que tem feito alguma aposta no jornalismo de dados, de uma forma explícita e pensada como tal. Exemplo disso é o

⁹⁶ Ver capítulo anterior.

⁹⁷ Que nos EUA têm uma dimensão muito grande.

⁹⁸ http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/introduction_3.html

facto de ter na sua redacção uma jornalista ligada ao projecto REACTION – Retrieval, Extraction and Aggregation Computing Technology for Integrating and Organizing News⁹⁹, que junta a Universidade Técnica de Lisboa (INESC – ID), a Universidade do Porto (FEUP e LIACC), o Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ) e o Labs Sapo (UP e Picoas), com o apoio da da Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), ao abrigo do programa UTAustin- Portugal.

Como exemplo dessa abordagem pode citar-se um trabalho publicado a 15 de Setembro de 2013, com o título: «Partidos ainda não pagaram coimas das últimas autárquicas»¹⁰⁰. Interessante, neste trabalho, é a caixa de texto «Bastidores de um novo tipo de notícia»¹⁰¹, onde é explicado o processo através do qual foram apurados os números. Esta necessidade de explicar o trabalho de dados que levaram à notícia demonstra a noção, por parte dos jornalistas, de que os leitores ainda não estão familiarizados com estas formas de jornalismo.

O texto da caixa, de Raquel Albuquerque, documenta bastante bem algumas das questões que se levantam quando se trabalha com dados. “É que hoje ainda é grande a dificuldade em obter dados públicos numa folha Excel e essa é a razão para que não haja ainda mais informação neste trabalho.”

No Verão de 2013 foi também publicado, no Público, o trabalho “Doze anos de incêndios”¹⁰², também ele realizado no contexto do projecto REACTION.

Ambos os projectos podem ser caracterizados como jornalismo de dados, combinando produtos de jornalismo de dados, com artigos baseados em dados e visualizações interactivas, segundo a definição de produtos de jornalismo de dados de Sandra Crucianelli¹⁰³.

Pela sua aproximação às melhores práticas na área do jornalismo de dados é feita em seguida uma análise mais detalhada do projecto “Doze anos de incêndios”.

4.3.1 “Doze Anos de Incêndios”

Desenvolvido pelo jornal Público, o projecto «Doze Anos de Incêndios»¹⁰⁴, é um dos trabalhos feitos em Portugal que mais se aproxima das melhores práticas de jornalismo de dados. A sua análise foi considerada importante como forma de

⁹⁹ http://www.fct.mctes.pt/projectos/pub/2006/Painel_Result/vglobal_projecto.asp?idProjecto=110545&idElemConcurso=3195

¹⁰⁰ <http://www.mynetpress.com/pdf/2013/setembro/2013091533d41a.pdf>

¹⁰¹ Ver Anexo E.

¹⁰² <http://publico.pt/floresta-em-perigo/doze-anos-de-incendios>

¹⁰³ Aulas do MOOC “Introducción al Periodismo de datos”, do Knight Center for Journalism, leccionado por Sandra Crucianelli.

¹⁰⁴ <http://publico.pt/floresta-em-perigo/doze-anos-de-incendios>

perceber e estudar jornalismo de dados em Portugal, mostrando um exemplo prático do que se faz.

Instalado num “mini-site” exclusivamente dedicado à abordagem do tema, o trabalho do Público combina várias ferramentas e tecnologias para proporcionar uma experiência de leitura intuitiva e interactiva sobre um vasto conjunto de dados que, nos formatos tradicionais, exigiriam muito mais espaço, elementos gráficos e texto. E que não incluíam algumas características muito importantes como a interactividade e personalização.

A ficha técnica do projecto «Sobre os dados», disponível em rodapé, dá uma ideia muito clara do extenso portfólio de dados usado na análise:

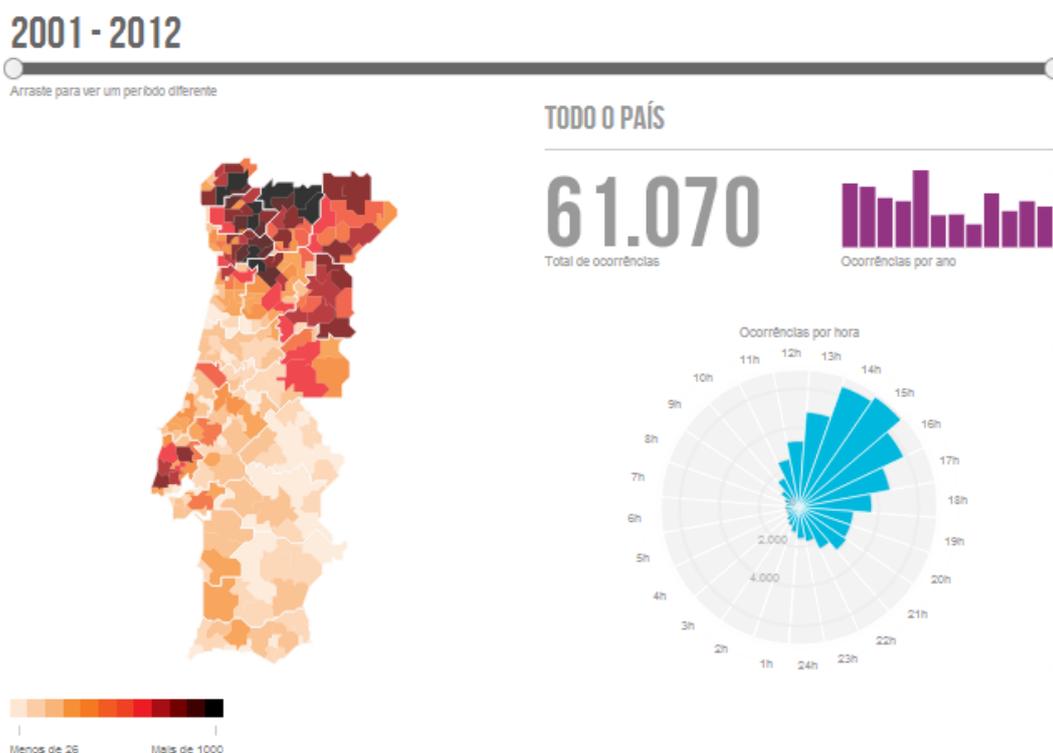
«No âmbito de um projecto de investigação em jornalismo computacional (REACTION), compilámos numa só lista os registos anuais dos incêndios entre 2001 e 2012, disponibilizados no site do ICNF (Instituto de Conservação da Natureza e Florestas). Retirámos não só a informação sobre a localização geográfica (por município) como também as horas e datas de alerta de cada um dos incêndios, para construção da base de dados. Cada incêndio corresponde a um fogo em que ardeu pelo menos um hectare. Fora da lista ficam as queimadas, os fogachos e os falsos alarmes e os reacendimentos dos quais tenha resultado uma área ardida inferior a um hectare».

Para dar ao leitor uma perspectiva compreensiva sobre os incêndios que lavraram em Portugal continental entre 2001 e 2012, este trabalho complementa a descrição em texto com diversas funcionalidades de navegação, ferramentas de visualização interactivas e elementos multimédia.

«Pegámos na lista de incêndios ocorridos entre 2001 e 2012 em Portugal continental, disponibilizada pelo ICNF, e construímos uma visualização que permite saber em que anos houve mais incêndios, em que municípios ocorreram e a que horas foram dados os alertas para esses fogos», sublinham os autores do trabalho logo na página de entrada.

Uma porta de entrada que permite ao leitor ter uma visão imediata e global sobre a evolução do flagelo no nosso país, com a ajuda de uma linha de tempo interactiva que vai «pintando» a evolução os dados em diversos elementos gráficos: a densidade geográfica colorida no mapa, o número total de ocorrências em letras garrafais, as ocorrências por ano em gráfico de barras e as ocorrências por hora em gráfico circular (Figura 4.9).

Figura 4.10 – Homepage do trabalho “Doze anos de incêndios”, Público.



Na estruturação do conteúdo, a navegação do utilizador é orientada de várias formas. O menu principal, no topo, dá a possibilidade de conhecer em detalhe as várias temáticas em que o trabalho está dividido, em jeito de grandes capítulos, que abrangem temas como «A floresta», «Bombeiro», «Prevenção», «Procedimento» ou «Incêndios Activos» (Figura 4.10)

Figura 4.11 – Menu principal do trabalho “Doze anos de incêndios”, Público.



E dentro de cada um destes temas, ou páginas, o leitor conta ainda com uma funcionalidade de navegação lateral que permite «saltar» directamente para pontos chave do conteúdo que se estende ao longo da página.

Na página dedicada à «Floresta», além dos gráficos e infografias mais estáticas, merecem especial referência o gráfico interactivo (Figura 4.11) que retrata a evolução da floresta em Portugal no período em análise e a galeria das espécies (Figura 4.12) que caracterizam a paisagem florestal nacional, permitindo clicar para conhecer cada espécie nos mais variados detalhes.

Figura 4.12 – Página dedicada à Floresta com gráfico interativo

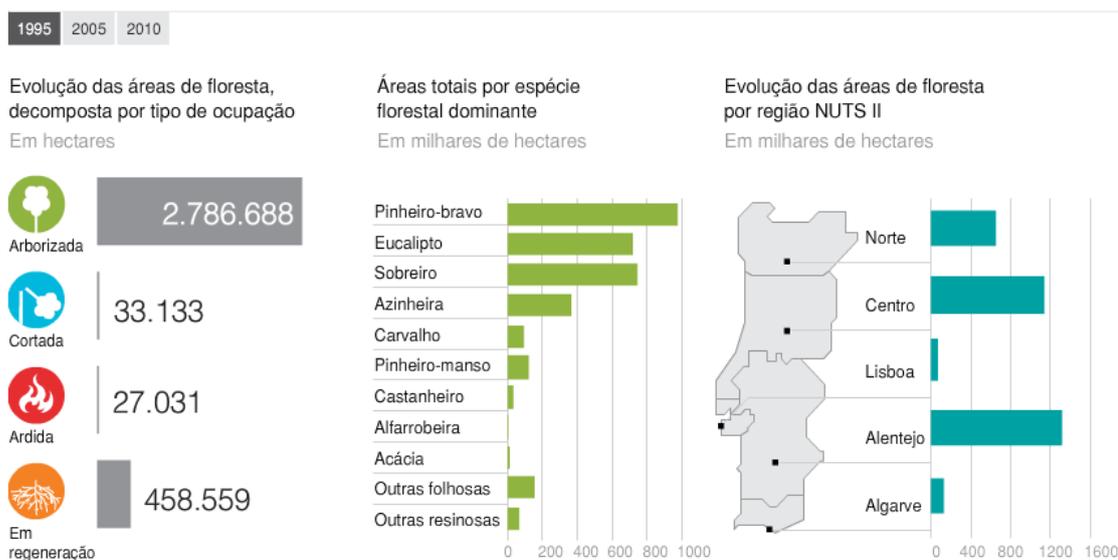
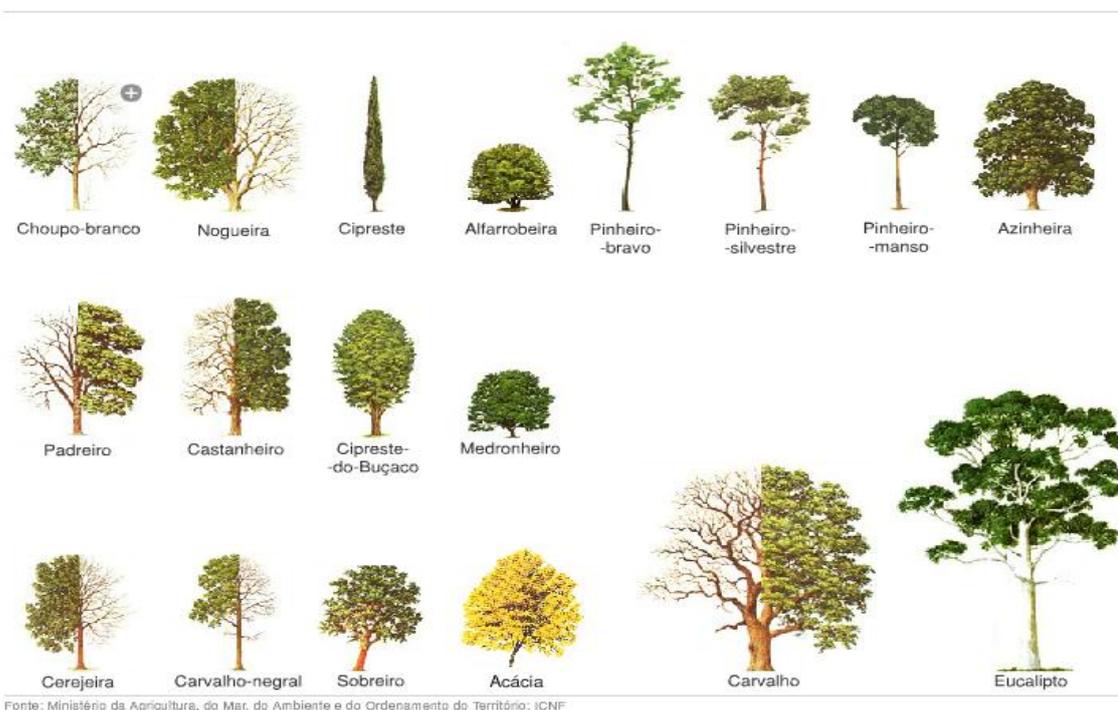


Figura 4.13 – Galeria interactiva das espécies



Sobre o bombeiro, o trabalho do Público procura responder à questão «O que distingue um voluntário de um profissional?». A resposta conta com a ajuda de um elemento de vídeo e um slideshow que dá a conhecer em vários slides «Quais os equipamentos e os meios dos bombeiros?».

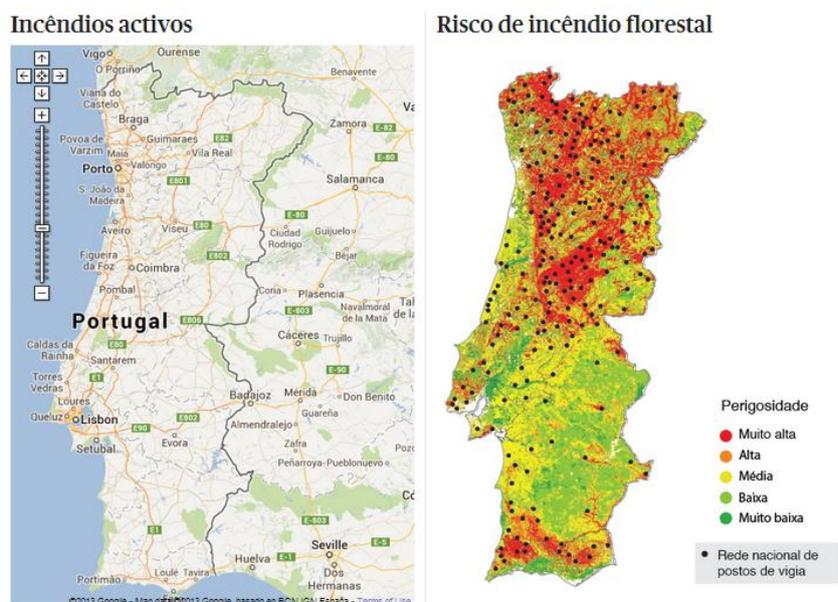
Mas é quando o leitor entra na «Prevenção» que o vídeo é mais usado como elemento informativo a acompanhar o conteúdo, superando em quantidade os restantes elementos gráficos, estáticos e interactivos. Além do vídeo em destaque na

abertura da página, o capítulo dedicado à prevenção é enriquecido por uma galeria de vídeos que aprofundam tópicos como a «Limpeza com capinadeira», o «Uso da roçadoura» ou o «Abate de árvores». No final, o leitor é convidado a conhecer, também em vídeo, «a vida de um serrano na floresta».

«Atacar a ignição de um incêndio logo nos primeiros minutos é essencial. Essa é a fase de ataque inicial (ATI), que decorre desde o instante em que é avistado fumo à tentativa de rescaldo ou extinção. Quanto mais rápido for o ataque, mais eficaz poderá ser o controlo do incêndio». Esta é a frase que faz a introdução da página que aborda o procedimento. Aqui o conteúdo resume-se a um slideshow interactivo que aprofunda os vários aspectos e procedimentos a ter em conta no combate ao incêndio.

O último capítulo deste trabalho, sobre «Incêndios Activos», diferencia-se dos restantes temas e páginas sobretudo pela actualidade, origem e recolha dos dados. Para dar um retrato dos incêndios activos em Portugal, os responsáveis do projecto optaram pela exportação dos dados directamente do site da Protecção Civil, incluindo a localização através de coordenadas. E este retrato é feito através de dois mapas colocados lado a lado. À esquerda, um mapa que mostra os incêndios activos, com mais de duas horas, mais de 10 veículos operacionais ou três ou mais meios aéreos pesados. À direita, um mapa a representar o índice de risco de incêndio a nível nacional para este ano, de acordo com o DECIF (Figura 4.13).

Figura 4.14 – Gráficos interactivos com índice de risco de incêndio para 2013



A nota negativa vai para a falta de disponibilização de dados «crus». Com efeito, esta experiência do Público na área do jornalismo de dados acaba por pecar num importante aspectos essenciais defendidos pelos especialistas na matéria.

Este trabalho conduzido pelo Público contou com o financiamento da Fundação para a Ciência e Tecnologia e do grupo produtor de papel Portucel Soporcel.

Interessante a aproximação que o trabalho tem, tanto a nível temático como a nível formal, como uma boa prática de jornalismo, citada no texto “A fundamental way newspaper sites need to change”, de Adrian Holovaty¹⁰⁵.

Holovaty (2006) diz:

“For example, say a newspaper has written a story about a local fire. Being able to read that story on a cell phone is fine and dandy. Hooray, technology! But what I *really* want to be able to do is explore the raw facts of that story, one by one, with layers of attribution, and an infrastructure for comparing the details of the fire -- date, time, place, victims, fire station number, distance from fire department, names and years experience of firemen on the scene, time it took for firemen to arrive -- with the details of previous fires. And subsequent fires, whenever they happen.” (Holovaty, 2006).

A lógica de construção do trabalho “Doze anos de fogos” está muito próxima desta lógica, que mostra a importância de deixar o leitor “construir” os seus próprios padrões de leitura. Fica a faltar uma aposta maior no acesso aos dados crús, deixando a opção de o leitor os consultar, caso queira.

¹⁰⁵ Citado no capítulo anterior. <http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho procurou contribuir para uma caracterização do estado da arte do jornalismo de dados em Portugal, respondendo a algumas questões-chave: até que ponto o jornalismo de dados está presente nas redacções destes meios de comunicação social; quais as maiores dificuldades sentidas, nesta área, pelos responsáveis; qual a importância do acesso aos dados; terão os jornalistas das redacções as competências necessárias para a prática deste tipo de jornalismo; de que forma as tecnologias de informação e comunicação vieram trazer mudanças no jornalismo e, sobretudo, na forma como são tratados os dados.

Da análise realizada, junto de *opinion leaders* da comunicação social nacional, sobressai o estado embrionário do jornalismo de dados, em Portugal. Por exemplo, apesar de a maioria dos respondentes afirmar que os órgãos de comunicação social que chefiam têm abordagens específicas aos jornalismo de dados, a maioria também admite que estas matérias só ocasionalmente são escolhidas em reunião de redacção.

Alguns dos responsáveis dizem que não apostam mais neste tipo de jornalismo por falta de recursos, falta de apoio por parte da administração ou por falta de competências específicas. O desporto é uma área onde parece haver uma preocupação sistematizada com a análise de dados e os responsáveis por este tipo de órgãos deram respostas bastante coerentes e reveladoras do seu conhecimento acerca do jornalismo de dados.

Outro indicador do estado embrionário do jornalismo de dados em Portugal, é o facto de o papel ainda ser apontado como o meio mais adequado à publicação de matérias resultantes de grandes quantidades de dados. A predominância desta resposta mostra que não há ainda uma visão muito clara acerca do potencial do online para apresentar verdadeiros produtos do jornalismo de dados. Que podem ser, como já foi abordado no capítulo 3, artigos baseados em dados, visualizações interactivas, conjuntos de dados abertos ou aplicações de notícias, todos eles com grande enfoque na web.

Passando para a prática quotidiana das redacções, a maioria das peças jornalísticas, feitas tendo por base a análise de dados, são apresentadas em texto. Seguindo-se a opção pelos gráficos em imagem, as infografias estáticas e só depois as infografias interactivas e os gráficos interactivos, estes últimos bem destacados pela negativa.

Ao analisar estas respostas concluímos que as formas de publicação utilizadas são as mais tradicionais, em detrimento das que seriam mais adequadas ao jornalismo de dados, tal como é definido neste trabalho.

A análise realizada a alguns trabalhos do Público, nesta área, veio sublinhar a escassez, ainda evidente, de produtos de jornalismo de dados, com uma nota interessante a reter. Em todos os trabalhos houve a necessidade de explicar como se tinha chegado ao trabalho final. Ou seja, para além do produto jornalístico, houve necessidade de explicar o processo. À semelhança do que acontece quanto algo é novo, é necessário explicar como funciona e do que se trata.

Mas os resultados do questionário acabam por dar conta de algumas das questões de fundo ligadas ao jornalismo de dados. Como por exemplo, a questão da disponibilização de dados, sobretudo por parte do sector público, que é levantada por quase todos os que responderam ao questionário. Como foi visto no capítulo 2, esta é uma questão central. No entanto, se por um lado os responsáveis editoriais querem maior acesso aos dados, e em formatos mais fáceis de aceder, por outro lado a maioria afirma que não disponibiliza ao público os dados que servem de base ao seu trabalho de jornalismo de dados. E a análise efectuada ao trabalho do jornal Público vem confirmar esta tendência. Apesar de ser um bom trabalho de jornalismo de dados, falta-lhe esta disponibilização, para muitos é um factor fundamental neste tipo de produtos¹⁰⁶.

A consciencialização da importância da aquisição de competências específicas para trabalhar com dados e com a sua visualização também está bem patente nas respostas, como é mostrado no capítulo 4. Em linha com os resultados do inquérito do European Journalism Centre, a quase totalidade dos respondentes ao questionário no âmbito deste trabalho admite ser importante que os jornalistas estejam preparados para lidar com a existência e disponibilização de grandes quantidades de dados. No entanto, contraditoriamente, apenas um dos respondentes afirma valorizar a “compreensão e tratamento de dados” num processo de recrutamento de jornalistas. Aqui, as competências/qualidades mais citadas são o “chip digital”, o “sentido de notícia”, a independência e uma boa capacidade de trabalho.

O retrato possível das competências dos jornalistas na área do jornalismo de dados mostra que são poucos os jornalistas que as apresentam. Em redacções com uma média de 77 jornalistas, as respostas, na sua maioria, apontam para a existência de entre um e cinco jornalistas com competências para a análise de dados.

Mas será que este trabalho só pode ser feito por jornalistas? Autores como Gordon (2013) falam das várias dimensões do jornalismo de dados que podem ser asseguradas por diferentes profissionais não-jornalistas, como por exemplo, especialistas em visualização de dados ou programadores de aplicações de notícias.

¹⁰⁶ Ver Holovaty.

Esta diversificação sugere a criação de equipas multidisciplinares para levar a cabo os trabalhos de jornalismo de dados, como se pode ver em quase todos os trabalhos citados no capítulo 3. No entanto, em Portugal, a pouca quantidade de respondentes que mencionam outros profissionais a trabalhar dados, para além dos jornalistas, sugere que este tipo de trabalho em equipa não é recorrente.

Da análise feita aos sites dos órgãos de comunicação social na noite das eleições Autárquicas sobressaiu o facto de a maioria fazer a mesma abordagem aos dados. Que resultou inclusivé em produtos jornalísticos muito próximos em termos gráficos e de arquitectura da informação. A contribuir para isso estiveram também as abordagens concertadas, entre meios dos mesmos grupos, que apresentaram exactamente os mesmo produtos jornalísticos, talvez como estratégia de maximização de recursos.

A análise foi feita de forma a aferir se haveria diferenciação nas abordagens, uma vez que todos os órgãos tinham acesso às mesmas fontes de dados. O resultado permitiu concluir que as abordagens foram pouco criativas, muito semelhantes entre si e a espelhar a própria fonte dos dados, o site “Autárquicas”, da responsabilidade do Ministério da Justiça. O Jornal de Notícias foi o único que se destacou, ao procurar acrescentar mais conjuntos de dados interessantes para análise. Enquanto o semanário Sol se destacou pela negativa ao resumir o seu trabalho a um texto simples.

Do trabalho realizado fica a ideia de que o caminho do jornalismo de dados está no início da sua exploração em Portugal. Nalguns dos maiores órgãos de comunicação social portugueses reconhece-se a importância do jornalismo de dados e os principais desafios envolvidos. Mas, se por um lado os responsáveis editoriais admitem esta importância, paradoxalmente a prática não reflecte essa ideia.

A nível da aquisição das competências necessárias à prática do jornalismo, o trabalho também parece indicar que há muito a fazer e que, de uma forma geral, apesar de reconhecerem a importância e o potencial que as tecnologias de informação e comunicação têm na forma como é feito o jornalismo, sobretudo na disponibilização, tratamento e visualização de dados, o potencial ainda não é explorado.

Esta investigação não se esgota aqui. Ela deixou a vontade de aprofundar a caracterização do jornalismo de dados em Portugal, com amostras mais significativas e uma análise aprofundada aos conteúdos dos órgãos de comunicação social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Aronova, Elena; Christina von Oertzen; David Sepkoski, (non anno), Working Group: historicizing Big Data. [Online] Max Plank Institute for the History of Science. Disponível em: http://www.mpiwg-berlin.mpg.de/en/research/projects/DeptII_Aronova_Oertzen_Sepkoski_Historicizing

Barnett, Steven (2009), Journalism, democracy and the public interest: rethinking media pluralism for the digital age. [Online] Institute for the Study of Journalism. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/Journalism_Democracy___Public_Interest_for_website.pdf

Benkler, Y., (2011) Networks of Power, Degrees of Freedom, 2011, International Journal of Communication 5, 721–755

Bennett, W. Lance (2008). Changing Citizenship in the Digital Age. Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth. Edited by W. Lance Bennett. Cambridge, MA: The MIT

Cardoso, G. (2007). The Media in the Network Society: Browsing, News, Filters and Citizenship, [online]. Lisboa: lulu.com; CIES-ISCTE.

Castells, M. (2010). The Information Age Economy, Society, and Culture. Volume I: The Rise of the Network Society. John Wiley & Sons Ltd.

Castells, Manuel; Gustavo Cardoso (2006) A Internet e a Sociedade em Rede. [Online] Comunicação Cultura e Tecnologias de Informação, Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda. Disponível em: http://cies.iscte.pt/linhas/linha2/sociedade_rede/ [15 Dezembro 2011]

Coleman, Stephen; Jay G. Blumler - «The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy».

Dai, Ming; David Herzog; Ken Fleming (2011), U.S. Newspaper Reporters' Perceptions and Use of Government Data. [online] USA, Reynolds Journalism Institute. Disponível em: http://www.rjionline.org/sites/default/files/herzog-research_0.pdf [3 Maio 2012]

Dietrich, Daniel; Jonathan Gray; Tim MacNamara; Antti Poikola; Rufus Pollock; Julian Tait; e Ton Zijlstra (2012), Open Data Handbook, [Online] Open Knowledge Foundation. Disponível em: <http://opendatahandbook.org/pdf/OpenDataHandbook.pdf> [4 janeiro 2013]

Friedland, Lewis A. (1996), Electronic Democracy and the new citizenship. Londres. Media, Culture & Society. SAGE, Vol. 18: 185-212.

Gantz, John; David Reinsel (2012 Dezembro), THE DIGITAL UNIVERSE IN 2020: Big Data, Bigger Digital Shadows, and Biggest Growth in the Far East. [online] IDC. Disponível em: <http://www.emc.com/collateral/analyst-reports/idc-the-digital-universe-in-2020.pdf> [11 março 2013]

Gordon, Rich (2013), Want to build a data journalism team? You'll need these three people. [Online] Knight Lab, Northwest University. Disponível em: <http://knightlab.northwestern.edu/2013/06/28/want-to-build-a-data-journalism-team-youll-need-these-three-people/> [2 agosto 2013]

- Grey, Jonathan; Liliana Bounegru; Lucy Chambers (2012) - The data journalism handbook. [online] European Journalism Centre, Open Knowledge Foundation. Disponível em: <http://datajournalismhandbook.org/>
- Holovaty, Adrian (2006), A fundamental way newspaper sites need to change [online] Site Andrian Holovaty. Disponível em: <http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>
- Leimdorfer, Andrew; Olivier Thereaux (2012), How open data is redefining the roles of the journalist, audience and publisher. [online] BBC paper para a o Workshop: Using Open Data. Disponível em: http://www.w3.org/2012/06/pmod/pmod2012_submission_9.pdf [15 dezembro 2012]
- Lessard-Hébert, Michelle; Gabriel Goyette; Gérald Bountin (1990) Investigação Qualitativa – Fundamentos e Práticas. Coleção Epistemologia e Sociedade, Instituto Piaget.
- McChesney, Robert W. (1999), Rich Media Poor Democracy. USA, Board of trustees of the University of Illinois.
- Meyer, Philip (1991), The new precision journalism. [Online] Disponível em: <http://www.unc.edu/~pmeyer/book/> [16 março 2012]
- O'Neil, Cathy (Outubro, 2013), On being a data Skeptic. [online] O'Reilly Media. Disponível em: <http://oreilly.com/data/radarreports/being-a-data-skeptic.csp>
- Serrano, Estrela (2006), A Dimensão Política do Jornalismo [online] Comunicação & Cultura, n.º2, pp. 63-81. Disponível em: http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/2010/07/02_03_Estrela_Serrano.pdf
- Servière, Samuel-Frédéric (2011) Classement international 2011 "Open Data et Open Government. [online] Disponível em: <http://www.ifrap.org/Classement-international-2011-Open-Data-et-Open-Government,12204.html>
- Silva, Augusto Santos; José Madureira Pinto (orgs.) (1986) Metodologia das Ciências Sociais. Lisboa. Coleção Biblioteca das Ciências do Homem, Edições Afrontamento.
- Sirkkunen, Esa; Tanja Aitamurto; Pauliina Lehtonen (2011, Setembro), Trends In Data Journalism. Next Media, a TIVIT Programme. [Online] Disponível em: http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2011/D3.2.1.2.B_Hyperlocal_Trends_In%20Data_Journalism.pdf [2012, 4 Dezembro]
- Stolte, Yolande (2012), Journalism and Access to Data – The Phone Hacking Scandal, WikiLeaks and the Public Interest, Datenschutz Und Datensicherheit - DuD, volume 36 issue 5 (30 April 2012), pages 354-358
- Yiu, Chris (2012), The big data opportunity. [Online] Londres: Policy Exchange. Disponível em: <http://www.policyexchange.org.uk/images/publications/the%20big%20data%20opportunity.pdf> [2013, 11 de Março]

ANEXOS

Anexo A - Capa do número "The Economist" dedicado ao Big Data.



Anexo B – “Inflação de dados”, quadro “The Economist”.

Data inflation		
Unit	Size	What it means
Bit (b)	1 or 0	Short for “binary digit”, after the binary code (1 or 0) computers use to store and process data
Byte (B)	8 bits	Enough information to create an English letter or number in computer code. It is the basic unit of computing
Kilobyte (KB)	1,000, or 2^{10} , bytes	From “thousand” in Greek. One page of typed text is 2KB
Megabyte (MB)	1,000KB; 2^{20} bytes	From “large” in Greek. The complete works of Shakespeare total 5MB. A typical pop song is about 4MB
Gigabyte (GB)	1,000MB; 2^{30} bytes	From “giant” in Greek. A two-hour film can be compressed into 1-2GB
Terabyte (TB)	1,000GB; 2^{40} bytes	From “monster” in Greek. All the catalogued books in America’s Library of Congress total 15TB
Petabyte (PB)	1,000TB; 2^{50} bytes	All letters delivered by America’s postal service this year will amount to around 5PB. Google processes around 1PB every hour
Exabyte (EB)	1,000PB; 2^{60} bytes	Equivalent to 10 billion copies of <i>The Economist</i>
Zettabyte (ZB)	1,000EB; 2^{70} bytes	The total amount of information in existence this year is forecast to be around 1.2ZB
Yottabyte (YB)	1,000ZB; 2^{80} bytes	Currently too big to imagine

The prefixes are set by an intergovernmental group, the International Bureau of Weights and Measures. Source: *The Economist* Yotta and Zetta were added in 1991; terms for larger amounts have yet to be established.

Anexo C – Exemplos de portais/sites de dados abertos de iniciativa pública e privada, recolhidos no âmbito deste trabalho.

Portais de Dados Abertos

Nacionais		
Portal	Entidade	URL
Estatísticas Nacionais	Instituto Nacional de Estatística	www.ine.pt
Estatísticas Económicas	Banco de Portugal	www.bportugal.pt
Agregador de Dados	Pordata	www.pordata.pt
Agregador de Dados	Dados.Gov	www.dados.gov.pt
Sondagens Opinião	Portal Opinião Pública	www.pop.pt
Compras Públicas	Instituto Nacional Construção Imobiliário	www.base.gov.pt
Comércio e Investimento	AICEP	www.portugalglobal.pt
Estatísticas Economia	Ministério da Economia	www.gee.min-economia.pt
Registos Empresariais	Ministério da Justiça	www.estatisticasempresariais.mj.pt
Estatísticas da Justiça	Ministério da Justiça	www.siej.dgpj.mj.pt
Estatísticas da Educação	Ministério da Educação	http://estatisticas.gepe.min-edu.pt
Estatísticas Educação e Ciência	Ministério da Educação	www.dgeec.mec.pt
Estatísticas Segurança Social	Instituto Segurança Social	www4.seg-social.pt/estatisticas
Protecção Civil	ANCP	www.proxiv.pt/cnos/Pages/Estatisticas.aspx
CCDR-Centro	CCDR-Centro	http://datacentro.ccdr.pt
Lisboa e Vale do Tejo	Lisboa e Vale do Tejo	http://orlvt.ccdr-lvt.pt/ODSRender/Home.aspx
Madeira	Governo da Madeira	http://estatistica.gov-madeira.pt
Açores	Governo dos Açores	http://estatistica.azores.gov.pt
Open Data LX	CM Lisboa	www.lisboaparticipa.pt

Internacionais - Movimentos e Iniciativas		
Portal	Âmbito	URL
Open Government Partnership	Mundial	http://www.opengovpartnership.org/
Open Data Foundation	Mundial	http://www.opendatafoundation.org
Open Definition	Mundial	http://opendefinition.org/
The Open Institute	Mundial	http://openinstitute.com/
The Open Knowledge Foundation	Mundial	http://okfn.org/
Sunlight Foundation	Europeu	http://sunlightfoundation.com/
Open State Foundation	Europeu	http://openstate.eu/
The Open Data Initiative	Mundial	http://www.opendatainitiative.org
Global Open Data Initiative	Mundial	http://globalopendatainitiative.org/
The Open Data Institute	Mundial	http://theodi.org/
Google Public Data	Mundial	www.google.com/publicdata/directory
Gapminder	Europeu	www.gapminder.org
Datacatalogs	Europeu	http://datacatalogs.org
Datahub	Mundial	http://datahub.io/

Internacionais - Dados Abertos		
Portal	Âmbito	URL
Open Data Portal	Europeu	http://open-data.europa.eu
Eurostat	Europeu	www.ec.europa.eu/eurostat
BCE	Europeu	www.ecb.int/stats
Banco Mundial	Mundial	http://data.worldbank.org
OCDE	Mundial	www.oecd.org/statistics
FMI	Mundial	www.imf.org/external/data.htm
ONU	Mundial	http://unstats.un.org
OMS	Mundial	www.who.int/gho
Open UN-Habitat Transparency Initiative	Mundial	http://open.unhabitat.org/

Anexo D - Questionário enviado aos responsáveis editoriais órgãos de comunicação social portugueses (entre Agosto e Outubro de 2013)

Mestrado em Comunicação, Cultura e
Tecnologias de Informação
Dissertação: **Jornalismo de dados
em Portugal: Estado da arte**



Questionário responsáveis editoriais órgãos de comunicação social portugueses

1 – Ouviu falar de jornalismo de dados antes deste inquérito?

Sim
Não

2 – Acha que a utilização de dados «crús» (dados que ainda não foram tratados, por exemplo: os dados do INE, os dados do Eurostat, o Orçamento de Estado), como fonte primária de informação é (assinale com um X):

Muito importante
Importante
Moderadamente importante
Pouco importante
Não é importante

3 – No órgão de comunicação social onde trabalha existe, neste momento, ou está planeada alguma abordagem específica ao jornalismo de dados?

Sim
Não

Se sim, qual?

4 – Se não existe alguma abordagem específica ao jornalismo de dados, qual é o principal impedimento para isso aconteça (assinale com um X)?

Falta de recursos
Falta de tempo
Falta de apoio por parte da administração
Falta de interesse por parte da redacção
Falta de competências específicas
Falta de um modelo de negócio sustentável

5 – No órgão de comunicação social onde trabalha há preocupação específica na utilização/análise de grandes quantidades de dados para a construção e sustentação de matéria jornalística?

Sim
Não

Se sim quais as matérias dominantes?

6 – Quando é feita uma peça jornalística que tem por base a análise de dados, quais os suportes utilizados para a apresentar?

Por favor, ordene dos mais utilizados para os menos utilizados (fazendo corresponder 1 ao mais utilizado e 5 ao menos utilizado):

Gráficos em imagem	<input type="checkbox"/>
Gráficos interactivos	<input type="checkbox"/>
Infografias estáticas	<input type="checkbox"/>
Infografias interactivas	<input type="checkbox"/>
Texto	<input type="checkbox"/>

7 - Os dados originais costumam ser disponibilizados aos leitores?

Sim
Não

8 - Nas reuniões de redacção para decisão das grandes matérias a abordar com que frequência são escolhidas matérias baseadas na análise de grandes quantidades de dados? (assinale com um X)

Sempre	<input type="checkbox"/>
Frequentemente	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Raramente	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

9 – Com que frequência são utilizados, no seu meio de comunicação social, dados públicos e estatísticos de organizações como o INE, o Eurostat e outras entidades da Administração Pública e Governo? (assinale com um X)

Sempre	<input type="checkbox"/>
Frequentemente	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Raramente	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

10 – Tendo em conta os dados disponibilizados pelo sector público, em que sectores/temas gostaria de ter acesso a mais dados «crús»? (ex. saúde, finanças, agricultura, turismo...)

11 – Qual destes meios acha mais adequado para a apresentação de matérias resultantes da análise de grandes quantidades de dados (ordene de 1 a 4, sendo o 1 o mais adequado e o 4 o menos adequado):

TV	<input type="checkbox"/>
Rádio	<input type="checkbox"/>
Imprensa	<input type="checkbox"/>
Online	<input type="checkbox"/>
Outro (identificar)	<input type="checkbox"/>

12 – Quantos jornalista há na sua redacção?

13 – Do total da sua redacção, quantos jornalistas se dedicam a análise de dados?

14 – Do total da sua redacção, quantos jornalistas crê terem preparação para fazer análise de dados?

15 – Se tiver de contratar um jornalista hoje, quais as competências ideais que ele/a deverá ter necessariamente para ser contratado?

16 – Acha importante que os jornalistas tenham preparação/competência para lidar com a existência e disponibilização de grandes quantidades de dados?

Sim
Não

17 - Há outros colaboradores, para além dos jornalistas, que trabalhem com dados como matéria noticiosa?

Sim
Não

Se sim quais:

18 – Tendo em conta a sua experiência, pode enumerar duas ou três grandes diferenças entre a forma como são tratados os dados hoje e há 10 anos atrás?

19 - Até que ponto as tecnologias de informação e comunicação vieram tornar mais simples a análise, publicação e visualização de dados?

Anexo E – Caixa de texto do trabalho, do Público, “Partidos políticos ainda não pagaram coimas das últimas autárquicas”, onde é explico o trabalho realizado.

em que os partidos são sempre condenados é essa, já não constitui uma surpresa para os cidadãos eleitores. Os cidadãos sabem de antemão que a informação é negativa, os partidos não conseguem sequer cumprir as leis que eles próprios elaboram”, afirma Paulo Morais.

Se olharmos para o passado, o desfecho das eleições autárquicas de 2005 só aconteceu em Março de 2010. No total, os partidos com assento parlamentar foram obrigados a desembolsar mais de 120 mil euros.

Os mais penalizados foram PS e PSD, com coimas de 30 mil euros para os respectivos partidos e de três mil para os mandatários financeiros. O CDS foi obrigado a despende 14 mil euros, mais 3000 imputáveis ao seu mandatário financeiro. Mais à esquerda, o PCP teve de responder a uma coima de 20 mil euros, acrescida de 3000 ao seu mandatário financeiro e o BE foi chamado a desembolsar uma coima de 12 mil euros mais 2500 a pesarem sobre a mandatária financeira do partido.

Entre as contra-ordenações apontadas no acórdão referente às eleições de 2005, estão, por exemplo, facturas com data de emissão posterior à do acto eleitoral (CDU), não apresentação no prazo de 90 dias de todos os balanços das contas da campanha (BE, CDU), assim como a falta da totalidade dos extractos das contas bancárias associadas à campanha até que as mesmas sejam canceladas (PS, PSD, BE, CDS, CDU). Também mereceram sinal vermelho do TC os montantes de angariações de fundos cujos doadores não foi possível identificar (PS, BE), doações depositadas depois das eleições (PS), sobreavaliação da subvenção estatal (PS, PSD, BE, CDS) ou incumprimento do dever de reflectir adequadamente nas contas da campanha todas as receitas e despesas (PSD, CDS, CDU).

O procedimento de escrutínio do acto eleitoral é complexo. No primeiro patamar, cabe à ECFP realizar uma auditoria às contas das campanhas. A palavra é devolvida aos partidos para justificarem falhas e irregularidades detectadas. Só depois a ECFP elabora um parecer que remete ao TC. Os juizes do Palácio Ratton decidem então sobre a regularidade do processo, enviando as conclusões para o Ministério Público, a quem cabe a promoção das coimas que entender aplicáveis. O processo volta então ao Tribunal Constitucional, que profere a decisão final. É esse desfecho que ainda se aguarda sobre as eleições de 2009.

Outdoors estão no topo das despesas

É com os outdoors que os partidos mais dinheiro gastam em campanha, segundo as contas apresentadas ao Tribunal Constitucional. Na última campanha, o PSD gastou 3,96 milhões, o BE 542,8 mil euros e a coligação PSD/CDS 1,023 milhões. O CDS, o PS e a CDU não têm essa informação nas contas consolidadas. Segundo os orçamentos para 2013, a CDU irá gastar 295 mil euros, o PSD e o CDS 24.500 euros. O PSD, o PS e o BE só apresentam os valores para cada uma das candidaturas aos municípios.

Este ano, a lei limita a 25% o valor de subvenção canalizado para a concepção, produção e afixação de outdoors, alteração introduzida em Janeiro. A questão, segundo o PÚBLICO apurou, é que a fiscalização do cumprimento desse limite só vai ser feita após o pagamento da subvenção, de acordo com os prazos estabelecidos por lei. Pela primeira vez, os partidos só têm de apresentar contas ao Tribunal Constitucional após o pagamento integral da subvenção e não após a saída dos resultados eleitorais. Quando a Assembleia da República fizer o pagamento da subvenção, irá apenas solicitar aos partidos “informação referente ao cumprimento deste preceito legal”, disse a AR ao PÚBLICO, acrescentando que, se depois forem identificadas diferenças, “devem as forças políticas ser questionadas no sentido de corrigir o valor da subvenção atribuída”.

Os gastos com propaganda, comunicação impressa e digital vêm, em geral, a seguir à rubrica das estruturas, cartazes e telas. Os custos administrativos são a terceira principal fonte de despesas, seguidos dos comícios e espectáculos, da concepção de campanha, agências de comunicação e estudos de mercado, e dos brindes e ofertas. Raquel Albuquerque

Os bastidores de um novo tipo de notícia, ao longo dos últimos seis meses



Quando uma roldana afestou os dois corredores de prateleiras da sala de arquivos do Tribunal Constitucional, viram-se as centenas de dossiers com documentos que comprovam o dinheiro gasto e recebido numa campanha. É preciso um corredor inteiro para arrumar as contas das duas últimas autárquicas: extractos bancários, fotocópias de cheques e recibos; bonês, T-shirts e bandeiras. A imensidão de lombadas deixou clara a dimensão destas eleições.

A ideia inicial do trabalho nasceu na Redacção. O objectivo era tirar dos arquivos fechados todos os dados sobre o financiamento eleitoral das autárquicas em Portugal. Mas logo no primeiro contacto com a Entidade das Contas e Financiamentos Políticos (ECFP), a sala de arquivos foi aberta para mostrar qual impossível era cumprir esse objectivo.

Por um lado, tínhamos os milhares de papéis que nunca, no tempo disponível, poderiam vir a ser todos digitalizados. Por outro, tínhamos o que de melhor a computação pode trazer ao jornalismo, permitindo extrair e explorar dados, através da parceria do PÚBLICO com um projecto de investigação em jornalismo computacional (REACTION - Retrieval, Extraction and Aggregation Computing Technology for Integrating and Organizing News), que resulta da colaboração da Universidade Técnica de Lisboa (INESC-ID), Universidade do Porto (FEUP e LIACC), Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ), Labs Sapó (UP e Picoas), apoiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) ao abrigo do programa UTAustin-Portugal.

Estávamos em Março. A opção foi perceber quais os materiais disponíveis em formato digital. Pegámos na informação financeira dos relatórios da ECFP, discriminada por cada candidatura municipal e relativa às duas últimas autárquicas - as únicas fiscalizadas pela entidade (anteriormente a tarefa competia à CNE). Extraímos os dados que, durante meses, foram

O objectivo era tirar dos arquivos fechados todos os dados sobre o financiamento eleitoral das autárquicas

compilados numa base de dados. Foi também preciso ir aprendendo a lógica, ou ausência dela, num processo como este.

Juntamos os valores actualizados da subvenção paga pela Assembleia da República, introduzidos um por um na base de dados, confirmados vezes sem conta. É que hoje ainda é grande a dificuldade em obter dados públicos numa folha Excel e essa é a razão para que não haja ainda mais informação neste trabalho.

Depois discutimos qual a melhor forma de representar graficamente todos os dados. E, seis meses depois da visita desoladora à sala de arquivos, o trabalho tinha finalmente ganho forma.



Documentação relativa às contas de campanha é guardada no TC



Europass- Curriculum Vitae



Informação pessoal

Apelido(s) / Nome(s) próprio(s) **Ana Isabel Pinto Martinho**
Morada(s) Av. 25 de Abril, 22-3º. Esqº - 2800-298 Almada - Portugal
Correio(s) electrónico(s) anapintomartinho@gmail.com
Telemóvel 918665520
Nacionalidade Portuguesa
Data de nascimento 1972/02/08
Local de Nascimento Cebolais de Cima, Castelo Branco
Sexo Feminino

Experiência profissional

Datas 2006 – (...)
Função ou cargo ocupado **Coordenadora de Projectos**
Principais actividades e responsabilidades Responsável por vários projectos de conteúdos em diversas plataformas (incluindo internet, televisão e papel), desde o seu desenho até à sua implementação, bem como pelo planeamento e realização de eventos.
Nome e morada do empregador Vários
Tipo de empresa ou sector Comunicação Social
Datas 2009 - 2013
Função ou cargo ocupado **Directora de Programa TV**
Principais actividades e responsabilidades Directora do programa iGOV, RTP Informação, desde 2009 até Abril de 2013.
Nome e morada do empregador Programa iGOV (RTP Informação), Lisboa

Tipo de empresa ou sector	Comunicação Social
Datas	Setembro de 2006 - Maio de 2013
Função ou cargo ocupado	Directora
Principais actividades e responsabilidades	Directora do Portal iGOV (meio de Comunicação Social dedicado às temáticas do eGovernment, da modernização administrativa e cidadania), entre Setembro de 2006 e Maio de 2013.
Nome e morada do empregador	Portal iGOV, Almada
Tipo de empresa ou sector	Comunicação Social
Datas	Setembro de 2006 e Setembro de 2012
Função ou cargo ocupado	Responsável Editorial
Principais actividades e responsabilidades	Responsável pela editoria «Tecnologias» do online do semanário Sol, entre Setembro de 2006 e Setembro de 2012.
Nome e morada do empregador	Semanário Sol, Lisboa
Tipo de empresa ou sector	Comunicação Social
Datas	Janeiro de 2006 - Maio de 2013
Função ou cargo ocupado	Sócia-Gerente
Principais actividades e responsabilidades	Sócia-gerente da empresa Espiral de Conhecimento, Lda, entre Janeiro de 2006 e Maio de 2013 (experiência em gestão de projectos).
Nome e morada do empregador	Espiral de Conhecimento, Lda., Almada
Tipo de empresa ou sector	Comunicação Social
Datas	Maio de 2004 - Julho de 2012
Função ou cargo ocupado	Colaboradora
Principais actividades e responsabilidades	Colaboradora do jornal «Semana Informática» (Grupo Investec) de Maio de 2004 a Julho de 2012.
Nome e morada do empregador	Jornal «Semana Informática», (Grupo Investec), Lisboa
Tipo de empresa ou sector	Comunicação Social
Datas	Março de 2005 - Setembro de 2009
Função ou cargo ocupado	Colaboradora
Principais actividades e responsabilidades	Colaboradora regular da revista «Ingenium» (Ordem dos Engenheiros) entre Março de 2005 e Setembro de 2009.
Nome e morada do empregador	Revista «Ingenium» (Ordem dos Engenheiros), Lisboa

Tipo de empresa ou sector	Comunicação Social
Datas	Março de 2003 - Janeiro de 2006
Função ou cargo ocupado	Freelancer
Principais actividades e responsabilidades	Jornalista freelancer entre Março de 2003 e Janeiro de 2006, especializada na área das tecnologias de informação e comunicação, Administração Pública e modernização administrativa.
Nome e morada do empregador	Grupo Algebrica, Lisboa
Tipo de empresa ou sector	Comunicação Social
Datas	Junho de 2001 - Fevereiro de 2005
Função ou cargo ocupado	Colaboradora
Principais actividades e responsabilidades	Colaboradora do «Suplemento de Negócios» do «Diário de Notícias», onde era responsável pela página: «Nova Economia/Tecnologias» - Junho de 2001 a Fevereiro de 2005.
Nome e morada do empregador	Diário de Notícias, Lisboa
Tipo de empresa ou sector	Comunicação Social
Datas	Março de 1999 - Janeiro de 2005
Função ou cargo ocupado	Directora Executiva
Principais actividades e responsabilidades	Desempenho de várias funções dentro do Grupo Algebrica, entre Março de 1999 e Janeiro de 2005, salientando-se as seguintes: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Directora executiva da revista «Inter.Face – Administração Pública», de Março de 2003 até Fevereiro de 2005 (com a responsabilidade de delinear a estratégia total da revista); ▪ Editora Executiva da «Inter.Face – Administração Pública» e da «Inter.Face – Banca & Seguros», de Janeiro de 2002 a Março de 2003; ▪ Editora das newsletters electrónicas «e-ap» e «e-bs», complementares às revistas acima mencionadas, de Janeiro de 2002 a Março de 2003; ▪ Coordenadora de programas, conteúdos e organização de vários eventos «Inter.Face», de Dezembro de 2000 a Março de 2003; ▪ Chefe de Redacção da «Inter.Face – Administração Pública», de Janeiro de 2000 a Janeiro de 2002; ▪ Jornalista da revista «InformationWeek», de Março de 1999 a Janeiro de 2000;.
Nome e morada do empregador	Grupo Algebrica, Lisboa
Tipo de empresa ou sector	Comunicação Social
Datas	Janeiro de 1998 - Março de 1999
Função ou cargo ocupado	Jornalista e Editora
Principais actividades e responsabilidades	Jornalista e posteriormente editora do jornal regional «Voz do Campo» (Castelo Branco), de Janeiro de 1998 a Março de 1999.
Nome e morada do empregador	Jornal «Voz do Campo», Castelo Branco

Tipo de empresa ou sector | Comunicação Social

Datas | Janeiro de 1997 - Setembro de 1997

Função ou cargo ocupado | **Estágio**

Principais actividades e responsabilidades | Estágio no jornal regional «Reconquista» (Castelo Branco), de Janeiro de 1997 a Setembro de 1997.

Nome e morada do empregador | Jornal «Reconquista», Castelo Branco

Tipo de empresa ou sector | Comunicação Social

Educação e formação

Datas | 2011 - 2013

Qualificação atribuída | Mestrado

Principais disciplinas/competências profissionais | Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação (ISCTE), a frequentar (término esperado em 2013).

Organização de ensino ou formação | ISCTE

Datas | 2011 - 2012

Qualificação atribuída | Pós-graduação

Principais disciplinas/competências profissionais | Pós-graduação em Comunicação cultura e Tecnologias de Informação pelo ISCTE, terminada em 2012.

Organização de ensino ou formação | ISCTE

Datas | 1997

Qualificação atribuída | Licenciatura

Principais disciplinas/competências profissionais | Licenciatura em Comunicação Social, pela Universidade da Beira Interior, terminada em 1997.

Organização de ensino ou formação | Universidade da Beira Interior

Aptidões e competências pessoais

Língua(s) materna(s) | **Português**

Outra(s) língua(s)

Auto-avaliação

Nível europeu ()*

Língua Inglesa

Língua Espanhola

Língua Francesa

Compreensão		Conversaço		Escrita	
Compreensão oral	Leitura	Interacção oral	Produção oral		
Elevado	Elevado	Elevado	Elevado		Elevado
Elevado	Elevado	Elevado	Elevado		Elevado
Médio	Elevado	Médio	Médio		Mínimo

(*) [Nível do Quadro Europeu Comum de Referência \(CECR\)](#)

Experiência na área da formação	<ul style="list-style-type: none"> • Formadora nas áreas da escrita online/digital e comunicação Web (Redes Sociais), no Instituto Nacional de Administração (INA), Cenjor, Escrever Escrever, entre outros; • Formadora na área da comunicação em geral; • Formadora na área da análise, disponibilização e visualização de dados.
Trabalho Académico	<ul style="list-style-type: none"> • Centrado nas áreas do Jornalismo de Dados, do eGovernment, da participação cidadã, na disponibilização de dados por parte dos Governos (Open Government) e «new media».
Comunicação em Seminários e Outros	<ul style="list-style-type: none"> • «A nova Comunicação Pública» - Intervenção no Seminário da Associação dos Municípios Portugueses do Vinho sobre Comunicação Pública e Networking Autárquico (2010); • «Redes sociais: Gerir a interactividade» - Intervenção no XII Encontro de Comunicação Autárquica (2011); • «Escrita para as Redes Sociais» - Synapse da Associação Lycos (2012) • «Open Government e Jornalismo de Dados» - Intervenção na Escola Superior de Educação de Coimbra (2012); • «O novo Cidadão: Reflexões sobre os novos média e cidadania» - workshop na Agência para a Modernização Administrativa (2013); • «Os novos desafios do serviço público na sociedade da inovação e do conhecimento» - Intervenção na 3ª Jornada Local - Inovação e Empreendedorismo como fatores de crescimento e desenvolvimento, Vila Verde (2013). • Participação em vários seminários e colóquios como moderadora.
Aptidões e competências sociais	<ul style="list-style-type: none"> • Altamente motivada por ideias, desafios e objectivos • Espírito crítico na análise das situações e determinação na procura de soluções • Aptência para os recursos técnicos e tecnológicos de suporte à informação/comunicação • Capacidade de gestão e planeamento de pessoas, equipas e projectos • Simpática, de bom senso, sociável e com elevado espírito de equipa
Áreas de Interesse	<ul style="list-style-type: none"> • New Media; • Análise, disponibilização e visualização de dados; • Jornalismo de dados; • eGovernment; • Open Data/Open Government; • Questões ligadas ao fomento da cidadania; • Modernização Administrativa dos Governos e Administrações Públicas.
Formação Profissional	<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Formação Inicial de Formadores, 2011; • Ateliê de Jornalismo Digital, Cenjor (Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas), realizado entre Abril e Maio de 2005; • Curso de Aperfeiçoamento em Imprensa, Cenjor (Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas), realizado entre Outubro de 1992 e Fevereiro de 1993.
Aptidões e competências informáticas	<ul style="list-style-type: none"> • Perfeitamente à vontade nos ambientes web e novos média; • Experiência em introdução de conteúdos em backoffices de vários CMS (Content Management System); • Experiência no manuseamento de ferramentas de visualização de dados e storytelling; • Experiência na gestão das redes sociais no meio empresarial; • Noções básicas de html.