

# EL PROCESO de STORYTELLING con DATOS

Cuando necesites comunicar datos, lee los siguientes aspectos, a modo de recordatorio de las principales lecciones, así como algunas consideraciones iniciales para reflexionar sobre el proyecto al que te enfrentas. Cada aspecto corresponde al capítulo del mismo número de *Storytelling con datos: Ejercicios prácticos*.

## Paso 1: COMPRENDE el CONCEPTO

¿Quién es tu audiencia? ¿Qué la motiva? ¿Qué quieres comunicarle? Articula tu «Gran idea». La «Gran idea» tiene tres componentes, (1) articula tu punto de vista, (2) transmite lo que está en juego, y (3) debe ser una oración completa. Crea un guion gráfico de los componentes que presentarás a tu audiencia para ayudarla a entender la situación y convencerla de que actúe. Define el orden que funcionará mejor y organiza las notas adhesivas para crear el flujo narrativo deseado. Ahora tienes un plan de ataque. Si es posible, busca retroalimentación del cliente o de las partes interesadas en este momento.

¿Qué quieres comunicar? Identifica la idea principal y cómo mostrar los datos de manera que sea fácil de entender para la audiencia. A menudo, esto significa iterar y observar los datos de maneras diferentes para encontrar el gráfico que te permitirá crear el momento mágico de «comprensión». ¡Dibuja! Analiza las herramientas y demás recursos que tienes a tu disposición para dibujar la visualización y después, desarrollarla. Busca retroalimentación para saber si es adecuada para lo que necesitas o recibir consejos sobre los aspectos que debes mejorar con varias iteraciones.

## Paso 2: ELIGE una VISUALIZACIÓN EFECTIVA

## Paso 3: ELIMINA el DESORDEN

¿Hay algo que no aporte valor? Identifica los elementos innecesarios y elimínalos. Reduce la carga cognitiva conectando visualmente los elementos relacionados, dejando los espacios en blanco necesarios, alineando los elementos limpiamente y evitando las diagonales. Aprovecha el contraste visual con moderación y de forma estratégica: ¡no dejes que tu mensaje desaparezca entre el desorden!

¿Dónde quieres que mire el público? Determina cómo puedes atraer la atención de la audiencia sobre lo que quieres que vean, valiéndote de la ubicación, el tamaño y el color. Utiliza el color de forma estratégica y con moderación, teniendo en cuenta el tono, la imagen de marca y el daltonismo. Haz la prueba «¿Hacia dónde se dirige tu mirada?» para entender si estás aplicando de manera eficaz los atributos preatentivos para dirigir la atención de la audiencia.

## Paso 4: ENFOCA la ATENCIÓN

## Paso 5: PIENSA COMO un DISEÑADOR

Las palabras ayudan a que los datos tengan sentido. Titula y etiqueta con claridad gráficos y ejes, y emplea un título declarativo para responder a la pregunta, «¿Cuál es la esencia?». Crea una jerarquía visual para facilitar el procesamiento de la información y dejar claro cómo interactuar con los elementos de tus comunicaciones visuales. Presta atención a los detalles: no permitas que problemas menores desvíen la atención del mensaje. Haz tus diseños visuales accesibles. Dedícales tiempo a los detalles más sutiles del diseño: la audiencia lo apreciará y aumentarán las probabilidades de una comunicación exitosa.

Consulta tu «Gran idea»: crea una frase concisa y repetible a partir de ella. Reexamina el guion gráfico y organiza los componentes de la historia a lo largo del arco narrativo. ¿Cuál es la tensión? ¿Cómo puede actuar la audiencia para resolverla? ¿Dónde y cómo encajan los datos en la narrativa? ¿Cómo se diferenciaría un material para una presentación en vivo de un informe escrito que la audiencia debe consumir por su cuenta? ¡Crea una historia de datos que capte la atención de la audiencia, genere un debate intenso e influya en las actuaciones posteriores!

## Paso 6: CUENTA una HISTORIA