

Storytelling con Datos

Cómo convertir números en historias que impactan

Por Juan Duran

¿Qué es el storytelling con datos?

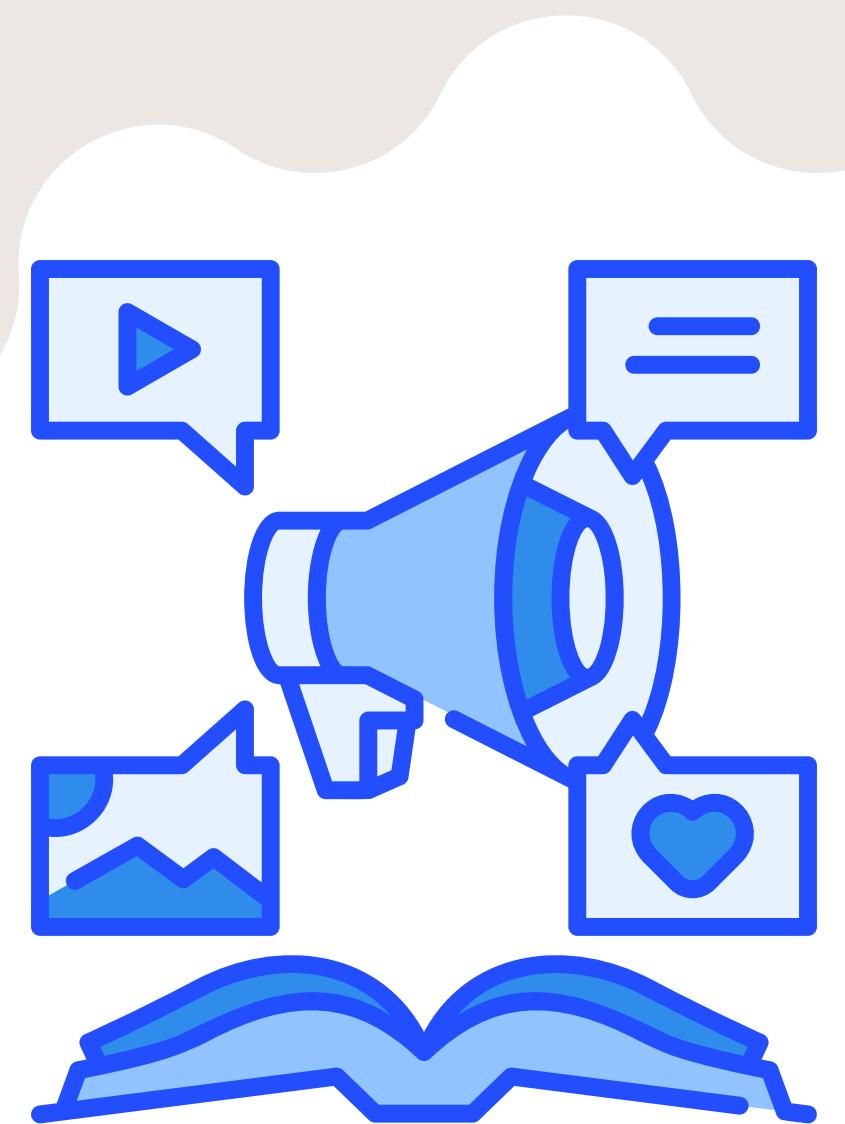
El storytelling con datos combina dos mundos:

- **El mundo de los datos**, que aporta hechos, evidencia, números.
- **El mundo de las historias**, que aporta emoción, contexto y sentido.

Cuando los unimos, logramos **transmitir mensajes claros, memorables y persuasivos**.

No se trata solo de hacer gráficas bonitas, sino de encontrar una narrativa que le dé significado a la información.

Piensa en esto: **los datos explican, pero las historias conectan**.



¿Por qué es importante contar historias con datos?

Muchas veces, los datos solos no bastan.

- Necesitamos darles forma para que sean comprensibles.
- Necesitamos contar historias para que las personas sientan la importancia de esos datos.
- Necesitamos conectar para inspirar confianza, comprensión y decisión.

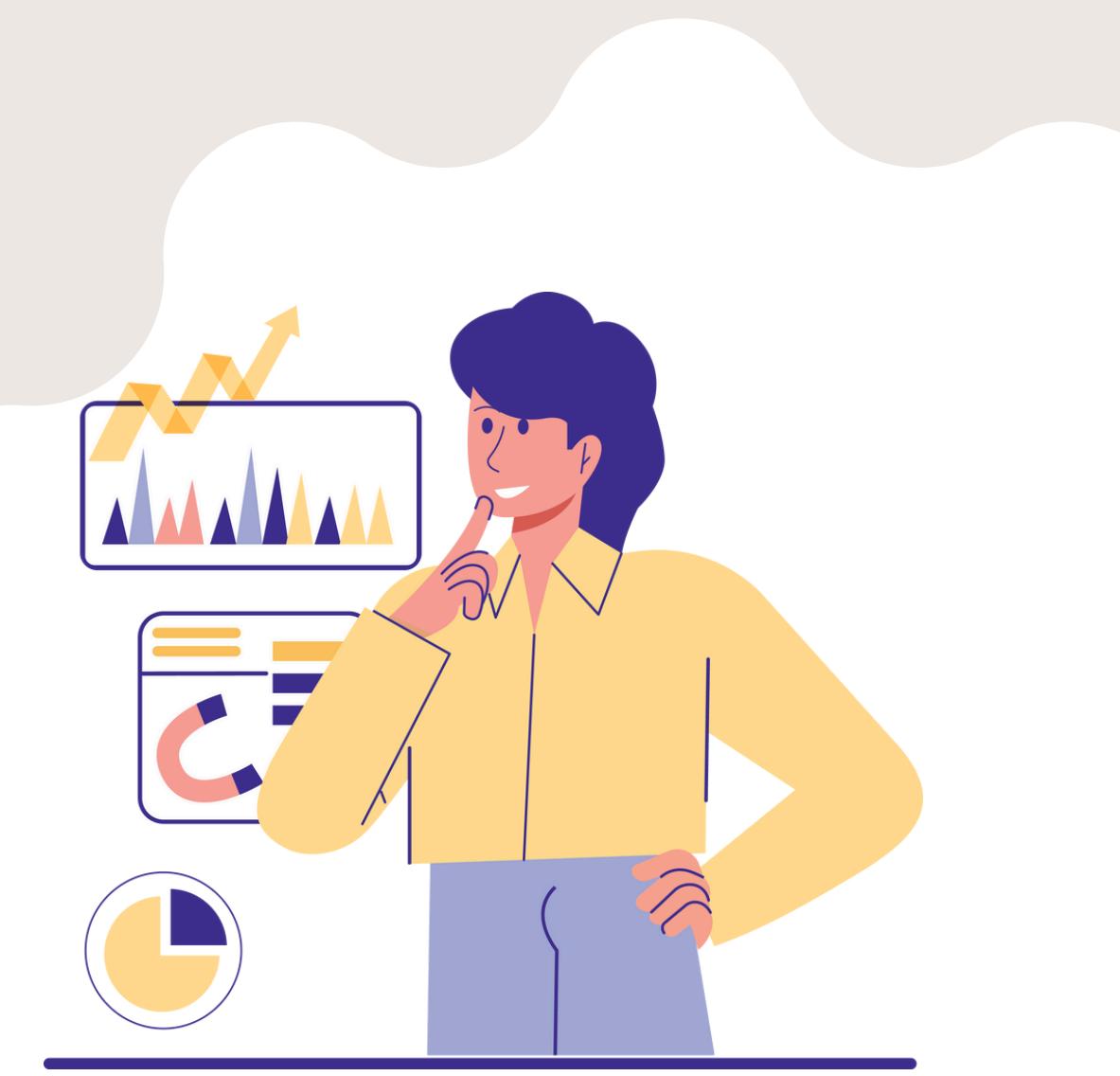
Ejemplo:

Si digo que “el 75% de los adultos no hace ejercicio suficiente”, es un dato.

Pero si digo:

“3 de cada 4 personas como tú y como yo, no se mueven lo suficiente. Esto tiene impacto directo en nuestra salud, bienestar y calidad de vida.”

Ahí aparece la historia. Y ahí está el cambio.



¿En qué áreas se usa?

El storytelling con datos se puede aplicar en casi cualquier ámbito. Algunos ejemplos:

- Empresas y negocios

Para presentar resultados, convencer inversores, o explicar estrategias de forma clara y persuasiva.

- Salud y ciencia

Para explicar hallazgos médicos, concientiar sobre problemas de salud pública o traducir estadísticas complejas a lenguaje cotidiano.

- Educación

Para enseñar de forma más visual, contextual y efectiva.

- Política y sociedad

Para movilizar, sensibilizar y hacer campañas más humanas y basadas en evidencia.



Componentes del storytelling con datos

Para que una historia con datos funcione, hacen falta varios elementos:

Los datos correctos

- No todos los datos valen. Deben ser relevantes, confiables, actuales y comprensibles.

Un mensaje claro

- ¿Qué quieres que entienda la audiencia? ¿Qué deben recordar o hacer después de ver tu historia?

Narrativa estructurada

- Inicio que atrae, desarrollo que explica, final que deja huella.

Visualización eficaz

- Usar gráficos y recursos visuales que simplifiquen, resalten lo importante y mantengan el interés.

Empatía con la audiencia

- Ponte en el lugar de quien escucha. ¿Qué le importa? ¿Qué necesita saber?



Antes de empezar: piensa en tu audiencia

No diseñes tu historia desde lo que tú sabes, sino desde lo que tu audiencia necesita entender.

Hazte estas preguntas clave:

- ¿Quién va a ver esta historia?
- ¿Cuánto sabe ya del tema?
- ¿Qué preguntas puede tener?
- ¿Qué emoción o acción quiero despertar?

Contar una historia con datos no es imponer información, es **crear un puente de entendimiento**.

No informes solo. Conecta.



Cómo construir una historia con datos

Empieza con una pregunta o problema

- ¿A qué situación queremos dar respuesta? ¿Qué queremos que cambie?

Filtrá los datos clave

- Evita saturar con cifras. Elige solo lo necesario para sostener tu historia.

Diseña la narrativa

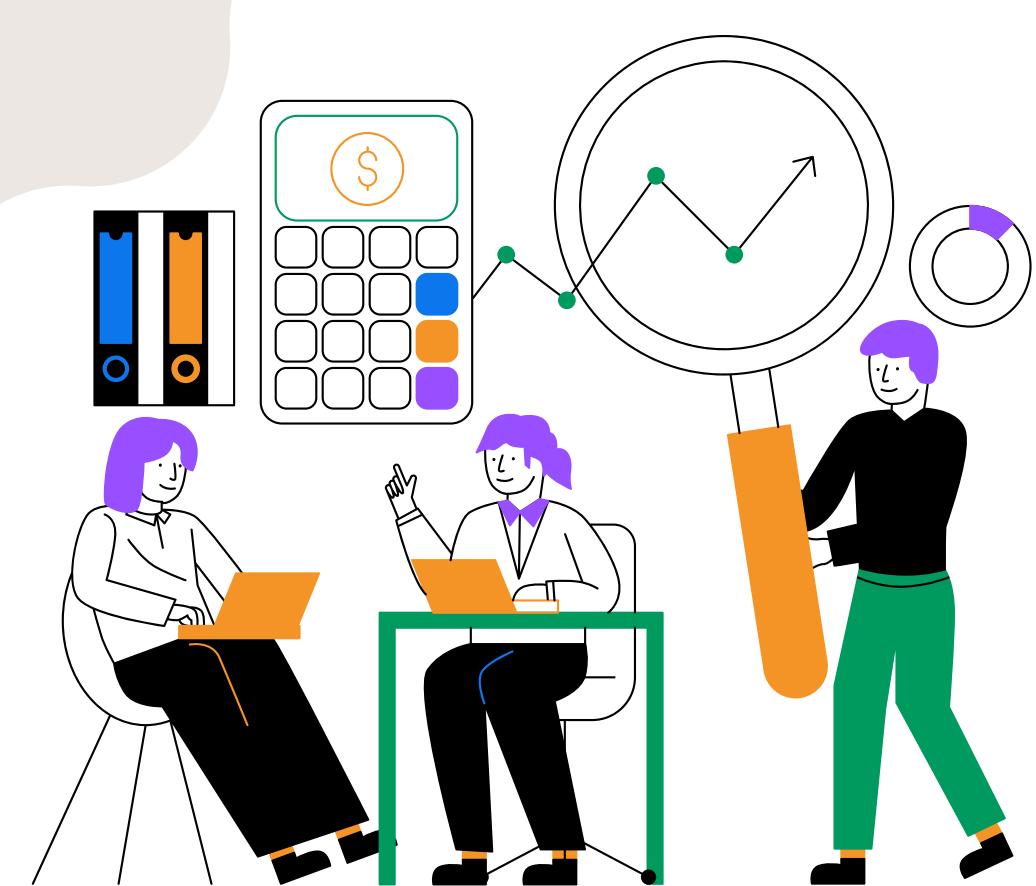
- Todo relato necesita un inicio (contexto), un desarrollo (conflicto o análisis) y un cierre (conclusión o solución).

Agrega visuales potentes

- Usa gráficos simples, íconos, colores y comparaciones para hacer el mensaje más intuitivo.

Revisa que haya conexión emocional

- ¿Es un tema humano? ¿Puedes usar metáforas, testimonios o ejemplos que lo acerquen a la realidad de tu audiencia?



Ejemplo práctico

Dato frío:

“El 15% de los hogares en tu ciudad tiene dificultades para pagar la calefacción en invierno.”

Transformación en storytelling:

“Imagina una noche de enero, con temperaturas bajo cero. En cada edificio, hay familias que no pueden encender la calefacción. Son 1 de cada 7 hogares. Esta cifra no solo refleja pobreza energética, sino historias reales de frío, enfermedad y desigualdad.”

¿Ves la diferencia? El dato es el mismo. Pero cuando se cuenta con contexto, se vuelve **más humano y más difícil de ignorar.**



Visualizaciones que funcionan

Los gráficos son clave, pero deben ser funcionales, no decorativos. Aquí algunas claves:

Menos es más

Evita saturar de colores, datos o líneas.

Resalta lo importante

Usa el color o el tamaño para dirigir la atención donde interesa.

Escoge bien el tipo de gráfico

- Barras: comparaciones claras.
- Líneas: evolución en el tiempo.
- Circulares: proporciones, pero con moderación.
- Mapas o diagramas: cuando la ubicación o el flujo importan.

Incluye texto claro

Títulos, subtítulos y etiquetas que expliquen sin tecnicismos.

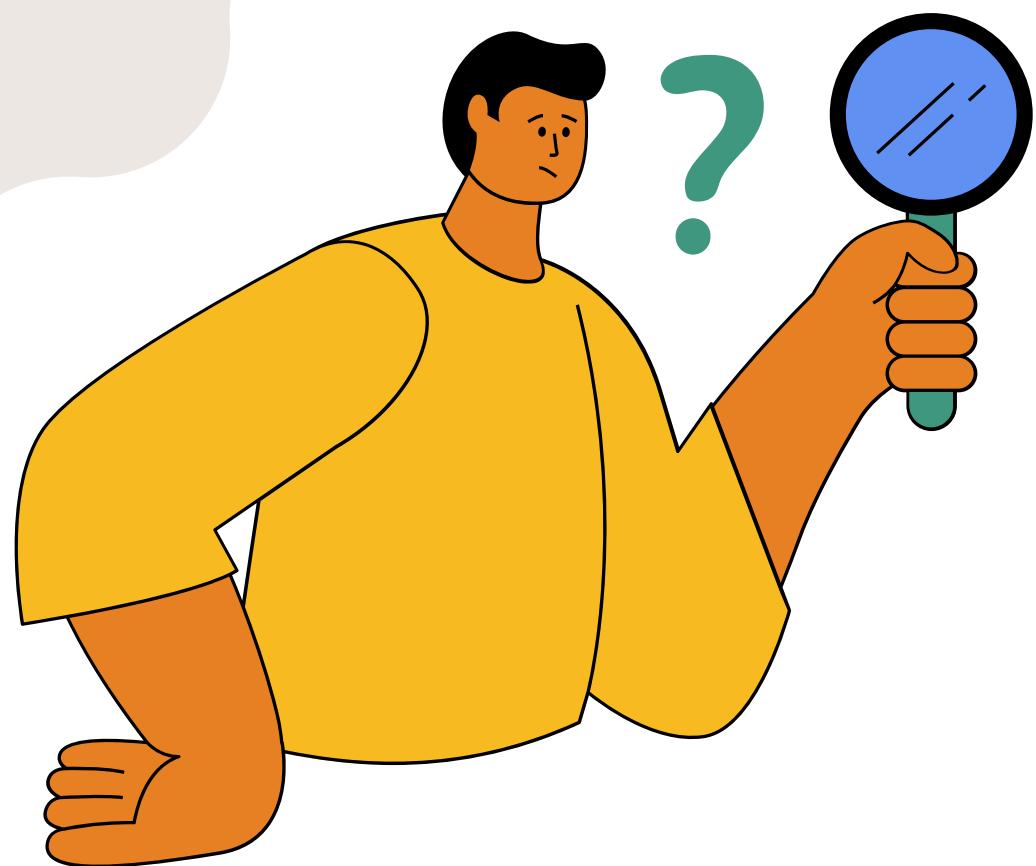


Errores comunes a evitar

Muchos fallan al intentar hacer storytelling con datos porque:

- Muestran demasiada información sin priorizar.
- Usan gráficas complejas que confunden en vez de aclarar.
- Su historia no tiene mensaje: muestran datos sin explicar el “por qué” o el “para qué”.
- Hablan desde lo técnico, olvidando al público.

Tu meta no es demostrar cuánto sabes, sino **lograr que otros entiendan, se interesen y actúen.**



Conclusiones

- El storytelling con datos **no es solo una moda**, es una habilidad esencial en el mundo actual.
- Nos permite dar sentido a la información, hacerla memorable y útil.
- Con una buena historia, los datos dejan de ser fríos y se convierten en herramientas de cambio.
- **Cualquiera puede aprender a hacerlo**, no se trata de ser diseñador ni experto, sino de pensar con empatía y claridad.

 **Recuerda siempre:** una historia bien contada puede mover más que mil estadísticas.



“Coding, Gaming and Leveling Up”



Por Juan Duran

Gracias

