

1.- Las historias en ciencia de datos.

Define una historia.

Hay que destacar la importancia de la narración efectiva en la presentación de datos y en la creación de una historia atractiva. Un amigo graba un video de su viaje a México con efectos visuales llamativos pero sin narración. Esta falta de narración hace que la experiencia no conecte con el espectador, lo cual se compara con equipos de ciencia de datos que confían únicamente en visualizaciones gráficas para contar historias.

Se subraya la diferencia entre visualización de datos y narración. La narración se considera esencial para establecer una conexión personal con el público y transmitir significado. Se enfatiza que una buena historia no solo presenta información, sino que también beneficia al público al involucrarlos emocionalmente en el material presentado.

La clave es ayudar al público a entender el significado deseado y conectar con él. Se menciona que incluso si el público captura solo una parte del significado, esto puede ser valioso para construir futuras historias. En resumen, se sostiene que la narración eficaz supera la presentación visual de datos y que conectar con el público en un nivel emocional y de significado es fundamental para contar una historia exitosa.

Urde tu historia.

Para presentar una historia efectiva frente al público y mantener su atención. Se compara el proceso con urdir cuerdas marineras, donde cada hebra debe enlazarse para sostener la historia. Se destacan cinco elementos clave para tejer una narrativa sólida:

1. Estimular la curiosidad del público: Iniciar con un enigma o problema que despierte el interés y genere preguntas.
2. Conexión personal: Establecer una relación con el público como individuo, compartiendo experiencias similares antes de abordar los números o datos.
3. Enfoque en el público: Evitar utilizar "yo" o "mi" y optar por "tú" o "tus" para centrarse en el público y su experiencia.
4. Preguntas interesantes: Utilizar preguntas intrigantes que generen el deseo de encontrar respuestas y explorar el significado.
5. Evitar la seriedad excesiva: Transmitir entusiasmo y ligereza para mantener el interés del público y estimular su curiosidad.

La combinación de estas cinco hebras contribuirá a tejer una narración sólida y atractiva que captura la atención y guía al público hacia el significado deseado.

Entrelaza tu historia.

Cinco recursos narrativos para crear una historia efectiva y cautivadora. Se discute cómo estos recursos, como anécdotas, estudios de caso, ejemplos, panoramas y viñetas, pueden ser empleados para explicar conceptos de data science y generar interés en el público.

Se enfatiza que no todo discurso es una historia, y se menciona que estos recursos no son historias completas por sí mismos, sino herramientas auxiliares que contribuyen a la historia general. Los cinco recursos son:

Anécdota: Un relato breve y personal relacionado con el tema que engancha al público al comienzo de la narración.

Estudio de caso: Presenta un problema y su solución, siendo efectivo para mostrar soluciones posibles y conectar con el público que ha experimentado problemas similares.

Ejemplos: Justifican partes del relato general, respaldando ideas presentadas con ejemplos concretos.

Panoramas: Establecen situaciones hipotéticas y presentan varios hechos para que el público evalúe y prediga resultados.

Viñetas: Escenas breves que atrapan la atención y ayudan a ilustrar situaciones o emociones, a menudo narradas en tercera persona.

Se subraya que estos recursos son complementarios y deben entrelazarse para fortalecer la historia general, que es el objetivo principal y que proporciona el sentido y significado a la presentación.

2.- Incluye elementos clave en tu historia.

La estructura de la historia.

Cómo estructurar una historia efectiva en el ámbito de data science, utilizando los cinco recursos narrativos previamente discutidos. Se explica la importancia de las tres fases en la narración: principio, nudo y desenlace, para captar el sentido y mantener el interés del público.

Principio (Contexto): Se establece el contexto inicial, presentando la escena y los personajes de manera concisa. Se menciona que el contexto es fundamental para ubicar la historia en tiempo y espacio. Por ejemplo, se muestra cómo establecer el contexto al hablar sobre la monitorización de clientes que compran zapatillas en línea.

Nudo (Conflicto): Se introduce el conflicto, que es la parte memorable de la historia. Se plantea una situación inesperada o contradictoria para involucrar al público. Utilizando

ejemplos, se muestra cómo generar curiosidad al presentar un conflicto relacionado con la densidad de población y la compra de zapatillas.

Desenlace (Acción): Se aborda la acción que resuelve el conflicto o proporciona nueva información. Se explica la solución o el descubrimiento con suficiente detalle, pero sin excederse en los experimentos. Se implica al público en el debate y se genera suspenso.

Finalización: Se concluye la historia resumiendo los resultados y proporcionando un cierre convincente. Puede incluir una viñeta para reforzar la conclusión. Se invita al público a hacer preguntas o a reflexionar sobre los resultados.

Se enfatiza que el público tiende a recordar el conflicto y el cierre de la historia, y se sugiere que las historias estructuradas ayudan al público a extraer el significado y la comprensión de la narración. Se insta a poner un esfuerzo especial en el conflicto y a cerrar con elementos de acción para fomentar preguntas y resultados fundados.

Introduce el argumento.

El argumento es crucial en la narración y que, en data science, lleva el mayor peso en la sesión. Se menciona que los datos y la interpretación del significado son esenciales para formar un argumento efectivo en la historia.

Se presentan los siete tipos de argumentos según la teoría de Christopher Booker: vencer al monstruo, de mendigo a millonario, la búsqueda, viaje y regreso, comedia, tragedia y renacimiento. Se explica cómo estos argumentos pueden ser adaptados y utilizados en historias de data science.

Ejemplos:

Mendigo a millonario: Se plantea que casi toda organización se interesa en datos que generen nuevas ganancias. Se menciona que una historia común podría ser la de una empresa con una idea de producto novedosa o que descubre cómo escalar un producto existente.

Superación del monstruo: Se describe un escenario en el que una empresa enfrenta un nuevo competidor para su producto y observa una caída en las ventas. Se sugiere centrar el argumento en cómo se supera este desafío, utilizando trucos ingeniosos derivados de los datos.

Búsqueda: Se menciona que muchas empresas usan los datos para enfrentar desafíos arriesgados y se propone animar al público a lanzarse a una aventura. Por ejemplo, convencer al público de realizar un cambio o tomar una nueva dirección en base a los datos.

Viaje y regreso (Post Mortem): Se plantea la situación en la que un proyecto nuevo se inicia y luego se descubre que no vale la pena. Se sugiere analizar los datos y extraer

lecciones de la experiencia. Esto se verá más frecuentemente en proyectos fallidos a medida que avance la ciencia de datos.

Tragedia: Aunque menos común, se menciona que en proyectos gubernamentales o casos en que el público esté interesado en comprender el alcance de una tragedia, se podría utilizar una narrativa de tragedia en la que se analiza a fondo lo que salió mal sin buscar una moraleja.

Renacimiento: Se describe cómo las empresas pueden observar los datos y decidir que su línea de negocio no se sostiene. Se menciona el caso de IBM, que cambió su modelo de negocio de ventas de computadoras a consultoría. Se compara esto con el cuento del príncipe sapo en su versión alta tecnología.

En resumen, se resalta la importancia del argumento en la narración y cómo los diferentes tipos de argumentos pueden ser adaptados para contar historias efectivas en el ámbito de la ciencia de datos. Se proporcionan ejemplos concretos de cómo estos argumentos podrían aplicarse en narrativas relacionadas con data science.

Presenta el conflicto.

Se explora la importancia de presentar el conflicto en una historia narrativa relacionada con la ciencia de datos y cómo esto puede ayudar a conectar al público con el significado de los datos. Se destaca que, a menudo, los logros y éxitos no generan una conexión tan fuerte como lo hace un conflicto en una narración.

Se menciona que el público objetivo de una sesión de narración, especialmente en entornos corporativos con partes interesadas de alto nivel, pasa el día filtrando información y analizando informes. Por lo tanto, para comunicar de manera efectiva, la narración debe ser diferente y atractiva.

Ejemplo:

Imaginemos un escenario en el que se trabaja con un equipo de data science de una empresa de tarjetas de crédito. Han descubierto que los clientes cambian sus patrones de gasto justo antes de enfrentar problemas de saldo. Para presentar esta información, se puede utilizar un enfoque más efectivo que simplemente mostrar un gráfico de líneas. En lugar de eso, se crea una historia interesante.

Se comienza por inventar un personaje ficticio llamado Alan Smith, basado en las características compartidas por los clientes reales. Se establece el contexto de Alan y se presenta su situación financiera. Se menciona que en dos meses no podrá pagar la factura de la tarjeta y se detalla su uso de la tarjeta en los últimos meses. A través de este relato, se crea un conflicto y un argumento que el público puede conectar con la información.

La idea es que el público se involucre con la historia de Alan y reflexione sobre cómo pueden abordar su situación. La historia se refuerza con detalles adicionales sobre la vida de Alan, como su edad y su tiempo como cliente. Al establecer esta base, se destaca que la

historia se aplica a miles de clientes similares a Alan, pero que él es un personaje ficticio creado para narrar la historia.

En resumen, se resalta cómo presentar un conflicto en una historia narrativa puede convertir datos fríos en una historia con contexto, conflicto y argumento, lo que ayuda a que el público se conecte de manera más efectiva con la información presentada.

3.- Atrae al público.

Define los detalles.

La identificación de cómo los conflictos y argumentos sólidos son los cimientos para cautivar a la audiencia en cualquier narrativa. Además, subraya la importancia de enriquecer estas historias con detalles evocativos, que funcionan como anclas para recordar el núcleo del conflicto. El ejemplo compartido involucra la aplicación de la ciencia de datos en la selección de participantes para estudios médicos.

Se destaca que muchas personas padecen una aversión a las agujas y la sangre, lo que limita la disposición a participar en investigaciones médicas que involucran estos elementos. A través de la historia de Tracy, se ilustra de manera vívida cómo estos detalles personales son cruciales para conferir profundidad a la narrativa. Tracy se involucró en un ensayo clínico para probar un medicamento que ayudaba al sueño. A pesar de tener altas expectativas, no experimentó mejoras. Esta experiencia la llevó a compartir una conversación con un enfermero en la que mencionó que el miedo a las agujas y la sangre la habían influido, ya que su padre era médico.

El giro en su historia llega cuando Tracy, meses después, decide participar en un estudio de una nueva vacuna, a pesar de su fobia a las agujas. El análisis del equipo de data science revela que este cambio de actitud se debió a la influencia de su padre, lo que sugiere que las experiencias positivas anteriores pueden superar los temores arraigados.

La conclusión extraída del ejemplo es que para aumentar la participación en estudios médicos, es recomendable atraer a participantes hacia investigaciones que no impliquen agujas. La narradora resalta que los detalles clave de la historia de Tracy, como llevar su propia almohada y la influencia de su padre médico, son elementos que ayudan a la audiencia a imaginar y conectar con la historia. Al incorporar estos pormenores en las narrativas de la ciencia de datos, se logra que el público se involucre emocionalmente con el conflicto y el argumento, lo que resulta fundamental para el éxito de la comunicación efectiva.

Exponer no es lo mismo que narrar.

Se destaca la diferencia entre exponer y narrar en presentaciones de datos y ciencia de datos. Menciona que las presentaciones empresariales suelen ser aburridas y meramente informativas, mientras que las narrativas deben ser interesantes y envolventes. La ciencia de datos implica hacer preguntas y analizar datos para extraer conocimiento valioso. La dificultad reside en cómo comunicar los descubrimientos de manera efectiva.

Se comparte un ejemplo con un equipo de data science que investiga promociones para clientes de tarjetas de crédito. Descubren que si un cliente acepta una promoción, es probable que acepte la siguiente, lo que beneficia a la empresa. La jefa de investigación presenta estos resultados sin una historia convincente, lo que no logra generar compromiso. Un consejero sugiere integrar los datos en una historia más atractiva.

Se desarrolla una historia titulada "Efecto de las promociones durante las etapas de la vida de una persona". Comienza con una anécdota personal de la jefa de investigación, generando interés y empatía. Se discute cómo las etapas de la vida y las experiencias personales influyen en la aceptación de promociones. Esta narrativa engancha al público, quienes empiezan a hacer preguntas más interesantes y relevantes.

En resumen, se subraya la importancia de transformar datos en historias atractivas para captar la atención y el compromiso del público. Destaca cómo una narrativa efectiva, basada en detalles personales y ejemplos vívidos, puede elevar una presentación de datos más allá de la mera exposición y generar una conexión más profunda con la audiencia.

Conoce a tu público.

Es importante conocer a la audiencia al contar historias. Cada individuo tiene su propia perspectiva, creencias y prejuicios, lo que influye en cómo reciben la narración. Se menciona un ejemplo de una campaña política que ilustra cómo la conexión emocional con el público es crucial. En este caso, un candidato no logró conectar con su audiencia, mientras que otro candidato lo hizo al adaptar su discurso al contexto y las preocupaciones del público.

La idea se aplica a presentaciones de ciencia de datos. Se sugiere la técnica de "calentar el ambiente", que implica conversar con algunos miembros del público antes de la presentación para comprender sus expectativas. Se divide al público en cinco tipos: observadores, guardianes, gestores, expertos y ejecutivos. Cada grupo tiene necesidades y expectativas específicas.

Observadores: Tienen interés mínimo y expectativas bajas. Se sugiere hacer la historia interesante y evitar acrónimos y jerga técnica.

Guardianes: Se preocupan por cómo los descubrimientos afectan su trabajo. Se puede conectar con ellos utilizando ejemplos que se relacionen con su departamento.

Gestores: Están interesados en interdependencias y colaboración entre departamentos. Se pueden proporcionar pasos de acción al final de la historia.

Expertos: Exigen más detalles, pero es importante evitar que la historia se vuelva aburrida para otros. Explicar detalles adicionales puede mantener el interés general.

Ejecutivos: Buscan respuestas a preguntas más generales y quieren entender el impacto en toda la empresa. Se sugiere utilizar pocas diapositivas si hay ejecutivos en la audiencia.

La clave es comprender a quién te estás dirigiendo y adaptar la narrativa para cumplir con sus expectativas. Conocer a la audiencia mejora las posibilidades de que conecten con la historia y se involucren emocionalmente en los temas presentados.

Créete lo que cuentas.

Es importante creer en lo que se narra al contar historias. Se enfatiza que una historia debe ser universal y familiar para tener impacto. Cuando se narra una historia, es más persuasivo si el narrador está genuinamente interesado en el tema y si muestra pasión y compromiso. La audiencia capta si el narrador cree en lo que está diciendo y si está emocionalmente involucrado.

Se comparte un ejemplo sobre cómo el compromiso del narrador afecta en un entorno legal, donde la historia de un cliente debe ser convincente para el jurado. El consejo es que la historia debe ser auténtica y enfocarse en lo que se sabe y se conoce bien.

El fragmento también subraya que las visualizaciones y elementos visuales no son suficientes para hacer que una historia sea interesante si el narrador no siente pasión por ella. Se ofrecen consejos para presentar historias de manera interesante:

Selecciona Historias Interesantes: Si no estás interesado en el tema, es mejor no presentarlo. Busca detalles interesantes que aporten valor a la historia.

Conexión Personal: Conecta tu experiencia personal con la historia para compartir por qué te parece interesante y cómo llegaste a esa conclusión.

Autenticidad y Vulnerabilidad: Muestra tu autenticidad y vulnerabilidad en lugar de pretender ser un superhéroe. Las conexiones humanas se basan en la autenticidad.

Comparte Emociones Sinceras: Compartir emociones sinceras enriquece la historia y ayuda a la audiencia a conectar.

El punto central es que el narrador es el elemento más importante de la historia. No importa cuán impresionantes sean los datos o las visualizaciones, si el narrador no siente pasión y autenticidad, la historia caerá en oídos sordos. La clave es creer sinceramente en la historia, ya que si el narrador no está convencido, difícilmente convencerá a la audiencia.

4.- Utiliza presentaciones visuales de los datos.

Trabaja con datos.

Es importante trabajar con los datos de manera efectiva en el contexto de la ciencia de datos. Los datos deben ser presentados de manera que el público conecte con su significado y pueda actuar en consecuencia. Se utiliza una analogía de encontrar un teléfono celular en un aeropuerto para ilustrar cómo abordar los datos.

Se resalta que, aunque la ciencia de datos trata de analizar datos, lo que realmente importa es cómo se presentan y se cuentan estos datos. Se explica que los datos deben ser vistos como un vehículo intermedio para transmitir una historia. Se menciona el libro "Lead with a Story" de Paul Smith para ilustrar cómo un CEO presentaba sin mirar las diapositivas, lo que demuestra que el valor reside en la narrativa y no solo en los datos.

Se subraya la importancia de comenzar con una historia para conectar con la audiencia, y cómo los datos aislados no tienen valor a menos que estén conectados con una narrativa significativa. Se menciona que el objetivo es que el público se enfoque en la historia en lugar de quedar atrapado en gráficos y tablas. Una historia ayuda a los datos a cobrar un significado más amplio y permite que la audiencia actúe en base a la información presentada. En última instancia, el énfasis está en cómo los datos se presentan y se conectan con una narrativa significativa para lograr un impacto en la audiencia.

Introduce elementos visuales.

Es importante introducir elementos visuales en la presentación de datos. Se mencionan dos libros relevantes, "Storytelling with Data" de Cole Nussbaumer Knafflic y "The Visual Display of Quantitative Information" de Edward Tufte, que proporcionan recursos para comprender la relación entre la visualización de datos y la narración efectiva.

Se enfatiza que aunque las visualizaciones son útiles, deben complementar una narrativa sólida. La narrativa es lo que realmente conecta al público con el significado de los datos, y la visualización es una parte del proceso, no el enfoque principal.

Se sugiere comenzar por la historia y luego retroceder para crear visualizaciones efectivas que respalden la narrativa. También se advierte sobre el riesgo de que las visualizaciones distraigan en exceso a la audiencia, por lo que se recomienda ser selectivo con la cantidad de datos presentados.

Se ofrecen consejos para simplificar las visualizaciones, como dividir los datos en partes pequeñas y digeribles, utilizar colores de alto contraste, eliminar información innecesaria y marcar claramente la transición entre la presentación de datos y la narración.

Además, se hace hincapié en que las visualizaciones por sí solas no son suficientes para contar una buena historia; la narrativa y los detalles que atraen la atención del público son esenciales para transmitir el significado de los datos de manera efectiva. La visualización complementa la historia, pero no la reemplaza.

Elimina las distracciones.

Es importante eliminar distracciones al contar una historia de data science. Se resalta que, a pesar de la tentación de compartir muchos datos para mostrar el trabajo, es esencial mantener los datos en segundo plano y centrarse en la narrativa. La historia debe ser la protagonista, mientras que los datos son personajes secundarios.

Se sugiere eliminar elementos innecesarios a medida que se acerca la sesión narrativa. La eliminación debe centrarse en dos áreas: en los gráficos para visualizar los datos y en la historia en sí. Se aconseja pulir los gráficos para que sean claros y concisos, y eliminar cualquier elemento que distraiga de la narrativa principal.

Se menciona un ejemplo en el que un director de una organización distrajo al público al comenzar la sesión con información extra y poco relevante. Se destaca la importancia de comenzar la narrativa de manera atractiva, eliminando distracciones y capturando la atención del público desde el principio.

Además, se proporcionan consejos para simplificar la visualización de datos, como eliminar información detallada que pueda resumirse y reducir el texto innecesario. Se enfatiza que al eliminar distracciones, se facilita la comprensión por parte del público y se permite que se centren en la historia y su significado.

Se concluye comparando una buena sesión narrativa con un espectáculo de fuegos artificiales: debe ser simple, centrada y fácil de seguir. La eliminación de distracciones ayuda a que el público saque un mayor provecho de la historia presentada.

5.-Anima a la acción.

Las metáforas.

Es importante utilizar metáforas al contar una historia de ciencia de datos. Se destaca que las metáforas son herramientas efectivas para introducir ideas nuevas y hacer que conceptos distantes parezcan cercanos y familiares. Se menciona que las metáforas funcionan al conectar algo conocido con algo desconocido, y esto ayuda a que la audiencia encuentre sentido en la historia.

Se cita a George Lakoff y Mark Johnson, autores del libro "Metáforas de la vida cotidiana", quienes sugieren que las metáforas son fundamentales para comprender conceptos complejos como el amor, la guerra y la cooperación. Se enfatiza que las metáforas pueden hacer que lo abstracto sea más tangible y comprensible para el público.

Se sugiere el uso de metáforas en el contexto de la ciencia de datos para describir conceptos difíciles. Se mencionan ejemplos de metáforas comunes en el campo de la ciencia de datos, como almacenes de datos, minería de datos y lagos de datos. Además, se ofrece un ejemplo específico sobre el uso de metáforas para describir el análisis predictivo en un estudio de cine.

Se argumenta que las metáforas hacen que la historia sea más interesante y divertida, capturando la atención del público y ayudándoles a encontrar sentido en los datos presentados. Se destaca que el uso de metáforas puede reducir la barrera entre el orador y el público al simplificar conceptos complejos y hacer que la historia sea más accesible.

En resumen, las metáforas son herramientas poderosas para conectar con el público, hacer que los conceptos sean más comprensibles y aumentar el atractivo de la historia de ciencia de datos.

Establece una visión.

Establecer una visión inspiradora será esencial al contar una historia de data science, especialmente cuando se busca presentar un futuro novedoso para la empresa. Se menciona la técnica de los contrastes, que implica separar el contexto presente de la visión futura para crear un impacto en la audiencia. La autora Nancy Duarte y su libro "Resonancia" son citados como fuente de técnicas para crear una visión que inspire el cambio.

Se destaca que para presentar una visión de futuro, el narrador debe ganar la confianza del público, y una forma de hacerlo es a través del enfoque EVA, que significa Implicación, Visión y Autenticidad. Se explica que esta técnica es útil cuando se desea presentar una visión nueva y convincente para el futuro de la empresa.

Se menciona que para establecer una visión, es esencial que el público se involucre en la historia. Se sugiere utilizar técnicas previamente presentadas, como la creación de personajes sólidos y la construcción de un argumento interesante. Luego, se debe presentar una visión clara para el futuro, mostrando los cambios reales que ocurrirían con esa visión.

Se ofrece un ejemplo relacionado con una empresa de energía y cómo el equipo de data science descubre una forma de distribuir la energía de manera más eficiente. Se menciona que se puede utilizar una metáfora común, como la red inteligente de energía, para presentar la visión. También se recomienda utilizar estudios de caso y comparaciones para resaltar las diferencias clave.

Se destaca que la visión es la parte más efectiva de la historia, ya que se trata de inspirar cambios reales en la organización. Se sugiere crear una visión de futuro en la que la empresa utilice la ciencia de datos para redirigir la energía en tiempo real y resaltar los beneficios para el medio ambiente.

Finalmente, se enfatiza la importancia de la autenticidad al presentar la visión. Se sugiere que el narrador debe verse como un conocedor interno de la empresa y mantener un genuino interés en la historia que está contando. Aunque presentar una visión de futuro puede ser un desafío, se destaca su potencial para generar cambios significativos en la organización.

Motiva al público.

Se destaca la importancia de motivar al público a través de la narración de historias en el contexto de la ciencia de datos. Se menciona que Platón afirmaba que aquellos que narran historias tienen el poder de influir y motivar a las personas, ya que logran captar su atención y generar cambios en su comportamiento. Se presentan siete pasos que guían al

público hacia la acción, cada uno basado en el anterior y culminando en una nueva acción deseada.

Los siete pasos son los siguientes:

1. Conocer al público: Es fundamental entender qué motiva al público. Adaptar la historia a sus necesidades aumenta la probabilidad de que se sientan atraídos por ella.
2. Crear una conexión emocional: Emplear anécdotas personales y viñetas cortas para involucrar emocionalmente al público en la historia.
3. Poner todo en contexto: Situar la historia en un contexto previo para resaltar la necesidad de un cambio y explicar por qué es importante probar algo nuevo.
4. Interesar al público en los personajes y el argumento: Desarrollar personajes sólidos y un argumento atractivo para que el público se involucre emocionalmente.
5. Usar metáforas para el cambio: Emplear metáforas familiares para presentar el cambio deseado de manera accesible y sin generar miedo.
6. Establecer un contraste claro: Mostrar la diferencia entre la situación actual y el estado deseado, ya sea para introducir un nuevo producto o servicio o para dejar de realizar una acción.
7. Llamada a la acción: Concluir la historia con una clara petición de acción para el público, basada en los pasos anteriores, y explicar lo que se espera que hagan de manera diferente.

Se presenta un ejemplo de cómo aplicar estos pasos en la narración de una historia relacionada con una página web de zapatillas. El equipo de data science descubre que los clientes dudan en comprar zapatos en línea y algunos optan por devolver los pedidos para comprar en tiendas físicas. La presentadora emplea estos pasos para narrar una historia convincente que motive al público a autorizar la inversión en la apertura de tiendas físicas, mezclando elementos como la creación de personajes ficticios, metáforas, contraste entre la situación actual y la deseada, y finalmente, una llamada a la acción.

Se enfatiza la importancia de este proceso para motivar al público a actuar de inmediato y llevar a cabo los cambios propuestos en la historia.

6.- Toma precauciones al contar historias de data science.

Evita los errores.

Para abordar varios errores comunes que los equipos pueden cometer al presentar datos en lugar de historias efectivas, especialmente en el ámbito de la ciencia de datos. Se resalta la creencia equivocada de que los datos hablan por sí mismos y que una presentación basada únicamente en números brutos es suficiente para influir en el público. Se menciona que en ciertas culturas organizativas centradas en objetivos y cumplimiento, puede no ser necesario contar historias para explicar informes de situación o hitos cumplidos, pero en el campo de la ciencia de datos, el objetivo es descubrir novedades a partir de los datos y darles significado.

Se presentan diversos puntos clave para evitar estos errores:

1. El significado detrás de los datos: Más allá de los números, es crucial presentar la historia detrás de los datos. Una buena narración refuerza visualizaciones y va más allá de los gráficos.
2. Limitar la cantidad de datos: Evita abrumar al público con demasiados datos en la presentación. Se recomienda ser selectivo en la información que se incluye y evitar mostrar todos los datos disponibles.
3. Enfocarse en elementos memorables: No te enfoques únicamente en crear visualizaciones claras. Concentra tu esfuerzo en crear una historia breve e interesante que el público pueda recordar.
4. Adaptarse a la cultura organizativa: Si la cultura de la organización es conservadora en cuanto a la presentación de historias, se sugiere presentar los elementos visuales y dejar la interpretación para los directivos.
5. Tomar posición: Aunque puedas tentarte a presentar datos de manera imparcial, es preferible contar una historia que exprese tu opinión. Esto te dará más control sobre cómo se interpretan los resultados.
6. Humanizar los informes: Evita presentar los datos como meras cifras. Humaniza los informes utilizando títulos y enfoques que conecten los datos con situaciones y comportamientos humanos.

Se concluye destacando que contar historias es una habilidad que requiere práctica y tiempo para mejorar. Se alienta a definir los aspectos clave de la historia, el argumento y el conflicto, y luego presentar los datos de manera interesante. Con la práctica, las historias se vuelven más atractivas, las conclusiones más sólidas y las interpretaciones más audaces, lo que contribuye a mejorar las presentaciones y hacer que el narrador sea más cautivador.