Comprender el contexto

Antes de siquiera pensar en gráficos, números o tablas, debe comprender el contexto en el que opera. La primera distinción fundamental es entre análisis exploratorio y análisis explicativo.

Por lo general, en un proceso de análisis, síntesis y presentación de datos, la fase en la que presenta es la última, en la que debe exponer los resultados de su trabajo.

El análisis a menudo comienza con la fase exploratoria. De hecho, hacer un análisis de datos es un poco como buscar una aguja en un pajar: cavar a través de informes, cruzar números e intentar identificar un patrón o información que le permita identificar o comprender la dinámica de un problema, y luego hacer un pronóstico. Cole compara el análisis de los datos con una búsqueda de perlas en conchas: para encontrar una, probablemente tenga que abrir cien ostras, y esto requiere tiempo y esfuerzo.

Cuando hacemos un trabajo duro, a menudo olvidamos presentar todo el proceso para apoyar el descubrimiento final, como si estuviermos contando la historia de todo el tiempo que pasamos en el pajar buscando la aguja y todos los rincones donde hemos buscado sin éxito, ysin terminar la historia. Sin embargo, su función es administrar esta complejidad y presentar solo la solución, no todo el trabajo que estaba detrás. De lo contrario, haremos que la presentación sea insoportable y extremadamente agotadora para quienes lo escuchen, quienes experimentarán las mismas frustraciones que sufrimos durante la actividad de investigación.

Comprender el contexto (cont)

Al presentar debemos compartir la síntesis y arrojar luz sobre los descubrimientos sin perder tiempo, centrándonos así en lo que Cole define como el análisis explicativo.

¿Reaprovechamiento?

¿No puedo aprovechar las diapositivas para recordar lo que tengo que decir más tarde? *¡Absolutamente no!*

No hay nada peor que un orador que no conoce su discurso y lee las slides frente a todos. *¿Qué pensamos cada vez que alguien lee sus diapositivas frente a nosotros?*

Llamar la atención

La atención de la audiencia se ve atraída principalmente por el contraste que puede crear, por ejemplo, pero no solo, con un uso inteligente de los colores.
En el libro de Cole se ilustra ampliamente varias técnicas para crear visibilidad alrededor de ciertos elementos en lugar de otros.

Pensar como un diseñador

En 1979, James Gibson en "Un enfoque ecológico para la percepción visual" define el concepto de "Affordance" (invitación a usar) como la calidad física de un objeto que sugiere al ser humano las acciones apropiadas para manipularlo.
Una taza pequeña con una manija lateral sugiere sostener la manija como un piso sugiere caminar sobre ella.
Básicamente, cada objeto, si se concibe adecuadamente, no debe dejar dudas sobre su uso.

Las tres preguntas

¿Para convencer a quien ? ¿Para hacer qué? ¿ Y cómo planemos hacerlo?

Estas son las tres preguntas fundamentales que debe responder para contextualizar su presentación con respecto a las personas a las que se enfrenta al presentar datos.

El primer paso cuando preparamos una presentación es conocer bien a las personas que lo escuchan (OMS). Cole dice que no es suficiente saber el título del trabajo o su papel en la organización y estoy de acuerdo con ese punto de vista.

En Gestión del cambio, hablamos de resistencia al cambio, refiriéndonos a todos los interesados dentro de la organización que se oponen a un cambio potencial. Después de todo, sabemos que a las personas no les gusta hacer algo diferente de lo que siempre han hecho, porque significa salir de la zona de confort y eso las hace sentir incómodas.

La incomodidad a menudo surge de la necesidad de tomar la decisión correcta (**QUÉ**). En los negocios, las apuestas también pueden ser muy altas y, por lo tanto, la decisión puede ser difícil de tomar.

Si puede superar la resistencia del público durante la presentación, tendremos una buena posibilidad de que nuestra recomendación sea aceptada. Una vez que hayamos aclarado la acción que deseamos que nuestra audiencia (OMS) emprenda después de la presentación (**QUÉ**), puede definir un flujo de comunicación que le permita superar la resistencia y comunicarse de manera efectiva (**CÓMO**).

By **Ricardo Garcia Ruiz**
(xrigaru)
cheatography.com/xrigaru/

Published 15th October, 2019.
Last updated 15th October, 2019.

Sponsored by **Readable.com**
Measure your website readability!
https://readable.com

Las tres preguntas (cont)

De acuerdo, siempre debemos tener una meta. Pero, **¿no puedo presentarme solo para informar?** Creo que una buena presentación siempre tiene un objetivo y, por lo tanto, una última llamada a la acción. Cole señala que, en ciertos contextos organizacionales, es posible que no estemos en condiciones de decirles a nuestros superiores qué hacer, pero eso no significa que no podamos proponer un momento de discusión respaldado por los resultados de nuestro análisis (**y esto podría ser nuestro llamado a la acción**).

Contar una historia

Es bastante reconocido que las historias tienen una enorme fuerza comunicativa en el mundo de la comunicación. Para ser precisos, *no comparto la idea de presentar siempre una historia dentro de cada presentación*. Es fácil ver presentadores entrando en la sala de reuniones y contando historias personales, chistes, etc. Puede pensarse que esto es esencial para despertar a la audiencia al comienzo de la presentación. Aunque ciertamente es correcto tratar de captar la audiencia al principio porque después de unos minutos ya puede ser demasiado tarde.

Contar una historia (cont)

La verdadera fortaleza de las historias radica en su estructura narrativa que, si se aplica a una presentación o gráfico, marca la diferencia seriamente.
Cole usa un modelo de narración específico, siendo los elementos principales detrás de una estructura narrativa efectiva los siguientes puntos:
- **Introducción de un contexto** y protagonista
- Presentación de la **crisis**, del **problema** que obliga al protagonista a emprender un camino de cambio
- **Desarrollo de la trama** que obliga al protagonista a adquirir nuevas habilidades o crear una nueva perspectiva para resolver el problema
- Parte **final** de la historia

La correcta presentación

Cole se enfoca en **12 formas de presentar datos**, comentando aquellos que creo que son más frecuentes en las presentaciones y, por lo tanto, puede encontrarse con más frecuencia.

Texto simple

Si tenemos algún número para presentar, no significa que necesariamente debamos usar un cuadro o una tabla. Especialmente cuando se trata de números pequeños, una buena alternativa es jugar con gráficos de texto y aprovechar la tipografía para resolver el problema.

La correcta presentación (cont)

Tablas

¿Alguna vez tenemos tablas en nuestras presentaciones?
Idealmente, no es aconsejable usar tablas en las presentaciones, pero nuestro enfoque debe ser muy pragmático y, desde el mundo de los negocios, debemos darnos cuenta de que es un problema que hay que enfrentar, no evitar.
Cole simplemente sugiere limpiar las tablas tanto como sea posible resaltando el contenido y eliminando los bordes y rellenos tanto como sea posible.

Mapas de calor (Head Maps)

Esta es una buena técnica para localizar rápidamente los números más altos o más bajos dentro de la tabla. Los colores nos guiarán.

Gráficos de dispersión

Un gráfico extendido en los campos científico y empresarial. Se utiliza principalmente para mostrar la correlación entre dos variables, como, por ejemplo, la correlación entre el precio de la limonada y la temperatura. Este tipo de gráfico puede ser muy útil incluso durante la fase de exploración, no solo durante la fase de presentación.

Gráficos de líneas

Los gráficos de líneas son útiles para comparar múltiples conjuntos de datos que evolucionan con el tiempo.

By **Ricardo Garcia Ruiz** (xrigaru)
cheatography.com/xrigaru/

Published 15th October, 2019.
Last updated 15th October, 2019.

Sponsored by **Readable.com**
Measure your website readability!
https://readable.com

La correcta presentación (cont)

Gráficos de barras

Una familia de numerosos gráficos con diferentes tipos, todos muy comunes en el mundo de los negocios y en presentaciones en general. En primer lugar, Cole desea subrayar el uso ético de este tipo de gráficos en la comunicación.
Específicamente, Cole afirma que el gráfico de barras horizontales es preferible al gráfico de barras verticales porque las personas leen de izquierda a derecha y, por lo tanto, son más fáciles de procesar.

Gráficos circulares

¿Cómo podría ser que ahora estamos hablando del gráfico circular? ¿No debería ser quizás uno de los primeros cubiertos? La razón es simple y está relacionada con el hecho de que Cole no respalda completamente este tipo de gráfico.
Cole sugiere no usar 3D, y agrego que 3D es un concepto que debería prohibirse en las presentaciones en la mayoría de los casos. No agrega valor, pierde tiempo y los resultados obtenidos son siempre mediocres.
A diferencia de Cole, no excluyo por completo el uso de gráficos circulares, pero los invito a usarlos, siempre haciendo una verificación para que podamos percibir claramente las relaciones entre los sectores.

Sponsored by **Readable.com**
Measure your website readability!
https://readable.com