

Cómo pasar de la idea a la ejecución

Hola a todos. Bienvenidos de nuevo al video 3 en el Módulo 6. En el último video, mostramos varios ejemplos de historias basadas en datos. Pero, ¿cómo llegan de la idea al producto final? En este video, hablaremos sobre eso. Veremos cómo The Pudding encuentra y revisa sus historias y qué las hace especiales. Así que vamos de una vez.

La primera pregunta que a menudo nos hacen es ¿cómo encuentran ustedes las historias? Y la respuesta es simple: primero la pregunta. A menudo, las personas suponen que debemos pasar nuestros días buscando en internet conjuntos de datos interesantes en busca de tendencias y patrones en la vida cotidiana, pero es todo lo contrario. Casi todas nuestras ideas de historias comienzan con una pregunta. De hecho, si hacen un recorrido por nuestro archivo, muchas de las preguntas se revelan en los titulares.

¿Con qué frecuencia hay nombres en las canciones? ¿Cuántos datos hay detrás del periódico que están leyendo? ¿Por qué Budapest, Varsovia y Lituania se dividen en dos? ¿Cómo los algoritmos saben qué voy a escribir a continuación? ¿Quién es la mayor estrella del pop? Y ¿cuántas estrellas del baloncesto de secundaria llegan a la NBA?

Comenzar con la pregunta les da un propósito claro y facilita comunicar su idea con otra persona.

La inevitable pregunta de seguimiento que nos hacen es, entonces, ¿de dónde vienen sus preguntas? Y la mala noticia es que no hay una fuente secreta de inspiración. Pero la buena noticia es que las preguntas pueden venir de cualquier parte. Soy una gran creyente en las epifanías durante la ducha, el último podcast que escucharon, algo que sucedió durante sus recorridos diarios. Cualquier cosa puede provocar una pregunta. Lo más importante que pueden hacer es tomar nota de esa chispa inicial de curiosidad.

En The Pudding, todos mantenemos una reserva de ideas. Es un lugar para anotar pensamientos, anotar preguntas y recordarnos temas que deberíamos investigar más a fondo. Incluso si aún no tienen una pregunta, es posible que tengan un tema que verdad, de verdad les interese. Y eventualmente esa pregunta aparecerá.

También mantenemos una reserva pública de nuestras ideas en nuestro sitio web. Somos un equipo pequeño de entre seis a ocho periodistas – ingenieros, y sabemos que no podemos producir historias de datos por cada pregunta que se nos viene a la mente. Por lo tanto, este es un tipo de repositorio, una lluvia de ideas, un volcado de ideas, que queremos que el público y nuestros lectores puedan ver y analizar si quieren de alguna manera apropiarse y hacerse cargo de alguna de estas preguntas por nosotros. Constantemente aceptamos propuestas independientes.

Entonces, a partir de ahí, ¿cómo se aseguran de que su idea es interesante? Hay tres cosas principales que intentamos hacer.

Primero, ¿su idea motiva un debate intenso o una discusión? Si en serio ustedes no pueden dejar de hablar sobre la idea, probablemente están en el camino correcto. La idea de la historia que hicimos Amber y yo sobre los bolsillos [de mujeres] surgió cuando caminábamos por la ciudad de Nueva York quejándose de todas las bolsas que teníamos que cargar y de cómo nuestros teléfonos no cabían porque no teníamos bolsillos funcionales. Meses después, todavía estábamos hablando de esto, y en todos lados veíamos a otras mujeres despotricando también.

La segunda cosa que pueden hacer es proponer o presentar casualmente sus ideas a sus amigos u otras personas y evaluar su respuesta. Si una que otra persona está entusiasmada por su idea, entonces vale la pena investigar. No olviden confiar en sus instintos y seguir sus pasiones también, porque su propia emoción puede ser contagiosa y eso puede traducirse y sin duda aparecerá y será un buen combustible cuando cuenten la historia.

Es igualmente importante conocer a su audiencia. ¿A quién les están contando la historia? En *The Pudding*, decimos que escribimos para “el público en general”, por lo que la respuesta es amplia. Son todas las personas. Pero también nos aseguramos de hacernos la pregunta, “si solo una persona lee esta historia, ¿quién es esa persona?”. Nadieh Bremer, a quien mencionamos en la esfera del arte con datos, tiene algo que ella llama la “prueba de papá”. Y yo uso una “prueba de mamá” similar en mis historias. Trato de decirle a mi madre qué está pasando en mi cabeza. ¿Tiene sentido? Calculo su reacción. Y si ella no puede entenderlo, entonces probablemente deba volver al tablero de dibujo.

Entonces, ¿qué tipos de historias hacen historias con datos exitosas? Primero, veamos qué funciona bien. Lo primero que necesitan para la historia basada en datos es, ¡sorpresa!, datos. Eso no significa que tengan que ser limpios y perfectos, o que tengan que ser números, o incluso que ya deban existir. Pueden recopilarlos ustedes mismo. Pero eso sí significa que necesitan poder estructurar o clasificar esos datos de alguna manera. Esa información en bruto debe ponerse en un patrón.

Lo segundo es que debe identificar con el público ampliamente. La gente quiere verse en las historias y tener conexiones con los datos en sí.

También debe ser un tema donde las imágenes puedan ayudar a dar sentido a la historia. ¿Pueden ilustrar un patrón o mostrar una tendencia? La gente realmente responde bien a ese tipo de organización.

Y lo último, por si no lo han escuchado lo suficiente y no me han escuchado enfatizarlo lo suficiente, su historia debe estar basada en una pregunta. Lo que realmente distingue las historias con datos es el enfoque de la pregunta. De lo contrario, pueden terminar con un

tablero de instrumentos o un volcado de datos, algo que tiene una gran cantidad de información pero que no guía al lector de ninguna manera significativa.

Por otro lado, aquí están las cosas que no funcionan. La primera son las historias que son muy personales o que dependen en gran medida de una narrativa humana, y eso se debe a que hay mejores vías para contar ese tipo de historias e historias con datos. A menudo son documentales o historias fotográficas o simplemente una narración realmente bien pensada.

Las historias que son demasiado amplias también son difíciles de contar como historias basadas en datos. Siempre decimos que no intenten “hervir el océano”. Están haciendo demasiado. Es una tarea imposible. En su lugar, traten de reducir su idea, escálenla, intenten “hervir una olla” en su estufa en lugar de hervir el océano.

Y finalmente, dado que las historias basadas en datos son mejores cuando explican algo o responden una pregunta, los temas que son demasiado obvios o demasiado simplistas a menudo no funcionan. Ese es el modelo “el agua moja”.

Entonces, cuando pensamos en nuestro proceso de encontrar las correctas historias con datos para The Pudding, las pasamos por diferentes pasos. El primer paso de esto es el paso de la pregunta. Y algunas de las mejores preguntas les llevan más allá de quién, qué, dónde, al cómo y por qué. Esos son los tipos de preguntas que revelan esas verdades universales hacia las cuales las personas realmente gravitan.

El segundo paso son los datos. Después de todo, todavía estamos hablando de historias basadas en datos, y este es el paso que a menudo puede hacer tropezar a muchos recién llegados. El trabajo de datos es probablemente la parte más intimidante del proceso para muchas personas. Pero, es importante recordar que aprender a trabajar con datos es exactamente tan irritante para ustedes como lo fue al principio para todos los demás. No hay una forma incorrecta de resolver un problema, no hay un lenguaje correcto para trabajar y no hay límite para cuántas veces pueden usar Google o Stackoverflow para resolver una pregunta. Incluso en The Pudding, todos nosotros usamos diferentes lenguajes para trabajar con datos. Y aquí hay solo un puñado: usamos R con R Studio, Python con Pandas, Node.js, QGIS para datos geográficos, MySQL, y buenos programas a la antigua de hojas de cálculo como Google Sheets y Excel. No hay vergüenza en ese juego. Incluso hemos dedicado una publicación completa al tema de los datos, y pueden encontrarla en nuestro sitio. Se llama “How to make Dope Shit Part 1 Working With Data”.

El tercer paso en el proceso es el guión gráfico (storyboard). Y este paso como el de los datos también es muy importante porque esta es la manera como las personas van a absorber la información que les están dando. Así que pregúntense, ¿cuál es la cosa número uno que ustedes quieren que las personas se lleven de su historia? Ese es un buen lugar para empezar. Muy a menudo en The Pudding nuestras historias terminan tomando dos caminos reflejados. Existe el enfoque de pequeño a grande y el enfoque de grande a pequeño.

Para el tipo de grande a pequeño es donde la narración comienza con un detalle hiper-específico o una viñeta y luego avanza hacia abajo para revelar una imagen amplia o una tendencia general. Hice esto con mi historia que analizaba la división de género de los barrios gays (gayborhoods). El primer gráfico que ustedes ven es un mapa de la ciudad de Nueva York. Les muestra cómo puse capas de datos desde las rutas de la Marcha del Orgullo, los bares gay etiquetados en Yelp, los hogares de parejas del mismo sexo no casadas y parejas del mismo sexo casadas contribuyentes para formar esta idea de un índice de barrios gay. Pero, por supuesto, la ciudad de Nueva York fue solo una de las 15 ciudades que vi para este artículo. Y ahí es donde entra en juego ese enfoque de pequeño a grande. Utilizamos Nueva York como una puerta de entrada a una historia más amplia para explicar esas tendencias más amplias.

El enfoque opuesto significa que comienzan en grande y terminan en pequeño, y eso significa de una imagen amplia a pequeños detalles. La historia que hicimos Amber y yo sobre los bolsillos de las mujeres adoptó este enfoque. En esta pieza, el primer gráfico que obtienen es una versión desplazable que les muestra los 80 pares de bolsillos delanteros en blue jeans que medimos. Se mueve al tamaño promedio de los bolsillos para hombres y mujeres, y luego les dice nuestros hallazgos generales: que los bolsillos de las mujeres en jeans simplemente apestan.

También tendemos a pensar nuestras historias en pasos o secciones que son independientes entre sí, y pueden moverse en diferentes formatos de piezas de rompecabezas. Esto les va a permitir reorganizarlos rápidamente la narrativa y alterar el flujo de la historia. Por ejemplo, esa pieza sobre los bolsillos, después de la primera sección, ustedes son llevados a esta especie de sección más grande donde pueden explorar marca por marca y qué piezas como iPhones o manos de mujer pueden caber en estos bolsillos. Al principio, esta sección estaba completamente al final de la historia, pero debido a que nuestros colegas nos dijeron que la gente realmente disfrutaría de esto, lo subimos. Y debido a que estábamos pensando en esto como una especie de guión gráfico modular, fue fácil de hacer.

El cuarto paso en nuestro proceso de narración con datos es el diseño. Debido a que ahora saben exactamente cómo van a contar la historia es importante comenzar a diseñar cómo se ve. Algunas pocas personas talentosas pueden dibujar algunas líneas en una servilleta, saltar directamente al código, diseñar sobre la marcha y producir algo brillante. Pero para el resto de nosotros, es importante considerar el diseño y el desarrollo como pasos completamente separados.

Primero, necesitarán averiguar qué forma tomarán sus datos. Y un gran punto de partida para esto es el gráfico del Financial Times "Vocabulario Visual". Desglosa los tipos de gráficos por la relación de los datos. Entonces, si están buscando una correlación, un diagrama de dispersión podría ser el camino correcto.

Luego, querrán ver cómo se ven sus datos en el tipo de gráfico que han elegido. Para organizar las visualizaciones de datos, nuestro equipo en The Pudding nuevamente utiliza una variedad de herramientas, pero usualmente usamos algo con lo que estamos más familiarizados y con lo que sea que produzca los resultados más rápidos. No hay necesidad de codificar completamente sus gráficos, si pueden encontrar una herramienta lista para usar que les dará una buena idea de cómo se verán sus datos. Hemos usado cosas como Google Sheets anteriormente para crear mapas de calor. También trabajamos en Flourish, que es una herramienta que les ofrece muchos tipos de gráficos diferentes para elegir y luego pueden conectar sus datos. Usamos QGIS cuando trabajamos con mapas o datos geográficos. Y si no hay una herramienta lista para usar, a veces la codificaremos nosotros mismos. Y en ese caso, nos iremos con una herramienta llamada Observable donde pueden codificar y crear el prototipo D3, que es una biblioteca de visualización de datos que se adjunta a JavaScript.

Así como es importante comenzar su historia con una pregunta, también es importante tener en cuenta esa pregunta al diseñar su visualización de datos. En el blog de Datawrapper, Chartable, Lisa Charlotte Rost escribe sobre un proceso de tres pasos al crear un gráfico. Primero, ¿cuál es su punto? ¿Cuál es su pregunta o hipótesis original? Y ¿puede reducir eso a un titular? Segundo, asegúrense de que ese punto realmente se encuentre en su visualización. Pueden usar la jerarquía de colores y la tipografía para lograr esto y asegúrense de que sus lectores estén dirigidos al punto más importante. Y finalmente, ¿su gráfico final muestra realmente lo que quiere que muestre? ¿Está claro para el lector o necesita agregar contexto adicional?

Y finalmente, querrá diseñar su visualización de datos o visualizaciones en una experiencia de historia más amplia. En The Pudding, nuestra herramienta principal para el diseño de un sitio estático es una llamada Figma. Es una versión en línea de Adobe Illustrator y que opera en una especie de vectores. Pero pueden reunir todo en una herramienta como InDesign para que puedan crear el guión gráfico paso a paso. Figma también es genial porque pueden usarlo de manera colaborativa. La gente puede dejar notas, puede diseñar en conjunto. Y se integra con la web porque pueden extraer sus propios CSS y estilos.

Aquí estamos viendo un guión gráfico (storyboard) que hicimos para una historia sobre la estructura de la comedia stand-up donde nos enfocamos en la rutina de comedia de Ali Wong de Netflix. Esta historia es una especie de experiencia de un paso a paso en una sola pantalla.

Y cuando miramos la pieza real, realmente no se alejó mucho de ese guión gráfico original. Haremos un pequeño recorrido para caminar por estos pasos.

Pero tener un guión gráfico que sea casi idéntico o muy, muy cercano al producto final es una rareza. La mayoría de las veces ustedes pasarán por varias iteraciones. Y luego quiero mostrarles esas iteraciones a través de un proyecto llamado RioRun que hice mientras trabajaba en The Guardian US. Esta fue una aplicación para teléfono hecha para los Juegos

Olímpicos que rastreó su progreso usando G.P.S. y les pone en esta ruta de maratón virtual. Así que ustedes desbloquearían diferentes medallas y pasarían diferentes puntos de referencia cuanto más corrieran. Este es un artículo sobre la fuente donde catalogamos el proceso completo de cómo llegó a ser lo que fue. Así lo hicimos nosotros. Y hay una gran parte del diseño allí. Se llama “Adding sights to sounds” (agregar imágenes a los sonidos).

Y aquí el primer tipo de maquetas paso a paso que hicimos. La primera versión fue solo la versión de desarrollo de prueba. Fue completamente utilitaria. Los colores son muy crudos y no favorecen en absoluto. Pero toda la funcionalidad estaba allí, y sabíamos qué piezas y partes necesitábamos. La segunda versión o versión 2 está un poco más pulida. Estamos empezando a ver que todo se une, y todas las piezas y todas las funciones mientras el usuario va a interactuar con ellas. Las cosas comienzan a destacarse. Y luego, mirar la versión 3, ese es el diseño final. Esa es la parte en la que aplicamos todo el color, el estilo, realmente hacemos que la aplicación tenga personalidad.

Sabíamos que, dado que se trataba de una aplicación virtual, queríamos capturar el ambiente de Río en el diseño de la aplicación. Por lo tanto, los colores son muy vibrantes, y es realmente la única imagen que obtendrán de la ciudad con esta aplicación. Es importante recordar que el diseño es una poderosa herramienta de narración en sí misma. Hecho de manera efectiva, puede hacer una conexión emocional con el lector, pero hecho de manera ineficaz, puede verse así.

Esta es una de las puertas más comunes que verán en su vida diaria. El letrero me dice que tire. Pero la barra horizontal significa que debería empujar. Y eso me hace sentir que odio las puertas.

Y la moraleja de esa historia es que deben mirar a su entorno cotidiano y ver, ¿hay ciertas cosas que me confunden? Y si las hay, esas son las clases de cosas que no quieren hacerle a su lector. El diseño debería ayudar a guiarles, no confundirles.

El último paso en nuestro proceso de historias con datos es el desarrollo, y dado que el front-end final es lo que las personas terminan viendo, suponen que este paso es el que lleva más tiempo. Sin embargo, en realidad, son las cosas detrás de escena, como los datos y el guión gráfico, las que toman la mayor parte de nuestro tiempo.

En The Pudding nuestras historias están construidas con HTML, CSS y JavaScript con una gran dependencia en D3 para las bases de datos. Trabajamos tanto como podemos en repositorios públicos en nuestro GitHub para que nuestro código esté disponible y accesible, e incluso tenemos una plantilla de inicio que viene pre-elaborada con muchas cosas que usaríamos en un proyecto promedio. Y esto es bueno porque no tenemos que seguir reinventando la rueda. Ya tenemos estos construidos, y podemos usarlos todas las veces.

Nuestra plantilla de inicio incluye cosas como secciones para plantillas HTML, y eso se integra con nuestro ArchieML, que es una herramienta en la que pueden escribir su copia o su texto directamente en Google Docs y luego extraerlo e inyectarlo en su HTML. Nuestra plantilla también está integrada con Google Sheets, y eso facilita la extracción de datos en vivo. También tenemos cosas como Inlines SVG y una plantilla de gráfico para hacer gráficos D3 rápidos.

Cuando ustedes están en diseño o desarrollo, estos dos últimos pasos, es común escuchar que primero deben diseñar para dispositivos móviles. Después de todo, los lectores están tendiendo más hacia los dispositivos móviles. En enero, el tráfico hacia los sitios de The Pudding rondaba alrededor del 70% a través de dispositivos móviles. Y aunque técnicamente no siempre construimos historias para dispositivos móviles primero en The Pudding, sí siempre nos aseguramos de que sean tan agradables en dispositivos móviles como en computadores de escritorio.

En la visualización de datos, el diseño “receptivo” ya no es una palabra de moda. No es algo que puedan echar a un lado. Es simplemente parte del proceso de diseño y desarrollo. Con bastante frecuencia, el diseño “receptivo” significa una gran experiencia en [un computador de] escritorio con funciones que se reducen lentamente a medida que el tamaño de la pantalla se reduce. Pero no tiene por qué ser así. Vamos a echar un vistazo a un par de proyectos en los que The Pudding ha utilizado un diseño receptivo para garantizar que la experiencia sea perfecta tanto en computadores de escritorio como en dispositivos móviles.

Aquí hay uno que Ilia y yo hicimos que mira los titulares del New York Times desde sus archivos y encuentra palabras que aparecían con mayor frecuencia por cada década. En la versión para escritorio, tenemos una especie de navegación década por década en el lado izquierdo con el texto y la nube de palabras en el gráfico del medio aquí. Y luego, a la derecha, hay otro tipo de gráfico de líneas con el que pueden interactuar. Los diseños de tres columnas son terribles en dispositivos móviles. Así que realmente tuvimos que pensar en esto cuando nos redujimos hasta allá. Cuando miramos esto en una pantalla de tamaño más pequeño, esa navegación todavía está a la izquierda con las décadas. El texto y la nube de palabras están a la derecha. Y luego, si desean ver el gráfico de líneas, ustedes interactúan con la nube de palabras y este saca este cajón que luego pueden cerrar.

Aquí hay otra pieza de Amber que echa un vistazo a sus datos geográficos locales y les dice cómo sería el clima en Marte. Es un proyecto realmente genial, ya que les envía postales como si las estuvieran recibiendo desde Marte. En el computador de escritorio, esas postales se parecen a las postales tradicionales. Son horizontales y se voltean a medida que avanzan. Cuando miramos esto en dispositivos móviles, así es como se ve el proyecto. Esas postales acaban de pasar de su orientación horizontal a una orientación vertical. No se ha perdido nada en el diseño. Todo sigue ahí.

Una herramienta que utilizamos para pasar de escritorio a dispositivos móviles de manera impecable se llama Flexbox. Se usa en CSS, y es una especie de sistema de plantillas de cuadrícula. Básicamente, pueden decirle a sus destinatarios, sus divs o sus cuadros que se muevan a una fila, que sería un patrón horizontal, o a una columna, un patrón vertical. Y luego, a medida que su dispositivo se encoge, ustedes pueden cambiarlos de un lado a otro. También pueden aplicar esta técnica de Flexbox a la visualización de datos. Y Amber, de nuestro equipo en The Pudding, incluso tiene una maravillosa publicación en el blog en nuestro sitio sobre cómo hacer visualizaciones de datos usando cuadros y Flexbox.