

ELABORAR “KILLER FACTS” Y GRÁFICOS EFICACES

¿POR QUÉ DOMINAR ESTA TÉCNICA?

Los “killer facts” son esas estadísticas impactantes y memorables, que acaparan titulares y hacen inolvidable un informe. Usan la información técnica para inspirar a las personas y animarlas a cambiar el mundo, y tanto los medios de comunicación como los políticos los repiten continuamente. Son conocidos como “killer facts”, porque si son de verdad eficientes, “destruyen” los argumentos de la oposición. Un “killer fact” adecuado puede tener más repercusión que un buen informe bien documentado.

SUGERENCIAS: CÓMO CREAR “KILLER FACTS”

Hay varios tipos de “killer facts”. La mayoría incluyen alguna clase de comparación.

Tipo	Ejemplo (No necesariamente real)
Números Grandes: Sólo la estadística, mostrando la magnitud del problema.	<ul style="list-style-type: none"> Los conflictos armados le cuestan a África 18.000 millones de dólares al año. La desintegración de la zona euro podría costar alrededor de 30.000 millones de dólares en pérdidas comerciales y de inversión extranjera a los países más pobres. Cada día mueren 21,000 niños por causas evitables. El valor de las remesas que los migrantes envían a los países en desarrollo es de 372.000 millones de dólares al año, una cantidad que triplica el presupuesto mundial destinado a ayuda al desarrollo.
Combinar datos para llamar la atención sobre la injusticia y el doble rasero.	<ul style="list-style-type: none"> Costaría 66.000 millones de dólares eliminar la pobreza extrema del mundo – solo el 4% del gasto militar mundial (De la pobreza al poder). El riesgo de morir por causas relacionadas con el embarazo alcanza a 1 de cada 18 mujeres en Nigeria, mientras que en Canadá es de 1 de cada 8.700.
Los datos absurdos , le dan fuerza a una comparación.	<ul style="list-style-type: none"> Es más fácil comerciar con armas que con plátanos... la regulación de la Comisión Europea es más estricta para los plátanos que para la venta de AK47s. Cada vaca de la UE recibe más de 2\$ diarios en subsidios, una cantidad que supera los ingresos de la mitad de la población mundial.
Estadísticas sorprendentes.	<ul style="list-style-type: none"> En los países en desarrollo mueren más personas por accidentes de coche que por malaria. México es el segundo país del mundo con más personas obesas, sólo por detrás de Estados Unidos.
Humanizar problemas abstractos.	<ul style="list-style-type: none"> 12 millones más de niños pasarán hambre en 2050 debido al cambio climático.
Escala humana: Las estadísticas pueden no entenderse por ser demasiado grandes. Redúcelas para que resulten más comprensibles.	<ul style="list-style-type: none"> Cada cuatro segundos muere un niño por causas que podrían haberse evitado. El gasto del Reino Unido en ayuda al desarrollo por persona y día, es menor al costo de una taza de té. Hay aproximadamente dos balas por persona en el planeta.

GRÁFICOS EFICACES

- **Los gráficos** pueden ser más eficaces que las palabras. Es el caso de las **infografías**, que no sólo pueden ilustrar los contrastes que muestran los “killer facts”, sino que además pueden mostrar cambios drásticos en las tendencias a largo plazo, ej. [Los precios de la comida](#).
- Pueden mostrar [proyecciones a futuro](#).

¿QUÉ SE DEBE HACER Y QUÉ NO?

Sí

- Estar totalmente seguro acerca de la veracidad de los datos utilizados para crear “killer facts”. Las fuentes, que siempre deben referenciarse en el informe, tienen que ser fidedignas y respetadas, así como estar actualizadas.
- Revisar los “killer facts” antes de volver a utilizarlos, pues los datos pueden haber cambiado (aquí hay un [ejemplo de esta guía](#)).
- Que un entendido en estadística compruebe que tu argumento no es falaz.
- Prepárate para informar a los medios y a los políticos sobre tus fuentes – Si tu “killer fact” tiene éxito no tardarán en llamarte, y necesitas tener tus fuentes preparadas.
- Asegúrate de que el “killer fact” no pueda malinterpretarse, por ejemplo, que el lenguaje no sea muy complejo, ya que si no es posible que, cuando los periodistas lo reescriban para simplificarlo, malinterpreten su significado.
- Evita usar palabras poco exactas, como “podría”, o “hasta”, ya que pueden dañar la credibilidad; por ejemplo “hasta el 50% de la población pobre en el mundo, morirá por enfermedades que podrían prevenirse”, puede indicar cualquier porcentaje entre el 0% y el 50%, pero invita al lector a asumir el número más alto.
- Asegúrate de que los mejores “killer facts” se incluyen en el resumen ejecutivo, y en las notas de prensa; pide a alguien que no sea el autor, por ejemplo un encargado de prensa, que los lea y escoja los mejores.
- Planifica: cuando estés trabajando en tu informe, piensa qué tipo de “killer facts” querrías incluir. ¿Ya tienes los datos necesarios? Si no, ¿es posible obtener o generar esos datos?
- Elaborar “killer facts” puede llevar mucho tiempo, ya que normalmente hay que combinar las estadísticas de una manera poco habitual. Así que dedícale tiempo, y si no puedes trabaja con un asistente de investigación que te ayude con los cálculos.

No

- No minusvalores los “killer facts”. Son cruciales en el impacto que puede causar tu informe, así que si estás muy cansado y has perdido la inspiración (un problema común al final del proceso de escritura) pide a un compañero de prensa o de campañas que te ayude y te dé ideas.
- No uses demasiados “killer facts” en un solo documento, céntrate en el más contundente. De lo contrario, abrumarás al lector.
- Evita usar “killer facts” cuya fuente **no sea fidedigna**. Aunque encajen con tu mensaje, no merece la pena poner en duda tu credibilidad.

Y recuerda: EN CASO DE DUDA, NO LO USES.

© Oxfam GB Noviembre de 2012

Esta guía está elaborada por el Equipo Internacional de Investigación de Oxfam y por el Equipo de Comunicaciones de Políticas y Prácticas de Oxfam GB, con el objetivo de que sea utilizado por el personal de Oxfam, organizaciones socias, así como por otros investigadores y personas que trabajen en desarrollo. Fue escrito originalmente por Kate Raworth, y fue revisado y corregido por John Magrath y Martin Walsh.

El texto es de uso gratuito puede ser usado sin costo para fines educativos y de investigación, siempre que se referencie la fuente completa. El propietario de los derechos de autor solicita que se le notifique toda referencia al presente texto, con fines de evaluación del impacto. Para utilizar el texto en cualquier otra circunstancia, o para reutilizarlo en otras publicaciones, o para su traducción o adaptación, es necesaria una autorización y puede que se solicite el pago de la tarifa correspondiente. Correo electrónico: publish@oxfam.org.uk

Oxfam agradece los comentarios y opiniones sobre su Guía de Investigación. Si desea comentar algún aspecto de este documento, por favor comuníquese con research@oxfam.org.uk. Para obtener más información sobre las investigaciones y publicaciones de Oxfam, puede consultar www.oxfam.org.uk/policyandpractice

La información en esta publicación es correcta al momento de su impresión. Oxfam GB, Oxfam House, John Smith Drive, Cowley, Oxford, OX4 2JY, UK. Publicado por Oxfam GB con el código ISBN 978-1-78077-224-0 en Noviembre de 2012. Oxfam es una organización sin ánimo de lucro en Inglaterra y Gales (No. 202918) y en Escocia (SC039042). Oxfam GB es miembro de Oxfam Internacional.