

3D: Detective De Datos



Última actualización: 04/06/2024

Cuaderno de Detective

Nombre:

Dos jóvenes se encuentran mientras cruzan la plaza. Detienen su camino frente a frente e inician una breve conversación casi susurrando. Pero nuestros micrófonos, escondidos estratégicamente por toda la comarca, logran captar lo suficiente:

- ¡Los matemáticos se han vuelto locos!

+ ¿Por qué me molestas para decirme algo que ya sabía?

- Porque tú te has iniciado en Estadística y Probabilidad, ¿no es así?

+ Uhmm... ¡Como cualquiera que estudia la ESO! ¿Acaso tú no?

- Se supone pero... ¡Se me dan fatal! Y lo cierto es que hay una recompensa para quien logre descifrar el maldito código.

+ Y, ¿por qué no empezaste por ahí? ¡¡Vamos!!



Misión

La misión de cada equipo es completar el **itinerario**, obteniendo las **cifras** que os permitirán obtener el **trofeo final**.

Una vez completados los 5 retos, tu grupo se enfrentará a los restantes en el **breakout 3D: Detective De Datos**. No olvides registrar las cifras en el medallero de este **Cuaderno del Detective**.

Al finalizar la prueba deberás entregar las evidencias de vuestra investigación, por lo que no olvides ir registrando la información en el **Cuaderno del Detective**.

Reto 1: El color de los ojos

1.1. Lee el artículo acerca del color de los ojos.



1.2. Realiza una encuesta en tu unidad familiar, y anota el color de los ojos de cada persona. Utilizando una hoja de cálculo, reúne en una tabla de frecuencias los datos recopilados por todo tu grupo de detectives. Representa gráficamente la frecuencia absoluta y la frecuencia absoluta acumulada.

1.3. Realiza la tabla de frecuencias con los datos obtenidos en otro grupo, recogidos a continuación: once personas los tienen marrones, cuatro los tienen verdes, cinco son azules y, por último, una persona los tiene grises.

Reto 2: La paradoja del ahorcado

2.1. Las lenguas evolucionan continuamente. Si analizamos la frecuencia relativa de las diferentes letras de un texto podríamos determinar en qué época fue escrito. Leamos, por ejemplo, la paradoja del ahorcado. La podemos encontrar en uno de los párrafos del capítulo LI del tomo II, en *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha* (M. Cervantes).



2.2. No vamos a contar todas las letras que aparecen en el texto. Cada detective del grupo habrá de contar una vocal y una consonante de las siguientes para, finalmente, realizar la **tabla de frecuencias** de las 6 u 8 letras (según tengáis un grupo de 3 o de 4 personas). Tened en cuenta que en esta ocasión, la suma de la frecuencia absoluta no coincidirá con el tamaño muestral, al contar solo parte del abecedario.

Vocales: A, E, O, I.

Consonantes: R, S, D, N.

Tamaño muestral: 1 206.

2.3. Vamos a comparar la frecuencia relativa de cada una de las letras analizadas con la obtenida para la obra completa (el Quijote) y el español en general. Esta información la

tenéis disponible en el QR. Recoge a continuación vuestras observaciones y conclusiones.



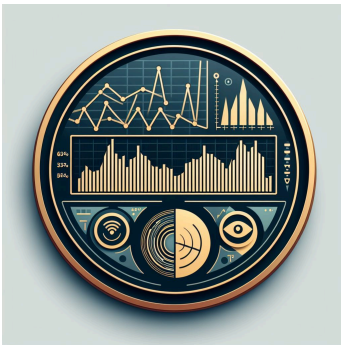
Medallero

Completa el medallero, indicando el orden en que aparecen y la cifra que lo acompaña para poder acceder al trofeo final.

Medalla

Orden

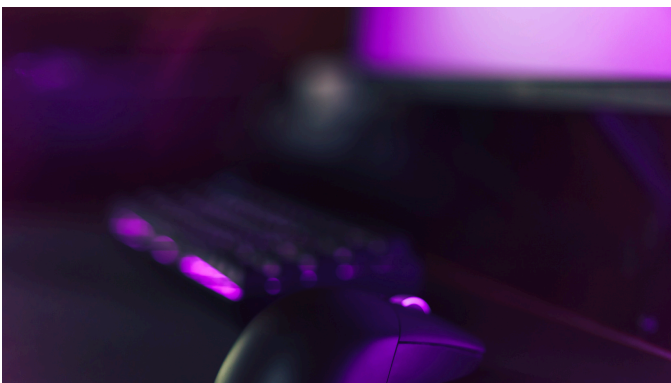
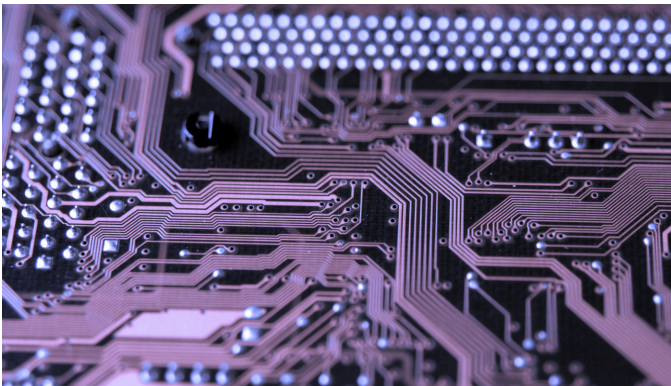
Código



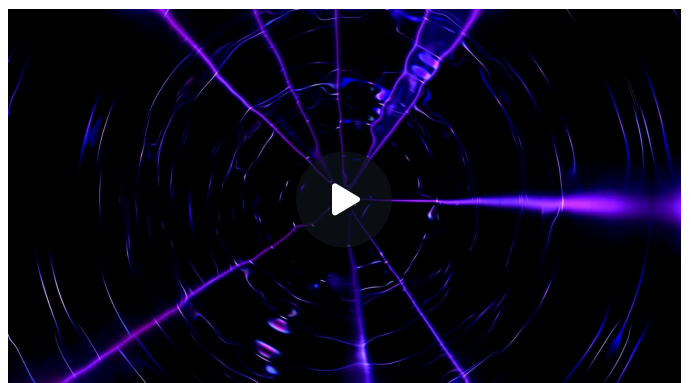
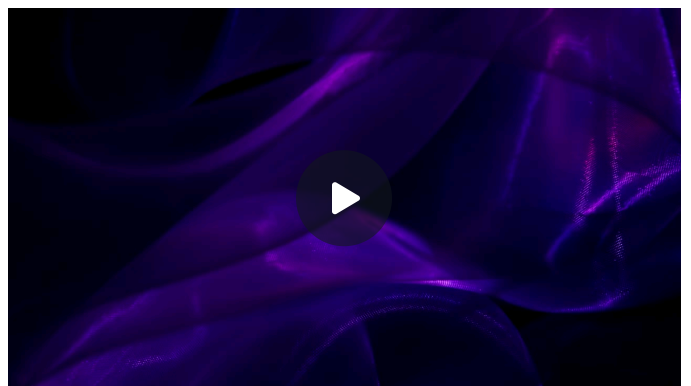
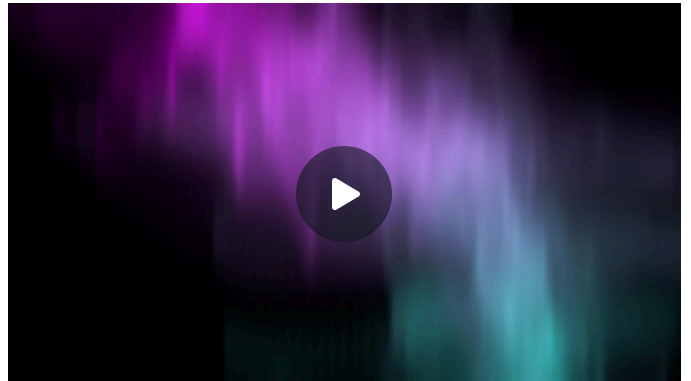
Our Imagery: Photos and videos that stand out

Share samples of images or videos that are aligned with the brand's identity. These images can either be for internal or external use.

Brand-appropriate Images



Brand-appropriate Videos



How We Sound Like

Our Message House: Clear and consistent communication

Umbrella Statement

What is the overarching message that ties everything together and communicates our values and goals?

Core Message

What messages support our core statement?

Core Message

What messages support our core statement?

Core Message

What messages support our core statement?

Foundation

What is the core statement or the main point that we want to convey?

Our Language: A voice you can trust

Share the tone and voice that the brand uses in both verbal and written communication. It's also best to include details on how the company inserts inclusivity in its language.

DO...

1. Be clear and concise: The brand voice should be easy to understand and should convey the message in an effective manner. Use simple yet impactful language to communicate our message.
2. Be innovative: The tech industry is constantly evolving, and we should reflect that. Let's use our brand voice to showcase our innovation and forward-thinking approach.
3. Be authentic: We should be true to our brand's values and mission. We should also be consistent across all channels and interactions with customers.

DON'T...

1. Be too technical: While it's important to showcase our technical expertise, we don't use jargon or overly complicated language that our audience may not understand.
2. Be too formal: The tech industry can often be seen as serious and formal, but that doesn't mean we should be. Being approachable and friendly appeals to a broader audience.
3. Be insensitive: In today's world, it's essential to be mindful of social issues and avoid any language or messaging that could be perceived as insensitive or offensive. Let's always practice inclusiveness and respect.