

O poder de contar uma História

“Sem uma narrativa convincente a mais bonita das visualizações de dados corre o risco de se tornar chata e fracassada” Cole Nussbaumer.

- **O PODER DA REPETIÇÃO:** Segundo Cole Nussbaumer, autora do livro “Storytelling com Dados” o processo de ouvir, ler ou contar a mesma coisa diversas vezes ajuda a memorização e consolidação das informações.

- **O PODER DA TRAMA:** Cole ainda afirma que a combinação da sequência trama-reviravolta-final ajuda a incorporarmos e interpretarmos as informações que são passadas.

- **O PODER DA HISTÓRIA PARA DADOS:** Quando falamos de transmitir informações que envolvem dados existe um grande desafio de envolver os ouvintes com o que será transmitido e mais que isso, desenvolver uma linha de fácil interpretação onde a mensagem fique clara.



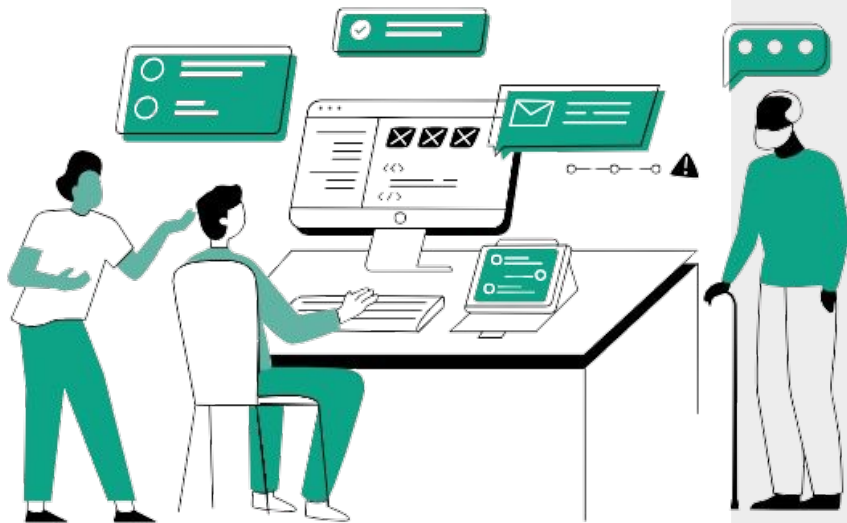
3 Porquinhos sem Storytelling:

Três porquinhos construíram casas: palha, madeira, tijolos. Um lobo soprou com um vento de 15 km/hora, derrubou duas casas. Porquinhos foram para a casa de tijolos. Lobo não entrou. Fim.

3 Porquinhos com Storytelling:

Três **irmãos** porquinhos que decidiram construir suas próprias casas. O primeiro construiu uma casa de palha, **rápida de fazer, mas não muito resistente**. O segundo optou por uma casa de **madeira, um pouco mais forte** que a primeira, mas ainda vulnerável. Já o terceiro porquinho **trabalhou duro** para construir uma casa **de tijolos**, resistente e segura. Um dia, o lobo mau apareceu, soprou e **derrubou as casas de palha e madeira** dos dois primeiros porquinhos, mas não conseguiu destruir a casa de tijolos do terceiro. Todos os porquinhos se refugiaram na casa mais segura e venceram o lobo mau, vivendo felizes para sempre.

Perguntas fundamentais para construção da História



- **AMBIENTE:** Quando e Onde?
Ex: Vendas do site no último ano.
- **O DESEQUILÍBRIO:** Por que é necessário? O que mudou?
Ex: As vendas caíram drasticamente nos últimos 3 meses.
- **O EQUILÍBRIO:** Qual movimento deveria ter acontecido?
Ex: As vendas deveriam ter se mantido pois não tivemos alterações nos produtos.
- **SOLUÇÃO:** Como você irá provocar mudanças?
Ex: Um concorrente novo surgiu e tem vendido os produtos com 10% de desconto, podemos aplicar o mesmo desconto ou maior.





ESTRUTURA

INÍCIO

Apresente o tema que será abordado na sua análise ou projeto. Ambiente seus ouvintes ao contexto que será apresentado a seguir. Certifique-se de que todos entendem os objetivos e problemáticas.

MEIO

É a hora de demonstrar as informações importantes que você analisou ou projeto desenvolvido, nessa etapa ocorre o convencimento. Utilize de dados, visualizações de gráficos e imagens.

FIM

Uma vez convencido pela etapa anterior seu público está pronto para ser exposto a resultados da sua análise e projeto e aberto a escutar suas propostas de aplicações e próximos passos.

