

INSTITUTO FEDERAL
São Paulo
Câmpus Campinas

Introdução

D1STO - Storytelling com Dados

Especialização em Ciência de
Dados





***“Ser uma pessoa é ter uma
história para contar.”***

Isak Dinesen

O que é storytelling?

Definição pragmática

Storytelling é a **tecnarte** de elaborar e encadear cenas, dando-lhes um sentido envolvente que capte a atenção das pessoas e enseje a assimilação de uma ideia central.

Definição pictórica

Storytelling é a **tecnarte** de moldar e juntar as peças de um quebra-cabeça, formando um quadro memorável.

Definição poética

Storytelling é a **tecnarte** de empilhar tijolos narrativos, construindo monumentos imaginários repletos de significado.

História

O que o fogo tem
haver com
storytelling?



A era da informação

“O que a informação consome é a atenção dos seus recipientes, ou seja, a riqueza de informação cria uma pobreza de atenção.”

Herbert Simon, 1971

“Não quero quinhentos canais de televisão. Só quero aquele único canal que me oferece o que quero ver.”

Nicholas Negroponte, do Laboratório de Mídia do MIT

Altos e baixos

O QUE SOBE	O QUE DESCE
Tecnologia	Afetividade
Opções de entretenimento	Tempo disponível
Volume de informação	Capacidade de retenção
Superficialidade	Profundidade
Expectativa	Atenção

Toda história parte de um tema

Hard Rock Café, Planet Hollywood, All Star Café, Rainforest Café, T-Rex Café, entre outros, adotam um tema

A fome a ser saciada é muito mais de **experiência** do contexto do que de alimento

Em parques temáticos (p. ex. Disney e Universal) há a tangibilização de histórias e criação de mundos



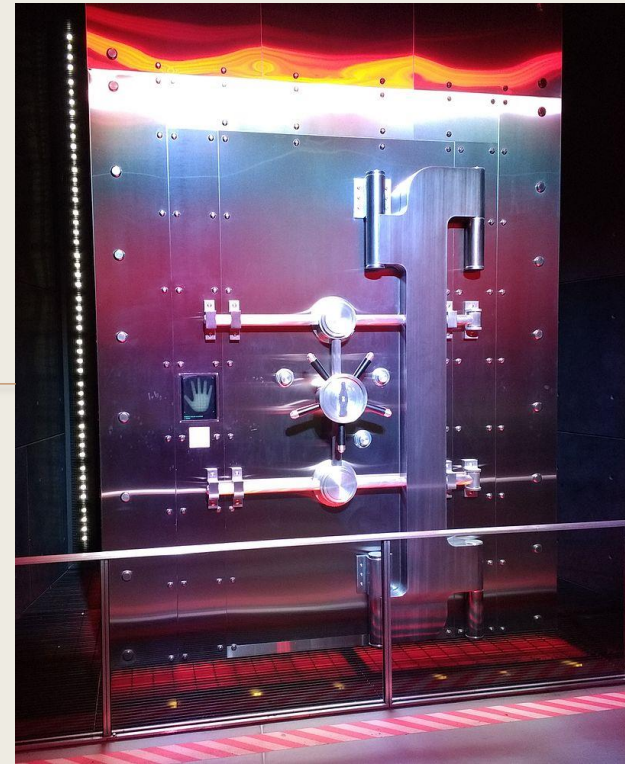
Storytelling no marketing

Disney, a fábrica de magia e fantasia

Apple, toda atenção aos detalhes

Coca-cola, a misteriosa fórmula

Cofre contendo a fórmula secreta no
Museu World of Coca-Cola em
Atlanta, Estados Unidos.

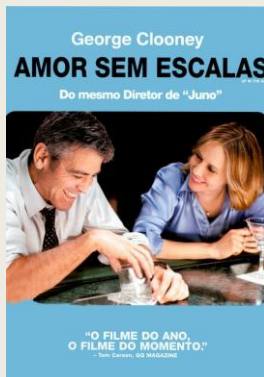


Storytelling nas apresentações



Uma Verdade Inconveniente (2006)


Correlação de CO₂ e temperatura – 4min



Amor Sem Escalas (2009)

Apresentação da Natalie – 3min

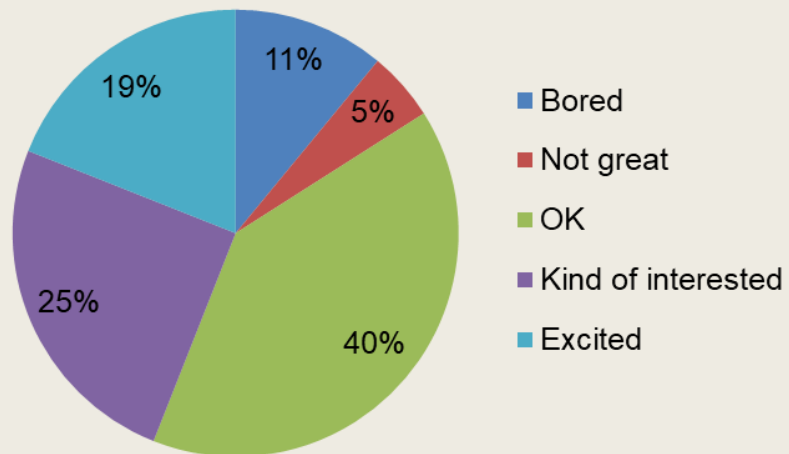
Quais foram as técnicas de storytelling utilizadas?



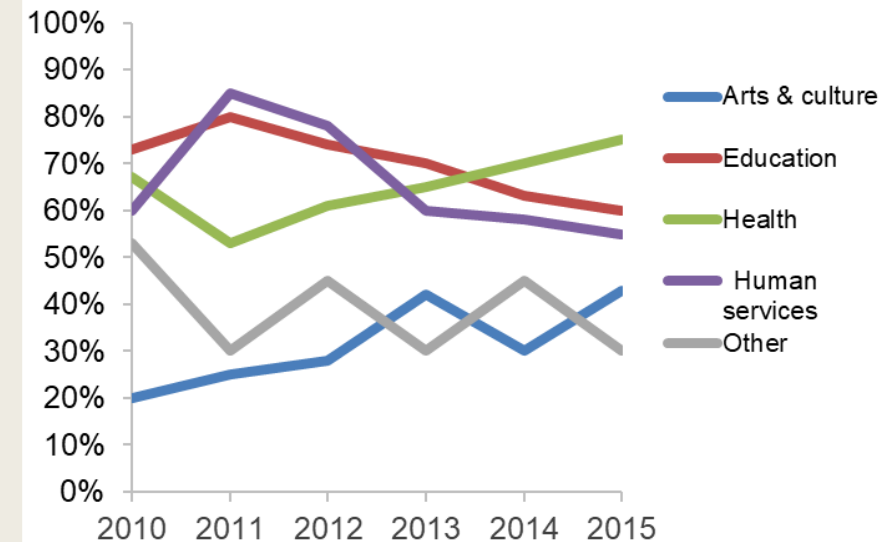
Contando histórias com dados

Gráficos ruins estão por toda parte

Survey Results

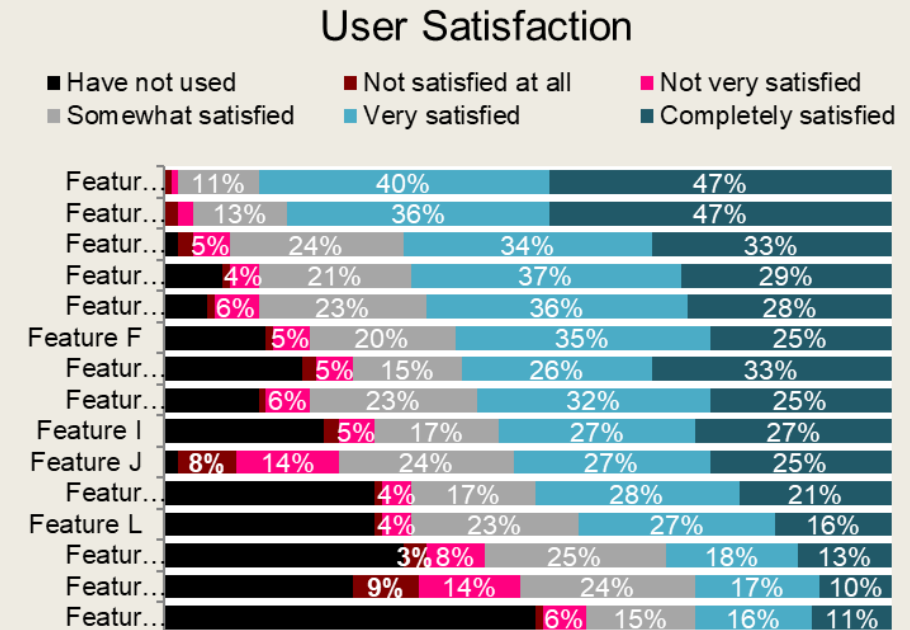
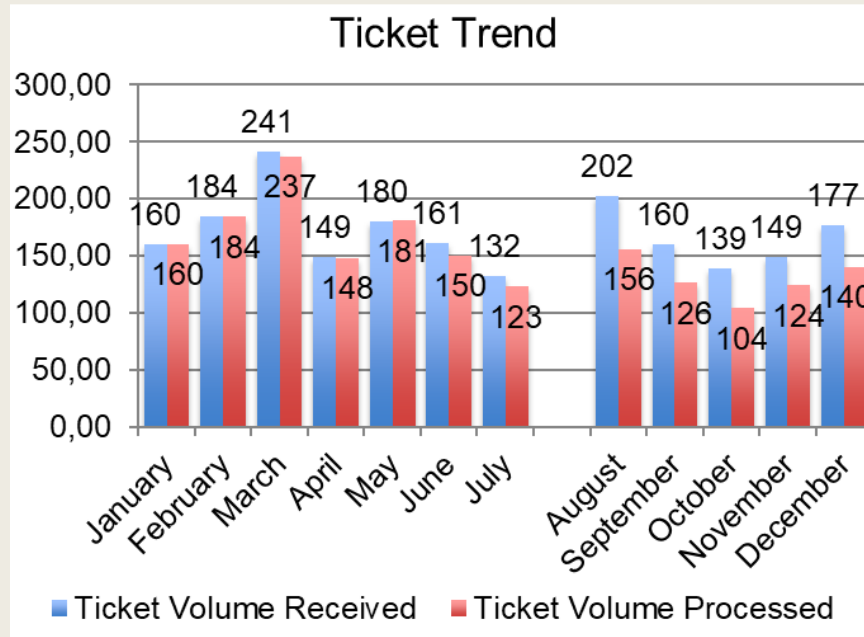


Non Profit Support



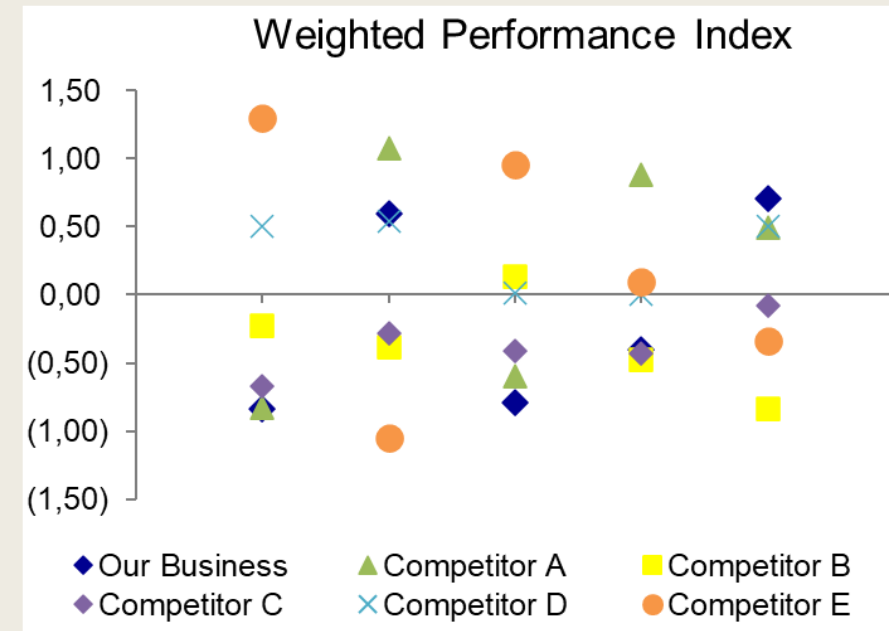
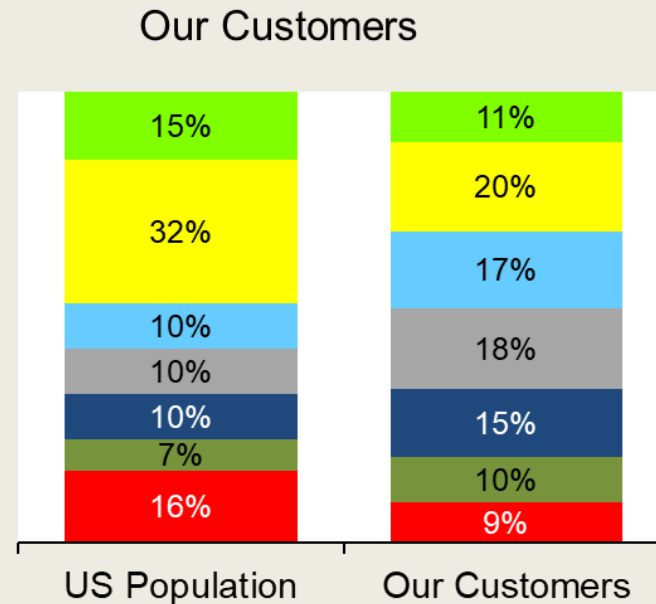
Exemplos de gráficos ineficientes

Gráficos ruins estão por toda parte



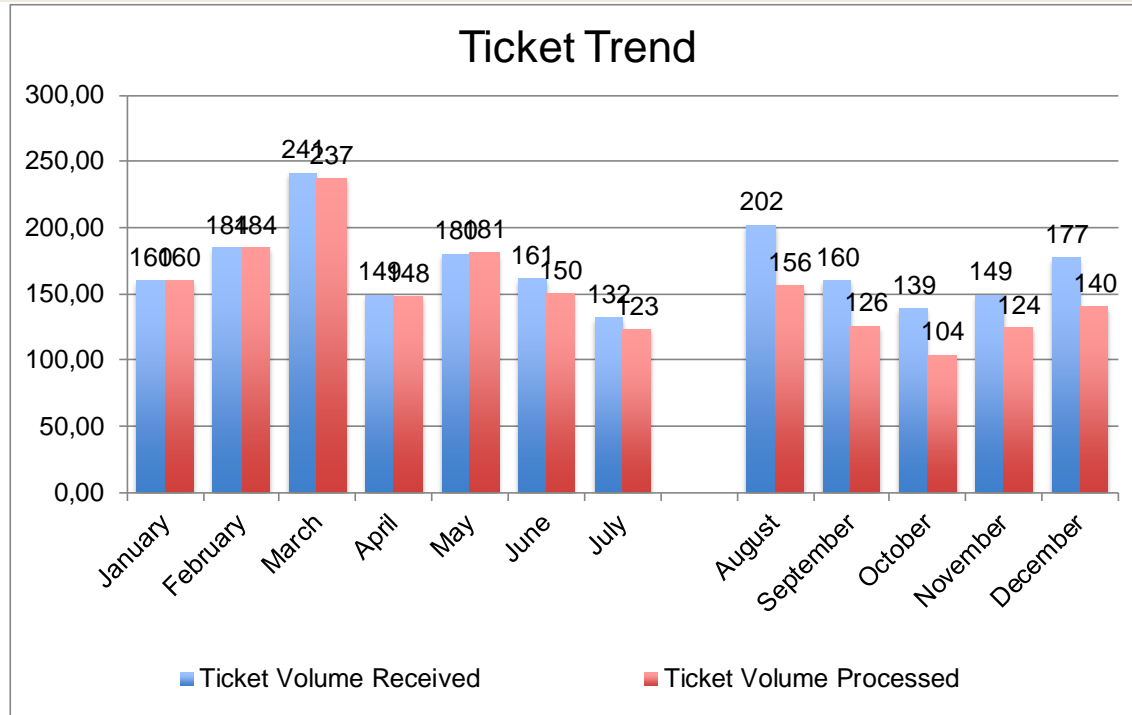
Exemplos de gráficos ineficientes

Gráficos ruins estão por toda parte



Exemplos de gráficos ineficientes

INSPIRAÇÃO: O antes e o depois

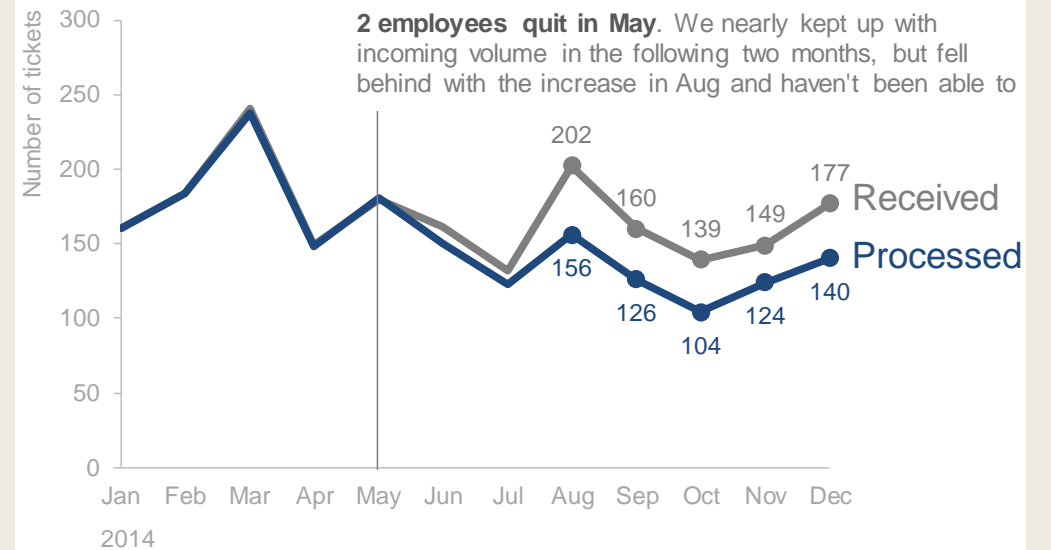


Source: Knaflic, Cole. *Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals*, Wiley, © 2015.

Please approve the hire of 2 FTE

to backfill those who quit in the past year

Ticket volume over time



Data source: XYZ Dashboard, as of 12/31/2014 | A detailed analysis on tickets processed per person and time to resolve issues was undertaken to inform this request and can be provided if needed.

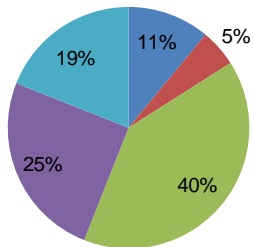
Source: Knaflic, Cole. *Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals*, Wiley, © 2015.

INSPIRAÇÃO: O antes e o depois

Survey Results

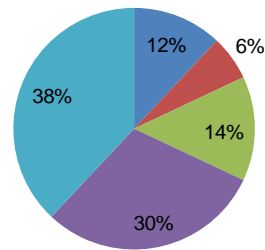
PRE: How do you feel about doing science?

■ Bored ■ Not great ■ OK ■ Kind of interested ■ Excited



POST: How do you feel about doing science?

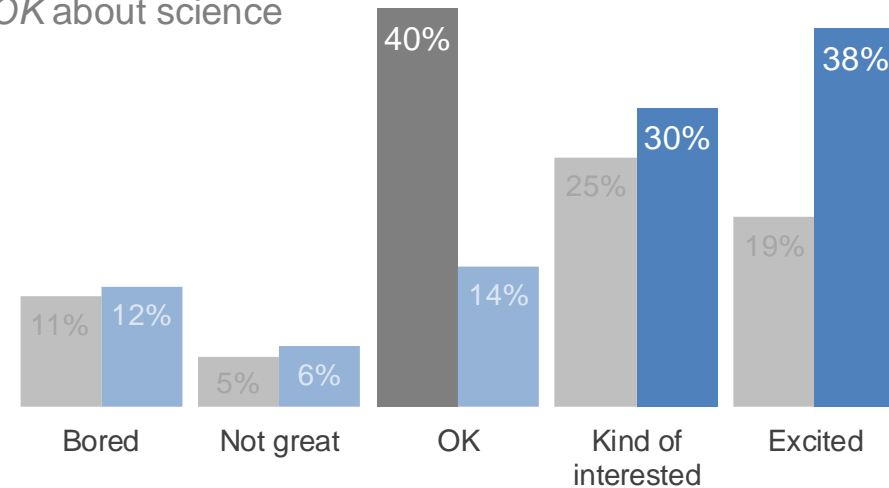
■ Bored ■ Not great ■ OK ■ Kind of interested ■ Excited



Pilot program was a success

How do you feel about science?

BEFORE program, the majority of children felt just *OK* about science

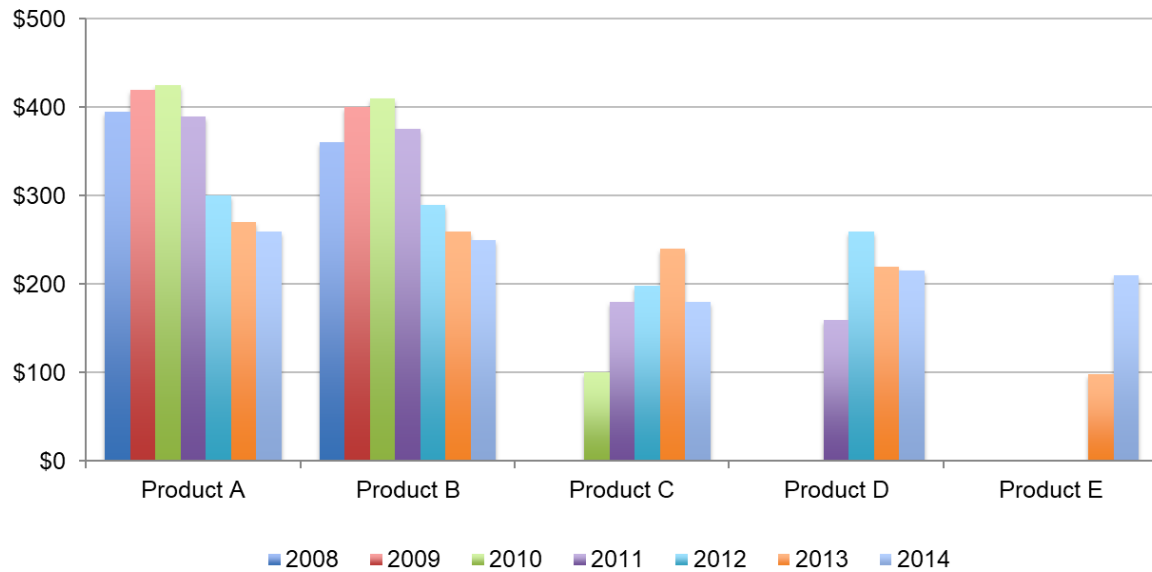


AFTER program, more children were *Kind of interested* & *Excited* about science.

Based on survey of 100 students conducted before and after pilot program (100% response rate on both surveys).

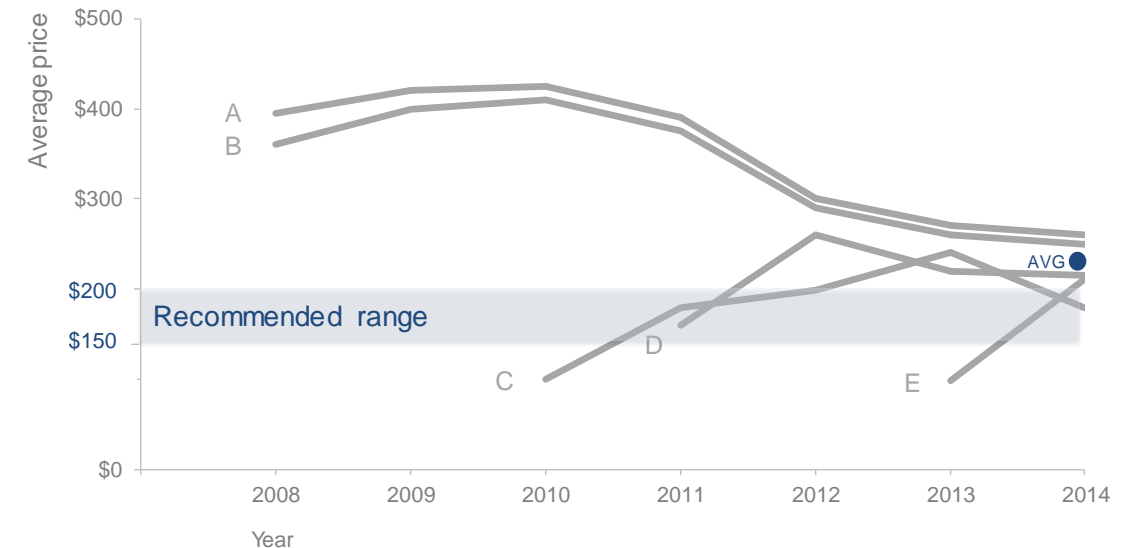
INSPIRAÇÃO: O antes e o depois

Average Retail Product Price Per Year



To be competitive, we recommend introducing our product *below the \$223 average price point in the \$150-\$200 range*

Retail price over time by product



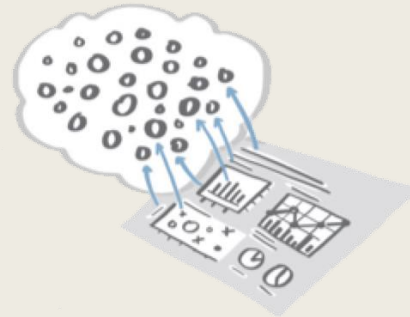
Roteiro para aprender a contar histórias com dados



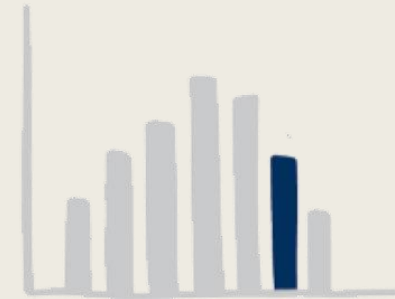
2. Escolha o visual adequado



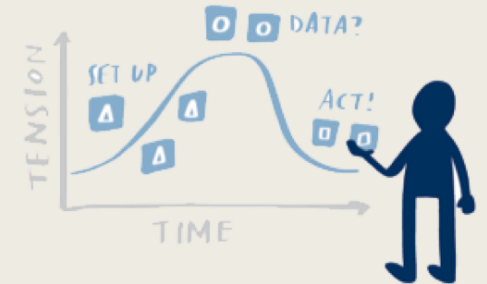
1. Entenda o contexto



3. Elimine a saturação



4. Foque a atenção e pense como um designer



5. Conte uma história

Ferramentas

Foco nas melhores práticas

Independente de ferramentas

Dá para fazer tudo no **Excel!**

Algumas orientações para o **Google Data Studio**



Google Data Studio

Recursos adicionais

Guias mostrando o antes e o depois

<https://www.storytellingwithdata.com/makeovers>

Catálogo para escolha do melhor gráfico

<https://datavizcatalogue.com/search.html>

Créditos

Bibliografia:

KNAFLIC, Cole N. Storytelling com dados: um guia sobre visualização de dados para profissionais de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

XAVIER, Adilson. Storytelling: Histórias que deixam marcas. Rio de Janeiro: BestSeller, 2015.

Fotos:

<https://www.pexels.com/pt-br/>

Cliparts:

<https://www.gratispng.com/>