

Storytelling com Dados





Paulo Shindi



RESUMO PROFISSIONAL

Diretor de Data Analytics com +15 anos experiência profissional (Brasil / Exterior)

Advisor & Conselheiro de startups

Mentor de Carreiras em Data Analytics com +5 anos e +100 Mentorados

FORMAÇÃO



Universidade de São Paulo



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

ENGENHARIA



INOVAÇÃO

EMPRESAS

RESTOQUE

CAPITAL ABERTO
BRASILEIRA



A casa da sua casa.

MULTINACIONAL
FRANCESA

McCann

AGÊNCIA NO 1 EM
PUBLICIDADE E
MARKETING



STARTUP



<https://www.linkedin.com/in/paulo-shindi-kuniyoshi/>





Fernando
Gama



RESUMO PROFISSIONAL

Data Lead com mais de 10 anos de experiência atuando com ciência de dados e engenharia em empresas dos setores de mineração, logística, consultoria e financeiro.

FORMAÇÃO

- Mestrado em Computação (UFPA)
- Especialização em Banco de Dados (Claretiano)
- Bacharel em Sistemas de Informação (UFPA)

EMPRESAS



<https://www.linkedin.com/in/fernandogama/>



Storytelling com Dados

1

Definição e
Contexto

2

Visualização
Ideal

3

Carga
Cognitiva

4

Pense como
designer

5

Storytelling
em ação



Storytelling - Conceito

STORY

A "story" se refere ao conteúdo da narrativa, isto é, ao conjunto de eventos, personagens, conflitos e ambientes que compõem a trama. A história é o que acontece na narrativa, a espinha dorsal que sustenta toda a construção. Ela é essencial para envolver o ouvinte ou espectador, fornecendo a substância emocional ou informativa. Elementos como personagens relacionáveis, um cenário envolvente e um conflito intrigante são cruciais para uma boa história.

TELLING

"Telling" diz respeito à maneira como a história é narrada ou transmitida ao público. Isso envolve escolhas de como a história será contada, incluindo o ponto de vista, o tom, o estilo e o ritmo. O telling é sobre a arte de apresentar a história de uma maneira que seja atraente e mantenha o público engajado. A forma como a história é contada pode variar dependendo do meio (como livros, filmes, discursos) e do público-alvo. Escolhas estratégicas na forma de contar a história podem aumentar significativamente o impacto e a recepção da mesma.



Programa de verão



- **Dados:** survey contendo resultado de pesquisas animadores sobre a percepção das crianças.
- **Objetivo:** demonstração de resultados e solicitação de budget.
- **Público:** pais dos estudantes que participaram do programa, pais de futuros estudantes, potenciais novos participantes e outros professores interessados.



O que fazer?

Avalie o contexto.

O contexto importa

Quem

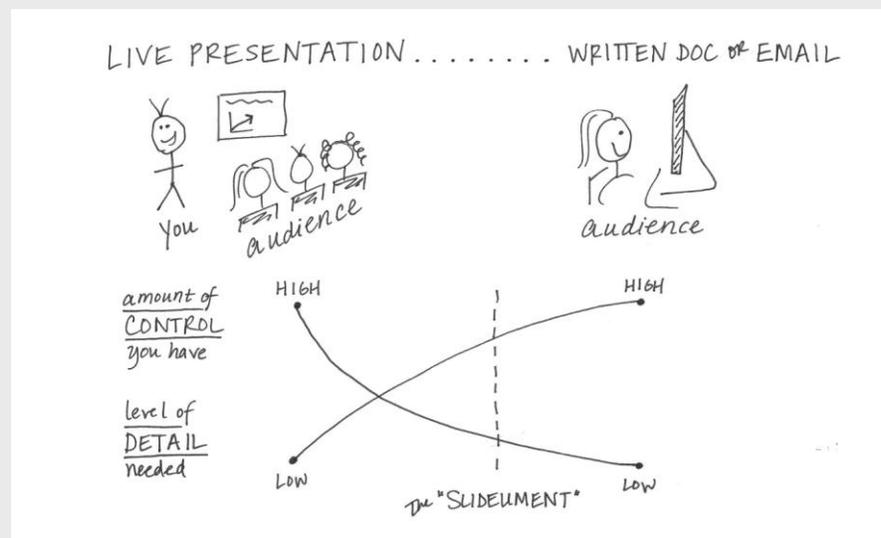
Seu público: necessidade; diversidade; relacionamento com o público.

O quê

Ação: promover a compreensão; motivar; dominar o conteúdo

Como

Tonalidade; Uso de dados.



Storytelling - Audiência

Apresentação de Projetos e Resultados

CEO/Investidores

+ Macro | + Executivo



Time Técnico

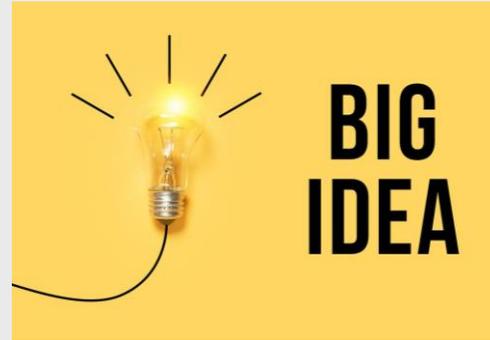
+ Detalhe



Estratégias de narrativas



- História de 3 minutos



- Big Idea



- Storyboarding

Dashboard Vendas e Margem

Faturamento

R\$ 14,6 M

Margem

20 %



Dê feedback sobre essa visualização



Dashboard Vendas e Margem

Filtros

Categoria

Período: JUL/24

Faturamento

R\$ 14,6 M

 **A x A-1**
39%

 **Meta**
-5%

Margem

20 %



Dê feedback sobre essa visualização

