

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



MULTINACIONAL
FRANCESA

McCann

AGÊNCIA NO 1 EM
PUBLICIDADE E
MARKETING



STARTUP

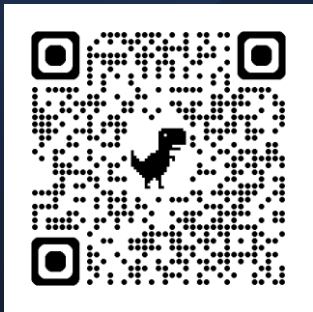


<https://www.linkedin.com/in/paulo-shindi-kuniyoshi/>





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



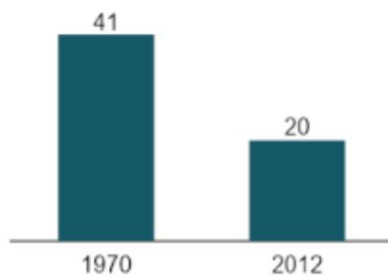
Visualização ideal

Big Number

% de crianças com mães dona de casa

Children with a "Traditional" Stay-at-Home Mother

% of children with a married stay-at-home mother with a working husband



Note: Based on children younger than 18. Their mothers are categorized based on employment status in 1970 and 2012.

Source: Pew Research Center analysis of March Current Population Surveys Integrated Public Use Microdata Series (IPUMS-CPS), 1971 and 2013

20%

of children had a **traditional stay-at-home mom** in 2012, compared to 41% in 1970



Visualização ideal

Uso de Tabelas

Heavy borders

Group	Metric A	Metric B	Metric C
Group 1	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 2	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 3	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 4	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 5	\$X.X	Y%	Z,ZZZ

Light borders

Group	Metric A	Metric B	Metric C
Group 1	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 2	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 3	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 4	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 5	\$X.X	Y%	Z,ZZZ

Minimal borders

Group	Metric A	Metric B	Metric C
Group 1	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 2	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 3	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 4	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Group 5	\$X.X	Y%	Z,ZZZ

Table

	A	B	C
Category 1	15%	22%	42%
Category 2	40%	36%	20%
Category 3	35%	17%	34%
Category 4	30%	29%	26%
Category 5	55%	30%	58%
Category 6	11%	25%	49%

Heatmap

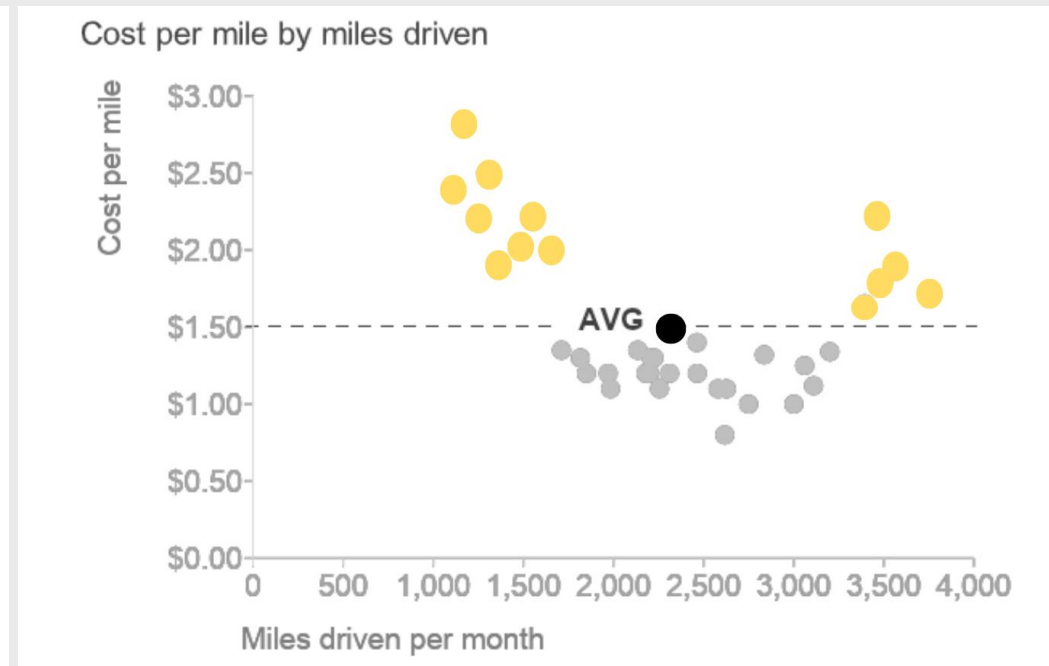
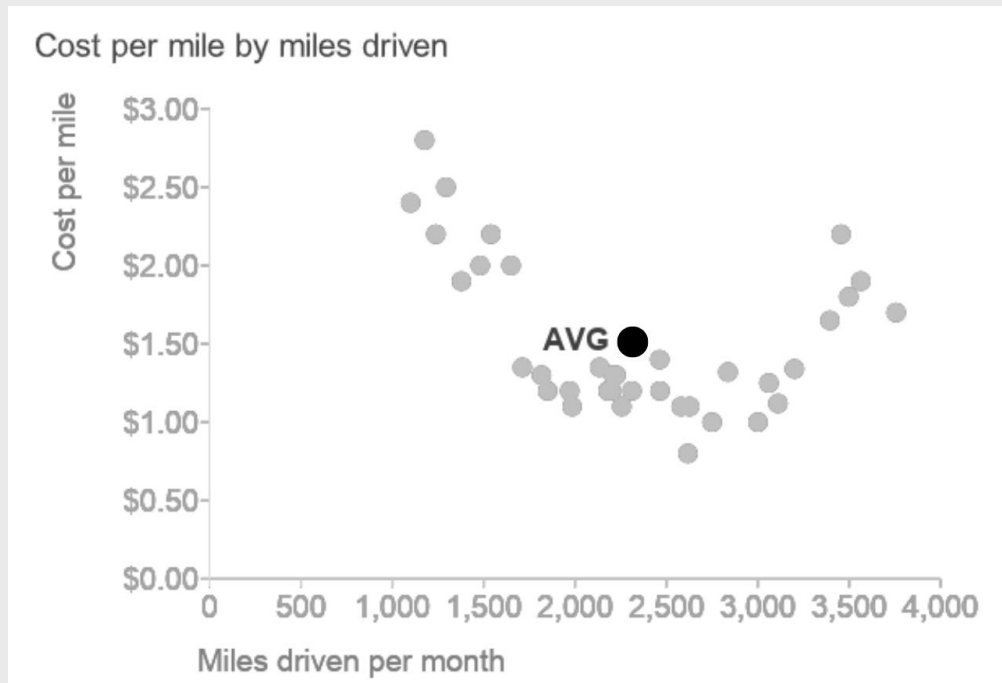
LOW-HIGH

	A	B	C
Category 1	15%	22%	42%
Category 2	40%	36%	20%
Category 3	35%	17%	34%
Category 4	30%	29%	26%
Category 5	55%	30%	58%
Category 6	11%	25%	49%

Visualização ideal

Gráfico de Pontos

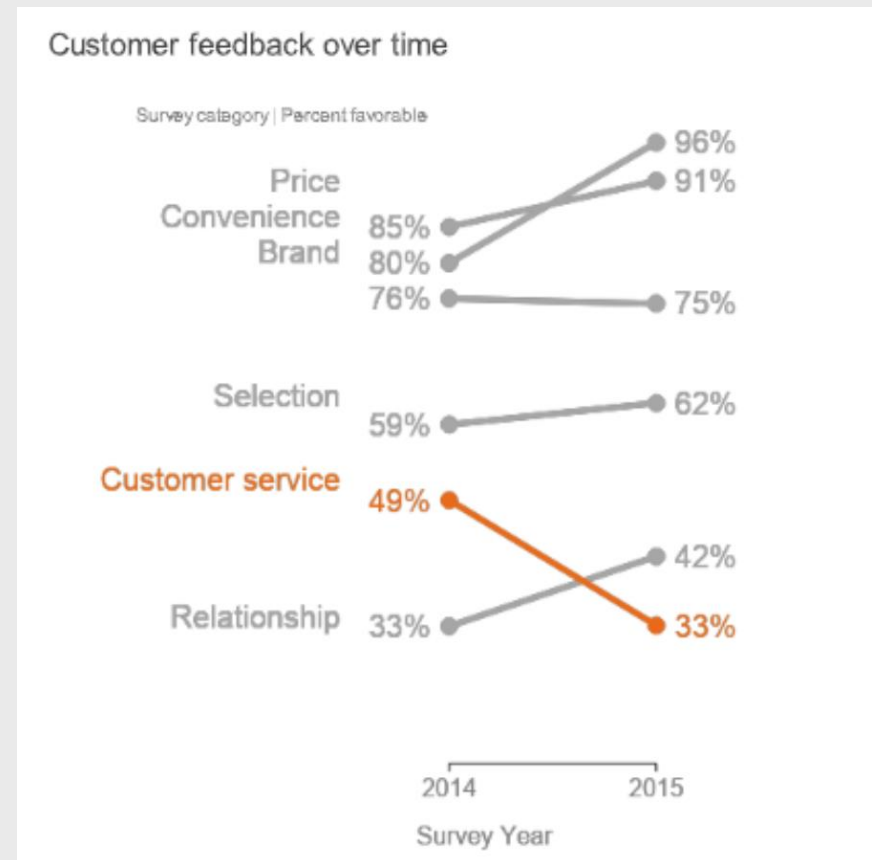
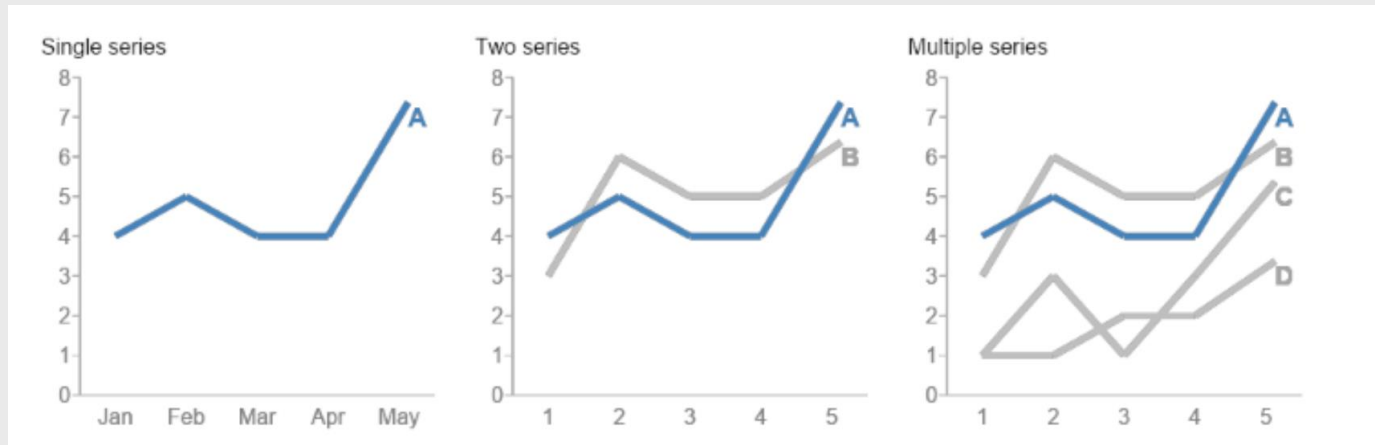
Relacionamento entre variáveis



Visualização ideal

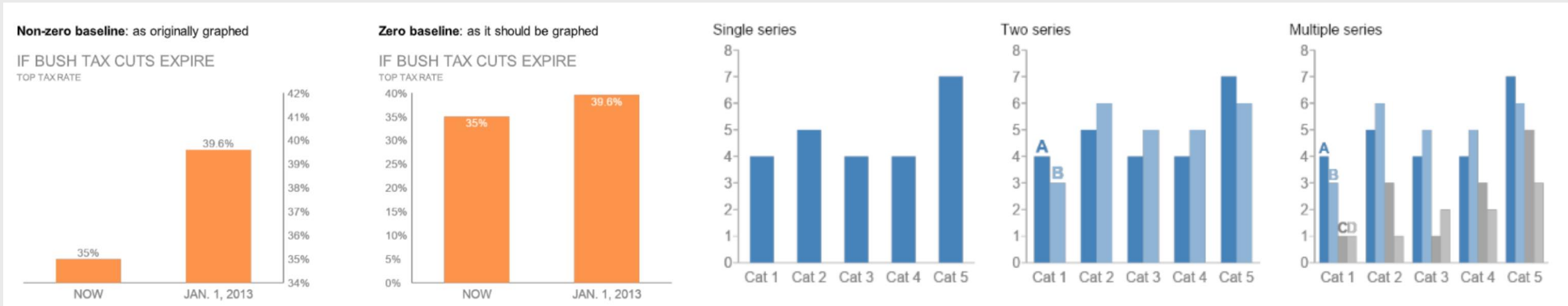
Gráfico de Linhas

Variáveis dispostas ao longo do tempo



Visualização ideal

Gráfico de Barras

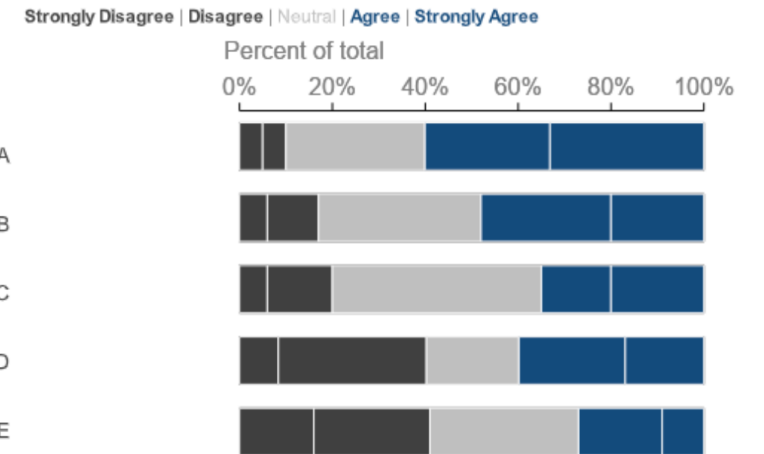


Visualização ideal

Gráfico de Barras



Survey results



Visualização (não) ideal

Evite

