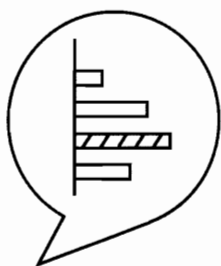


Brent Dykes



Dados e
storytelling
de *IMPACTO*

Como usar números, imagens e histórias
para gerar mudanças efetivas nos negócios

Benvirá

Copyright da edição brasileira © 2023, Saraiva Educação S.A.

Tradução autorizada da edição original em inglês publicada nos Estados Unidos pela John Wiley & Sons, Inc.

All Rights Reserved. This translation published under license with the original publisher John Wiley & Sons, Inc.

Direção executiva Flávia Alves Bravin

Direção editorial Ana Paula Santos Matos

Gerência editorial e de produção Fernando Penteado

Edição Clarissa Oliveira

Design e produção Daniele Debora de Souza (coord.)

Daniela Nogueira Secondo

Tradução Silvio Antunha

Preparação Augusto Iriarte

Revisão Mauricio Katayama

Diagramação SBNigri Artes e Textos Ltda.

Capa Tiago Dela Rosa

Impressão e acabamento Vox Gráfica

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)	
Vagner Rodolfo da Silva - CRB-8/9410	
D996d Dykes, Brent	
Dados e storytelling de impacto: como juntar números, imagens e histórias para gerar mudanças efetivas nos negócios / Brent Dykes ; trad. Silvio Antunha. - São Paulo: Benvirá, 2023.	
312 p.	
Tradução de: <i>Effective data storytelling</i>	
ISBN 978-65-5810-042-3 (Impresso)	
1. Administração. 2. Negócios. 3. Dados. 4. Storytelling. 5. Comunicação corporativa. 6. Apresentações corporativas. 7. Tomada de decisão. 8. Análise de dados. I. Antunha, Silvio. II. Título.	
2022-2167	CDD 658.4012
	CDU 65.011.4
Índices para catálogo sistemático:	
1. Administração: Negócios 658.4012	
2. Administração: Negócios 65.011.4	

1ª edição, janeiro de 2023

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida por qualquer meio ou forma sem a prévia autorização da Saraiva Educação. A violação dos direitos autorais é crime estabelecido na Lei n. 9.610/98 e punido pelo art. 184 do Código Penal.

Todos os direitos reservados à Benvirá, um selo da Saraiva Educação.

Av. Paulista, 901, Edifício CYK, 4º andar

Bela Vista - São Paulo - SP - CEP: 01311-100

SAC: sac.sets@saraivaeducacao.com.br

CÓD. OBRA 705150 CL 671060 CAE 799518

Sumário

<i>Prólogo</i>	V
<i>Prefácio</i>	VII
<i>Prefácio à edição brasileira</i>	IX

1 | Introdução: como gerar mudanças através do insight..... 1

Por que a mudança é importante.....	3
Qualquer um se torna analista de dados	4
A alfabetização em dados é essencial na economia de dados de hoje em dia	7
O que é um insight?.....	8
A comunicação eficaz transforma insights em ações	10
A mudança baseada em dados não é fácil.....	12
Esforce-se para comunicar, e não apenas para informar.....	13
Contando a história dos seus dados.....	15
Referências	18

2 | Por que contar histórias com dados? 19

Os seres humanos são criaturas que contam histórias	22
As histórias vencem as estatísticas	25
Os três elementos essenciais das histórias de dados	28
Gerando ações com as histórias de dados	32
Por que os seus insights precisam da narrativa e dos recursos visuais	36
Referências	42

3 | A psicologia do storytelling com dados 45

A maioria das decisões não se baseia na lógica	50
Como reagimos aos fatos	57
Como reagimos às histórias.....	62
As histórias de dados são a ponte entre a lógica e a emoção.....	67
O que Semmelweis poderia ter feito de diferente?.....	70
Referências	75

4 | A anatomia de uma história de dados..... 78

Os seis elementos essenciais de uma história de dados	83
Primeiro elemento: fundamento dos dados.....	85

Segundo elemento: ponto principal	85
Terceiro elemento: foco explicativo	87
Quarto elemento: sequência linear	87
Quinto elemento: elementos dramáticos.....	88
Sexto elemento: âncoras visuais.....	90
As histórias de dados vêm em todos os formatos e tamanhos	92
Toda história de dados precisa de um contador de histórias	95
Conheça o seu público antes de contar a história.....	106
Quando faz sentido elaborar histórias de dados e quando não faz sentido.....	111
Referências	115

5 | Dados: a base da sua história de dados..... 117

Examine os blocos de construção das suas histórias de dados	119
Relevância.....	120
Confiabilidade.....	121
Toda história de dados precisa de um insight central.....	122
Você tem um insight exequível?	128
Por que o seu público deveria se importar?	129
O que o público deve fazer a respeito disso?	129
Qual é o impacto potencial nos negócios?.....	130
O processo de análise: da exploração à explicação.....	131
Dados forjados n. 1: o corte de dados.....	134
Dados forjados n. 2: a participação especial de dados	135
Dados forjados n. 3: os dados decorativos	136
A análise e a comunicação de dados exigem disciplina.....	137
Viés de confirmação	138
Viés de sobrevivência	138
Maldição do conhecimento	140
Falácia da correlação.....	141
Falácia do atirador de elite do Texas	142
Falácia da generalização precipitada.....	143
Quando uma quantidade muito grande de uma coisa boa é ruim	145
Referências	151

6 | Narrativa: a estrutura da sua história de dados..... 153

Definindo o modelo narrativo das histórias de dados	155
Revelando a sua narrativa com os pontos da história	163
Como fazer o roteiro da sua história de dados	166
Etapa 1: identifique o seu Momento “Eureka!”	167
Etapa 2: encontre o seu começo (o Gancho e a Configuração do Caso).....	169
Etapa 3: selecione os seus Insights em Geração.....	172
Etapa 4: capacite seu público para agir.....	174

Quando o público quer apenas os fatos.....	176
Desvendando os heróis na sua história de dados	178
Como o conflito amplifica o impacto do storytelling com dados.....	183
Torne as suas ideias mais digeríveis com analogias	186
Referências	189
7 Recursos visuais (parte 1): como configurar as cenas da sua história de dados	191
A percepção humana e as nossas habilidades inatas para buscar padrões ...	194
Facilitando comparações significativas com recursos visuais	199
Princípio n. 1: visualize os dados corretos.....	203
Princípio n. 2: escolha as visualizações certas	208
Familiaridade <i>versus</i> novidade.....	213
Princípio n. 3: calibre os recursos visuais da sua mensagem.....	215
Fim da parte 1: as cenas estão configuradas	221
Referências	222
8 Recursos visuais (parte 2): como polir as cenas da sua história de dados	223
Princípio n. 4: remova o ruído desnecessário.....	225
Princípio n. 5: concentre o foco da atenção no que é importante	231
Contraste de cores	232
Texto	236
Tipografia	238
Estratificação	239
Princípio n. 6: torne os seus dados acessíveis e envolventes.....	241
Rotulagem	242
Linhas de referência.....	243
Formatação	244
Adesão às convenções.....	246
Imagens	248
Exemplos do mundo real.....	249
Princípio n. 7: instile confiança nos seus números	250
Uma abordagem baseada em princípios para o storytelling com recursos visuais.....	253
Referências	256
9 Como elaborar a sua própria história de dados	257
Aprendendo com um mestre contador de histórias de dados.....	259
Omin34 – Principais táticas: rotulagem, anotação e escalas dos eixos	260

1 min – Principais táticas: período de tempo, tamanho do rótulo, categorias, elementos do gráfico (tamanho das bolhas).....	261
1min18 – Principais táticas: linha de referência, rotulagem seletiva, destaque	261
1min30 – Principais táticas: animação, contexto complementar	262
2min22 – Principais táticas: personalização, rotulagem seletiva, destaque	263
3min30 – Principais táticas: zoom, rotulagem seletiva, detalhamento, comparações explícitas	264
4min00 – Principais táticas: resumo de animação, linha de tendência.....	264
Desconstruindo a história de dados.....	268
Primeiro ato: a Configuração do Caso.....	269
Segundo ato: a construção.....	270
Terceiro ato: a solução.....	274
Os bastidores da história de dados da NCLB	277
Revisão do primeiro ato.....	278
Revisão do segundo ato	279
Revisão do terceiro ato.....	281
As histórias de dados do dia a dia vêm em todas as formas, tamanhos e sabores	283
História baseada em fatos reais n. 1: a editora que precisava reter a redatora habilidosa.....	284
História baseada em fatos reais n. 2: a necessidade de uma nova estratégia de preços para um fabricante de embalagens	285
O contador de histórias de dados: guia e agente de mudança	289
Referências	294

Sobre o autor	295
----------------------------	------------

Agradecimentos	296
-----------------------------	------------

Sobre o site	297
---------------------------	------------