

# CLAREZA

Seção 4: Comunicação Visual



NOSSO CÉREBRO É  
EXTREMAMENTE  
COMPLEXO



TRILHÕES DE  
NEURÔNIOS



TRAZEM A NOSSA  
COMPREENSÃO DO  
MUNDO

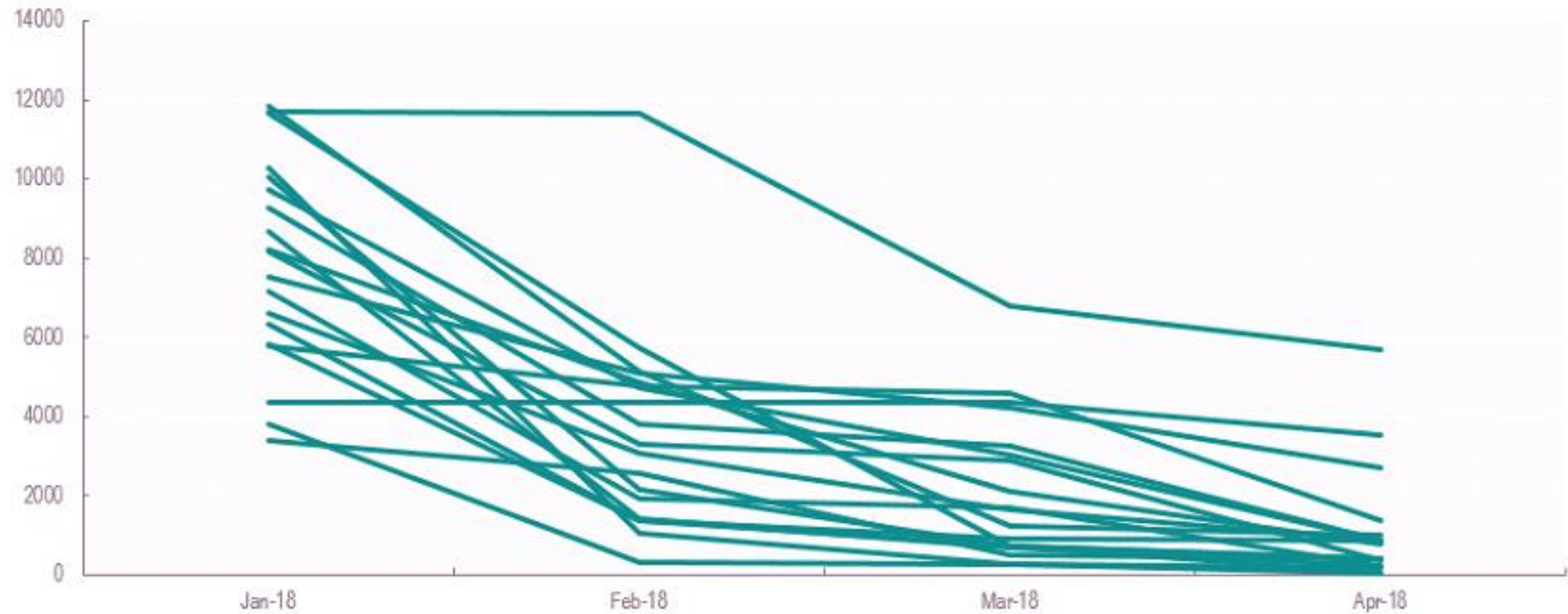


MAS NÃO SOMOS  
BONS EM  
COMPREENSÃO  
VISUAL

SEU PÚBLICO SÓ É CAPAZ DE ENTENDER  
E LEMBRAR **ALGUNS** "PEDAÇOS" DE  
INFORMAÇÃO **DE CADA VEZ**

QUANTO MAIS SIMPLES MELHOR

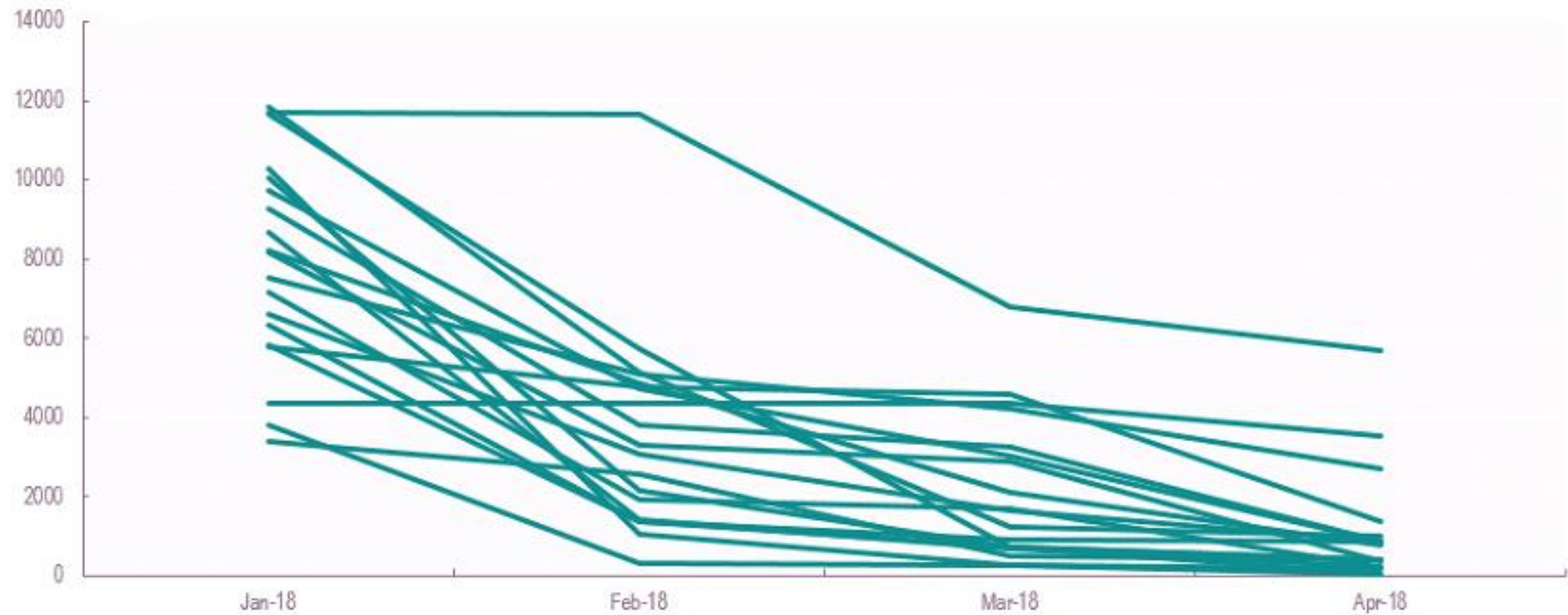
## BOOK SALES JAN TO APR



20 LINHAS, 4 CATEGORIAS

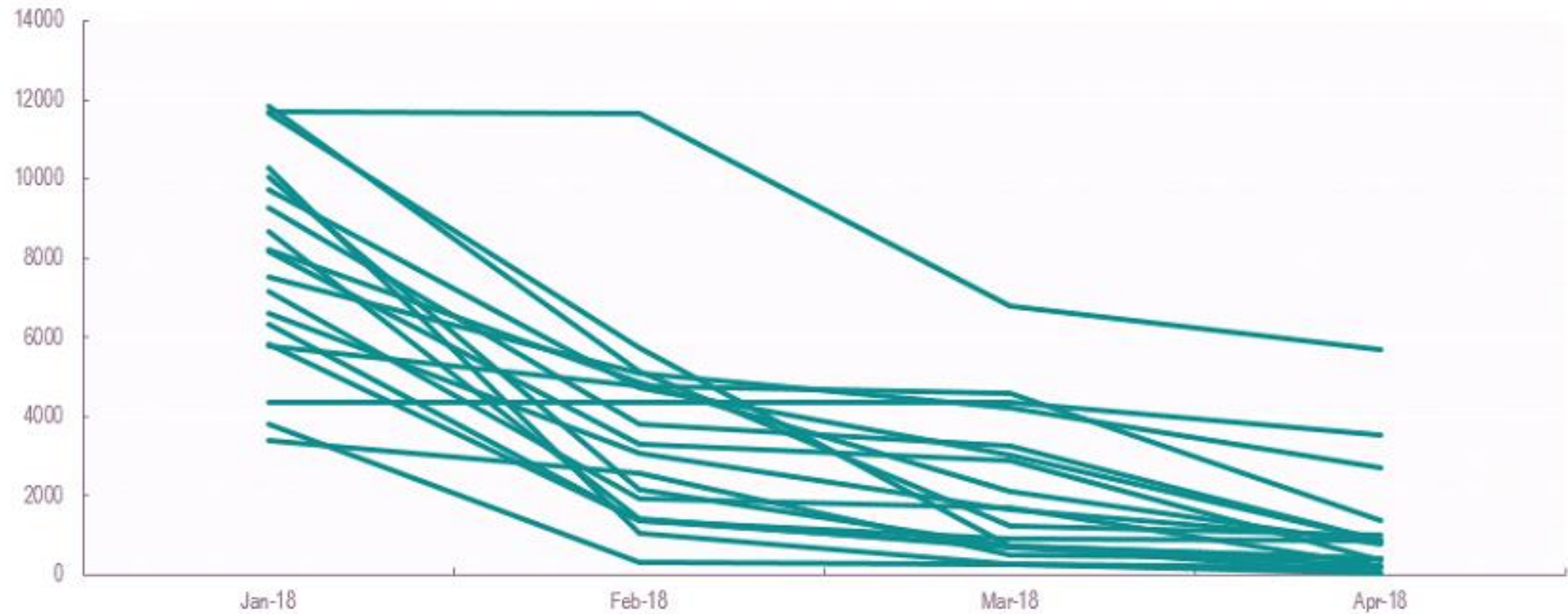


## BOOK SALES JAN TO APR



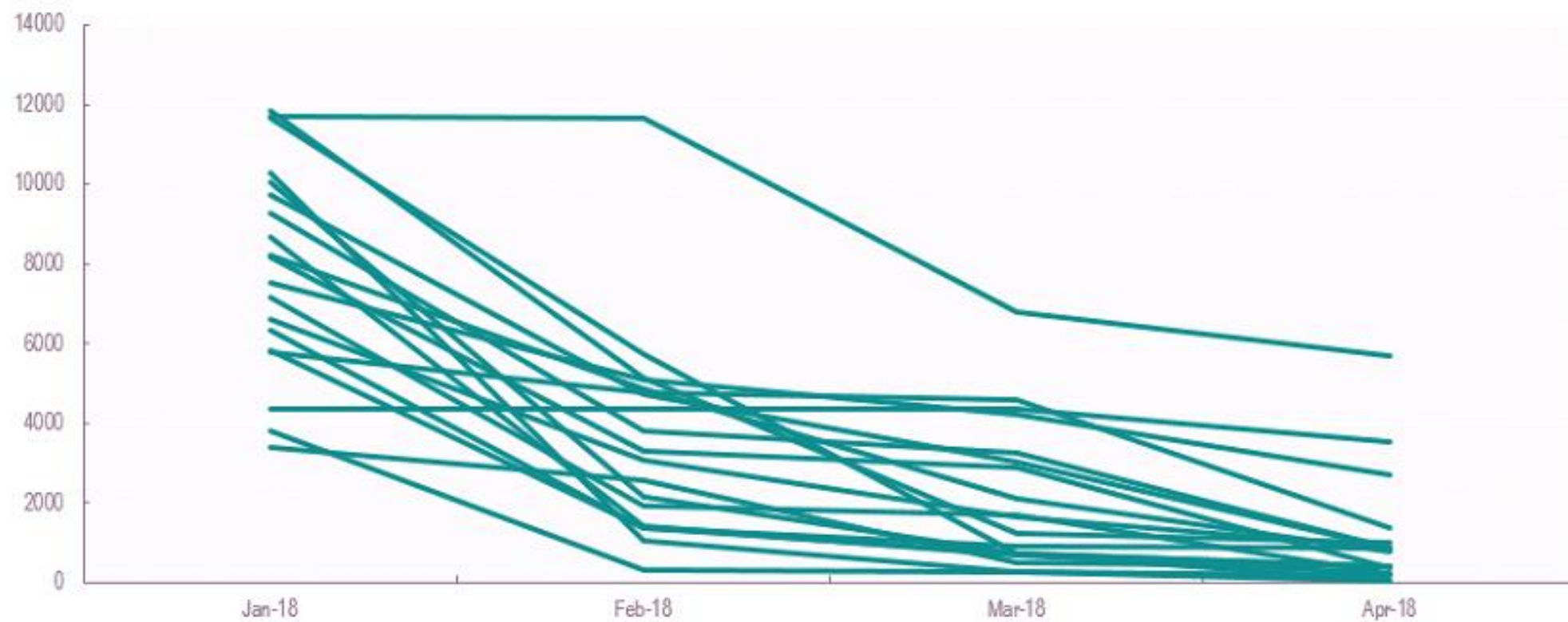
**NOSSO CÉREBRO SÓ ENTENDE DUAS  
INFORMAÇÕES**

## BOOK SALES JAN TO APR



# 1. TENDÊNCIA DE QUEDA

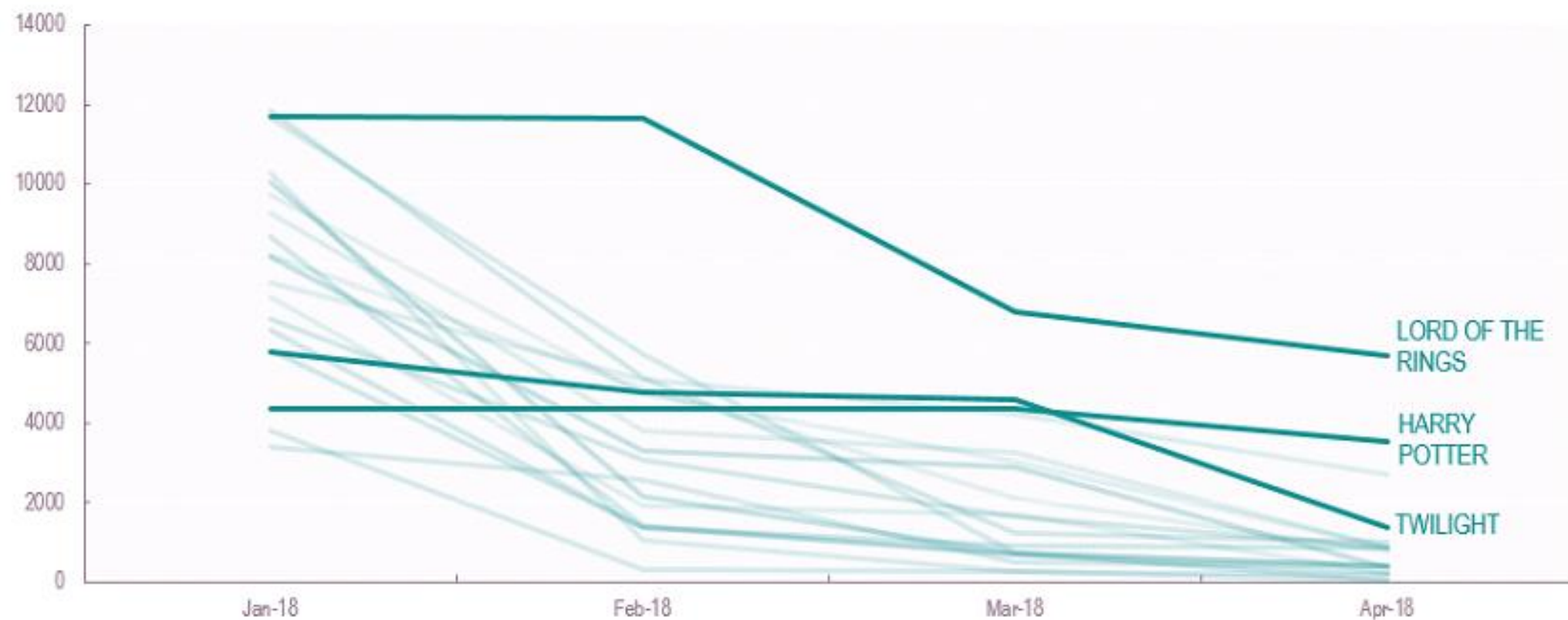
## BOOK SALES JAN TO APR



## 2. OUTLIER

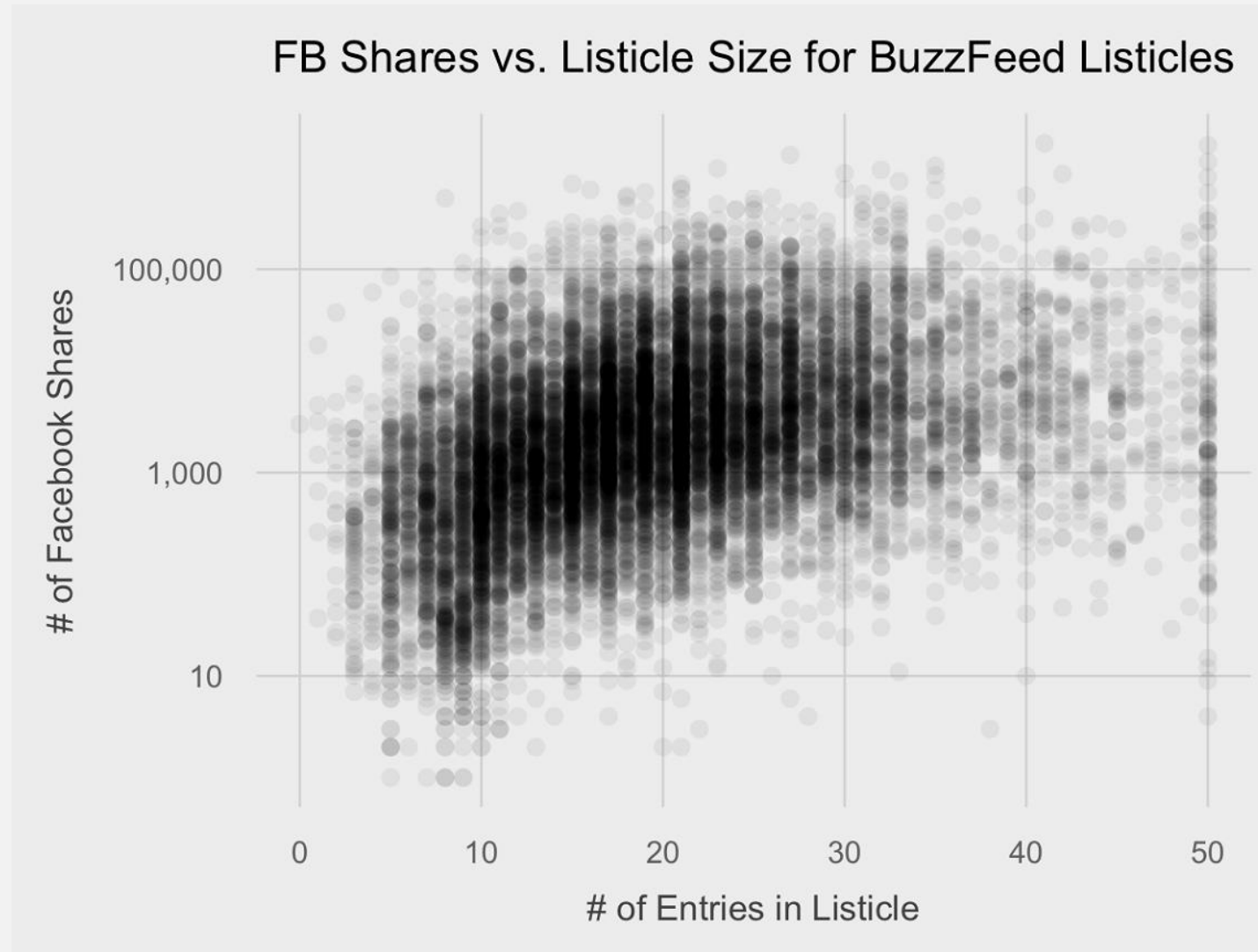
NOSSO CÉREBRO BUSCA CLAREZA

## BOOK SALES JAN TO APR

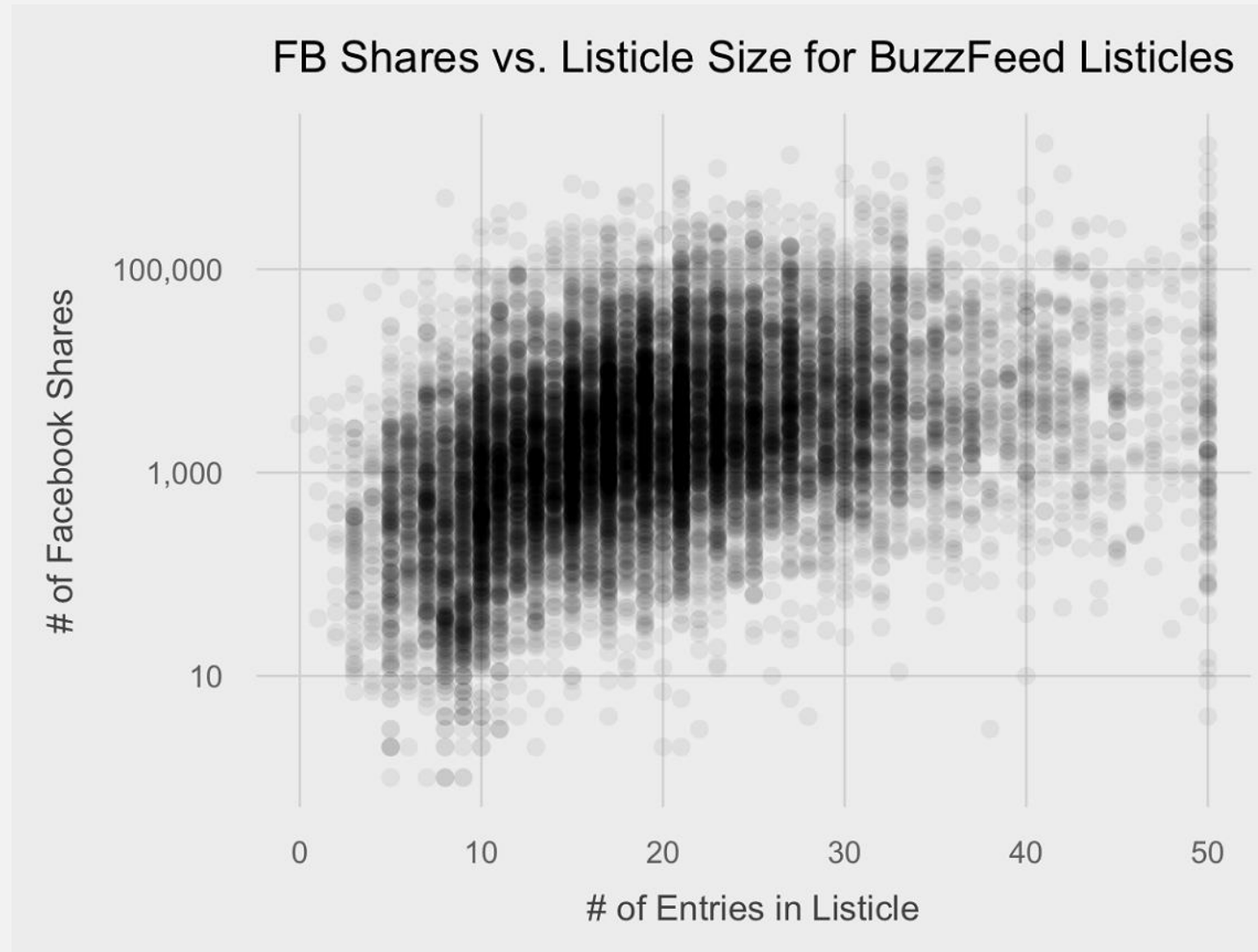




ENTENDER UMA  
TENDÊNCIA A  
PARTIR DE DADOS  
DIFERENTES

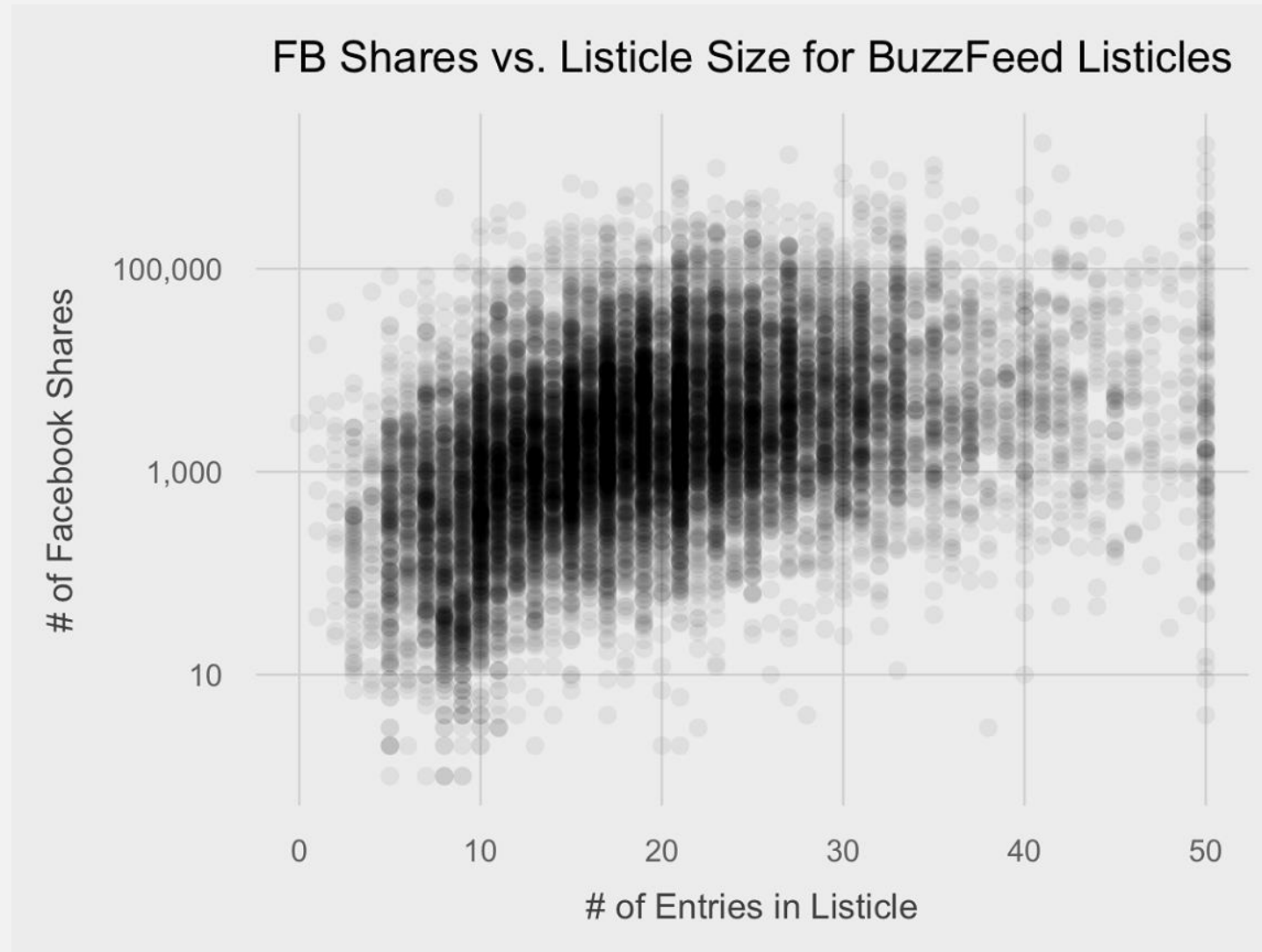


**MAIS DE 1500 LINHAS DE DADOS**

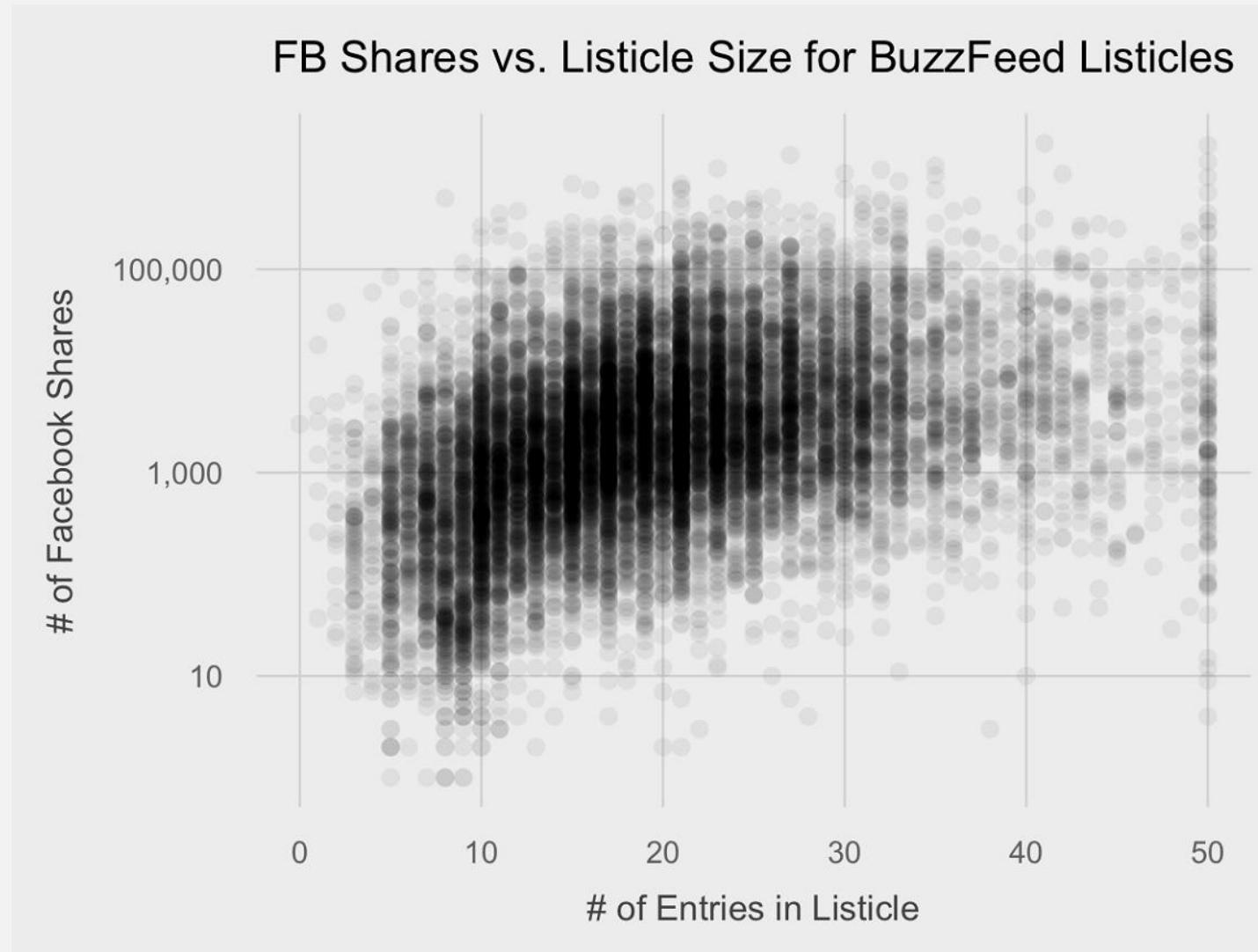


**MOSTRANDO UMA TENDÊNCIA**





ENQUANTO O NÚMERO DE LISTICAS AUMENTA

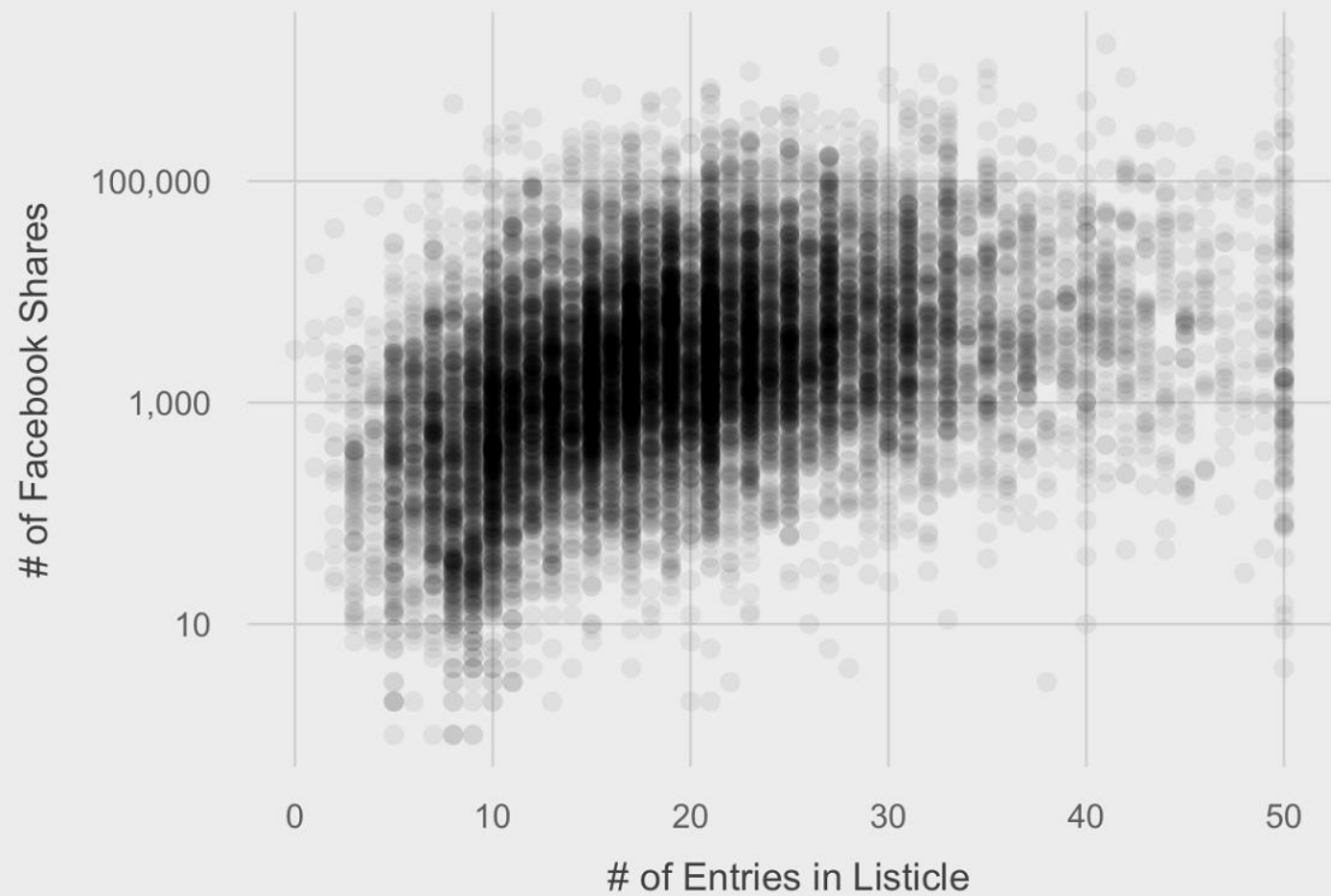


A MAIORIA DAS LISTICAS CONTÉM ENTRE 10 E  
20 DADOS



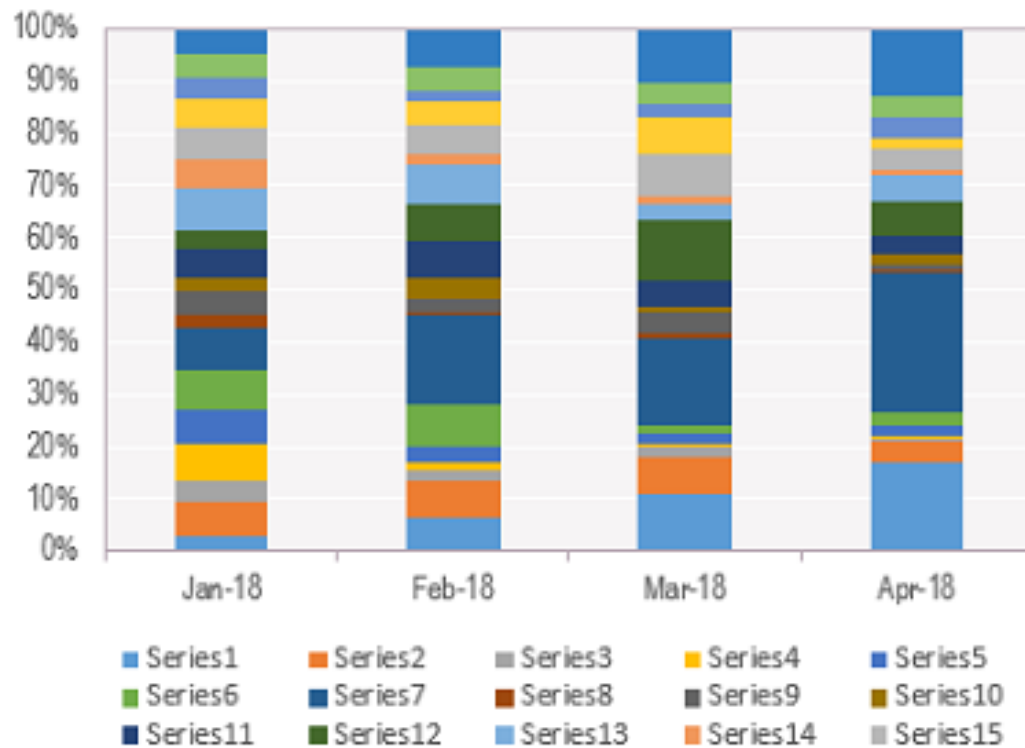
NOSSO CÉREBRO É  
BOM EM  
ENCONTRAR UMA  
TENDÊNCIA NOS  
DADOS

FB Shares vs. Listicle Size for BuzzFeed Listicles



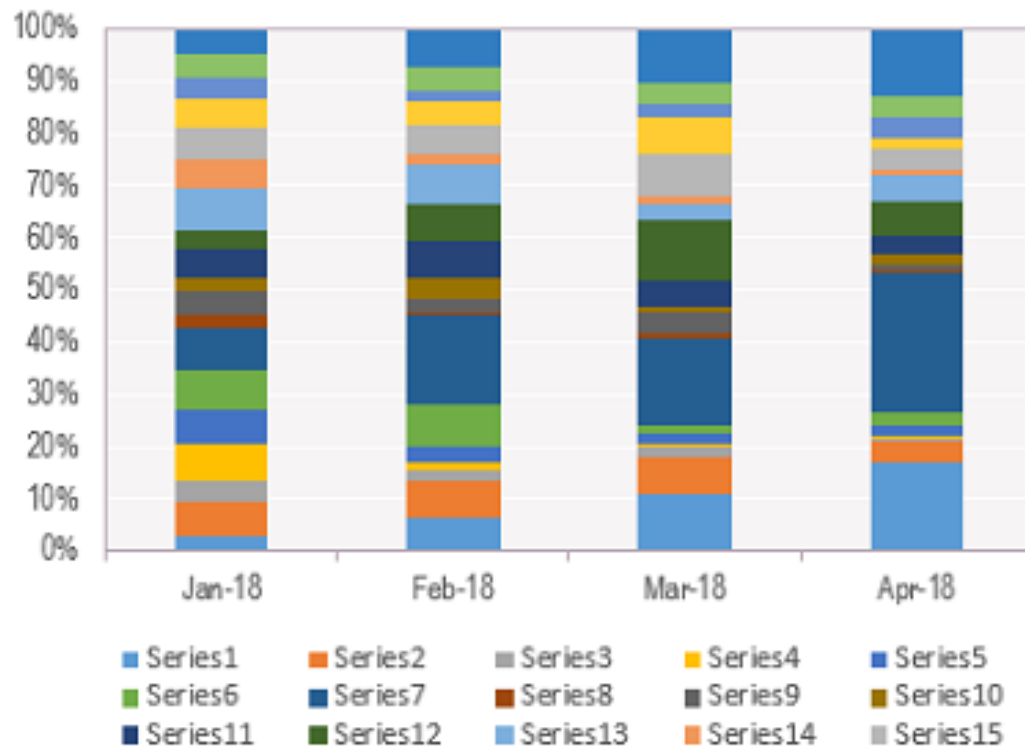
**CONSIDERE UM DESIGN ADEQUADO**

## BOOK SALES JAN TO APR



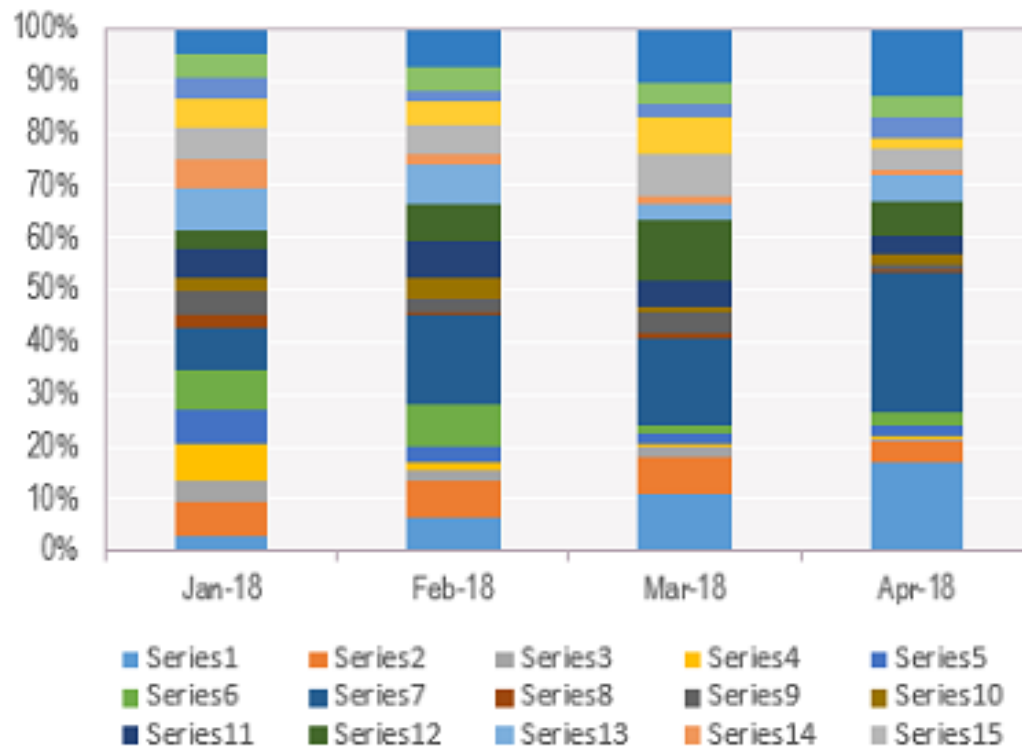
DADOS DE UMA  
LIVRARIA

## BOOK SALES JAN TO APR



19 CATEGORIAS  
POR BARRA

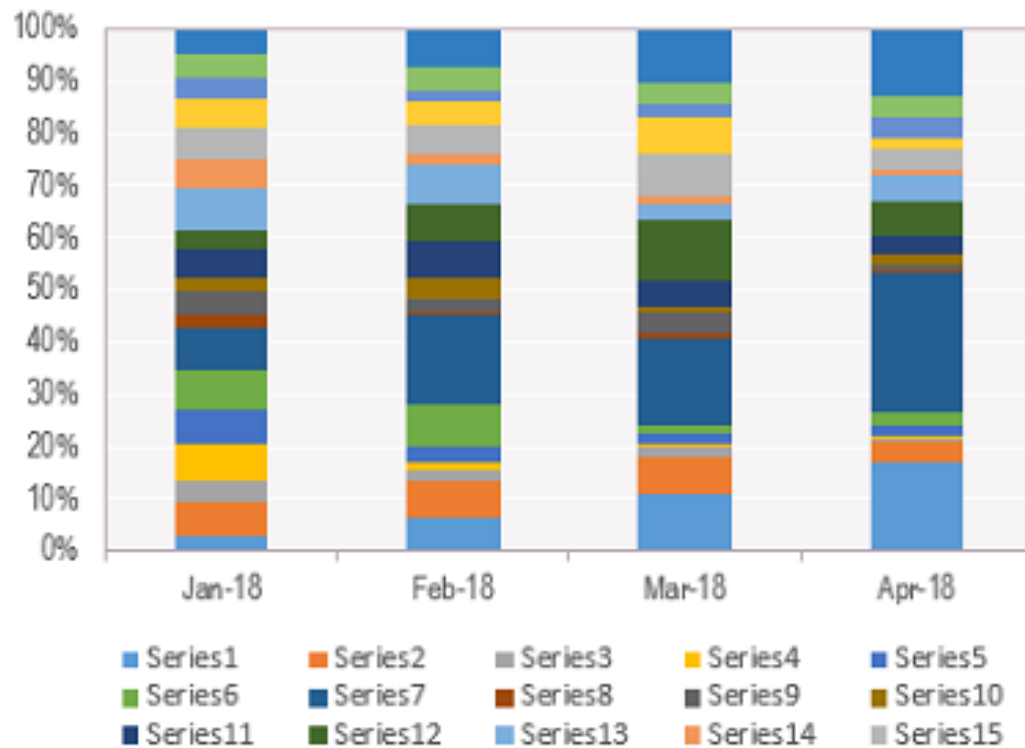
## BOOK SALES JAN TO APR



TODAS AS CORES  
COMPETEM POR  
ATENÇÃO

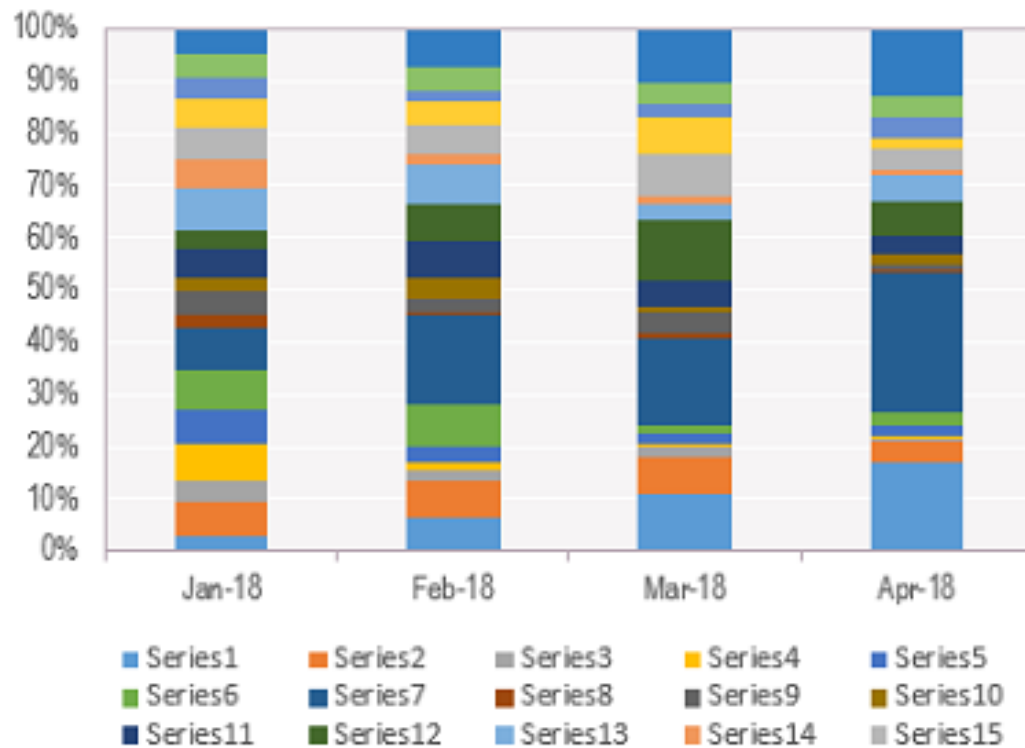


## BOOK SALES JAN TO APR



AS CORES SÃO  
PARECIDAS

## BOOK SALES JAN TO APR



ALGUNS  
SEGMENTOS SÃO  
MUITO PEQUENOS

**DESIGN POBRE** NÃO VAI TORNAR  
GRANDES CONJUNTOS DE DADOS ALGO  
COMPREENSÍVEL

CONFUNDE, ATRAPALHA A HISTÓRIA E  
NÃO COMUNICA DE FORMA EFICIENTE



# PERCEPÇÃO VISUAL DA CLAREZA



# INSTÂNCIAS DE DADOS INDIVIDUAIS



O TODO OU  
TENDÊNCIA



# CARACTERÍSTICAS DA TENDÊNCIA?

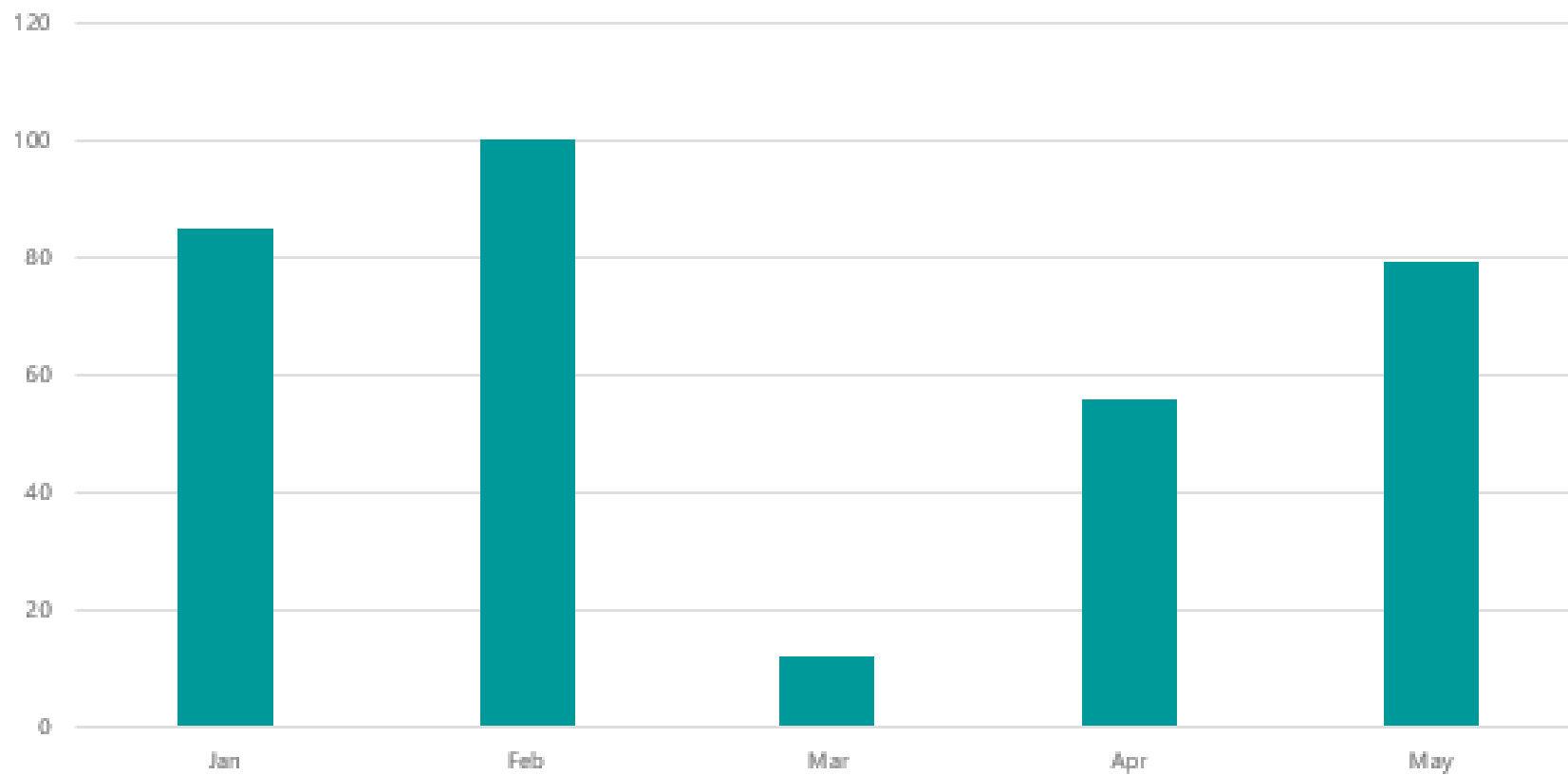
- SUBINDA INGREME OU
- QUEDA ACENTUADA

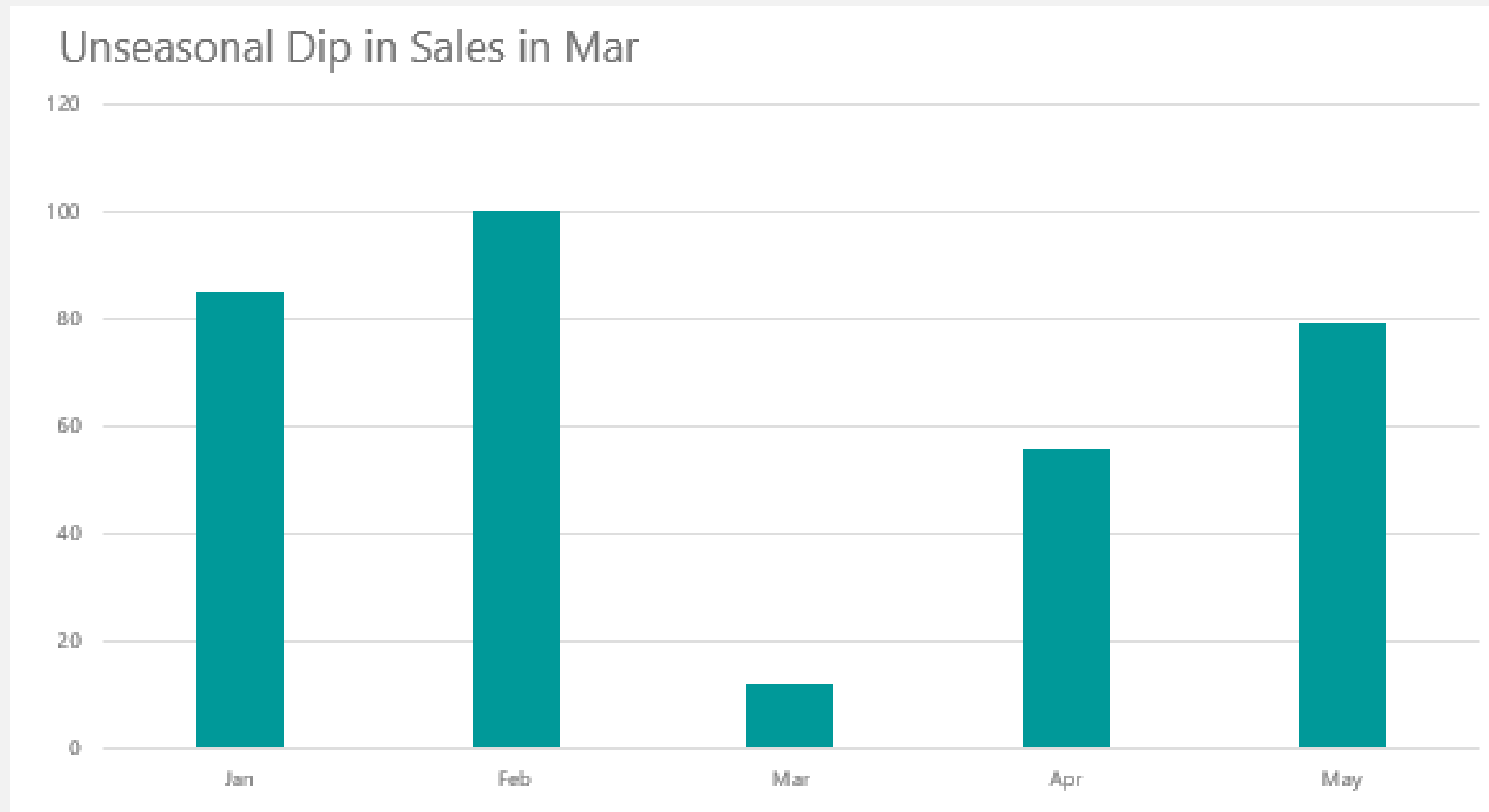




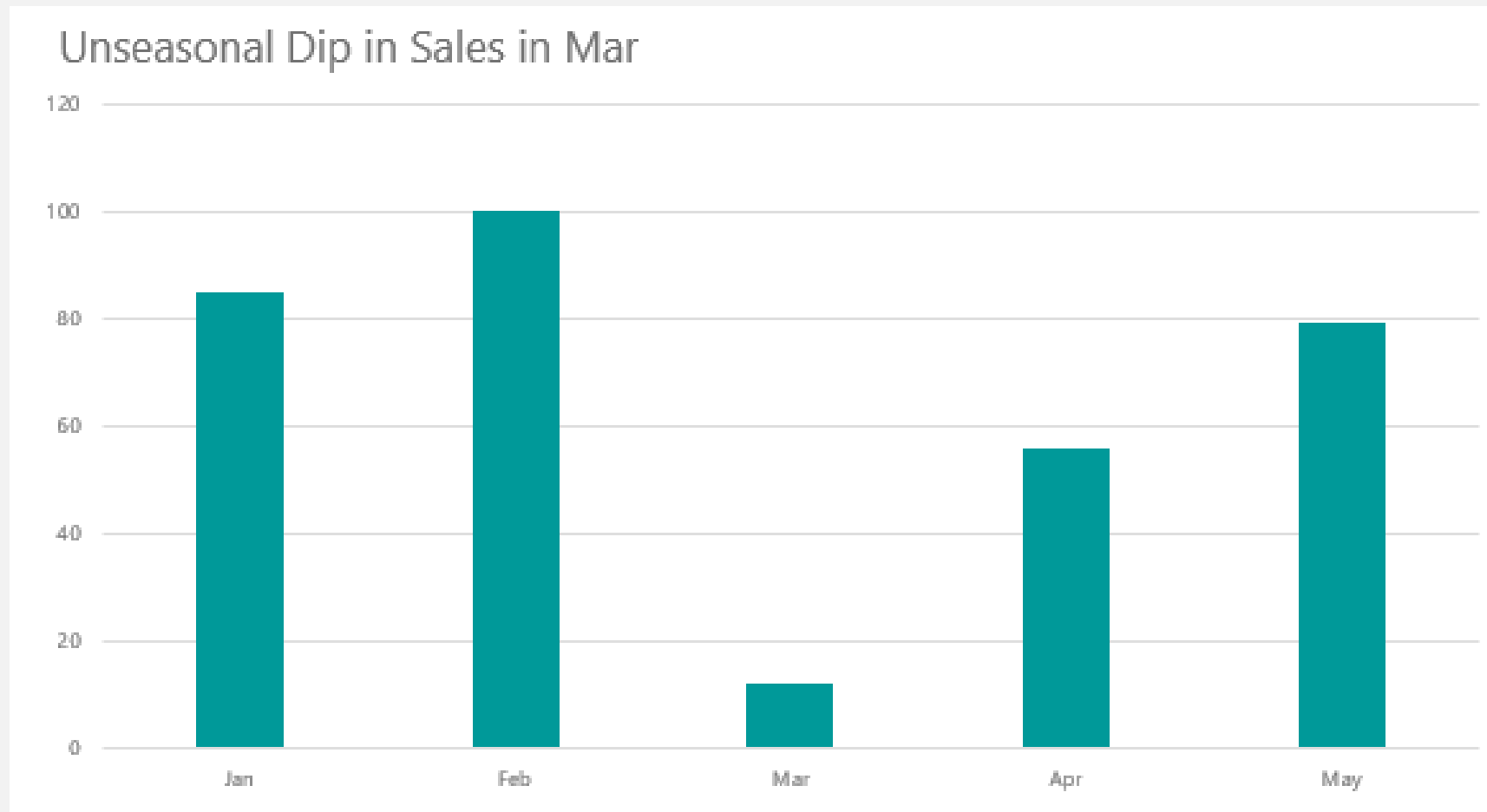
COMO SUA  
AUDIÊNCIA ESTÁ  
PARTICIPANDO DE  
FORMA ATIVA  
VENDO SEU  
GRÁFICO?

## Unseasonal Dip in Sales in Mar





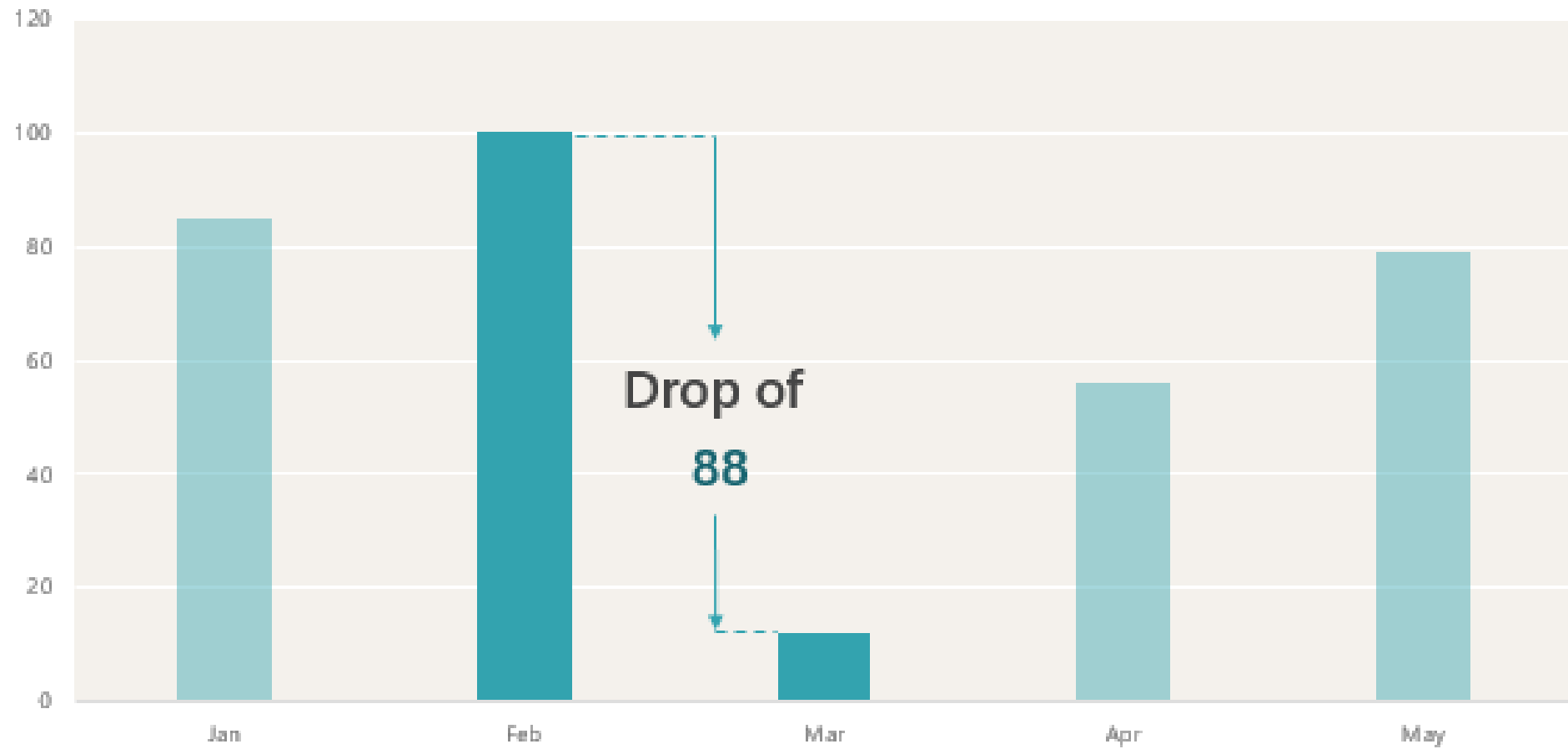
TEMA PRINCIPAL



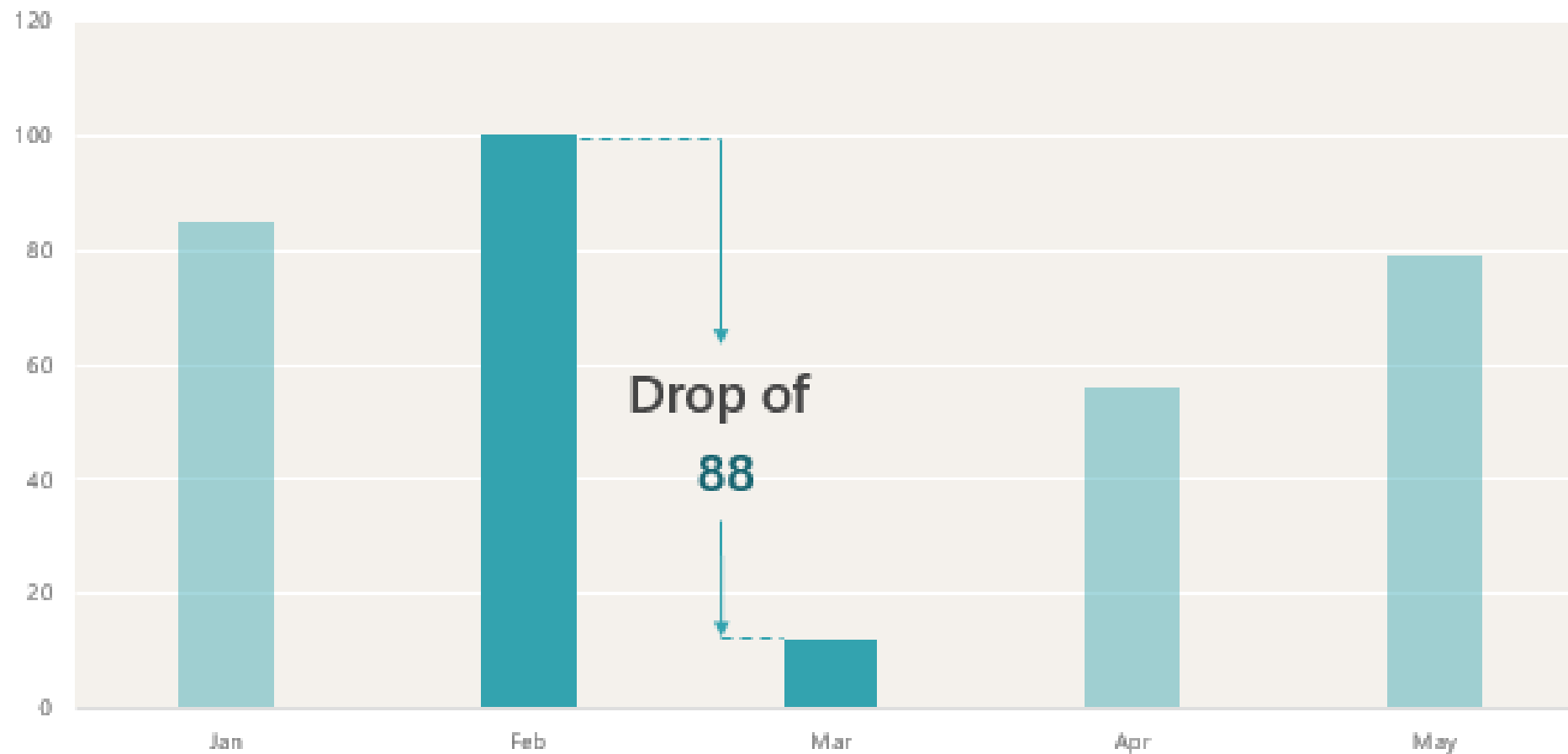
PERCEPÇÃO VISUAL DE ORDEM

# DESIGN CONSCIENTE E ESCOLHAS DE FORMATAÇÃO

## Unseasonal Dip in Sales in Mar

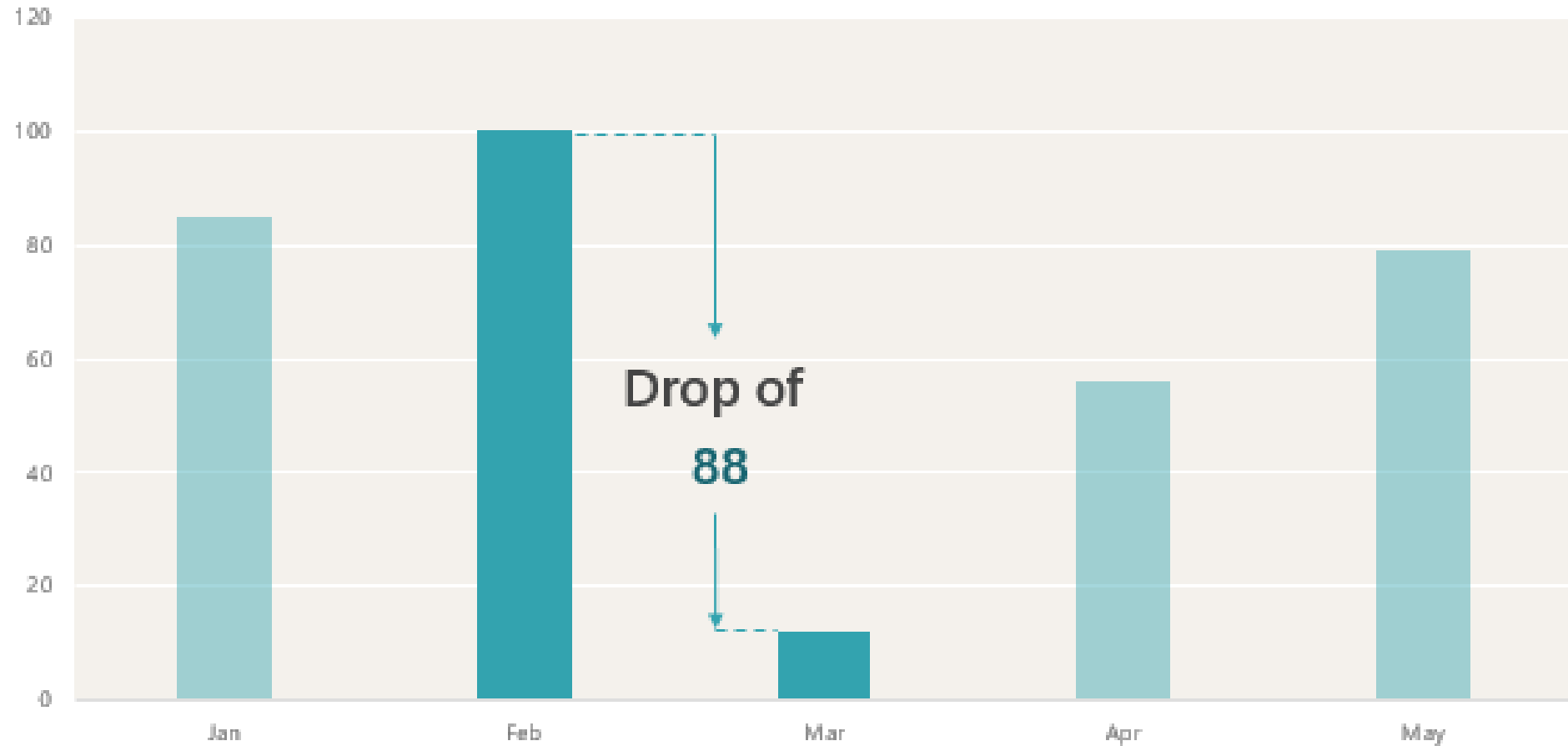


## Unseasonal Dip in Sales in Mar



ELEMENTOS DE DADOS E TEXTO NO GRÁFICO

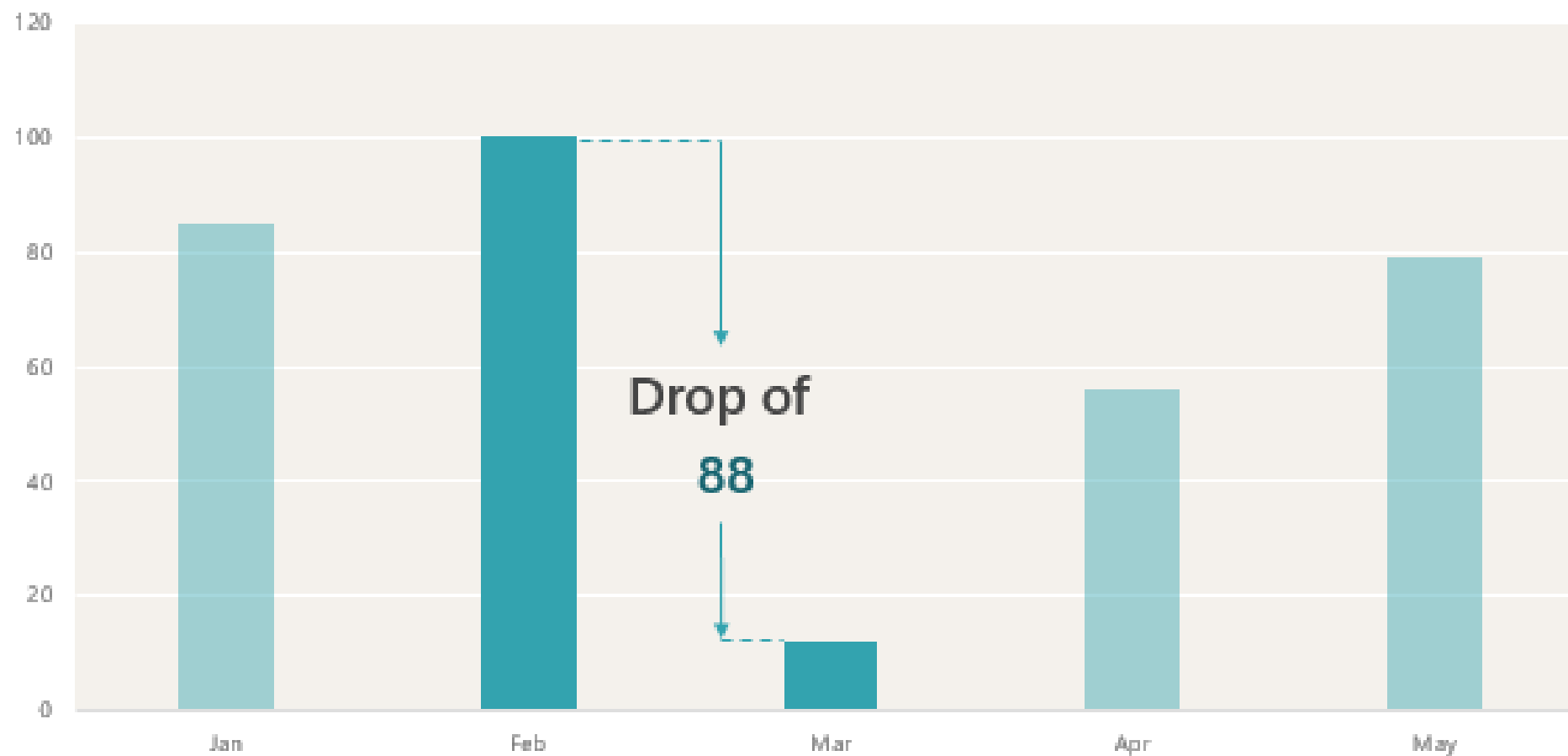
## Unseasonal Dip in Sales in Mar



AUDIÊNCIA PARTICIPA ATIVAMENTE E LEMBRA



## Unseasonal Dip in Sales in Mar



LEMBRAR A HISTÓRIA

# FORMATÇÃO E DESIGN DE VISUALIZAÇÃO PARA TRAZER UMA HISTÓRIA

OU ENTÃO NÃO VAI IMPACTAR SUA  
AUDIÊNCIA