

VISUALIZAÇÃO DE IMPACTO: COMUNICANDO DADOS COM CLAREZA

D **DESENVOLVE**
programa de formação
e inclusão de talentos
em tecnologia



 **Grupo
Boticário**



KORU



PRIORIZAR A CLAREZA ACIMA DE TUDO

Clareza > Estética

O objetivo principal é comunicar a história de forma clara, não apenas criar um gráfico bonito.

Eficácia Visual

O visual mais eficaz é aquele que seu público consegue ler e compreender com mais facilidade.

Simplicidade Estratégica

O que pode parecer uma simplificação excessiva para você, pode ser "abençoadamente claro" para o seu público.



CONHECER SEU PÚBLICO É FUNDAMENTAL

Quanto mais específico você for sobre quem é seu público, maior a chance de sucesso na comunicação. Públicos diferentes exigem comunicações diferentes.

A sua relação com o público influencia a estrutura da comunicação. Quanto maior o nível de autoridade do público, mais estruturada e breve deve ser a comunicação.

- Identifique o tomador de decisão para focar a mensagem
- Entenda as preferências pessoais dos executivos (e-mail, *Slidedocs*, discussões rápidas)
- Seja um "professor solidário e paciente", sempre buscando simplificar

Synapse
SOLUTIONS



ELIMINAR A SATURAÇÃO VISUAL



Reduzir a Carga Cognitiva

Remova elementos visuais que ocupam espaço e consomem a carga cognitiva do público sem adicionar valor informativo à mensagem.



Maximizar a Relação Sinal-Ruído

Maximize o "data-ink" (tinta de dados), ou seja, a proporção de tinta dedicada aos dados em um gráfico. Sinal é a informação que se quer comunicar, e ruído são os elementos desnecessários.





INSIGHTS

PRINCÍPIOS DA GESTALT NA VISUALIZAÇÃO



Proximidade

Elementos fisicamente próximos são percebidos como parte de um grupo. Utilize o espaçamento para agrupar informações.



Acercamento

Objetos delimitados fisicamente são vistos como um grupo, mesmo com um sombreado de fundo leve.



Similaridade

Objetos com cor, forma, tamanho ou orientação semelhantes são percebidos como relacionados.



Continuidade

Os olhos buscam o caminho mais suave e criam continuidade naturalmente.

ATRIBUTOS PRÉ-ATENTIVOS E USO DE COR



Atributos Pré-atentivos

São ferramentas poderosas que direcionam a atenção do público para onde você deseja que ele olhe, antes mesmo que ele perceba conscientemente.

- Use com moderação e intencionalmente
- Crie hierarquia visual clara
- Você tem apenas 3-8 segundos para captar a atenção inicial

Uso Estratégico da Cor

- Use cor para destacar, não apenas "colorir"
- Prefira saturação variada de uma única cor
- Mantenha consistência nas cores para categorias específicas

Design com daltonismo em mente (evite vermelho/verde)

TEXTO E ESTÉTICA: ALIADOS PODEROSOS



Texto como Aliado

Todo gráfico precisa de um título claro. Use títulos de ação em slides e anotações diretas nos gráficos para explicar nuances e destacar pontos importantes.



Atenção à Estética

Designs estéticos são percebidos como mais fáceis de usar, promovem o pensamento criativo e demonstram respeito pelos dados e pelo público.

Lembre-se: a visualização eficaz equilibra clareza, acessibilidade e estética para comunicar sua mensagem com impacto máximo.



**NOS VEMOS NA
PRÓXIMA AULA!**



**Momento de
avaliar a aula
de hoje!**