## VISUALIZAÇÃO DE IMPACTO: COMUNICANDO DADOS COM CLAREZA











### 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.



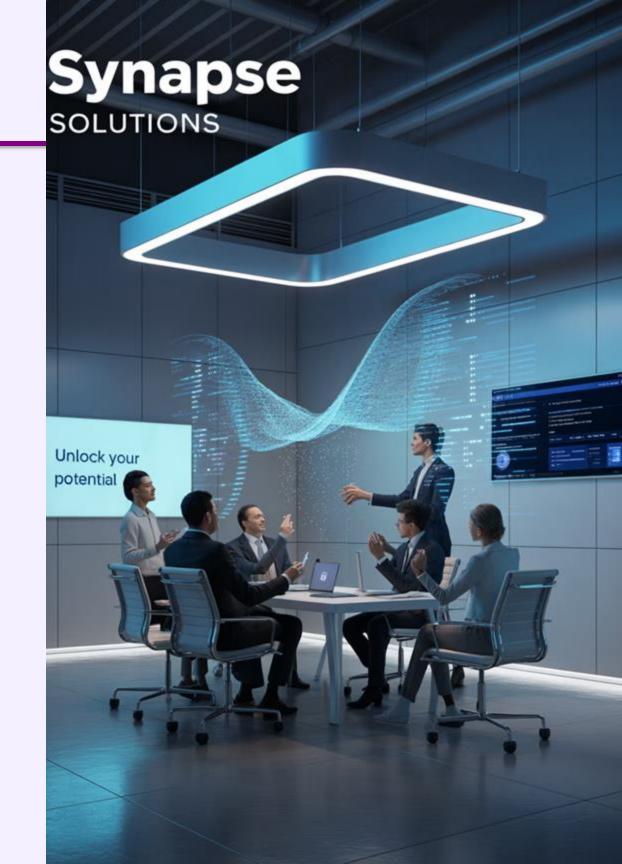
# CONHECER SEU PÚBLICO É FUNDAMENTAL

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

- Identifique o tomador de decisão para focar a mensagem
- Entenda as preferências pessoais dos executivos (email, Slidedocs, discussões rápidas)

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.

 Seja um "professor solidário e paciente", sempre buscando simplificar



### 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.





### 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.



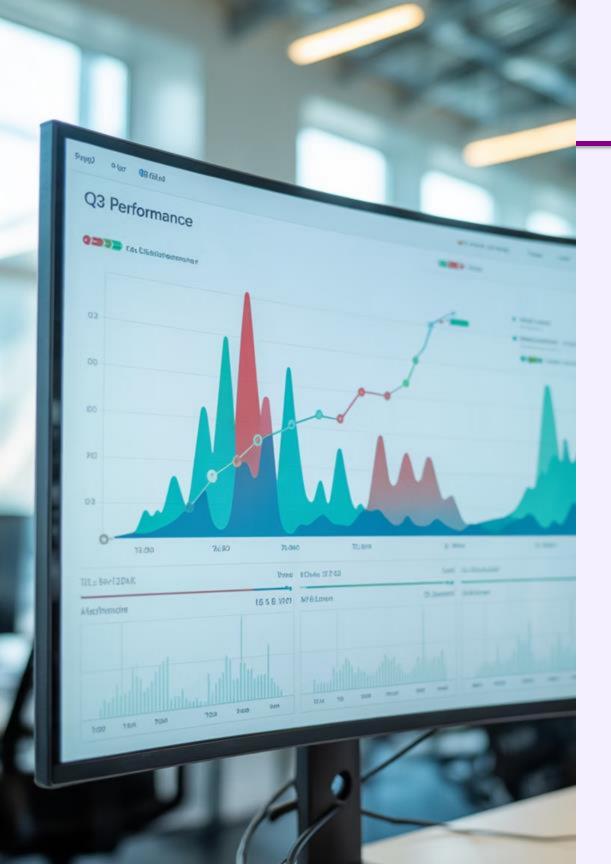
#### Similaridade

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 Préatentivos

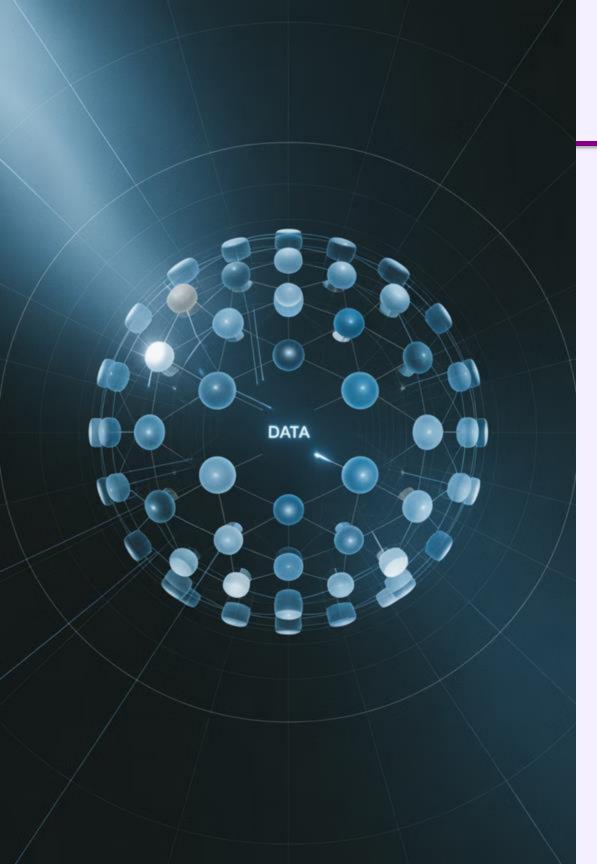
São ferramentas poderosas que direcionam a atenção do público para onde você deseja que ele olhe, antes mesmo que ele perceba conscientemente.

- 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.



