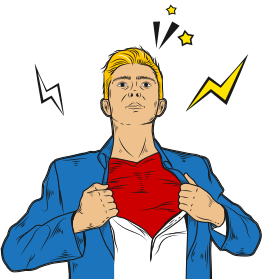
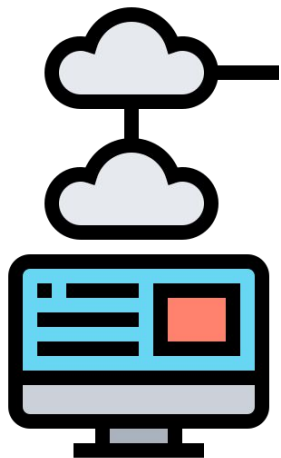


‘O poder corrompe. O PowerPoint corrompe totalmente.’

Edward Tufte, Professor emérito da Universidade de Yale





01 0 Contexto

02 Visual Eficaz

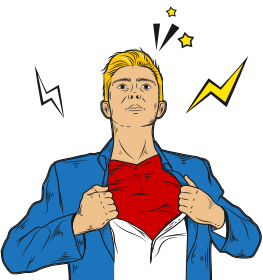
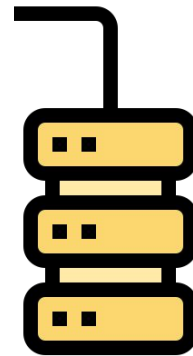
03 A atenção do público

04 Design nas Informações

05 Destrinchando Modelos Visuais

06 Storytelling

07 Estudos de Casos



01 {

[Entendendo o
Contexto]



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

}

Análise exploratória versus explanatória

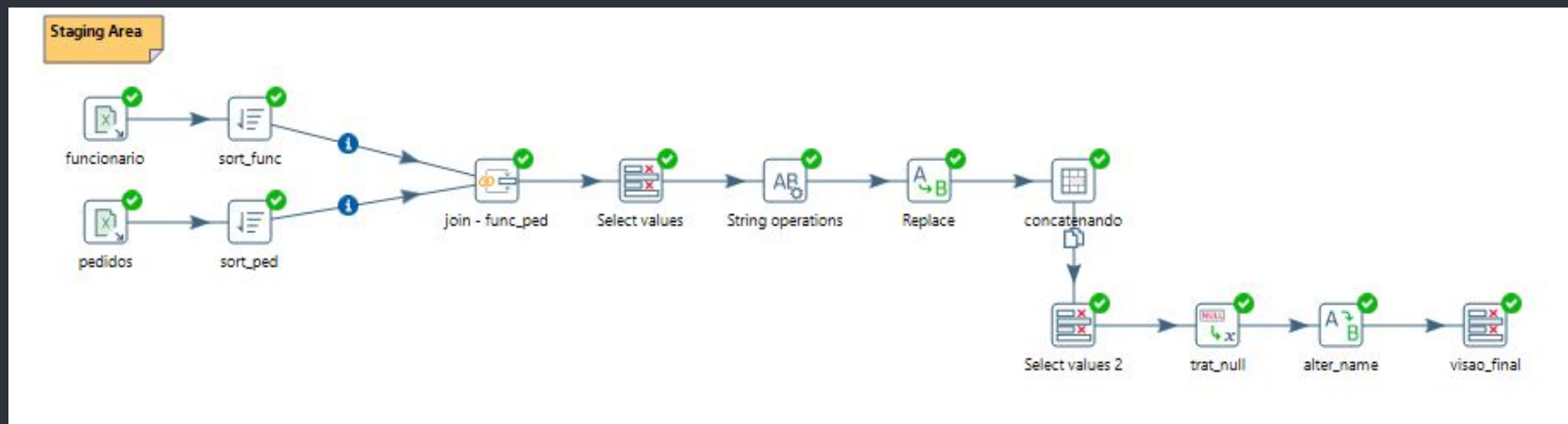


1
2
3
4
5
6 A **análise exploratória** é aquela que você faz para compreender
7 os *dados* e descobrir o que pode ser digno de nota ou
8 interessante a destacar para outras pessoas.

9 Quando estamos a ponto de comunicar nossa análise para nosso
10 público, queremos estar no **espaço explanatório**, significando
11 que você tem algo específico que deseja explicar, uma história
12 específica que deseja contar

13 }
14





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

}

Quem é seu público?
O que precisa que ele saiba
ou faça?



1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14

}

Quem, o quê e como?



[Quem]

Seu Público

- Evite públicos vagos (“interessados internos e externos” ou “quem possa estar interessado”) Identifique o tomador de decisão é uma maneira de restringir seu público. Quanto mais você souber sobre seu público, mais bem posicionado estará para saber como ser entendido por ele;

Você

- Ele já o considera especialista ou você precisa trabalhar para estabelecer credibilidade? Essas são considerações importantes quando se trata de determinar como sua comunicação será estruturada e se e quando os dados serão usados;



[O quê]

Ação

- Você sempre deve querer que seu público saiba ou faça algo.
- Quem comunica dados precisa adotar uma postura mais confiante quando se trata de fazer observações e recomendações específicas com base em sua análise.



[O quê]

Estímulo à ação

Aqui estão algumas palavras que funcionam como ideia inicial na hora de definir o que você quer de seu público:

aceitar | acreditar | apoiar | aprender | assegurar | autorizar | buscar | colaborar |
começar | concordar | criar | defender | demonstrar empatia | desejar | diferenciar |
empoderar | encorajar | engajar | entender | estabelecer | estimular | examinar |
facilitar | familiarizar | fazer | formar | gostar | implementar | incluir | influenciar |
iniciar | investir | lembrar | mudar | persuadir | planejar | promover | receber |
recomendar | relatar | responder | saber | simplificar | tentar | validar



[O quê]



[Como]

Dados

- Quais dados estão disponíveis e que ajudarão a apresentar minha ideia?
- Dados se tornam a evidência que corrobora a história que você vai construir e contar.



02 { [Visual Eficaz]

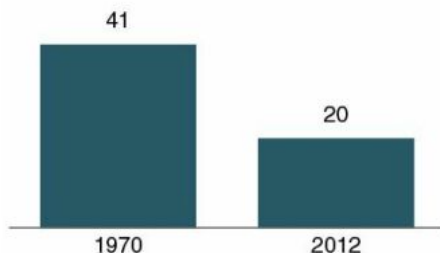


[Texto Simples]

Antes

Filhos com mães "tradicionais" que ficam em casa

% dos filhos com mães casadas que ficam em casa, enquanto maridos trabalham



Observação: baseado em filhos menores de 18 anos. Suas mães foram classificadas de acordo com a situação de emprego de 1970 e 2012.

Fonte: análise do March Current Population Surveys Integrated Public Use Microdata Series (IPUMS - CPS) feita pelo Pew Research Center, 1971 e 2013.

Adaptado do PEW RESEARCH CENTER

Depois

20%

dos filhos tinham mães que trabalhavam em casa em 2012, comparados com 41% em 1970



[Tabelas]

Bordas grossas

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

Bordas claras

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

Bordas mínimas

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

As bordas devem ser usadas para melhorar a legibilidade da tabela. Pense na possibilidade de empurrá-las para o fundo, tornando-as cinza, ou de desfazerse delas totalmente.



[Mapa de Calor]

Antes

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

Depois

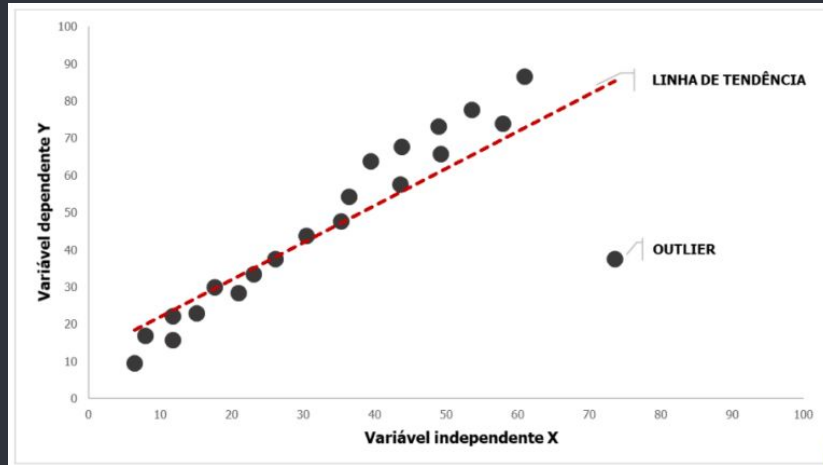
Mapa de Calor

BAIXO-ALTO

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



[Pontos - Gráfico de Dispersão]

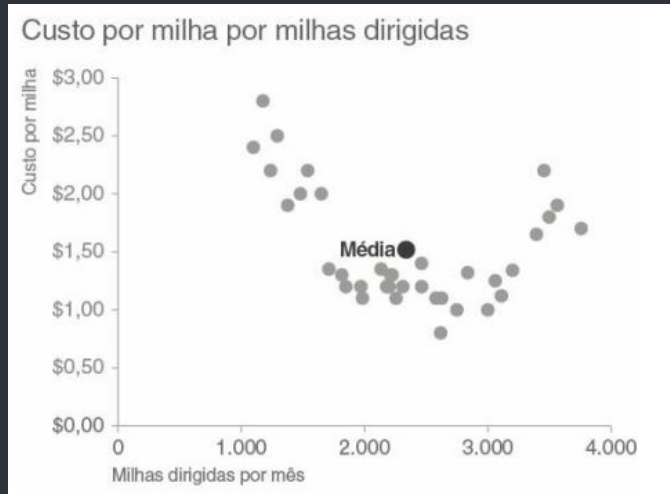


Os gráficos de dispersão podem ser úteis para mostrar a relação entre duas coisas, pois eles permitem codificar dados simultaneamente em um eixo x horizontal e um eixo y vertical para ver se e qual relação existe.

Eles tendem a ser mais científicos.

[Pontos - Gráfico de Dispersão]

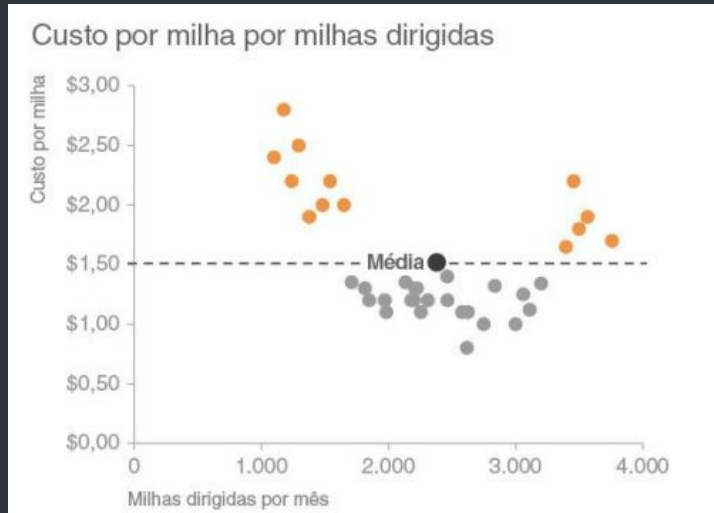
Antes



Digamos que gerenciamos uma frota de ônibus e queremos entender a relação entre as milhas dirigidas e o custo por milha.

[Pontos - Gráfico de Dispersão]

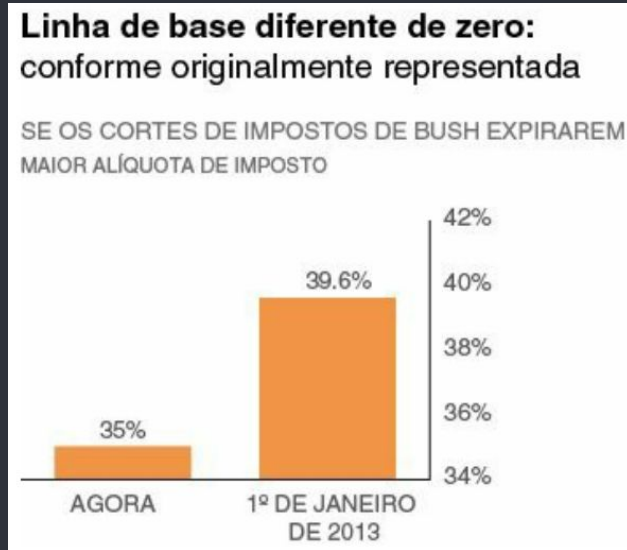
Depois



Observe que o custo por milha é mais alto que a média quando abaixo de cerca de 1.700 milhas ou acima de 3.300 milhas, para a amostra observada.

[Barras]

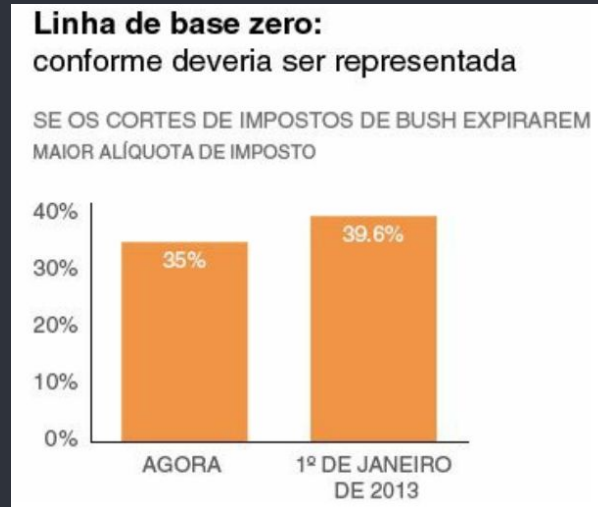
Antes



O que essa diferença pode causar, se formos acompanhar visualmente falando, temos quase 460% de diferença.

[Barras]

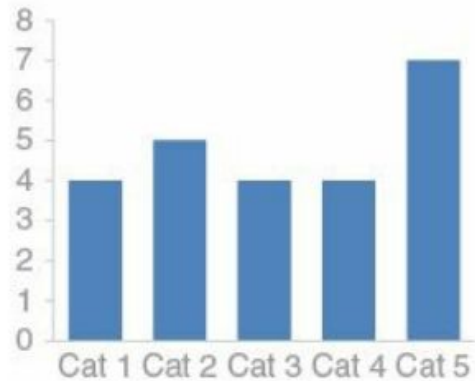
Depois



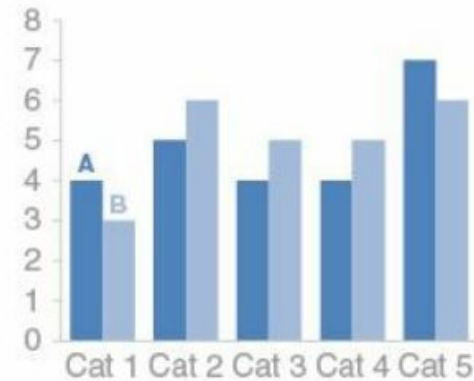
Gráficos de barras devem ter uma linha de base zero

[Barras]

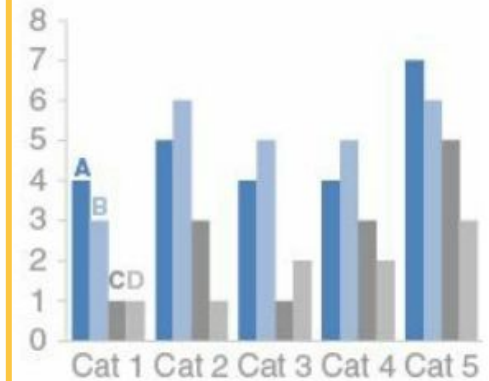
Uma série



Duas séries

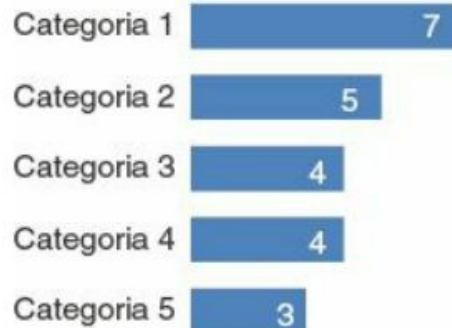


Várias séries

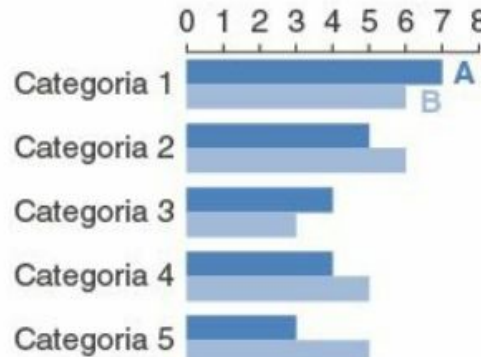


[Barras]

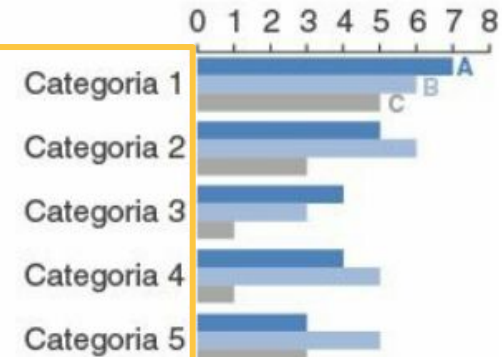
Uma série



Duas séries



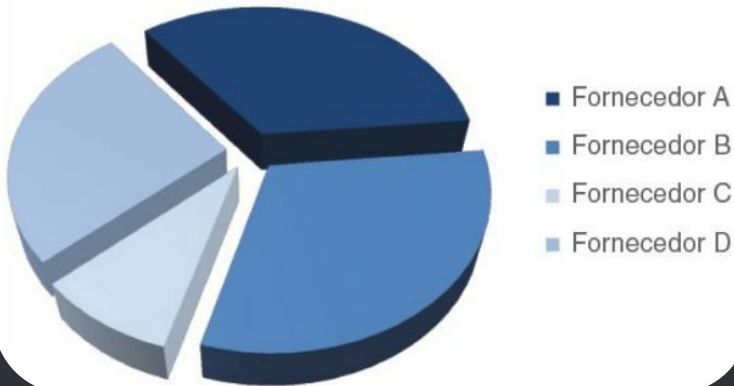
Várias séries



[Pizza(polêmica) – NÃO]

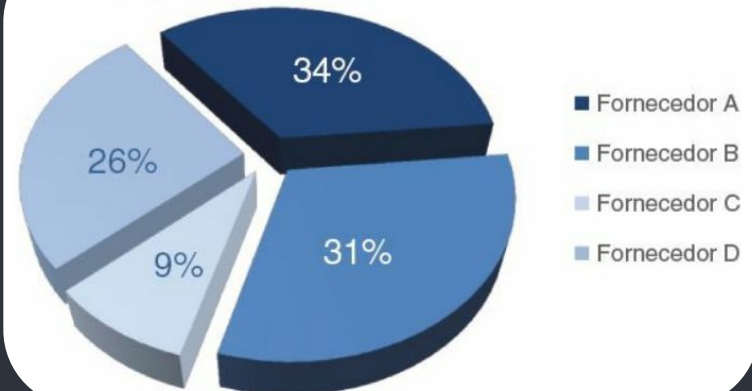
Antes

Participação no mercado de fornecedores



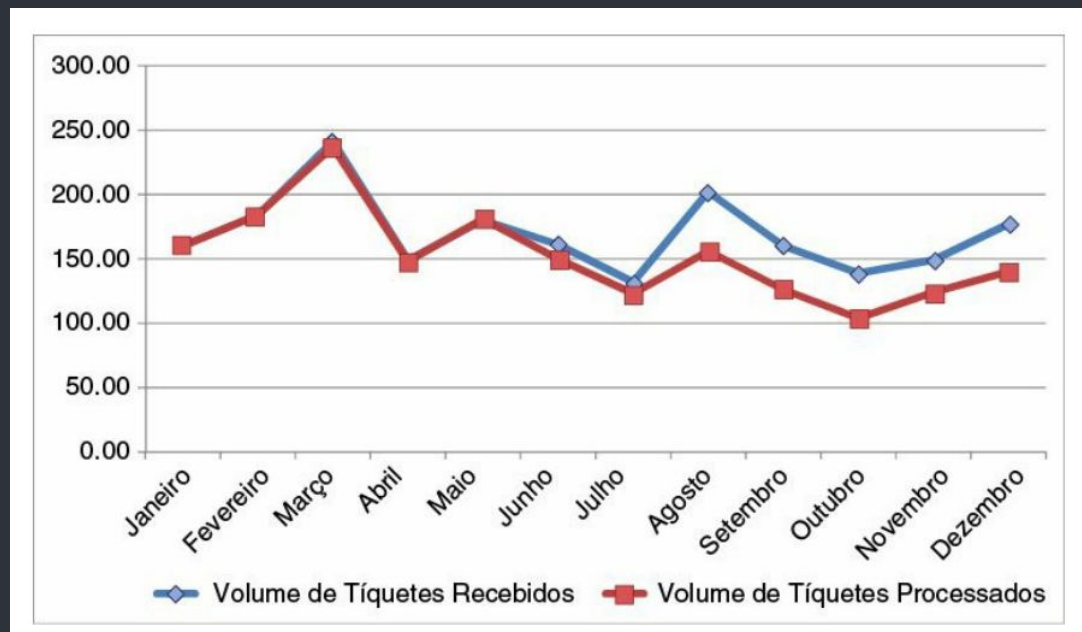
Depois

Participação no mercado de fornecedores



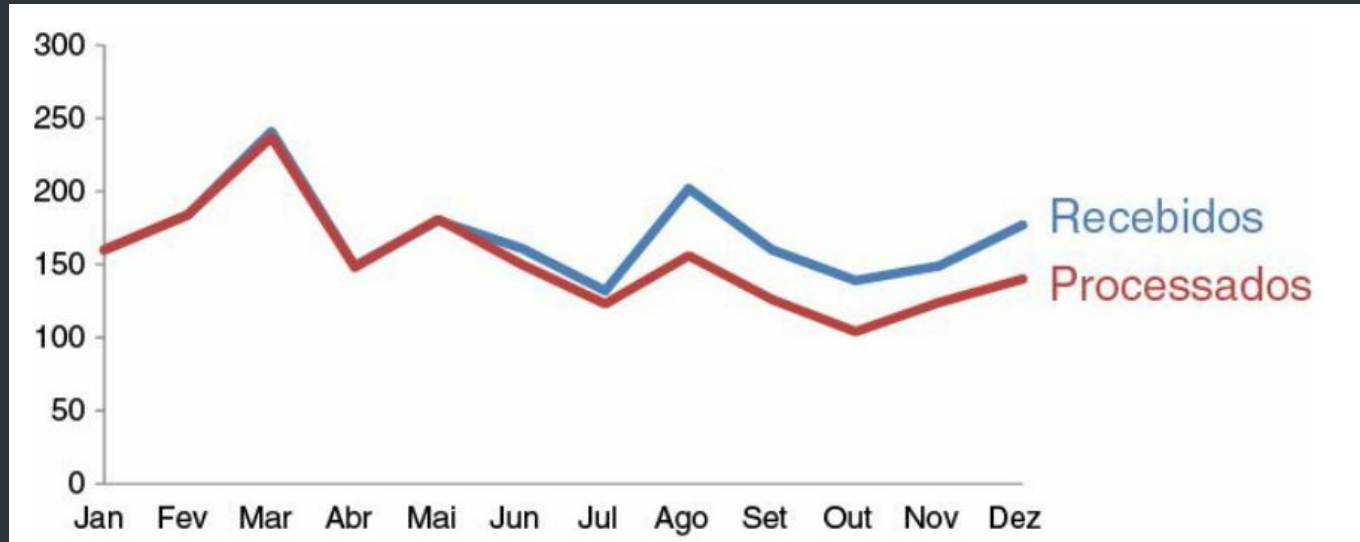
[Saturação - Cuidado]

Antes



[Saturação - Cuidado]

Depois



03 { [Chame Atenção]



[Atributos Pré-atentivos]

Conte rapidamente quantos números 3
aparecem na sequência.



[Atributos Pré-atentivos]

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14

756395068473

658663037576

860372658602

846589107830



[Atributos Pré-atentivos]

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

????



[Atributos Pré-atentivos]

756 395068473

658663037576

860 372658602

846589107830

6



Das 10 preocupações com o design, 7 estão relacionadas ao ruído

10 principais preocupações com o design



Comentários indicam que os problemas de **barulho dos pneus** aparecem mais **na chuva**.

Reclamações sobre **ruído do motor** são mais citadas **depois que o carro esteve parado por algum tempo**.

O **barulho do vento** é observado principalmente em autoestradas, em alta velocidade

Outros pontos:

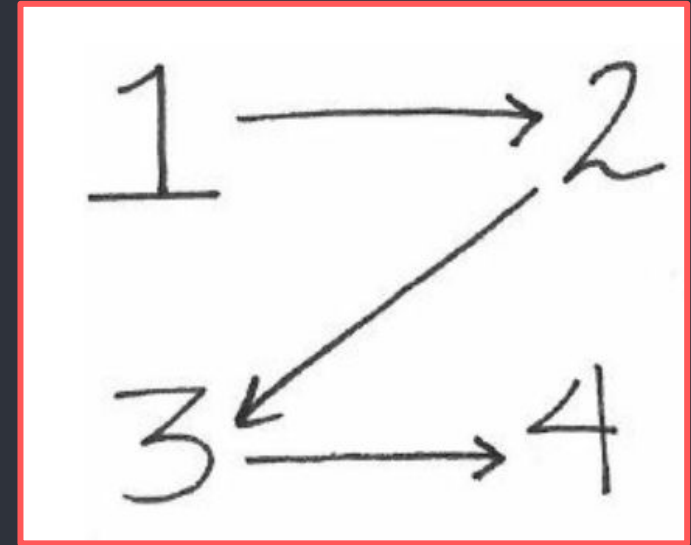
Tamanho;

Cor;

Cores da marca da empresa;

Posição na página; →

Daltonismo;



04 {

[Design nas
Informações]



1
2 No campo do design, os especialistas
3 falam que os objetos têm “**affordances**”.
4 São aspectos inerentes ao design que
5 tornam óbvio como o produto deve ser
6 usado.

7 Por exemplo, uma maçaneta permite ser
8 girada, um botão permite ser pressionado
9 e uma corda permite ser puxada. Essas
10 características sugerem como interagir
11 com o objeto ou operá-lo.

12 Quando affordances suficientes estão
13 presentes, o bom design desaparece e você
14 nem percebe.

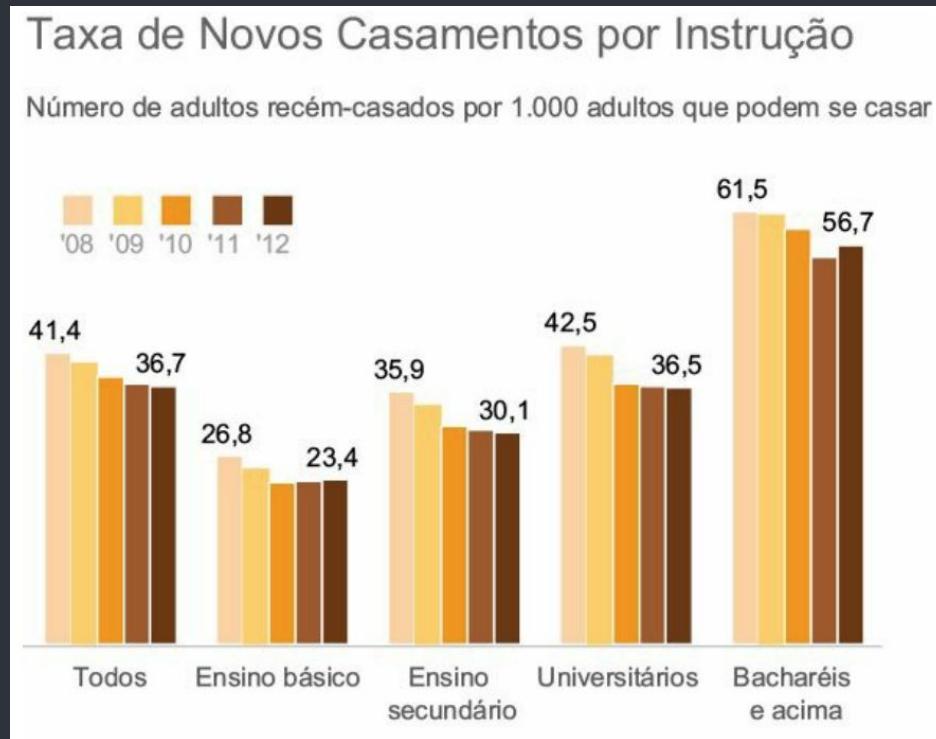


Três lições específicas
com esse fim:

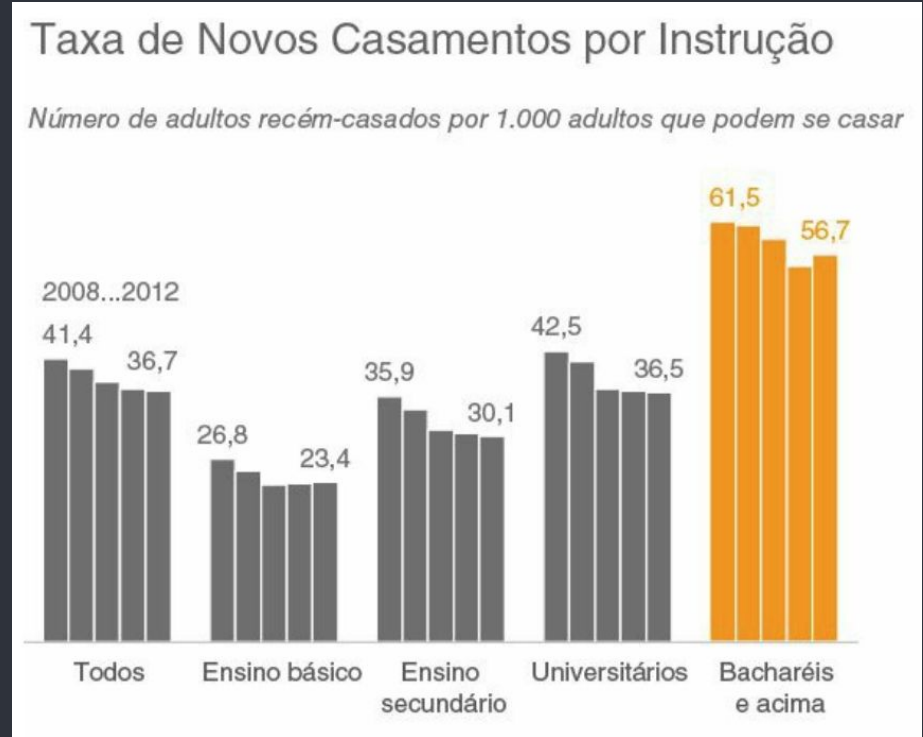
(1) realçar o que é
importante

(2) eliminar as distrações

(3) criar uma clara
hierarquia de informações.

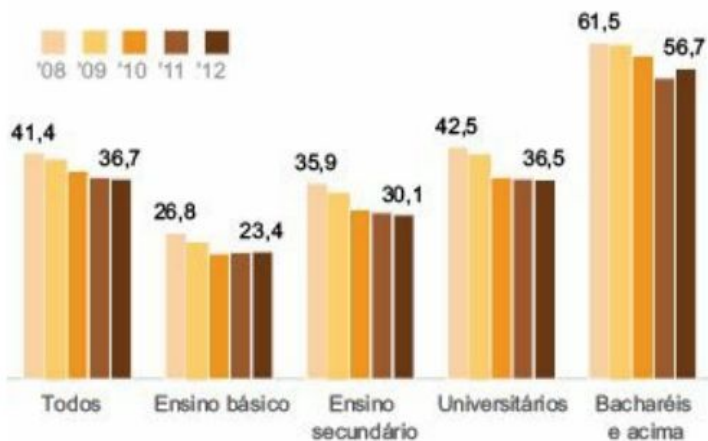


Mudar o uso de cor nesse visual pode redirecionar completamente nosso foco.



Taxa de Novos Casamentos por Instrução

Número de adultos recém-casados por 1.000 adultos que podem se casar



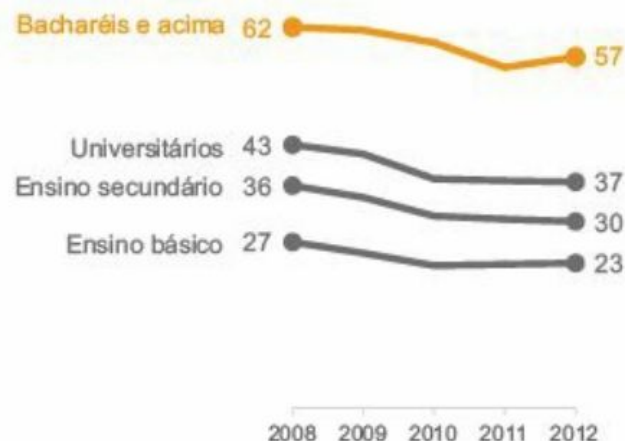
Nota: os que podem se casar incluem os recém-casados, mais os viúvos, divorciados ou que nunca se casaram, à época da entrevista.

Fonte: Censo dos EUA

Adaptado de PEW RESEARCH CENTER

Taxa de Novos Casamentos por Instrução

Número de adultos recém-casados por 1.000 adultos que podem se casar



Nota: os que podem se casar incluem os recém-casados, mais os viúvos, divorciados ou que nunca se casaram, à época da entrevista.

Fonte: Censo dos EUA

Adaptado de PEW RESEARCH CENTER

Não complique demais - Elimine as Distrações

Torne legível: use uma fonte regular, fácil de ler (considere o tipo e o tamanho).

Mantenha limpo: torne sua visualização de dados acessível, usando affordances visuais.



Não complique demais - Elimine as Distrações

Use linguagem simples: escolha linguagem simples, não complexa; menos palavras, não mais; **Defina** toda linguagem especializada que seu público não conheça;

Elimine a complexidade desnecessária: ao fazer uma escolha entre simples e complicado, privilegie o simples.



1 Não complique demais - Elimine as Distrações

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

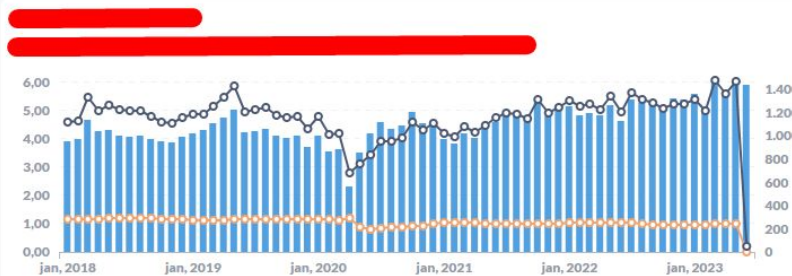
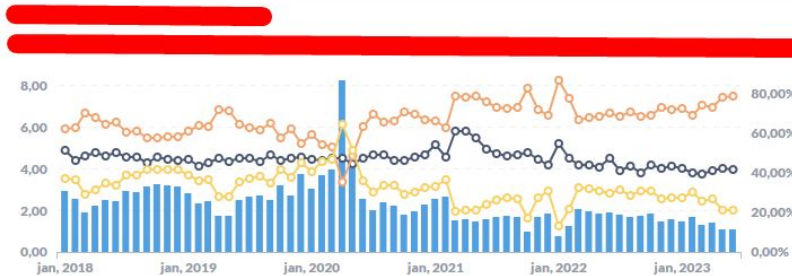
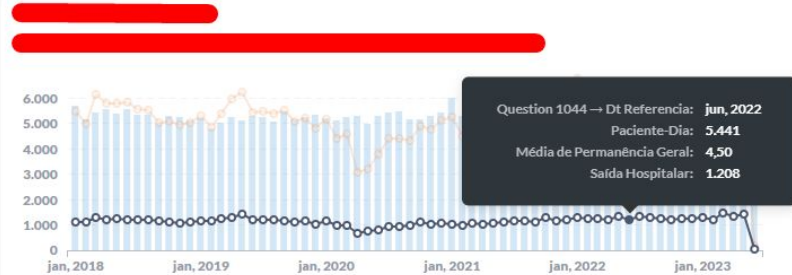
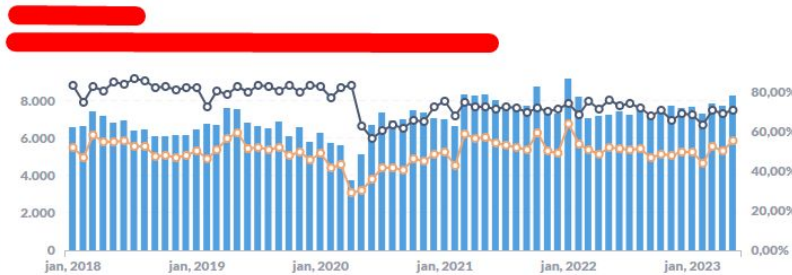
13

14

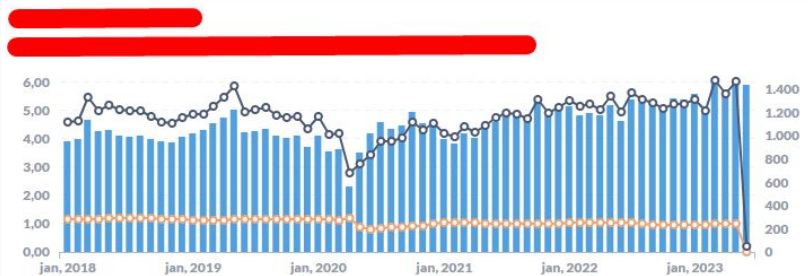
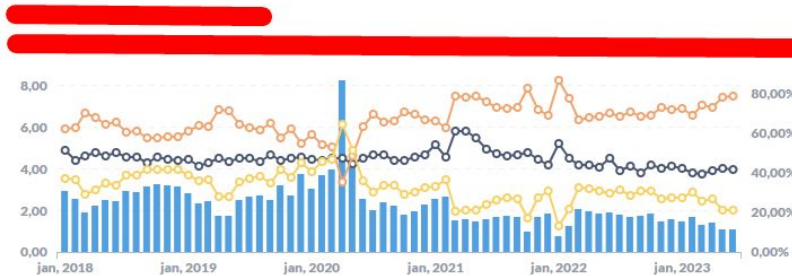
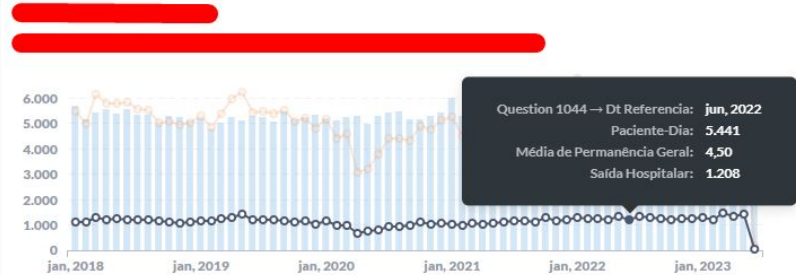
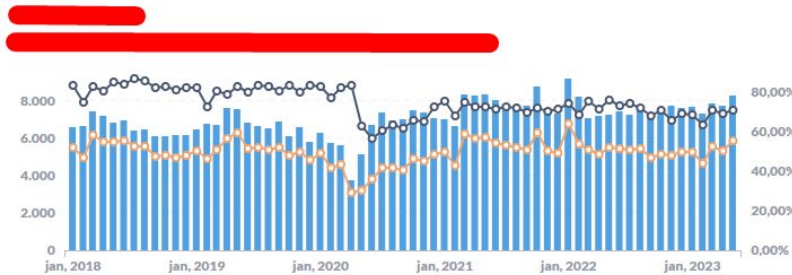
1. Use cor de forma inteligente. O uso de cor sempre deve ser uma decisão intencional; use cor moderada e estrategicamente para realçar as partes importantes de seu visual.
1. Preste atenção ao alinhamento. Organize os elementos na página para criar linhas verticais e horizontais limpas, a fim de estabelecer um senso de unidade e coesão.
1. Use espaço em branco. Preserve as margens; não alongue seus elementos gráficos para preencher o espaço nem acrescente coisas apenas porque você tem espaço extra.



Visão Histórica



Visão Histórica



05 {

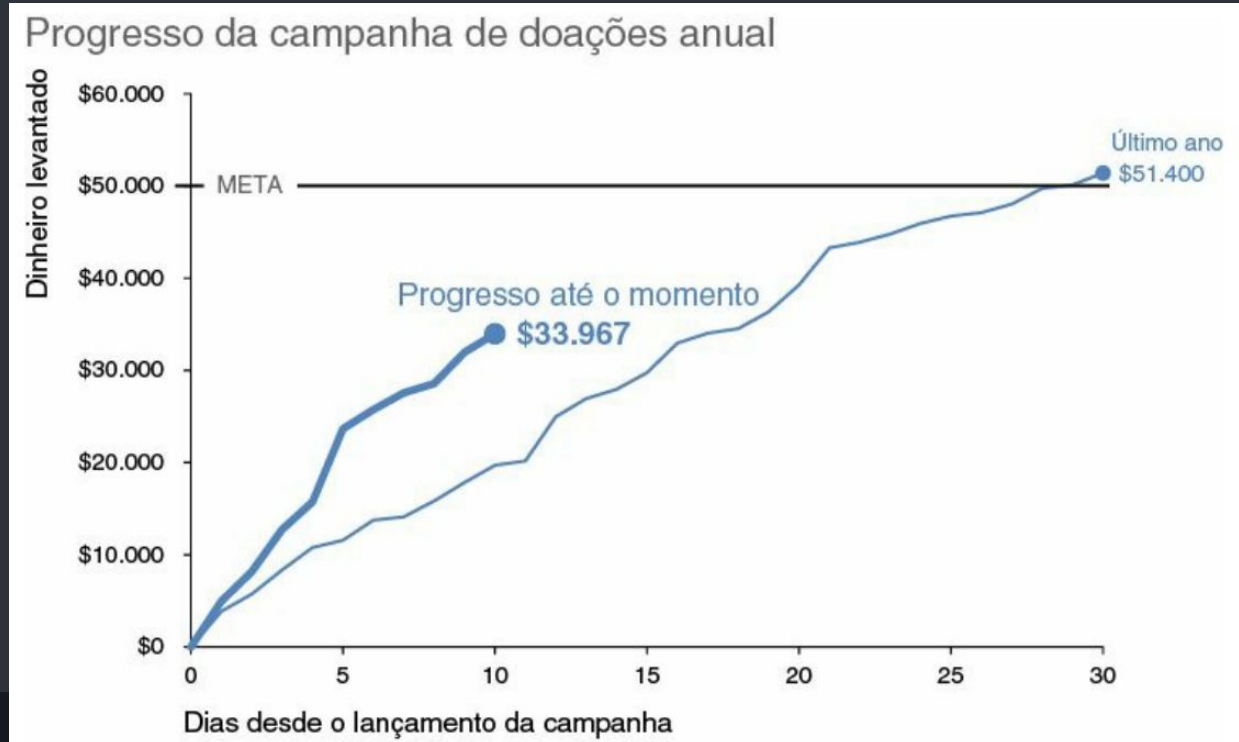
[Destrinchando
modelos
visuais]



[O que esse gráfico nos diz?]



[O que esse gráfico nos diz?]



06 {

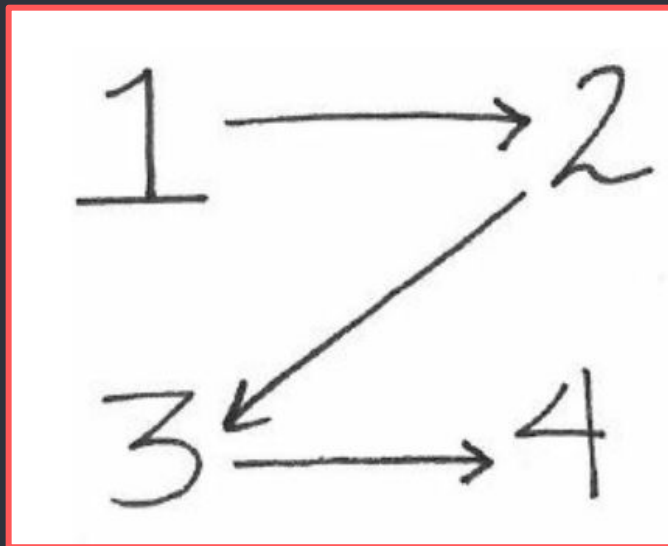
[Storytelling]



[O quê]



[Hands ON]



}



uniesp

Centro Universitário