Pasos para diseñar visualizaciones efectivas

1. PROPÓSITO

El propósito de la comunicación **orienta todo el proceso** del diseño de visualizaciones. Por eso es importante ser capaz de responder estas preguntas: ¿quién es nuestra **audiencia**?, ¿qué información queremos que conozca y **por qué**? y ¿cuál es el **mensaje clave**?. Emplear técnicas como "la **historia en 3 minutos**" y "la **idea grande**" nos ayuda a articular el contenido y planificar el flujo deseado.

2. ESTRUCTURA

Elige una estructura visual basándote en las propiedades y relaciones de los datos que deseas resaltar. Para enfatizar uno o dos números, basta con usar texto con un buen formato. Los gráficos de líneas son generalmente más convenientes para datos continuos. Los gráficos de barras son muy útiles para datos categóricos y deben tener una línea de base cero. Evita usar gráficos circulares, 3D y eje "y" secundario debido a la dificultad para interpretarlos.

3. FORMATO

a) SIMPLIFICA

Siempre que presentas información a tu público, estás aumentando su carga mental para procesar esa información. *El desorden visual sobrecarga la mente* de manera excesiva y dificulta la transmisión de nuestro mensaje.

Tomar en cuenta los *principios de la percepción visual* nos permite entender cómo nuestro público ve la información y nos ayuda a *identificar y eliminar los elementos visuales innecesarios*.

Alinear los elementos y mantener el *espacio en blanco* facilita la interpretación y crea una experiencia más cómoda para tu público.

Recuerda utilizar el *contraste* estratégicamente.

b) RESALTA

Los *atributos pre-atencionales* son herramientas poderosas cuando son usadas estratégicamente y con moderación en la comunicación visual.

Sin señales que los guíen, dejamos a nuestro público sin dirección clara y tienen que procesar toda la información que ponemos delante de ellos. Ahórrales el esfuerzo manipulando atributos como el *tamaño, color y posición* en la página para *señalar lo que es importante*.

c) GUÍA

Usa los atributos pre-atencionales estratégicamente para crear una *jerarquía y secuencia visual* que guie la atención de tu audiencia a donde quieres que miren. Evalúa el uso de estos atributos aplicando la prueba de "¿Qué me llama la atención?" y "¿dónde van mis ojos?"

Orienta a tu audiencia y refuerza el mensaje clave usando *etiquetas y textos cortos*.