

# Indice generale

<b>Prefazione</b>	<b>xi</b>
-------------------	-----------

<b>Introduzione</b>	<b>xiii</b>
---------------------	-------------

I cattivi grafici sono ovunque	xiii
Non siamo bravi per natura nel raccontare storie con i dati	xiii
Per chi è scritto questo libro	xix
Come ho imparato a raccontare storie con i dati	xx
Come imparerete a raccontare storie con i dati: 6 insegnamenti	xxii
Gli esempi coprono molti settori	xxiii
Gli insegnamenti non sono specifici per certi strumenti	xxiii
Come è organizzato questo libro	xxiv
Capitolo 1: L'importanza del contesto	xxiv
Capitolo 2: Scegliere una rappresentazione visuale efficace	xxiv
Capitolo 3: Il rumore è il vostro nemico!	xxv
Capitolo 4: Focalizzare l'attenzione del pubblico	xxv
Capitolo 5: Pensare come un designer	xxv
Capitolo 6: Anatomia di una visualizzazione	xxvi
Capitolo 7: Storytelling	xxvi
Capitolo 8: Mettere insieme il tutto	xxvi
Capitolo 9: Case study	xxvi
Capitolo 10: Qualche riflessione conclusiva	xxvii

<b>L'autrice</b>	<b>xxix</b>
------------------	-------------

<b>Capitolo 1</b>	<b>L'importanza del contesto</b>	<b>1</b>
-------------------	----------------------------------	----------

Analisi esplorativa e analisi esplicativa	1
Chi, che cosa e come	2
Chi	3
Il vostro pubblico	3
Voi	3

Che cosa.....	3
Azione.....	3
Meccanismo .....	4
Tono .....	7
Come .....	7
Chi, che cosa e come: un esempio.....	7
Consulenza per il contesto: domande da porre.....	8
La Storia in tre minuti e la Grande idea.....	9
La Storia in tre minuti .....	10
La Grande idea .....	10
Storyboard.....	11
Per chiudere .....	12

## Capitolo 2 Scegliere una rappresentazione visuale efficace ..... 13

Testo semplice .....	16
Tabelle.....	17
Mappa di calore .....	19
Grafici .....	20
Punti .....	20
Grafici a dispersione .....	20
Linee .....	22
Grafici a linee .....	22
Slopegraph .....	23
Barre .....	25
Grafici a barre verticali.....	29
Grafico a barre verticali impilate .....	29
Grafico a cascata (waterfall).....	30
Grafico a barre orizzontali .....	31
Grafico a barre orizzontali impilate .....	32
Area.....	33
Altri tipi di grafici.....	34
Da evitare .....	34
I grafici a torta sono diabolici .....	35
Mai usare il 3D.....	38
Asse y secondario: in genere non è una buona idea.....	39
Per chiudere .....	41

## Capitolo 3 Il rumore è vostro nemico! ..... 43

Carico cognitivo .....	43
Cianfrusaglie che generano rumore .....	45
La Gestalt e i principi della percezione visiva.....	45
Prossimità.....	45
Somiglianza .....	46
Forma chiusa .....	47
Chiusura.....	47

Continuità .....	48
Connessione .....	49
Assenza di ordine visuale .....	50
Allineamento .....	52
Spazio bianco .....	53
Uso non strategico del contrasto .....	54
Eliminare le cianfrusaglie: passo dopo passo .....	57
1. Eliminare il bordo del grafico .....	58
2. Eliminare le griglie .....	59
3. Eliminare i marcatori dei dati .....	60
4. Ripulire le etichette degli assi .....	60
5. Etichettare direttamente i dati .....	61
6. Sfruttare la coerenza del colore .....	62
Per chiudere .....	63
<b>Capitolo 4 Focalizzare l'attenzione del pubblico .....</b>	<b>65</b>
Vediamo con il nostro cervello .....	66
Una breve lezione sulla memoria .....	66
Memoria iconica .....	66
Memoria a breve termine .....	67
Memoria a lungo termine .....	67
Gli attributi preattentivi segnalano dove guardare .....	68
Attributi preattentivi nel testo .....	70
Attributi preattentivi nei grafici .....	73
Dimensioni .....	78
Colore .....	79
Usate il colore con parsimonia .....	79
Usate il colore in modo coerente .....	81
Tenete presente chi è cieco ai colori .....	82
Fate attenzione alla tonalità emotiva dei colori .....	83
Colori del brand: usarli o non usarli? .....	84
Posizione sulla pagina .....	85
Per chiudere .....	86
<b>Capitolo 5 Pensare come un designer .....</b>	<b>87</b>
Affordance .....	88
Evidenziare le cose importanti .....	89
Eliminare le distrazioni .....	92
Create una chiara gerarchia visiva delle informazioni .....	95
Accessibilità .....	98
Non complicare troppo .....	99
Il testo è vostro amico .....	100
Estetica .....	103
Accettazione .....	107
Per chiudere .....	108

<b>Capitolo 6</b>	<b>Anatomia di una visualizzazione .....</b>	<b>109</b>
	Visualizzazione modello 1: grafico a linee.....	110
	Visualizzazione modello 2: grafico a linee annotato con previsione .....	112
	Visualizzazione modello 3: barre impilate al 100% .....	114
	Visualizzazione modello 4: barre impilate positive e negative .....	116
	Visualizzazione modello 5: barre impilate orizzontali .....	118
	Per chiudere .....	119
<b>Capitolo 7</b>	<b>Storytelling .....</b>	<b>121</b>
	La magia del racconto .....	122
	Il racconto nel teatro.....	122
	Il racconto e il cinema .....	123
	Il racconto e la parola scritta .....	125
	Costruire il racconto .....	126
	L'inizio .....	126
	La parte centrale .....	127
	La fine .....	129
	La struttura narrativa .....	129
	Flusso narrativo: l'ordine del racconto .....	129
	La narrazione scritta e a voce .....	131
	Il potere della ripetizione .....	132
	Tattiche per fare in modo che il racconto sia chiaro.....	134
	Logica orizzontale .....	134
	Logica verticale.....	135
	Storyboard inverso.....	136
	Una nuova prospettiva .....	136
	Per chiudere .....	137
<b>Capitolo 8</b>	<b>Mettere insieme il tutto.....</b>	<b>139</b>
	Insegnamento 1: capire il contesto .....	140
	Insegnamento 2: scegliere una rappresentazione adeguata.....	141
	Insegnamento 3: eliminare il rumore .....	144
	Insegnamento 4: attirare l'attenzione dove vogliamo che si concentri il nostro pubblico.....	145
	Insegnamento 5: pensare come un designer .....	147
	Insegnamento 6: raccontare una storia .....	148
	Per chiudere .....	154
<b>Capitolo 9</b>	<b>Case study .....</b>	<b>155</b>
	Caso 1: Uso del colore su fondo scuro.....	156
	Caso 2: Sfruttare l'animazione nelle presentazioni.....	158
	Caso 3: Logica nell'ordine .....	164
	Caso 4: Strategie per evitare i grafici a spaghetti.....	173

Evidenziare una linea alla volta.....	174
Separare nello spazio.....	176
Approccio combinato .....	178
Caso 5: Alternative ai grafici a torta.....	180
Prima alternativa: mostrare direttamente i numeri .....	181
Seconda alternativa: grafico a barre semplice .....	181
Terza alternativa: grafico a barre orizzontali impilate.....	182
Quarta alternativa: slopegraph .....	183
Per chiudere .....	185

## **Capitolo 10 Qualche riflessione conclusiva .....187**

I prossimi passi.....	188
Suggerimento 1: imparate a usare bene i vostri strumenti .....	188
Suggerimento 2: ripetete e cercate feedback.....	190
Suggerimento 3: dedicate tempo allo storytelling con i dati ....	191
Suggerimento 4: cercate ispirazione in buoni esempi.....	192
Suggerimento 5: divertitevi e trovate il vostro stile.....	194
Costruire la competenza dello storytelling con i dati nel vostro gruppo o nella vostra organizzazione.....	195
Migliorare le competenze di tutti.....	195
Investire in uno o due esperti interni .....	196
Eternalizzare.....	196
Un approccio combinato .....	197
Riepilogo: che cosa abbiamo imparato .....	197
Per chiudere .....	199

## **Bibliografia .....201**

## **Indice analitico.....205**