



Si fa presto a dire PowerPoint

Introduzione

Manuela Delfino

Scuola secondaria sperimentale di I grado "don Milani"
LabTD - Genova, 4 dicembre 2012



**Si fa presto a dire
PowerPoint[©]**

Aneddoto personale (senza finale)



Antonomasia

Vocabolario on line

s. f. [dal lat. *antonomasia*, gr. ἀντονομασία propr. «il chiamare con nome diverso», der. di ἀντονομάζω «cambiar nome»]. –

1. Traslato che consiste nell'indicare una persona o una cosa, anziché col suo proprio nome, con uno più generico e comune, con una locuzione che ne indichi una qualità caratteristica, o con l'appellativo derivato dal luogo di nascita, per es.: *il Poeta* (Dante), *l'Apostolo* (s. Paolo), *l'Astigiano* (Alfieri), *il Maligno* (il demonio), *il Poverello d'Assisi* (s. Francesco), *il Segretario fiorentino* (Machiavelli). Come locuz. avv., per *a.*, per figura d'antonomasia: *Gertrude, appena entrata nel monastero, fu chiamata per a. la signorina* (Manzoni); anche in usi estens. del linguaggio com. o pubblicitario (dove però la locuz. il più delle volte è sottintesa, implicita nella frase), con riferimento a persona, o a cosa, a cui si riconosca o si attribuisca una qualità, una dote, una condizione in misura eccellente e perciò distintiva: *non era soltanto un campione, era «il campione» per a.*; *un caffè di gran marca, anzi «il caffè» per antonomasia.*

2. Traslato inverso del precedente, che consiste nell'attribuire a una persona, come nome comune, il nome proprio di un personaggio che possedette le stesse qualità in modo eminente; per es.: *un Ercole* (una persona di gran forza), *un Creso* (un uomo assai ricco), *un Mecenate* (un protettore delle arti o delle lettere o delle scienze), *la Perpetua* (la domestica di un prete); e così *una babilonia* o *una babele* (grande confusione), ecc.

CONDIVIDI



SINONIMI E CONTRARI

antonomasia

antonomasia / antono'mazja/ s. f. [dal lat. *antonomasia*, gr. *antonomasia*, propr. "il chiamare con nome diverso", der. di *antonomázō* "cambiar nome"]. - (crit.) [traslato che consiste nell'indicare un nome proprio con un nome comune, o con una locuzione, o viceversa] ▲ Locuz. prep.: per *antonomasia* [con furz. agg., da citare come esempio perfetto: *un caffè di gran marca, anzi "il caffè" per antonomasia*] ≈ per eccellenza....



Antonomasia

Vocabolario on line

s. f. [dal lat. *antonomasia*, gr. ἀντονομασία propr. «il chiamare con nome diverso», der. di ἀντονομάζω «cambiar nome»]. –

... un PowerPoint (un programma per la creazione di presentazioni multimediali)

confinamento a persona, o a cosa, a dote, una condizione in misura eccell

o si attribuisca una qualità, una intiva: non era soltanto un

campione, era «a...» per antonomasia.

2. Traslato inverso del precedente, che consiste nell'attribuire a una persona, come nome comune, il nome proprio di un personaggio che possedette le stesse qualità in modo eminente; per es.: *un Ercole* (una persona di gran forza), *un Creso* (un uomo assai ricco), *un Mecenate* (un protettore delle arti o delle lettere o delle scienze), *la Perpetua* (la domestica di un prete); e così *una babilonia* o *una babele* (grande confusione), ecc.

CONDIVIDI



Da oggi disponibile nel catalogo per iPad di Treccani.

Available on the App Store

SINONIMI E CONTRARI

antonomasia

antonomasia /antono'mazja/ s. f. [dal lat. *antonomasia*, gr. *antonomasia*, propr. "il chiamare con nome diverso", der. di *antonomázō* "cambiar nome"]. - (crit.) [traslato che consiste nell'indicare un nome proprio con un nome comune, o con una locuzione, o viceversa] ▲ Locuz. prep.: per *antonomasia* [con forz. agg., da citare come esempio perfetto: un caffè di gran marca, anzi "il caffè" per *antonomasia*] ≈ per eccellenza....

In origine

14 August 1984
R. Gaskins

SAMPLE PRODUCT PROPOSAL: PRESENTATION GRAPHICS FOR OVERHEAD PROJECTION

- I. Target Market: People who make presentations to others: managers, professionals, knowledgeworkers, salespeople ...
--people likely to justify PCs for multiple purposes
--this purpose not served by word processors or spreadsheets
A. In small companies, sales presentations to customers
B. In large companies, project presentations to peers/superiors
--both cases put a dollar value on effective communication
--individuals' business success hinges on presentation
- II. Market Size
In 1982: Business presentations was \$3.5 billion industry...
--520 million original 35mm slides
--380 million overhead transparencies
Computers could generate 60% (Hope Reports, courtesy DRD)
(Percentage rises over time, as graphics devices get better, and percentage of overheads is likely close to 100%)
Market may be concentrated in some Fortune 500 companies, e.g.:
Intel for sales presentations
Northern Telecom for internal presentations
--can sell directly/refer dealers to local offices of such targets.
- III. Product Concepts: Personal Presentation Management
--Create slide presentations
--Create talking papers
--Create handouts
 all from one master data file

--Outline aids for structuring/writing/reviewing presentations
--Slides with border, logo, identification, sequence
--Slides with high-quality typeset text, multi styles and sizes
--Slides with diagrams, drawings, sketches, maps, org charts, ...
--Slides with tables entered as spreadsheets
--Slides with business chart graphics (from table entry)

--display on PC screen, print on different-quality devices
--produce printing-industry quality as one option)

--communicate high-quality slides via electronic mail, can
 be used at far end with any output device (video to typeset)

--[for high-volume users:]
--Files of presentation/talking paper/handout for retrieval
--Re-use parts of previous presentations
--Create new sequences of old slides (new date, label, sequence)

- Standard templates for corporate graphic standards
- Standard templates for presentation structure standards
- Convert from/to IBM SNA document formats (DIA/DCA)
- Special facilities such as coordination of two projectors

IV. User Benefits

- Improves effectiveness of presentation content
- Improves clarity of complex material
- Reduces time to prepare presentations (dramatically)
- Facilitates *correct* last-minute changes and revisions
- Allows compliance with company presentation standards
- Provides communication of high-quality presentations
- Reduces cost of presentations (dramatically)
- Allows the content-originator to control the presentation

V. Technology Trends

- WYSIWYG required for sensible layout (better than PC graphics)
- Low cost printers (thermal transfer \$500, laser \$3000)=>originals
- Thermal transfer and ink-jet make slides (as do copiers)
- Color graphics plus color ink-jet for color

VI. Match to Forethought Foundation Technology:

- Content-originator can improve result by controlling presentation
(no artists, no services, no clerical intervention, time is of the essence)
- Requires typeset text, paragraphs, lists
- Requires graphics for diagrams and drawings
- Requires business charts from tables
(scaling to multiple sizes required)
- Requires simple spreadsheets (calculation in tables)
- Requires file cabinet of presentations and elements

--Would like link to mainframe databases for corporate data
--Would like simple link to 1-2-3
--(Ditto for project planners, word processors ...)

VII. Joint Ventures with Large Manufacturers:

- 3M very large player, in hardware (esp. compact models for portable sales presentations) and in media
- Others include Bell & Howell, Charles Besseler, Elmo, Telex, ...

Da *Presenter* (concepito nel 1984 e nato nel 1987) a *Powerpoint* (1987 - ?)

14 August 1984
R. Gaskins

SAMPLE PRODUCT PROPOSAL: PRESENTATION GRAPHICS FOR OVERHEAD PROJECTION

- I. Target Market: People who make presentations to others: managers, professionals, knowledgeworkers, salespeople ...
- people likely to justify PCs for multiple purposes
 - this purpose not served by word processors or spreadsheets
- A. In small companies, sales presentations to customers
- B. In large companies, project presentations to peers/superiors
- both cases put a dollar value on effective communication
 - individuals' business success hinges on presentation

Market may be concentrated in some Fortune 500 companies, e.g.:
Intel for sales presentations
Northern Telecom for internal presentations
--can sell directly/refer dealers to local offices of such targets.

III. Product Concepts: Personal Presentation Management

- Create slide presentations
 - Create talking papers
 - Create handouts
 - all from one master data file
- Outline aids for structuring/writing/reviewing presentations
- Slides with border, logo, identification, sequence
 - Slides with high-quality typeset text, multi styles and colors
 - Slides with diagrams, drawings, sketches, maps, org charts
 - Slides with tables entered as spreadsheets
 - Slides with business chart graphics (from table entry)
- display on PC screen, print on different-quality devices
- produce printing-industry quality as one option
- communicate high-quality slides via electronic mail, can be used at far end with any output device (video)
- (for high-volume users):
- Files of presentation/talking paper/handout for retrieval
 - Re-use parts of previous presentations
 - Create new sequences of old slides (new date, label, etc.)

IV. User Benefits

- Improves effectiveness of presentation content
- Improves clarity of complex material
- Reduces time to prepare presentations (dramatically)
- Facilitates correct last-minute changes and revisions
- Allows compliance with company presentation standards
- Provides communication of high-quality presentations
- Reduces cost of presentations (dramatically)
- Allows the content-originator to control the presentation

standard templates for corporate graphic standards
standard templates for presentation structure standards
convert from/to IBM SNA document formats (DIA/DCA)



VI. Match to Fo

- Content-originator can improve result by controlling presentation (no artists, no services, no clerical intervention, time is

25 anni di PowerPoint



Il grande male?

Death By Powerpoint

By SmallBusinessComputing Staff | Published on: 0

by Angela R. Garber



PowerPoint ha creato una nuova cultura in cui la forma prende il sopravvento sul senso. La semplificazione diventa obbligatoria, la manipolazione del pubblico una disciplina da imparare.

PowerPoint

PowerPoint Corrupts.
PowerPoint Corrupts

Edward R. Tufte

The New York Times

2003: THE 3rd ANN

By Clive Thompson
Published: December 14, 2003

Franck Frommer
IL PENSIERO POWERPOINT
Il programma che ci rende stupidi

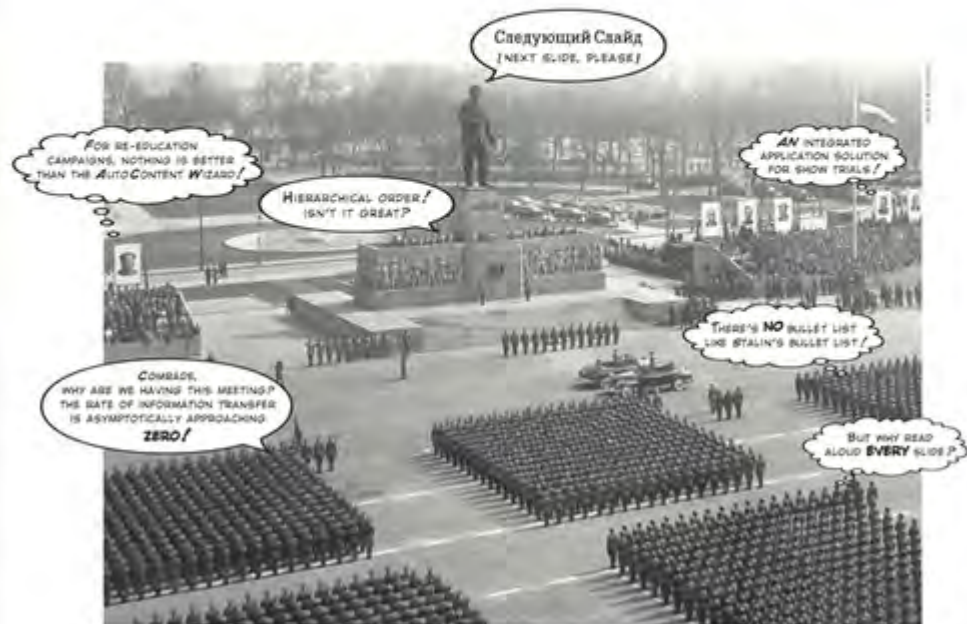
PowerPoint è lo strumento che mette in scena e crea l'illusione della comprensione e del controllo trasformando la parola in un linguaggio privo di logica e di rigore. Bisogna resistere alla «powerpointizzazione» delle menti: i problemi del mondo non sono riducibili a un elenco di punti. Se la religione era l'oppio del popolo, PowerPoint è quello del manager.

017700 A

Edward R. Tufte

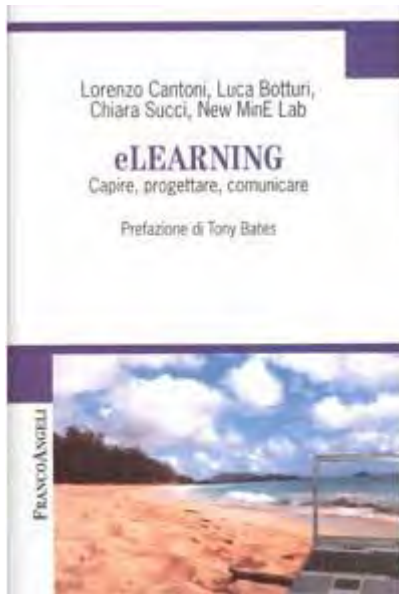
*The Cognitive Style of PowerPoint:
Pitching Out Corrupts Within*

SECOND EDITION



Military parade, Stalin Square, Budapest, April 4, 1956.

Dumb



pamphlet polemico dal titolo *The Cognitive Style of PowerPoint* (2006). In questo testo, Tufte sostiene la tesi radicale secondo cui – dopo Stalin – Power Point ha recato il maggior danno all’umanità. L’argomentazione è complessa e incalzante, ma si basa sostanzialmente sull’affermazione secondo cui Power Point, diventando lo strumento per eccellenza di supporto alle presentazioni orali (ivi compresa la formazione d’aula), avrebbe imposto – in modo surrettizio e senza consapevolezza da parte di chi lo usa – un modo di pensare unico e omogeneo a livello planetario. In particolare, lo stile cognitivo di Power Point sarebbe caratterizzato da concetti giustapposti (*slide per slide, bullet point per bullet point*), privi di sfumature e di articolazioni complesse: l’unica consentita è quella della subordinazione gerarchica dei punti all’interno di una slide, fino al parossismo di indentazioni del settimo grado, negli esempi riportati da Tufte stesso, e ripresi da una celebre comunicazione della Nasa in occasione di un incidente aereo. Ulteriori aspetti deteriori dello stile cognitivo che lo strumento tecnologico impone su chi lo usa, ad avviso di Tufte, sono inoltre l’uso degli schemi standard (*template*), così come il setting monotono delle presentazioni – tutti girati dalla stessa parte, spesso anche il relatore, in un ambiente oscurato –, la limitata qualità grafica e l’impossibilità di autentici cambiamenti e interazioni con chi ascolta: i lucidi sono fatti una volta per tutte, la presentazione è solo uno *slide show* (o, peggio, come insinua Tufte, un *bullet point streap tease...*).

Il grande male!

- induce stupidità
- sposta l'attenzione dal contenuto alla forma
- frammenta e spezzetta il discorso in un arido elenco puntato
- disincentiva il pensiero critico
- inibisce le possibilità argomentative
- uccide il bell'eloquio
- invita alla superficialità
- irrigidisce la naturalezza e la spontaneità
- rende schiavi di percorsi retorici stabiliti a tavolino
- uccide la creatività e uniforma

Powerpoint: creatura/carnefice/emblema del nostro tempo, dell'incapacità di esprimere un pensiero complesso, ben articolato e ben strutturato

D

By

by

"

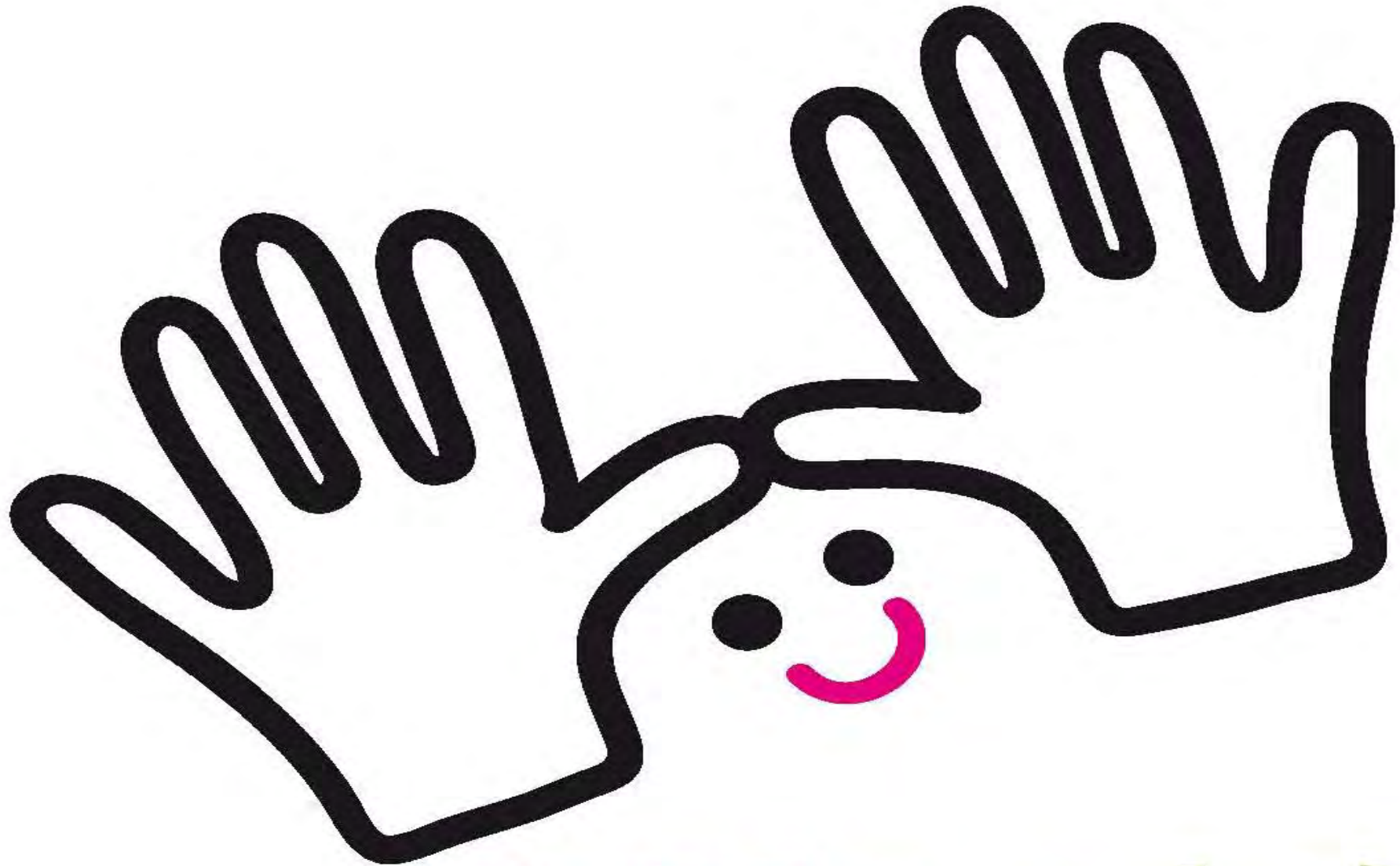
re
o



Dumb



"Great PowerPoint, Kevin, but the answer is no."



Tocca a te!

