MODELO DE APRESENTAÇÃO DE AUTOIMPACTO

**Professora Ana Carol Freitas**

**Bê-á-bá da Linguagem Visual**

1 – O poder da imagem

2 – Slides e E-books

3 – Regras gerais para Slides e E-books

 a – A Regra dos 3;

 b – Regras gerais para uso de imagens;

 c – Regras de diagramação.

4 – Dicas de recursos que podem ser utilizados

5 – Lógica dos Slides

------------ **1 – O poder da Imagem** ------------



Desenho: freepik

 Existem no mundo atualmente cerca de 2,5 Bilhões de Câmeras Digitais

Quando se tira uma foto está produzindo uma imagem

Histórico do Modelo Mental da Imagem

No modelo mental humano cerca de 90% da informação é transmitida para o cérebro visualmente. A captura de informações visuais é 60.000 vezes mais rápida que o texto. Uma imagem faz uma interface entre um objeto e sua transição como conteúdo que faz conexão com um sentido, propósito e contexto de informar. Quando se expõe um Slide cada gravura e imagem fornece um Feedback de abertura de um significado para uma informação de no máximo 3 segundos. Um material para ser considerado didático deve incorporar atributos como servir como elemento visual; ter carácter de conexão imediatista; permitir conectividade com elementos básicos, que formam a base para a informação; e, ser amigável ao ponto de permitir um pronto reconhecimento do que se destina uma apresentação transmitir. Existem três métodos de como prender a atenção de um expectante na formulação de uma apresentação em que se utiliza como recurso o uso de Slides:

* Método Isca de Audiovisual;
* Método Isca de Peixe;
* Método Isca de Satisfação;

**Método Isca de Audiovisual**

Este método consiste em explicar e explanar conceitos complexos através de vídeos motivacionais, onde se espera que a lógica das histórias apresentadas seja suficientemente forte para provocar o engajamento do expectante no sentido de seguir ou adotar o projeto expositivo. (Estratégia Percorra a Trilha)

**Método Isca de Peixe**

Geralmente este método estabelece pontuações na forma de tópicos em que o palestrante irá reter a imaginação e curiosidade do expectante a fim de condicionar sua reação ao recebimento de um estímulo na forma de uma nova informação que irá ser minimamente transmitida a fim de que o despertar do interesse por parte do expectante possa provocar uma releitura, após o término da apresentação, onde o expectante procurará aprofundar sua visão sobre a exposição que fora apresentada. (Estratégia se Condicione a Captar Informações)

**Método Isca de Satisfação**

Neste método, o Slide apresenta uma solução para um problema e/ou conflito humano, como uma prévia do que o estudo sinaliza resolver de uma situação humana, no qual é gerado um aspecto motivacional que faz com que o indivíduo siga a trilha do desenvolvimento da ideia a fim de constatar na prática a validade do que os pressupostos de uma apresentação sinalizam como elementos que devem ser integrados e convertidos em ação para convergir a expectativa inicial como validação do resultado na vida real. (Estratégia Acerte ao Alvo)

----------------------- **2 – Slides e E-books** ---------------------

Um Slide é uma apresentação, serve de elemento que acompanha o desenvolvimento de um processo de comunicação, como a fala humana, e apresenta um carácter meramente ilustrativo. Um E-book, é um instrumento de leitura, que tem como função a transmissão de conteúdos em regime autodidático, e, serve como referência para transmissão de um conhecimento.



Um Slide deve ter o seu funcionamento voltado para uma introdução como um processo inicial de imersão em um conhecimento, enquanto um E-book é um instrumento onde o saber está concentrado em profundidade. Portanto Slides permitem que os expectantes experimentem uma informação, enquanto E-book traz um conhecimento delimitado em torno do tema central onde a informação está encarcerada.

------------ **3 -** **Regras gerais para Slides e E-books** ------------

**a – A Regra dos 3**

A regra dos 3 foi descrita e formulada pela primeira vez no livro: ***Designer para quem não é Designer*** de Robin Williams.

A regra consiste em programar uma apresentação de Slide em até 3 minutos por lâmina ou página de texto, em que incorporado à tela tenha fragmentos de textos que não ultrapassem 150 caracteres por fração de minuto.

A regra consiste em programar para cada tela de Slide em no máximo 3 Blocos de informações (Recomendação) no qual as composições sejam planejadas em até 3 cores complementares.

A regra consiste em programar cada tela de Slide para que haja harmonia dentro das composições de forma que estabeleça um vínculo de 1/3 do Slide destinado para áreas sem conteúdos expositivos.

As regras não são estatizações para a criação humana, mas medidas de referência que moldam uma padronização em que todos os estilos de visualização de imagens e textos devem ser percebidos a fim de maximizar o potencial de um expectante para que seu nível de absorção de informações possa superar 60% de fixação dos conteúdos.

**b – Regras gerais para uso de imagens**

Para apresentações leves e internas, a Marca da Organização deve vir no Slide de início da apresentação e ao seu término.

Para apresentações de grande interesse e externas, a Marca da Organização deve vir em todos os Slides da apresentação a fim de reforçar a associação entre o conteúdo e a instituição de repasse das informações.

O uso de uma linha inferior em cada Slide serve como uma medida restritiva no qual serve para delimitar o foco de visão de um expectante, a fim de guiar o seu olhar para o interior de uma cena projetiva (a linha inferior serve como solo instintivo)

O alfabeto arábico fornece um jogo lógico de composição de signos, enquanto os alfabetos hierógrafos ou ideográficos apresentam conceitos completos que o efeito lógico apenas ancora sobre a composição frasal e não no processo de formação de cada signo que já está enxuto, complexo e coeso.

Passar informação não é garantia de absorção. Retenção requer o despertar de habilidades de fixação mnêmica, e para isto um vínculo com um sentido interno deve ser criado no Slide.

**Há que pensar em um processo de Flexibilidade x Engessamento, onde a regra não pode ser tão severa ao ponto do sentido restritivo da criatividade limitar o olhar crítico de um expectante, e nem o processo de criação ser tão amplo que o expectante se perca na configuração da apresentação de um conteúdo disposto em um Slide.**

Uma apresentação deve servir ao sentido de evidenciar o conteúdo, se a canalização de um público excede sobre os recursos utilizados no vínculo artístico do projeto, é sinal que a perspectiva de elucidar determinado conteúdo não irá servir ao objetivo programado de informar determinados conceitos que para a finalidade da programação visual fora desenvolvida. Porque a atenção e o foco é desviado, então o relacionamento da fala do apresentador do Slide e seus conteúdos pictóricos e impressos não irá conectar o expectante dentro da lógica da apresentação, onde o desvio é sentido pela perca do interesse do conteúdo, para a identificação com os elementos visuais dispostos na tela.

Uma imagem deve despertar um conteúdo relevante para a pessoa que permite fundir com os elementos de conteúdo que se pretende ativar e transmitir dentro de um indivíduo expectante. O objetivo é trazer as imagens dos Slides para dentro do discurso e assim guiar a atenção de quem ouvi as explanações abordadas dentro da lógica de apresentação do tema.

------------ **4 -** **Dicas de recursos que podem ser utilizados** ------------

* Quando se trabalha com Fotografias é melhor trabalhar com o conceito de qualidade do que quantidade, pois quantidades dificultam a fixação de um conceito, e qualidade realça o argumento que se planeja repassar como conteúdo e ensinamento de uma explanação;
* Excessos em pictografia causam desinteresse, e dificultam a intelecção, pois são muitos elementos que estão dispostos no qual o tempo curto de transição dos slides inibe o expectante da oportunidade de ouvir o Palestrante na sua ação complementar, no ato do discurso, sobre os elementos impressos sobre o Slide;
* As imagens de preferência devem ser atemporais, as informações transitivas e de mudança de estados ou fenômenos devem ser aplicadas somente quando é necessário formar o desencadeamento de processos;
* Métricas de entusiasmo devem ser utilizadas como medida reativa para aguçar e ativar a percepção de seu público, a fim de que o alvo da informação seja atingido.
* Alguns sites podem auxiliar no processo de elaboração e captura de imagens a serem alocadas nos slides:

- Flation

- Pixabay

- Unsplash

- Canva

* Quando fatores de inovação forem apresentados em Slides há necessidade de fazer o link dos conteúdos inovadores com a percepção em que as pessoas se inserem, os processos que serão motivo de vínculo e formação e os produtos aos quais as pessoas estarão conectadas na lógica do projeto expositivo;
* Quanto aos elementos textuais as letras devem ser escolhidas dentro de dois critérios básicos: visibilidade e legibilidade. Quando o foco é informação institucionalizada o uso de Fontes Fantasias como a Comics pode sinalizar uma ruptura do entendimento, no qual um indício de distração pode ser objeto de vínculo mnêmico;
* Dentro dos critérios de visibilidade textual as curvas das letras devem indicar uma medida de fixação e firmeza do olhar que permite ao expectante se conectar a integração do conceito sem se perder, termos de tempo para conexão do conceito, no sentido do alfabeto arábico, que permita olhar fluir ao longo da tela onde está o Slide.
* Dentro dos critérios de legibilidade a forma da letra deve permitir uma delimitação espacial, onde o projetar dos olhos não provoca retenção ou cansaço no sentido retilíneo em que as formações de letras formam palavras e sentenças complexas;
* Um processo de Justificação de textos quando espaços em branco são geradores de lacunas pode sinalizar para um leitor uma dificuldade de fundir conceitos dentro de uma sequência lógica em que as sentenças são formadas;
* Em textos corridos, utilizar todas as palavras em caixa alta pode gerar associação de grito, ou, em outras palavras soar AGRESSÃO para um expectante que esteja efetuando a leitura espacial da informação, pois o que estranha a percepção gera ruptura do modelo mental ao qual o indivíduo está fusionado, que pode provocar desvio ou distanciamento do foco principal de informar um conteúdo;
* Se cada Slide de preferência deve repassar uma microinformação de no máximo 3 minutos, há que se pensar em não ampliar excessivamente o número de lâminas de apresentação. É necessário que o apresentador seja sensato;
* As linhas órfãos e viúvas devem ser evitadas a fim de não provocar estranhamento quando a palavra pode ser percebida de forma isolada em vez de integrada dentro de uma sentença;

----------------------- **5 – Lógica dos Slides** ---------------------

I – Defina o Conteúdo (Objetivo, Definição do Público, Estilo e Linguagem de conteúdo de acordo com o público, Meta de atingimento e Finalidade do Informar)

II – Organizar a Lógica dos 3

III – Aplique o tema padrão para o material didático

IV – Escolha as imagens associadas ao conteúdo e priorize o que deve ser deslocado como imagem e/ou texto

V – Agrupe elementos de acordo com a afinidade

VI – Faça uma revisão pensando no usuário

-------------------------------------------------------------------------------------------------

**Compilação de Entendimento Fornecida por** Max Diniz Cruzeiro

-------------------------------------------------------------------------------------------------