

TRATAMENTO DE INFORMAÇÕES PARA A INTERNET

Daniela Zinn Salvucci Gonçalves

INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

TRATAMENTO DE INFORMAÇÕES PARA A INTERNET

Daniela Zinn Salvucci Gonçalves

INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO



Autor

Daniela Zinn Salvucci Gonçalves

Graduada em Desenho Industrial com habilitação em Programação Visual pela UnB (1995) e pós graduada em Gestão do Conhecimento pela FGV (2009). Atuou como webdesigner e designer de interfaces e atualmente é Diretora de Educação a Distância do Grupo NT, responsável pela equipe de transposição de conteúdos para Educação a Distância Mediada por Computador e Web (eLearning).

Design Instrucional

NT Editora

Projeto Gráfico

NT Editora

Revisão

NT Editora

Capa

NT Editora

Editoração Eletrônica

NT Editora

Ilustração

Daniel Motta

NT Editora, uma empresa do Grupo NT

SCS Quadra 2 – Bl. C – 4º andar – Ed. Cedro II

CEP 70.302-914 – Brasília – DF

Fone: (61) 3421-9200

sac@grupont.com.br

www.nteditora.com.br e www.grupont.com.br

Gonçalves, Daniela Zinn Salvucci.

Tratamento de Informações para a Internet / Daniela Zinn Salvucci Gonçalves – 1. ed. – Brasília: NT Editora, 2014.

44 p. il. ; 21,0 X 29,7 cm.

ISBN 978-85-8416-148-5

1. Internet. 2. Informações.

I. Título

Copyright © 2014 por NT Editora.

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida por qualquer modo ou meio, seja eletrônico, fotográfico, mecânico ou outros, sem autorização prévia e escrita da NT Editora.

ÍCONES

Prezado(a) aluno(a),

Ao longo dos seus estudos, você encontrará alguns ícones na coluna lateral do material didático. A presença desses ícones o(a) ajudará a compreender melhor o conteúdo abordado e também como fazer os exercícios propostos. Conheça os ícones logo abaixo:



Saiba Mais

Esse ícone apontará para informações complementares sobre o assunto que você está estudando. Serão curiosidades, temas afins ou exemplos do cotidiano que o ajudarão a fixar o conteúdo estudado.



Importante

O conteúdo indicado com esse ícone tem bastante importância para seus estudos. Leia com atenção e, tendo dúvida, pergunte ao seu tutor.



Dicas

Esse ícone apresenta dicas de estudo.



Exercícios

Toda vez que você vir o ícone de exercícios, responda às questões propostas.



Exercícios

Ao final das lições, você deverá responder aos exercícios no seu livro.

Bons estudos!

Sumário

1. INTRODUÇÃO	7
1.1 O que são informações para a internet	7
1.2 Os tipos de <i>websites</i>	7
1.3 Como tratar as informações para a internet.....	8
2. ESCREVENDO PARA A WEB	11
2.1 Definição de <i>webwriting</i>	11
2.2 Primeiros passos	11
2.3 Conceitos básicos.....	13
2.4 Outros recursos	15
3. ESTRUTURANDO UM SITE PARA A WEB	19
3.1 Definição de arquitetura da informação.....	19
3.2 Um pouco de história	19
3.3 Missão da AI	19
3.4 Pensando a AI	21
3.5 Componentes fundamentais da AI.....	22
4. METODOLOGIA DA AI.....	36
4.1 Pesquisando	36
4.2 Desenhando.....	37
4.3 Mapeando.....	39
4.4 Testando a usabilidade.....	39
BIBLIOGRAFIA.....	44

A internet é uma fonte inesgotável de informação. Por meio de buscas ou indicações, o usuário pode acessar uma infinidade de *sítes*. Para se destacar em meio a tantas opções de pesquisa, um projeto desenvolvido para a internet requer conhecimentos e atenção redobrada.

O Curso de Tratamento de Informações para a Internet é voltado exatamente para este fim: trabalhar as informações com foco direto na internet. Isso significa que um texto, uma imagem ou uma estrutura de projeto devem ser pensados de acordo com as exigências e as características da *web*.

Este curso foi formulado com base em diversos artigos e trabalhos colhidos com grande cuidado para que você, aluno, aprenda a tratar as informações de forma que seu projeto fique atraente e ágil para o público internauta.

Seja bem-vindo e aproveite bem as dicas deste curso!

1. INTRODUÇÃO

1.1 O que são informações para a internet



A internet é um prato cheio para quem deseja encontrar informações. Mas, algumas vezes, essa salada de informações está disponível de forma errônea, pois foi colhida diretamente de meios de veiculação já existentes (revistas, livros ou jornais) sem que tenha sido tratada para uma nova mídia. O resultado, portanto, é a existência de textos muito extensos e prolixos, o que gera aumento no tempo de pesquisa e prejudica a objetividade da busca.

Por isso, para alcançar um diferencial e consequente vantagem competitiva no mercado, devemos pensar os textos diretamente para a *web* ao desenvolver um *site*. Esses textos devem ser estruturados para que possam ser lidos rapidamente seguindo a agilidade da mídia.

O mesmo deve ocorrer com as imagens. Para que sejam visualizadas em tempo hábil na *web*, elas devem estar em uma resolução compatível com a mídia. Esse assunto é detalhadamente abordado nos cursos de Tratamento de Imagens para a internet e Direção de Arte para a internet do CETEC-MSD.



1.2 Os tipos de *websites*

Além do cuidado necessário ao criar textos para essa mídia ágil que é a internet, devemos ter em mente, também, os tipos de *sites* existentes e seus objetivos. Podemos encontrar duas grandes categorias de *sites*: os informativos e os de divulgação. E, dentro dessas duas categorias, existem várias possibilidades de disponibilizar uma informação. A seguir, você conhecerá particularidades dos tipos de *sites* apresentados.

Sites informativos

Os *sites* informativos são aqueles que publicam artigos e entrevistas ou falam de produtos e serviços de uma empresa sem apresentar explicitamente uma intenção de venda. Dentro dessa categoria, podemos citar *sites* institucionais, pessoais, de revistas/jornais, de personalidades virtuais e alguns portais.



Para esse tipo de *site*, o conteúdo deve ser disposto de forma equilibrada entre a apresentação de um produto, um serviço ou uma ideia sem passar a noção de venda. Caso seja necessário, um *link* para o produto ou serviço poderá ser colocado, por exemplo, no final do texto.

Sites de divulgação

Os *sites* de divulgação, ao contrário dos *sites* informativos, são mais agressivos e vão direto ao assunto. Eles vão anunciar, persuadir e vender os produtos ou serviços da empresa sem espaços para delongas. Como exemplos, podemos citar *sites* de produtos, comércio eletrônico, promocionais, portais de vendas, de serviços e entretenimento.



Nesse tipo de *site*, o conteúdo deverá ser abordado direta e objetivamente com divulgação de produtos e serviços também por meio de *banners*, *hot sites*, *pop-ups* e promoções.



Hot sites:
Sites de vida curta criados como peças publicitárias para a divulgação de um produto, serviço, evento, data comemorativa, promoção, etc.

1.3 Como tratar as informações para a internet

Existem dois princípios básicos para o tratamento das informações que serão inseridas em um *site* na *web*. São tratamentos distintos e, por isso, devem ser feitos por completo. O primeiro princípio baseia-se em pensar no texto para a mídia *online* e o segundo busca organizar todas as informações a serem inseridas.

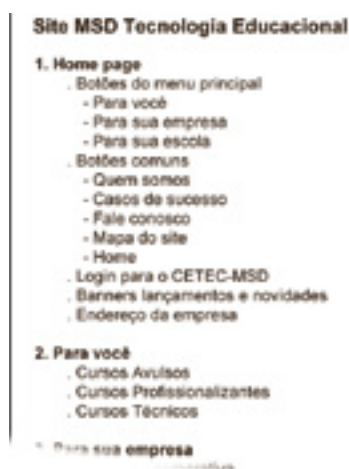
Primeiro princípio – *Webwriting*

Webwriting é um poderoso aliado dos profissionais de comunicação que lidam com a informação para a internet, pois permite criar textos corretos para essa nova mídia. Como o próprio nome sugere, trata-se de escrever para a *web*.

Com o *webwriting*, o conteúdo a ser inserido em um *site* poderá criar maiores atrativos para seus visitantes, distribuir os dados de forma eficiente e potencializar as informações nele contidas.

Após definir o conteúdo a ser inserido para o tratamento de um texto, deve-se usar o princípio da organização, que conheceremos logo a seguir.

Segundo princípio – Arquitetura da Informação



A Arquitetura da Informação se resume em organizar as informações de um *site* tanto para seu desenvolvedor como para seu visitante.

Isso significa arquitetar uma estrutura eficiente para o conteúdo de um *site* visando obter navegação amigável e otimizar tarefas de correção, atualização, nomeação, busca e armazenamento dos dados inseridos.

As próximas lições deste curso apresentarão com maiores detalhes as premissas e os caminhos a serem percorridos pelo profissional responsável pela estrutura do conteúdo de um *site* com base nesses dois princípios.

Agora, para fixar o conteúdo aprendido até este momento, faça as atividades propostas para esta lição.

Exercícios

Questão 01 – Em geral, os textos e informações para a internet devem ser:

- colhidos diretamente a partir de meios de veiculação já existentes como revistas, livros ou jornais;
- estruturados para que possam ser lidos rapidamente seguindo a agilidade da mídia;
- estruturados para que possam ser lidos com calma;
- textos extensos, o que permite aumentar o tempo de pesquisa e busca.



Parabéns, você finalizou esta lição!

Agora responda às questões ao lado.

Questão 02 – Sobre os tipos de *websites*, podemos afirmar que:

- a) os *sites* informativos são aqueles que apresentam explicitamente uma intenção de venda;
- b) são exemplos de *sites* de divulgação: *sites* institucionais, pessoais e de revistas/jornais;
- c) em *sites* informativos, é proibida a colocação de um *link* para o serviço ou produto;
- d) os *sites* de divulgação são agressivos e irão anunciar, persuadir e vender os produtos ou serviços da empresa.

Questão 03 – É incorreto afirmar que:

- a) existem dois princípios básicos para o tratamento das informações que serão inseridas em um *site*;
- b) o primeiro princípio baseia-se em pensar o texto para a mídia *online*. O segundo, por sua vez, baseia-se na organização das informações a serem inseridas;
- c) a escolha do tratamento deve ser feita de acordo com o tipo de *website* a ser desenvolvido;
- d) os tratamentos são distintos e devem ser feitos por completo.

Questão 04 – Sobre *Webwriting*, é incorreto afirmar que:

- a) é um poderoso aliado dos profissionais de comunicação que lidam com a informação para a internet;
- b) resume-se a organizar as informações de um *site*;
- c) ajuda a distribuir os dados de forma eficiente e potencializa as informações contidas em um *site*;
- d) permite criar textos corretos para a *web* e significa “escrever para a *web*”.

Questão 05 – Sobre Arquitetura da Informação, é correto afirmar que:

- a) resume-se a organizar as informações de um *site* apenas para seus visitantes;
- b) tem por objetivo obter navegação amigável e otimizar as tarefas;
- c) com ela, o conteúdo a ser inserido em um *site* poderá criar maiores atrativos para seus visitantes;
- d) define o conteúdo a ser inserido no *site*.