

Conteúdo faz você aparecer no Google lá em cima

Contribuição de Por Adriana Baggio da Webinsider
29 de abril de 2008
Última Atualização 29 de abril de 2008

Usar estratégias para buscadores é como fazer cartazes usando palavras-chave para conseguir aparecer na TV durante uma transmissão de jogo de futebol. Palavras importantes para a emissora aumentam as chances.

Você é daquelas pessoas que gostam de aparecer? Você adiciona desconhecidos só para ter mais amigos no Orkut? Você fica mandando scraps para os outros só para que eles respondam e aumentem a quantidade de recados no seu perfil? Você participa de todos os fóruns e comentários para ficar conhecido na rede? Você força a barra para seus amigos visitarem seu blog? Você é uma empresa e quer usar a internet para melhorar sua imagem ou suas vendas?

Se respondeu “iiiiiiiiiiiiiiiiiiii” a pelo menos uma destas questões, então você também está preocupado em aparecer no Google.

O Google é o maior e mais eficiente sistema de buscas da internet. Seu ranking de resultados está baseado na relevância, de acordo com os termos que você digitou no campo “pesquisa”. Então, pense cá comigo: se os primeiros resultados são os mais relevantes, significa que estar no alto da página de pesquisa do Google é o equivalente eletrônico de aparecer na TV Globo. Entre as milhares de notícias de todos os dias, ganham espaço somente aquelas que a emissora considera “relevantes” para seu público.

Usar estratégias para ser encontrado pelo Google é como fazer cartazes usando palavras-chave para conseguir ser filmado pela TV durante uma transmissão de jogo de futebol. Se você escreve palavras que são importantes para a emissora, suas chances de ser focado pela câmera são bem maiores (por isso que as pessoas colocam nos cartazes a logomarca da emissora ou o nome do “Galvão”). Se o seu cartaz tiver apenas “mamãe, olha eu aqui”, vai ficar mais difícil.

Por conta dessa classificação por relevância, o Google acaba funcionando como um atestado de credibilidade. Para ser alguém na vida da rede, é preciso aparecer no sistema de busca. E assim como as pessoas aprenderam a escrever determinadas palavras nos cartazes para aparecerem na televisão, hoje existem diversas técnicas que auxiliam um site ou alguém a aparecer no Google. De preferência, entre os primeiros resultados.

Não sou nenhuma especialista em internet, muito menos em sistemas de busca, mas aprendi alguns truquezinhos que posso compartilhar (e se eu falar alguma bobagem, alguém me corrija, por favor). Digamos que você tenha um blog e deseje que ele seja listado no Google. O primeiro passo é fazer com que outros sites tenham links para seu blog. Sabe por quê? Porque o sistema de relevância do Google considera mais importantes aqueles sites que são citados por outros. Portanto, se você tem um blog que não é lincado em nenhum outro lugar da rede, você nunca vai aparecer no Google. Estará condenado ao ostracismo virtual.

Mas, como fazer para seu blog ser lincado em outros sites, sem ter que arriscar sua dignidade implorando isso aos amigos? Crie um segundo blog! (Mas não qualquer blog, calma…) Assim, em cada um deles você coloca um link para o outro. Para subir na lista do Google, é preciso estar lincado a várias páginas, não em apenas uma. Só não vale criar blogs “fantasmas”, é melhor caprichar no conteúdo do original e tentar despertar para ele a atenção de outras pessoas na rede.

Isto porque blogs “fantasmas” com o objetivo de apontar links para seu site podem produzir efeito contrário – você pode ser banido. Dois blogs iguais, com links um para o outro, podem ser considerados spam e o Google imediatamente os banirá. É importante perceber também que estamos falando de publicações em escala pessoal e não em sites comerciais, ok?

Apesar da importância de se estar presente em outros sites, não é apenas isso que torna o seu espaço mais popular na lista do buscador. Ainda considerando a relevância, é preciso que o conteúdo seja coerente. Um site sobre vinhos, por exemplo, vai estar melhor colocado na relação se o nome, a descrição do site e o conteúdo dele forem integrados, “façam” a mesma língua e sobre o mesmo assunto.

E assim, chegamos à questão do conteúdo. A escolha das palavras certas que levam um site a ser bem colocado no Google é tão importante que virou até disciplina de marketing. Assim como existe marketing de relacionamento, marketing viral, endomarketing e outros, também existe o search marketing.

Um exemplo bem superficial de utilização desta ferramenta é: descobrir quais palavras devem estar no texto do seu site para que ele apareça quando determinados termos forem digitadas na caixa de pesquisa. Se um site especializado na programação cultural da cidade descobre que as pessoas fazem a busca das atrações através da expressão “peças de teatro”, é importante que o texto do site contenha essa expressão. Assim, a combinação entre vários links para sua página e conteúdo relevante vai fazer com que a colocação do seu site no Google seja cada vez melhor.

Essas informações valem para quem quer aparecer no site de busca, mas também para aqueles que desejam obter melhores resultados nas suas pesquisas. Se você sabe como o Google funciona, pode navegar melhor pelos sites listados. O primeiro site da lista pode ser o mais relevante segundo os critérios do Google, mas não segundo os seus. Portanto, talvez valha a pena dar uma olhadinha nos últimos colocados da pesquisa.

Para que os objetivos de busca do Google coincidam com os seus, é importante que você escolha as palavras certas para colocar no campo de pesquisa. Um exemplo bem atual: digamos que você deseje achar referências sobre alguém que se chame “Katilce”, mas que não tenha nada a ver com felizarda que ganhou um selinho do Bono Vox no show do U2 no Morumbi. Se você digitar somente “Katilce”, vão aparecer milhares de páginas com referências à bancária de Volta Redonda. Então, o melhor é você colocar o nome e um sinalzinho de menos (–) antes de “U2″. A pesquisa só vai mostrar as “Katilces” que não tenham relação com o show, e daí talvez você encontre a sua.

Já os interessados na celebridade instantânea, se fizerem uma busca sobre ela, talvez acabem caindo aqui no texto. Essa “armadilha” é para exemplificar as dicas ali de cima. O Webinsider é um site altamente lincado. Juntando isso às palavras que eu escolhi (Katilce, U2, selinho, Bono Vox – as mais representativas do acontecimento), é muito provável que este texto apareça bem colocado no Google quando alguém pesquisar sobre a moça.

O Google é mais conhecido pelo buscador, mas suas outras ferramentas (Gmail e Google Earth, por exemplo) também são inovadoras e estão provocando uma revolução nos hábitos das pessoas e na forma de fazer publicidade (veja aqui neste fotolog como as empresas que anunciam em telhados ganham mais visibilidade por causa do Google Earth – uma dica do Blue Bus). Apesar de tudo, não passam disto: ferramentas. A melhor utilização de cada uma delas, inclusive do buscador, depende muito mais do cérebro humano do que da tecnologia do software.

E um outro alerta, que pode parecer óbvio: por mais que a gente compare o Google a um oráculo e que estar lá signifique algum tipo de credibilidade, é preciso lembrar que nem tudo que está na rede presta, e nem tudo é verdade. Por isso, a busca na internet só está completa depois que os resultados passam por um filtro muito mais poderoso: o do seu discernimento. [Webinsider]

Este texto de Adriana Baggio foi publicado no Digestivo Cultural, retirado da Webinsider