

Estratégias de link building

Faça o link building adequadamente

Ser popular é um passo para conseguir dar um **boost** no ranqueamento do seu site. Para isso, é preciso que outras páginas façam referência para páginas suas. Porém, para isso, não basta simplesmente conseguir o maior número de links possíveis para suas páginas. É preciso conseguir links de qualidade. Justamente para isso é que existe o processo de link building (construção de links).

Lembra da história da relevância de quem faz o link? Imagine que eu, Adriano Almeida, dê uma entrevista na televisão falando que você, caro leitor, é um bom jogador de futebol. Impactante? Não muito. Agora imagine que o Neymar dê uma entrevista falando que você joga bem. Bem mais impactante, não? Note como quem se refere a nós muda completamente o peso da referência.

Isso resume bem o processo de link building. Você precisa ser linkado pelas páginas certas. Pelas referências em determinados assuntos. Não que os não referências não sejam importantes, claro que são, mas eles naturalmente terão peso menor. Ou seja, se você tem uma página no seu site falando sobre uma dieta, caso ela seja linkada em alguma notícia no site da Men's Health, será um ótimo boost para sua página, já que o site da Men's Health possui **reputação** nesse assunto.

Agora considere que o Bill Gates e o Neymar deram uma entrevista falando que você é um bom programador. Ambos possuem grande reputação. Mas será que algum deles terá um peso maior? Se você pensou no Bill Gates, acertou. Apenas ser linkado por alguém importante não é suficiente. É preciso ser linkado por alguém importante no assunto em que sua página se refere. Seu blog sobre táticas de futebol pode ser linkado por um site famoso de concurso de designs de blogs, mas nada se compara se ele for linkado no <http://globoesporte.com>. Percebe a diferença?

Talvez você esteja pensando: "Mas como é que os indexadores dos mecanismos de buscas sabem sobre o meu assunto?".

Nem sempre foi assim. Muitos anos atrás, apenas ter páginas linkando para seu site era o suficiente para conseguir um bom ranqueamento. Não havia a preocupação com a reputação de quem linkasse. Com isso, houve uma grande onda de "compra de links". Assim surgiram sites que eram apenas agregadores de links, sem nada de conteúdo relevante para as pessoas. Péssimo para os usuários, não?

Justamente para evitar que esses sites se proliferassem, os buscadores passaram a levar em consideração não mais a quantidade de links, e sim sua relevância. Com isso, eles precisaram se tornar mais modernos, com analisadores de conteúdo para saber sobre o que cada página fala e verificar a relação dos links com esses assuntos. Para atribuir essa qualidade nos links, diversos fatores também passaram a ser considerados:

- A página que faz o link para mim possui relevância maior que a minha página?
- Meu site possui muitos links importantes linkando pra ele?
- Vários sites diferentes estão fazendo links para mim?
- Qual é a descrição desses links?
- Os conteúdos das duas páginas possuem relação?
- Qual é a posição do link dentro da página?
- Os links são recentes ou antigos?

Já vimos que a relevância de quem faz link para nós é importante. Mas e os demais fatores? Vamos entender como lidar com eles e atacá-los da melhor maneira.

Linkando e sendo linkado corretamente

Quando é feito um link para uma página, ele deve surgir da forma mais natural possível dentro do conteúdo. Isso significa que devem ser evitados links como "clique aqui", "veja lá", "veja aqui" e afins. Mas como fazer isso?

É preciso tomar bastante cuidado na escrita do conteúdo para que ele apareça naturalmente. Por exemplo, em um artigo em que a Coca Cola esteja sendo citada, podemos utilizar a seguinte abordagem para a linkagem:

```
<p>
  Uma das bebidas mais vendidas no mundo, a
  <a href="http://www.cocacola.com.br">Coca Cola</a> aparece
  também como uma das principais causas de obesidade.
</p>
```

Nesse caso, estamos apenas linkando com a palavra-chave "Coca Cola". Isso já é substancialmente melhor do que termos que não possuem relação nenhuma com o conteúdo, como os derivados de "clique aqui". No entanto, ainda é possível fazer melhor.

Outra boa prática para a criação de links é que o texto dele possua contexto. Em um texto sobre a Liga dos Campeões de 2013, podemos linkar para o site do Real Madrid, ao citarmos que ele foi o campeão daquele ano.

```
<p>
  A Champions League de 2013 teve uma final um pouco menos
  disputada do que em anos anteriores. Dessa vez, o
  <a href="http://www.realmadrid.com">
    Real Madrid foi campeão
  </a>.
</p>
```

Agora estamos dando mais peso também para o termo "campeão", abrindo novas possibilidades de palavras-chaves.

É fundamental que os links existentes soem sempre os mais naturais possíveis. Assim, quanto mais diferente for o texto do link, melhor. Mas é evidente que em algum momento haverá uma repetição. Dois sites diferentes vão acabar linkando para uma página sua com o mesmo texto. Não se preocupe, mas sempre tente favorecer a diversidade.

A regra para os links é: mantenha-os o mais natural possível, com variações do texto sendo linkado e aproveitando o uso de diferentes palavras-chaves dentro dele.

Onde posiciono meus links?

Nem todos os links são iguais. Alguns são mais importantes, outro menos. Percebemos isso naturalmente quando estamos acessando um site. Um link no rodapé não possui o mesmo apelo de um link no cabeçalho. Aliás, essa é justamente uma das regras da venda de espaço publicitário em grandes portais. Quanto melhor posicionada a mídia, mais caro será o espaço.

Os links que terão mais peso serão os que estão mais próximos do conteúdo original, geralmente no começo e centro da página. Por isso, é importante linkar para sites relevantes dentro ou próximo do seu conteúdo. Em contrapartida, links em rodapé ou barras laterais possuem menos peso.

Nos sites da Casa do Código e da Caelum mantemos links para outros serviços e sites nossos nos rodapés, mas eventualmente em páginas internas ou em nossos blogs, mantemos links para esses mesmos serviços, aí já no conteúdo principal e com o devido destaque.

Trabalhando com nofollow

Ao linkarmos para uma página, estamos referendando-a. No caso do link building, estamos falando que aquele site também é um site bom, possui conteúdo relevante para quem acessou nossa página e vai eventualmente clicar no link. Porém, nem sempre isso é verdade.

Muitos sites possuem páginas onde é possível deixar comentários. Geralmente esses comentários podem ser assinados, alguns podem conter até links, como para a empresa onde o comentarista trabalha. Se a pessoa está comentando em um site de receitas e coloca um link para o site da FIAT, há pouca relação sobre esses conteúdos.

Justamente para esses casos é que existe o atributo `rel="nofollow"` nos links HTML. Com ele, estamos indicando que não queremos que o spider leve em consideração esse nosso link, de forma que ele não dará peso nenhum para o que está sendo linkado.

O uso do `rel="nofollow"` é muito útil para casos em que você não possui muito controle do que vai ser linkado, como comentários. Muitas engines de blogs, como o WordPress, podem colocar o `nofollow` automaticamente para você nos comentários, dessa forma você não precisa ficar se preocupando em colocá-los nas suas páginas.

Links de novos domínios e a idade

É importante termos sites que sempre se refiram a nós, no entanto, é mais importante ainda que mais sites falem de nós. Como dito no começo do capítulo, nossas páginas precisam ser populares e popularidade só se consegue com muita gente falando de nós.

Os buscadores dão peso maior para uma página nossa quando um novo site faz link para ela. Isso é mais importante do que um mesmo site que já linkava para uma página nossa fazer outro link para a mesma página. Justamente por isso é importante criar sempre conteúdos novos e diversificados, assim sempre será possível atingir novos públicos, conseguir melhor reputação com os indexadores e, com o tempo, garantir melhores posições nos rankeamentos.

Lidando com links internos

Da mesma forma que os links de páginas externas, ou seja, de outros sites, são fundamentais para o ranqueamento, os links internos também são importantes. É fundamental que a navegabilidade e o uso das suas páginas seja claro e simples o suficiente para qualquer usuário e, para isso, você vai precisar ter links para suas páginas.

Todas as regras que citamos para os links externos se aplicam para os internos. Procure sempre fazer com que os links se pareçam naturais e bem descritos. Claro, existem casos em que temos menus ou links do rodapé, que são um pouco menos naturais. Não tente evitar esses casos. Apenas estruture-os de forma que eles sejam usáveis e claros para os usuários.

Qual a importância do Facebook e Twitter?

Existe muita controvérsia sobre a importância ou não das principais redes sociais no ranqueamento dos sites. Existe um ponto fundamental a considerar aqui. Se a rede social é aberta ou não. Nas redes abertas, como o Twitter, a indexação ocorre normalmente, no entanto, todos os links colocados lá são marcados como `nofollow`, ou seja, ele não nos passará sua autoridade. Já no Facebook, que é uma rede social quase toda fechada, as únicas páginas que aparecem vão para o resultado da busca são as páginas abertas, como as páginas de negócios.

Mas e se minha página é muito curtida? Ela possui alguma vantagem? Essa é uma pergunta que muitas pessoas fazem nos fóruns de SEO. Uma resposta curta e direta é: **nenhuma**. Isso mesmo, quantidade de curtidas e seguidores no Facebook e Twitter não são levados em conta nos algoritmos de indexação e ranqueamento dos buscadores e isso já foi confirmado pela própria equipe do Google. No entanto, muitas empresas focadas em monitoria de ranking notaram variações decorrentes do número de compartilhamentos e `::likes::` das páginas, além da atividade na conta do Twitter. No fundo, acabamos com a palavra de um contra a palavra do outro.

A minha opinião é de que mesmo que as reputações nessas principais redes sociais não sejam levadas em consideração, elas são um meio que deve ser fortemente considerado. Isso porque grande parcela do público alvo do seu negócio pode estar presente nessas redes e você deve conseguir alcançá-las. Caso seja bem feito, o marketing nessas redes sociais pode trazer potenciais novos clientes, que naturalmente poderão falar sobre seu site em outros meios, inclusive linkando para suas páginas.

Mas como consigo os links?

Fazer os links de forma adequada pode parecer simples à primeira vista, no entanto é uma das tarefas mais complicadas de serem feitas. Saber quais termos devem ser usados no link, onde o posicionar, fazê-lo parecer o mais natural possível são desafios que muitas vezes nos fazem investir muito mais tempo do que gostaríamos. Mas é um investimento que paga o retorno.

Linkar para outros sites é importante, pois mostra que somos bem relacionados e estamos falando de sites relevantes, trazendo também naturalmente relevância para nossas páginas. Mas também é importante ser referenciado. Ser linkado por diferentes sites não é uma tarefa fácil, demanda tempo e, dependendo do caso, algum dinheiro. Mas tenha certeza, é onde estará o seu principal diferencial para o seu ranqueamento. Vamos conseguir mais links?