

A Evolução de SEO no Google

A grande maioria das estratégias de SEO ou otimização de sites voltadas para melhorar o posicionamento de determinado site no Google, e consequentemente se funcionar no Google certamente irá funcionar em outros buscadores e mecanismos de busca. A grande maioria dos projetos SEO foca o Google por que ele atualmente retém uma parcela de aproximadamente 90% da quantidade de buscas realizadas no mundo todo, e dessa forma passa a ser o foco das atenções quando o propósito é aumentar o número de negócios e vendas de qualquer empresa na internet. Por isso o Google no decorrer da evolução de SEO Search Engine Optimization, ou otimização de sites para mecanismos de busca, realizou diversas atualizações em seu robô de busca ou mais conhecido como Googlebot para melhorar a relevância e classificação de conteúdos na rede e dessa forma buscar sempre melhorar a experiência do usuário que procura alguma coisa na internet. Desde 1997, ano que se iniciaram os primeiros passos e técnicas de SEO no mundo os mecanismos de busca foram obrigados a aperfeiçoarem e alguns até criarem robôs de busca para melhor classificar os novos conteúdos que chegavam à rede. No início os aspectos e graus de relevância não eram muito exigentes e dessa forma qualquer site com algumas palavras-chave facilmente estaria nas primeiras posições no Google. Com passar do tempo o nível de técnicas [SEO](#) foi se desenvolvendo com certa agilidade e muitas técnicas que manipulavam o posicionamento de sites nos resultados de pesquisa do Google foram criadas, e a partir desse ponto ocorreram três principais atualizações no Googlebot que revolucionaram as técnicas de SEO e praticamente acabaram com sites de SPAM e sites que tentavam manipular os resultados de pesquisa com técnicas desleais e contra as políticas de classificação do Google. Google "Caffeine": O Google Caffeine foi a primeira atualização que o Google realizou para melhorar a experiência do usuário. Essa atualização não foi feita diretamente nos critérios de classificação do Googlebot e sim no modo em que o conteúdo era filtrado e classificado nos índices do Google. A atualização foi lançada em Junho de 2010. O "Caffeine" não é uma atualização no algoritmo do Google e sim uma alteração na infraestrutura de indexação do Google, ou seja, os novos conteúdos serão indexados e classificados no índice do Google muito mais rápido. Antes do "Caffeine" novas páginas ou novos conteúdos que eram disponibilizados na rede demoravam muito para serem processados pelo Google isso devido às diversas análises que as páginas eram submetidas antes de entrarem no índice. Agora o Google rastreia a página e processa quase que instantaneamente já avaliando a qualidade do conteúdo a ser indexado. Essa alteração reduziu 50% o tempo de indexação e de classificação no Google. Outra mudança significativa foi que com a implementação do Caffeine e com a nova infraestrutura de indexação além de ficar muito mais rápido aumentou a capacidade de armazenamento de informações nos servidores do Google, reduzindo o tempo que as páginas ficavam paradas até serem analisadas para um rápido trânsito de novas informações na rede. Google "Panda": O Google Panda foi uma das mais importantes atualizações no algoritmo Googlebot já realizada pelo Google. Essa atualização praticamente pôs fim a era do spam e sites que estavam bem posicionados com conteúdos de baixa qualidade, página repleta de anúncios, propagandas e pesados links externos na primeira página. O Google Panda passou a punir sites de spam e com pesado conteúdo e valorizar sites com conteúdo relevante e com bons links externos de outros sites. O Google Panda também incorporou ao seu algoritmo o bot do Google+, ou da rede social Google Plus e passou a levar em consideração em seus critérios de classificação a avaliação dos usuários mediante essa contagem de votos. O Google Panda foi lançado no início de 2011 e atualizado diversas vezes no decorrer desse ano, por isso as mudanças não foram tão significativas das citadas acima, somente se tornou cada vez mais obrigatório ter um site com conteúdo relevante e sempre atualizado. No final do ano de 2011 foram muitos os sites em todo mundo que foram penalizados pelo Google Panda, esse número chega a quase 35% de mudanças nos resultados de pesquisa, em contrapartida muitos sites com conteúdos foram beneficiados com essa atualização. O foco geral que essa drástica mudança no Googlebot quis mostrar é que a partir de agora o que interessa é bom conteúdo, site sempre atualizado e bons links apontando para seu site. Google "Pinguim": No dia 24 de Abril de 2012 o Google lançou oficialmente sua nova atualização no Googlebot. O Google Pinguim. Nessa atualização se mantém o foco de penalizar sites com spam, muitos anúncios e com baixa qualidade de conteúdo, porém com certo aumento na cobrança desses fatores que ficaram mais rígidos em suas exigências. A nova atualização pune severamente sites que abusam de palavras-chave em seus conteúdos, conteúdo duplicado dentro do site e outras técnicas de manipulação do sistema de busca do Google. O Google passa a levar em conta também a qualidade de Pagerank de links de outros sites que apontam para o seu e pune sites com milhares de links de péssima qualidade, ou seja, agora o que importa não é a quantidade de links e sim a qualidade no valor do pagerank desses links. Como última mudança significativa com o Google Pinguim podemos destacar que as relações sociais dentro de mídias como Facebook, Twitter, Google Plus e outras passaram a ser critério forte para bons posicionamentos no Google, ou seja, de nada mais adianta ter um site mega otimizado e não ter nenhuma influência de seu site dentro das redes sociais. SEO e Google Com base em todas as atualizações no Googlebot chegamos a conclusão que técnicas antigas de otimização de sites já não funcionam mais e que temos que focar a otimização de nosso site em

conteúdo relevante e boa qualidade, pois todas as atualizações no algoritmo do Google visam somente uma coisa. A melhor experiência do usuário e os melhores e mais relevantes resultados para a busca na pesquisa no Google, nada mais que isso. Temos que ter em mente que ter somente um conteúdo bom e com certa quantidade de palavras-chave no seu site de nada adianta se esse conteúdo não estiver sendo comentado nas redes sociais e for útil a pesquisa do usuário. Temos que criar conteúdos com intuito de agregar conhecimento e satisfazer as necessidades do usuário, conteúdos podem ser os mais diversos como fotos, textos, vídeos ou aplicativos úteis aos usuários que visitam seu site. O conteúdo deve persuadir e interagir emocionalmente com o usuário, pois somente dessa forma seu conteúdo se torna importante e útil. Se você criar conteúdos de qualidade e úteis tenha a certeza que esses conteúdos serão compartilhados e trarão muitos links ao seu site por si só, sem você ter esforço algum de ficar cadastrando isso em diretórios e sites de artigos que existem hoje em dia. Atualmente o poder das redes sociais na área de divulgação de informações é ilimitado e a única barreira que existe é falta de criatividade de quem desenvolve determinado conteúdo para ser postado na rede, mais nada. Se coloque no lugar do usuário e com certeza terá sucesso no posicionamento do seu site. O Google não quer punir ninguém sem motivo, somente quer que seu principal alvo (o usuário) encontre o que deseja no menor tempo possível e com a melhor qualidade que os mecanismos de busca possam oferecer. Divulgue seu conteúdo nas redes sociais, crie discussões sobre o tema, seja participativo e intrigante. Essa é a melhor e única estratégia para sobreviver no atual mercado de otimização de sites. Como última dica tenha seu site cadastrado em sites de empresas como iLocal, Guiamais e sites do gênero. Esses sites de empresas são muito bem vistos aos olhos do Google e passam credibilidade e confiança para o seu site. O cadastro rápido e fácil fazer e claro, é extremamente útil e necessário para a imagem da sua empresa perante o Google.

Sobre o Autor

Analista e consultor SEO desde de 2006, formado na Universidade Metodista de São Paulo no curso de Publicidade e Propaganda.

Source: <http://www.artigopt.com>