

# O Uso do Link Building: Concepções Teóricas

Mauro C. A. Gonçalves<sup>1</sup>, Cassiano M. Travarelli<sup>1</sup>, Alexandre C. B. Ramos<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto de Ciências Exatas – Universidade Federal de Itajubá – (UNIFEI)  
Av. BPS, 1303. Pinheirinho. 37500-903 – Itajubá – MG – Brasil  
Mauryntag@hotmail.com, Cassy82@gmail.com, ramos@unifei.edu.br

**Abstract.** *The number of consumers who use the Internet greatly increases every day. According to Nunes (2010), the primary way of browsing the web is through links contained on websites, social networks, forums and various other starting points that enable a quick and easy navigation between pages internal and external. According to Miranda (2005), the proper positioning of the site in search engines brings many benefits and the main one is, without doubt, to achieve an effective advertising at a low price. It is one of the cheapest forms of advertising of goods or services. In this context we highlight the use of Link Building, which, according to Souza (2008), is the practice of getting links to your site. As you know, links are considered votes for a site, thus the greater the number of votes a site receives, the better your ranking in search results.*

**Keywords:** *Internet, electronic commerce, search optimization.*

**Resumo.** *O número de consumidores que usam a internet aumenta consideravelmente a cada dia. De acordo com Nunes (2010), a principal maneira de navegação na web é através de links contidos em websites, redes sociais, fóruns e diversos outros pontos de partida que permitem uma navegação fácil e rápida entre páginas internas e externas. Segundo Miranda (2005), o bom posicionamento do site nos mecanismos de busca traz muitos benefícios e o principal deles é, sem dúvida, o de se conseguir uma eficiente propaganda a preço baixo. É uma das formas mais baratas de propaganda de mercadorias ou serviços. Nesse contexto destaca-se o uso do Link Building que, de acordo com Souza (2008), é a prática de se conseguir links para o seu site. Como se sabe, links são considerados votos para um site, assim, quanto maior o número de votos que um site receber, melhor será seu ranking nos resultados de busca.*

**Palavras-chave:** *Internet, comércio eletrônico, otimização de busca.*

## 1. Introdução

Este artigo busca analisar os aspectos que envolvem a estratégia de Link Building, suas principais características e usos. Já que, devido a crescente utilização de mecanismos de busca pelo marketing na Internet, a correta percepção das formas de funcionamento destes mecanismos fazem como que a promoção de seu site ou conteúdo aconteça de maneira efetiva e contundente.

Este estudo caracteriza-se pelo levantamento bibliográfico como procedimento inicial, seleção da literatura de interesse, discussão do pensamento encontrado a respeito do tema como fundamentação teórica e verificação dos fatos em confronto com a teoria, bem como a confrontação das respectivas definições.

A internet é regida por links, são eles os responsáveis pela grande conexão entre as diversas páginas espalhadas no mundo online, como pode ser observado na Figura 1. E são os links responsáveis em sua maioria pela base de um controle pelas ferramentas de busca na hora da classificação de uma página em seus resultados. Os links são como votos, e com eles consegue-se ter uma métrica interessante para dar um valor a determinada página, construindo um fator de popularidade para ela. São diversos fatores usados para a classificação, mas a quantidade, qualidade, relevância de links apontados são os fatores que mais se destacam na hora da promoção online.



**Figura 1. Exemplo de links.**  
Fonte: <http://bestarticlecreator.com/>.

Quando tratamos do termo Link Building estamos falando de maneiras de como conseguir mais links para uma página, aumentando assim a sua relevância que irá ajudar em sua classificação nos resultados de busca. O bom posicionamento de um website dentro de resultados de busca de mecanismos como Google, Yahoo! e Bing podem trazer milhares de visitantes novos todos os dias para um website, o que faz com que seja uma enorme oportunidade de marketing online.

## **2. Delineando a Proposta de Estudo**

Segundo pesquisa realizada pelo IBOPE (2009), o número de internautas brasileiros cresce 13,6% em um ano. Sendo que o número de brasileiros que navegam com frequência na internet cresceu 13,6% entre abril de 2008 e abril de 2009 e que, no ano de 2009, existem 25,5 milhões de pessoas no País com acesso residencial ativo à internet.

Com base nesses dados percebe-se que o número de consumidores que usam a internet aumenta consideravelmente a cada dia. Tornando-se necessário que, a cada vez, um site, deva procurar ter um aumento dos visitantes, como também de seu público alvo. Além de criar campanhas, na rede, capazes de divulgar seu negócio.

De acordo com Nunes (2010), a principal maneira de navegação na web é através de links contidos em websites, redes sociais, fóruns e diversos outros pontos de partida que permitem uma navegação fácil e rápida entre páginas internas e externas. Uma boa estratégia de link building consiste em captar uma grande quantidade de links de outros sites (também conhecidos como “outbound links” ou “links externos”) que apontem para o seu site.

De acordo com o site ClubedoDinheiro.com (2009), um link é um mecanismo muito utilizado em páginas da Internet para referenciar conteúdos que o visitante pode ter interesse em ler. O Google, bem como diversos outros mecanismos de busca, sabendo disso, perceberam a importância que os links possuem na construção de uma web mais interativa e de maior relevância no conteúdo. Desta forma, o Google decidiu incluir em seu mecanismo de busca parâmetros relacionados a links para a definição da importância de cada página relacionada a cada palavra-chave.

Segundo Miranda (2005), o bom posicionamento do site nos mecanismos de busca traz muitos benefícios e o principal deles é, sem dúvida, o de se conseguir uma eficiente propaganda a preço baixo. É uma das formas mais baratas de propaganda de mercadorias ou serviços. Provavelmente não há outro instrumento de mercado que se compare ao bom posicionamento, em termos de promoção, especialmente se o site é bem otimizado. Por bom posicionamento entende-se o site que figura entre os 30 primeiros nos grandes mecanismos de busca para o maior número possível de palavras e frases-chave e, principalmente, para a palavra ou frase-chave primária.

Para que isso ocorra o ideal é que quanto maior for a quantidade de links apontando para seu site, maior será a relevância dele perante aos buscadores. Nesse contexto destaca-se o uso do Link Building que, de acordo com Souza (2008), é a prática de se conseguir links para o seu site. Como se sabe, links são considerados votos para um site, assim, quanto maior o número de votos que um site receber, melhor será seu ranking nos resultados de busca.

### **3. Link Building: conceitos**

Entende-se por Link Building, de acordo com o site ClubedoDinheiro.com (2009), como o termo que define qualquer estratégia adotada que busca aumentar a quantidade e a relevância dos links que apontam para uma determinada página. Sendo uma estratégia de link building bastante adotada, a utilização de fóruns, blogs, diretórios, agregadores de conteúdo, e outros websites que permitam comentários e discussões entre membros bem como a publicação de links. Desta forma, participando da mesma como um mero usuário, a pessoa indica algumas de suas páginas, bem como o endereço do website, e se os links lá publicados não forem do tipo nofollow, aquela pessoa acaba de ganhar mais alguns backlinks.

Segundo Ribeiro (2009), o Link Building, como o próprio nome indica, está diretamente relacionado com links que apontam para a nossa página. No entanto o objetivo não é ter uma gigantesca plateia de links. Os links são apenas um dos veículos

para um melhor posicionamento nos motores de busca, ainda que não sejam o mais importante de todos. Transformando o Link Building em uma estratégia que visa claramente o aumento de tráfego continuado.

Ainda de acordo com Ribeiro (2009), Link Building é o conjunto de técnicas de Search engine Optimization - SEO e otimização de sites responsável pela arquitetura interna de links de um site e pela conquista de links externos, que são tão importantes quanto os links internos. Os links são a forma pela qual os buscadores navegam pela internet, descobrem novos sites e determinam o ranking dos sites. Os benefícios que os links trazem para o site são vários, especialmente se o Link Building for feito corretamente. Os objetivos de conseguir links com uma campanha de Link Building são, não só conseguir links para aumentar o [PageRank](#) e um melhor posicionamento do site nas buscas, como também conseguir aumentar as visitas do site.

#### 4. Técnicas de Link Building

Várias são as técnicas de Link Building, mas, dentre as mais utilizadas, destacam-se o Link Baiting, o posicionamento de Diretórios, press releases, aplicativos, a Troca de links, compra de links entre outros, conforme Figura 2.

Segundo Ferreira (2009), o Link Baiting é uma técnica que explora o compartilhamento de links como forma de agregar, confirmar ou até mesmo modificar o conceito de determinados assuntos corrente. É o poder de criar algo chamado como Link Magnet, ou seja, é um conteúdo que chama a atenção e atrai links. Geralmente os links são compartilhados em comentários em blogs, e tem maior compartilhamento em posts que tem grande tendência em gerar uma quantidade grande de comentários.

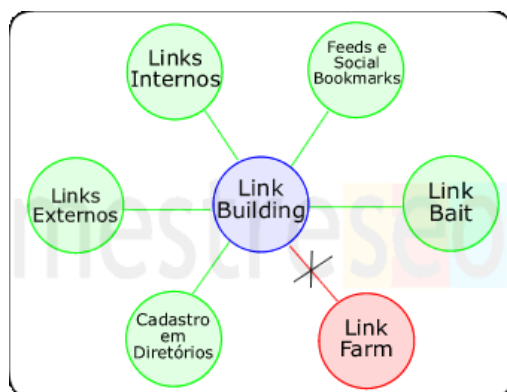


Figure 2. Link Building. Fonte: dos autores.

De acordo com artigo veiculado pela empresa SEOMaster (2008), o posicionamento de diretórios trata-se de um catálogo de sites na Internet. Ao submeter uma página para um diretório de sites, além do ganho de tráfego proveniente do próprio diretório, a página irá receber também um ou mais links apontando para ela. Esses links são de grande importância, pois funcionam como votos de confiança para Google, Yahoo e Bing, sendo este o principal critério analisado no momento de determinar o posicionamento de um site nos resultados das buscas.

Uma maneira de se conseguir links é através de Press Releases, que são comunicados de imprensa, onde se divulga novidades da empresa, dados estatísticos criados pela empresa, é um comunicado que venha a agregar valor ao

mercado(newsworthy). Utiliza-se distribuidores de press releases pela internet, e a distribuição é feita em diversos veículos de comunicação, atingindo uma grande quantidade de canais que possuirão links apontando para o website.

Existe o método da criação de aplicativos que forneçam algo interessante a seus usuários, onde estes poderão utiliza-los no próprios sites. Obviamente o aplicativo contém um link para seu site. Divulgue bem os aplicativos na internet e quanto mais pessoas utilizarem-no, haverá mais links apontando para o site.

Conforme Miranda (2007) relata, a troca de links é um sistema em que um site aponta um link para outro e este, em reciprocidade, aponta também um link para o primeiro. Essa troca é precedida de entendimento entre as partes. A origem do procedimento está no conceito de popularidade do link. A popularidade do site pode ser avaliada pela quantidade de links que apontam para ele. Este conceito de popularidade do link, criado pelo Google, foi logo distorcido com a criação das chamadas "Link Farms" ou Coleção de Links, em que centenas ou milhares de links, quase todos artificiais, apontavam para uma ou mais homes. Isto foi logo condenado e o Google tratou de se proteger.

A Compra de Links que, de acordo com Albocino (2010), é uma prática bem arriscada, já que basta que o Google perceba que um deles foi comprado para aplicar punição. Entendendo-se por punição quando Google deixa de posicionar bem o website relatado. Ou seja, seu site não será mais encontrado nem mesmo se o usuário digitar o nome da empresa. Esse método não segue as normas propostas nas diretrizes do Google.

Existem ainda outras diversas maneiras de promoção, e que consistem basicamente na busca por locais onde consegue-se fazer propagações de conteúdo que permitem um link apontando para o website.

## **5. Conclusão**

O uso do Link Building é uma estratégia que mostra-se extremamente válida como ferramenta na promoção de seu site. Baseando-se na força que os links exercem na hora de serem analisados pelos mecanismos de busca, pode-se dizer que a promoção feita através de ações de Link Building conseguem ajudar bastante na visibilidade de um website. Como observa-se cada vez mais um aumento do uso da internet, podemos ver tendências focadas em marketing online, e através de SEO, que inclui técnicas de link building, tem-se uma enorme forma de divulgação em nossas mãos.

## **6. Referências**

BEST ARTICLE CREATOR. (2010) "Basic Article Marketing – Link Building".

Disponível em: <http://bestarticlecreator.com/>. Acesso em 02/08/2010 (Figura 1)

MESTRE SEO. "Link Building – Construindo Sucesso". (2010) Disponível em:

<http://www.mestreseo.com.br/link-building/link-building-construindo-sucesso>.

Acesso em 02/08/2010 (Figura 2)

CLUBE DO DINHEIRO. "Técnicas de SEO – parte 3". (2009) Disponível em:

<http://www.clube-do-dinheiro.com/2009/12/15/tecnicas-de-seo-parte-3/>. Acesso em: 02/06/2010. 2009.

- FERREIRA. Thiago Blauth. “Seeding e LinkBaiting: Estratégias Para Despertar Interesse e Atrair Leitores!” (2010) Disponível em: <http://www.ikaro.net/br/2009/12/seedling-linkbaiting.html>. Acesso em: 04/06/2010.
- IBOPE. “Usuários de Internet no Brasil”. (2009) Disponível em: [www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br). Acesso em: 24/05/2010. 2009.
- MIRANDA. Ruy. “Holofotes na troca de links”. (2007) Disponível em: <http://www.otimizacao-sites-busca.com/art-misc/troca-links.htm>. Acesso em: 14/06/2010. 2007.
- MIRANDA. Ruy. “Benefícios do Bom Posicionamento do Site nos Mecanismos de Busca”. (2005) Disponível em: <http://www.otimizacao-sites-busca.com/posicionamento/beneficios.htm>. Acesso em: 14/06/2010. 2005.
- RIBEIRO. Ricardo. “Introdução ao Link Building – Primeiros Conceitos”. (2009) Disponível em: <http://casadocartuchos.com.br/blog/2009/10/09/introducao-ao-link-building-primeiros-conceitos/>. Acesso em: 10/06/2010.2009.
- SEOMaster. “Cadastro em Diretórios de Sites”. (2008) Disponível em: <http://www.seomaster.com.br/cadastro-diretorios-sites.html>. Acesso em: 25/05/2010. 2008.
- SOUZA. Nathalia. “Conceitos básicos de SEO”. (2008) Disponível em: <http://www.mestreseo.com.br/seo/conceitos-basicos-seo>. Acesso em: 14/06/2010. 2008.