

## Resultados de busca escondem trapaça

David Segal

*Saiba como o Google foi enganado para que uma loja de departamentos dos EUA aparecesse no topo das listas*

*Esquema conhecido como manobra do "chapéu preto" beneficiou a empresa JCPenney*

Imagine que você é o mecanismo de busca do Google. Alguém digita "vestidos" e clica em Pesquisar. Qual será o primeiro resultado? Há muitas possibilidades, como grandes lojas ou um texto da Wikipédia. Nos últimos meses, porém, um nome tem aparecido com uma regularidade incrível, sempre em primeiro lugar: JCPenney, cadeia norte-americana de lojas de departamento que faturou US\$ 17,8 bilhões (R\$ 29,7 bi) no ano passado.

Durante meses, ela esteve sempre no topo ou próxima dele nos resultados das pesquisas para "jeans skinny", "decoreação", "acolchoado" e dezenas de outras palavras e frases genéricas ("tolhas de mesa") ou superespecíficas ("cortinas com ilhós").

A JCPenney chegou a superar os sites de fabricantes em pesquisas por seus produtos. Você digitava "bagagem de mão Samsonite", por exemplo, e a JCPenney, durante meses, ficou em primeiro lugar na lista, na frente do site Samsonite.com.

Com mais de 1.100 lojas, a JCPenney é certamente importante no varejo norte-americano. Mas o objetivo declarado do Google é vasculhar a internet e encontrar os sites mais importantes e relevantes para o usuário.

### "CHAPÉU PRETO"

O "New York Times" pediu a um especialista em pesquisa on-line, Doug Pierce, analista da Fountain Media em Nova York, para estudar o caso. O que ele encontrou sugere que o ato mais mundano da era digital, a busca no Google, muitas vezes representa a sobreposição de camadas e mais camadas de intriga. E a intriga começa no mundo subterrâneo do "chapéu preto" ("black hat", em inglês), a arte sombria de elevar o perfil de um site por meio de métodos que o Google considera trapaça.

A prática não é ilegal, mas adotá-la é correr o risco de atrair a ira do Google. A empresa define uma linha bem clara entre as técnicas que considera enganosas e as abordagens "chapéu branco", que são formas legítimas de aumentar a visibilidade de um site. Os resultados da JCPenney foram obtidos a partir de métodos considerados incorretos, diz Pierce.

Para entender a estratégia que manteve a JCPenney na pole position por tanto tempo, é preciso saber como os sites chegam ao topo dos resultados do Google. Ao gerar resultados orgânicos -sem contar os links patrocinados-, o algoritmo do Google leva em consideração dezenas de critérios, muitos dos quais a empresa não revela.

### LINKS PAGOS

Mas há um fator crucial divulgado em detalhe: links de um site para outro.

Se você é proprietário de um site, por exemplo, sobre culinária chinesa, o ranking desse site no Google irá melhorar se outros sites tiverem um link para ele. Quanto mais links para o seu site, especialmente os vindos de outros sites de culinária chinesa, melhor será o seu ranking. De certa forma, o que o Google está medindo é a popularidade do seu site por meio da análise de fãs de culinária chinesa e contando os links para o seu site como um voto de aprovação.

Mesmo links que não tenham nada a ver com culinária chinesa podem reforçar o seu perfil se o seu site tiver bastante deles. E é aqui que entra a estratégia usada pela JCPenney. Alguém pagou para colocar, em centenas de sites espalhados pela internet, milhares de links que levam diretamente ao endereço JCPenney.com.

## **Especialista explica como funciona a venda de links**

Um especialista em vendas de links chamado Mark Stevens -que afirma não ter nada a ver com os links da JCPenney- concordou em conversar com a reportagem.

O "chapéu preto" exigiu, porém, que a sua empresa não fosse citada, uma precaução que justificou contando o que aconteceu quando a empresa aparentemente irritou o Google alguns meses atrás.

"Eu publiquei uma vaga de emprego em uma lista de e-mails de ex-alunos de engenharia da Universidade Stanford e mencionei o nome de nossa empresa juntamente com uma breve descrição do que fazíamos. Eu acho que alguns funcionários do Google viram isso."

Em questão de dias, a empresa não podia mais ser encontrada por meio de uma busca no Google.

"Literalmente, você digitava o nome da empresa na caixa de pesquisa, e nós não aparecíamos em lugar nenhum. Você nos encontraria se soubesse o nosso endereço na rede. Mas, em termos de busca, nós desaparecemos", disse ele.

### **TROCA DE NOME**

A empresa agora opera sob um novo nome e de modo discreto em um escritório em um edifício brilhante, envidraçado e de porte médio localizado perto da Rota 101 em Redwood City, na Califórnia.

Stevens é um jovem de 31 anos de idade, nascido em Cingapura e com aparência de bem mais jovem. (Stevens é o nome que usa no trabalho. Segundo ele, seu sobrenome é chinês, e não quis nos contar.)

Ele fala com um leve sotaque e uma vigorosa quietude, como alguém preocupado com bisbilhoteiros. E descreve seu trabalho com um sorriso travesso de estudante universitário que acabou de esconder uma bombinha de mau cheiro.

"O segredo é lançar a campanha lentamente", disse ele. "Muitas empresas estão com pressa. Elas querem o maior número de links que pudermos lhes oferecer e o mais rápido possível. Mas o Google irá descobrir e marcar um site que vai, em uma semana, de zero a algumas centenas de links."

A parte mais difícil da venda de links, explicou ele, é conseguir clientes ricos e importantes. Outra dificuldade é encontrar sites de qualidade para publicar links.

A pessoa que criou a campanha JCPenney.com, disse ele, confiou em sites baratos e cheios de spam -do tipo que tem baixo PageRank, como o Google chama a sua avaliação patenteada de qualidade de sites. Quanto maior o PageRank, maior o "combustível Google" que um site é capaz de oferecer.

### **PAGAMENTO ON-LINE**

Stevens afirmou que os proprietários de sites, ou editores, como ele os chama, recebem uma pequena remuneração por link, e a transação é feita toda pela internet.

Os editores podem rejeitar certas palavras-chave e links, mas, na maioria das vezes, o sistema funciona em um tipo de piloto automático. Um cliente paga Stevens e seus colegas por um link, que é então inserido em alguns sites. O pagamento aos editores é feito via PayPal.

### **JCPenney nega envolvimento na prática do "chapéu preto"**

A JCPenney afirma que não tem nada a ver com a manobra do "chapéu preto". Darcie Brossart, porta-voz da empresa, disse por e-mail que "a J.C. Penney não autorizou e não esteve envolvida na publicação dos links citados". Acrescentou: "Eles são contra as nossas políticas de busca natural on-line. Estamos trabalhando para remover os links".

Os links não têm impressões digitais, mas nada a respeito deles foi sutil.

Usando uma ferramenta on-line chamada Open Site Explorer, Pierce encontrou 2.015 páginas com frases como "vestidos casuais", "vestido preto básico", "vestidos de noite" ou "vestido de coquetel". Clique em qualquer uma dessas frases em qualquer uma dessas 2.015 páginas, e você será enviado diretamente para a página de vestidos do JCPenney.com.

## **LIGAÇÃO SEM NOÇÃO**

Algumas das 2.015 páginas ficam em sites sobre roupas, ainda que apenas no nome. Mas a maioria não. Havia links em sites de apostas, de engenharia, de imobiliárias e de instituições de ensino; também havia em sites sobre doenças, câmeras, carros, cães e ronco - e a lista não para por aí.

Quando você lê a enorme lista de sites com links para o site da JCPenney, o cenário da internet adquire um relevo totalmente novo. Ele começa a se parecer com uma cidade com poucos prédios conhecidos e bem preservados cercados por milhões de casebres mantidos em posição vertical sem nenhuma finalidade a não ser estampar os anúncios pintados em suas paredes.

Explorar esses casebres com links é algo que o Google não aceita. As orientações da empresa advertem contra o uso de truques para melhorar o seu ranking. A penalidade para quem é pego é um par de sapatos de concreto virtual: a empresa afunda nos resultados do Google.

## **AÇÃO CORRETIVA**

Matt Cutts, chefe da equipe antispam do Google, disse que a empresa havia detectado violações a suas orientações pelo site JCPenney.com em três ocasiões. A cada vez, foram tomadas medidas a fim de reduzir os resultados de busca da JCPenney.

Cutts e sua equipe não haviam percebido, porém, essa recente campanha de links pagos, que ele disse estar funcionando nos últimos três ou quatro meses. E tomou medidas imediatas, que o Google chama de "ação corretiva".

A JCPenney reagiu demitindo a empresa que lhe dava consultoria na área de buscas. E emitiu um comunicado em que diz: "Estamos desapontados com o fato de o Google ter reduzido os nossos rankings em sua página devido a essa questão, mas continuaremos a trabalhar ativamente para manter a nossa posição naturalmente elevada nas buscas".

A empresa afirma que, embora a coleção de links certamente tenha trazido rendimentos adicionais, não chegou a representar a descoberta de uma mina de ouro.

Apenas 7% do tráfego do site JCPenney.com vem de cliques em resultados de busca orgânica, afirma a nota. Uma fonte muito maior de lucros na temporada de festas veio de parcerias com empresas como o Yahoo! e a Time Warner, de novos aplicativos móveis e de quiosques nas lojas.

## **Google faz série de mudanças para melhorar resultados de busca**

Nos últimos dias, o Google tem anunciado uma série de medidas para tentar aperfeiçoar seus resultados de busca.

No dia 14 de fevereiro, a empresa lançou uma extensão para seu navegador Chrome que permite ao usuário bloquear determinados sites de modo que eles nunca apareçam em suas pesquisas ([bit.ly/pblchrome](http://bit.ly/pblchrome)).

No último dia 24, o Google anunciou melhorias em seu algoritmo que, segundo a empresa, impactam 11,8% das buscas realizadas no site.

"Essa atualização foi desenvolvida para reduzir a colocação de sites de baixa qualidade - páginas que são de pouco valor para usuários, que copiam conteúdo de outros websites ou que não são muito úteis", escreveram engenheiros do Google no blog oficial da empresa ([bit.ly/novoalg](http://bit.ly/novoalg)).

**Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 2 mar. 2011, tec, p. F6.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais