

SEO para jornalistas: por que é preciso aprender isso?

Hoje, não basta um texto bem escrito na web, com conteúdo informativo e relevante. É preciso que esse material tenha também as técnicas para conquistar um bom posicionamento orgânico.

22/07/2020 09:54:27

SEO para jornalistas? Sim, isso mesmo. A era digital vem gerando grandes mudanças na comunicação e algo que se tornou extremamente importante é o SEO. Hoje, não basta um texto bem escrito na web, com conteúdo informativo e relevante. É preciso que esse material tenha também as técnicas para conquistar um bom posicionamento orgânico.

Além disso, saber SEO é atualmente uma das habilidades mais exigidas pelo mercado. Basta ver as vagas de emprego atuais para jornalistas. Muitas exigem este conhecimento. Até para ser assessor de imprensa é importante dominar o assunto.

Mas, afinal, em primeiro lugar, o que é SEO? Resumindo, o Search Engine Optimization (Otimização para mecanismos de busca) é um conjunto de técnicas para fazer com que textos, vídeos, páginas e sites sejam bem ranqueados organicamente nos buscadores, como Google, Bing e Yahoo.

Os resultados orgânicos são aqueles que aparecem de imediato, abaixo dos anúncios, quando se faz uma pesquisa no Google. E, claro, dependendo da expressão buscada, podem surgir dezenas de páginas com resultados.

De acordo com um levantamento do Google, 95% das pessoas não passam para a segunda página quando fazem uma pesquisa. Isso acontece porque hoje a navegação é feita de forma extremamente rápida. Os usuários querem a solução para os problemas imediatamente. E tendem a acessar o que está ali, mais fácil, a um clique.

Mas como se destacar em meio à multidão? É justamente aí que entram as técnicas. E a importância do SEO para jornalistas.

Por exemplo, um post feito para o site ou blog de um cliente. Normalmente é trabalhoso produzir, às vezes são feitas até entrevistas e pesquisas e, no final, o texto fica redondinho. Então, o material vai para o ar e poucas pessoas leem. Pior: depois disso, ele nem aparece nos primeiros resultados do

Google. É como se o texto não existisse para a principal ferramenta de pesquisa da internet.

Já o mesmo post, bem posicionado na primeira página do Google, quando pesquisam por determinada expressão, tem valor imensurável. Pode render centenas e até milhares de acessos, de forma gratuita.

Além de certamente aumentar a audiência de um material - e, conseqüentemente, do site -, o bom posicionamento orgânico transmite autoridade. Portanto, quem aparece no topo é mais valorizado.

Tudo isso reforça a relevância que o SEO tem para o mercado hoje em dia. E aí fica difícil compreender como os jornalistas ainda fazem textos sem a técnica.

Vale ressaltar que mesmo os artigos e as reportagens publicadas em veículos impressos (jornais e revistas) deveriam ser adaptadas quando subissem para o online. Em portais e materiais para blogs e sites, então, isso é obrigatório.

O grande desafio dos jornalistas é produzir conteúdo informativo, relevante, com leitura agradável e que, além de tudo isso, possua as técnicas de SEO. E O Google tem centenas de fatores de ranqueamento.

Para a compreensão ficar mais fácil, seguem abaixo quatro técnicas de SEO aplicadas neste conteúdo:

- 1) Antes de qualquer coisa, é preciso definir a palavra-chave do texto. No caso deste conteúdo, a escolhida foi "SEO para jornalistas".
- 2) A palavra-chave foi usada no título.
- 3) O termo "SEO para jornalistas" foi inserido na url (link).
- 4) A palavra-chave foi espalhada ao longo do texto, mas sem ficar muito repetitivo (isso é muito importante).

Portanto, se antes a maior preocupação do jornalista era com o lide, hoje, tão importante quanto (ou até mais), são as técnicas de SEO.

Autor: Almir Rizzatto é jornalista, idealizador da Escola Digitalista, especialista em Marketing Digital e instrutor do curso SEO para jornalistas. Desde 2016 vem ministrando treinamentos na área digital para jornalistas, já tendo capacitado mais de 1.000 profissionais. www.escola.digitalista.com.br

