GEO em uma página

GEO (Generative Engine Optimization) é a disciplina que prepara uma marca para ser compreendida, recuperada e citada por sistemas de IA generativa, como o ChatGPT, o Gemini, o Perplexity e o Modo IA do Google. Enquanto o SEO disputa posição numa lista de links, o GEO disputa presença dentro da resposta. A sigla não tem relação com geolocalização.

1 As 3 etapas de uma resposta de IA

Recuperação	A IA busca na web, ou no próprio índice, o que parece responder à pergunta. Muitas vezes desdobra a pergunta em buscas menores (query fan-out).
Interpretação	A IA precisa entender quem é a marca: o que faz, onde atua e em que é especialista. Informação diferente em cada canal gera dúvida.
Citação	A IA escolhe o que usar e de quem citar a fonte. Pesam a clareza do trecho, os dados e a confiança na origem.

2 O que o estudo mediu

O termo vem do estudo "GEO: Generative Engine Optimization" (Princeton e IIT Delhi, 2023; KDD 2024): 10 mil perguntas e 9 tipos de mudança no conteúdo. Três mudanças se destacaram:

- citar fontes;
- incluir citações de especialistas;
- acrescentar estatísticas.

até 40% mais visibilidade das fontes nas respostas, no ambiente de teste do estudo

Repetir palavras-chave quase não teve efeito.

Limite: o estudo usou um mecanismo de testes, em ambiente controlado. Ele mostra uma direção e não garante resultado em nenhuma plataforma.

3 Checklist das 4 frentes

FRENTE 1

Seja uma fonte confiável sobre você

- [ ] Página oficial com os fatos da empresa
- [ ] Os mesmos fatos em todos os canais: site, redes, perfis e diretórios

FRENTE 2

Produza conteúdo citável

- [ ] Respostas diretas a perguntas reais
- [ ] Dados com fonte e data
- [ ] Autoria visível

FRENTE 3

Deixe o site legível para as máquinas

- [ ] Robôs de IA sem bloqueio acidental
- [ ] Dados estruturados
- [ ] Títulos e listas de verdade

FRENTE 4

Meça

- [ ] As mesmas perguntas, nas mesmas plataformas, de tempos em tempos: a marca aparece, em que posição e com que informações

4 Por que importa no Brasil

50 milhões

de brasileiros já usam IA generativa, perto de 1 em cada 3 usuários de internet do país.

Parte das perguntas que iam para o Google agora vai também para uma conversa com uma IA, e a resposta pode chegar sem visita ao site.

5 GEO e SEO juntos

GEO não substitui o SEO. As IAs usam, em boa parte, os mesmos sinais que os buscadores: conteúdo de qualidade, autoridade e um site bem construído. Nenhum dos dois garante citação; o que dá para fazer é aumentar a chance, com método e medição.

Fontes. Aggarwal, P. e outros. "GEO: Generative Engine Optimization". arXiv 2311.09735, 2023; KDD 2024 (arxiv.org/abs/2311.09735). Cetic.br/CGI.br, TIC Domicílios 2025, divulgada em 09/12/2025. Flowup Agency, "O que é GEO e qual é a diferença para o SEO", flowup.agency/seo-vs-geo/, publicado em 24/08/2026.