# SEO em uma página

**SEO (Search Engine Optimization), ou otimização para mecanismos de busca, é o trabalho de ajudar os buscadores a encontrar, entender e mostrar as páginas de um site para quem procura por aquele assunto.** Ele junta três frentes: a técnica do site, o conteúdo e a autoridade. É também a base sobre a qual o GEO e o AEO trabalham.

## 1 As 3 etapas do buscador

| | |
|---|---|
| **Rastreamento** | Robôs percorrem a internet seguindo links e descobrem páginas novas ou atualizadas. |
| **Indexação** | O buscador tenta entender do que cada página trata e guarda essas informações num índice, como o catálogo de uma biblioteca. |
| **Exibição** | Diante de uma pergunta, o buscador escolhe no índice as páginas mais úteis e relevantes. Se a página trava em uma etapa, ela não aparece. |

## 2 O que o SEO não é

**Não é truque**
Repetir a mesma palavra-chave muitas vezes não funciona há muito tempo, e pode atrapalhar.

**Não é anúncio**
Os resultados pagos são outra coisa. O SEO trabalha os resultados orgânicos.

**Não tem garantia de posição**
Segundo o Google, ninguém pode garantir o primeiro lugar nos resultados.

## 3 As 3 frentes, com exemplos

FRENTE 1
### SEO técnico
- Site rápido e bom no celular
- Endereços organizados e mapa do site
- Dados estruturados

Tudo o que facilita a vida dos robôs.

FRENTE 2
### Conteúdo
- Uma página para cada assunto importante
- Respostas úteis e completas a perguntas reais
- Exemplos e dados com fonte

Conteúdo criado principalmente para pessoas, e não para manipular os resultados.

FRENTE 3
### Autoridade
- Autoria clara
- Menções e links de outros sites
- Reputação no mercado

E-E-A-T: experiência, especialidade, autoridade e confiança.

## 4 Checklist dos 4 primeiros passos

- [ ] **Search Console configurado** e as páginas importantes no índice.
- [ ] **Uma página por assunto importante**, respondendo bem a uma intenção de busca.
- [ ] **Conteúdo que responde perguntas reais**, com clareza, exemplos e fonte.
- [ ] **Autoria visível e plano de autoridade**, com regularidade e menções em lugares que o seu público respeita.

## 5 SEO na era da IA

**O SEO continua sendo a base.** As IAs também buscam informação na web e precisam encontrar, ler e confiar nas páginas que usam nas respostas.

O que muda é o objetivo: além de aparecer na lista de links, a marca precisa ser entendida como fonte. Esse é o trabalho do GEO e do AEO, nos episódios 05 e 06.

**Fontes (Google Search Central, consultadas em 13/11/2026).** “Guia de otimização de mecanismos de pesquisa (SEO) para iniciantes”, atualizado em 18/12/2025. “Como a Pesquisa Google funciona”, atualizado em 18/12/2025. “Como criar conteúdo útil, confiável e que prioriza as pessoas”, atualizado em 11/11/2026. “Você precisa de SEO?”, atualizado em 10/06/2026. Todas em developers.google.com/search/docs, versão em português.