

The logo for NR7, featuring the lowercase letters 'nr7' in a bold, white, sans-serif font. The 'n' and 'r' are connected, and the '7' is a simple, blocky numeral.

# GEO

Entenda o que é e por  
que ele é importante

An aerial photograph of a dense urban landscape, likely São Paulo, Brazil, featuring numerous high-rise buildings and a prominent white graphic of large parentheses. The text 'O que é GEO?' is centered within the parentheses.

O que é GEO?

# GEO

*Generative Engine Optimization  
(Otimização para Motores Generativos)*

**GEO** é um conjunto de estratégias e técnicas focado em otimizar a presença online de uma marca para que ela seja **encontrada, compreendida e recomendada** por ferramentas de **Inteligência Artificial Generativa**.

Você mencionado por eles:



# As IAs generativas **não** "pesquisam no Google" da forma tradicional.

Elas são alimentadas por bilhões de dados e textos da internet, além de fazerem buscas em tempo real.

O **GEO** garante que os dados da sua empresa sejam de **alta qualidade, estruturados e fáceis de serem assimilados** por esses modelos durante suas varreduras.

Para decidir em quem confiar, as IAs utilizam as diretrizes do **E-E-A-T** (*Experiência, Expertise, Autoridade e Confiabilidade*).

O **GEO** constrói essa camada de confiança na internet por meio de **dados proprietários, citações em portais de notícias de grande reputação e avaliações consistentes**.

1

### Recebe o termo de busca

O usuário faz uma pergunta complexa ou conversacional.

2

### Query Fan-out (Desmembramento)

IA analisa a pergunta e cria múltiplos termos de pesquisa paralelos para cobrir todas as dúvidas ocultas daquele usuário.

3

### Recuperação de Informações (RAG)

IA busca informações simultaneamente em diversas fontes da internet com base nesses novos termos gerados.

4

### Processamento e Filtragem

O LLM seleciona os resultados mais confiáveis e cruza os dados.

5

### Geração da Resposta

Sintetiza uma resposta única, fluida e personalizada.

# GEO x SEO

## SEO (Search Engine Optimization):

Focado em ranquear páginas web em buscadores tradicionais através de palavras-chave, cliques e tráfego direto para o site. **Objetivo:** ficar em 1º lugar na listagem.

## GEO (Generative Engine Optimization):

Focado em treinar algoritmos de IA e modelos de linguagem para que eles citem e recomendem a marca em respostas conversacionais. **Objetivo:** ser fonte de autoridade da resposta.

## Não é um ou outro. É um dentro do outro.

O **SEO** constrói a infraestrutura que os buscadores precisam para encontrar e confiar no seu conteúdo — estrutura técnica, autoridade de domínio e relevância por palavras-chave.

O **GEO** parte dessa base e vai além: prepara o conteúdo para ser compreendido, citado e recomendado por IAs generativas.

O SEO coloca sua marca no **resultado**.  
O GEO coloca sua marca na **resposta**.

Fazer GEO sem  
SEO **é impossível.**  
Fazer apenas SEO é  
**ficar obsoleto.**

## Explicando na prática (SEO)

### Texto pensado para SEO

“A NR7 é uma agência de comunicação em São Paulo especializada em PR e marketing digital.

Oferecemos serviços de assessoria de imprensa, produção de conteúdo e estratégia digital para empresas de todos os tamanhos.

Se você busca uma agência de PR em São Paulo, entre em contato.”

## Explicando na prática (GEO)

### Texto adaptado para GEO

”Assessoria de imprensa vai muito além de releases.

Na NR7, desenvolvemos estratégias de PR integradas à presença digital da marca — desde a conquista de espaço em veículos tier 1 até a construção de autoridade que faz com que IAs generativas recomendem a sua empresa.

Atuamos com clientes em setores como tecnologia e varejo, com foco em resultados mensuráveis: cobertura editorial qualificada, backlinks de alto valor e citações que constroem o E-E-A-T da marca.”

## Por que o texto SEO não funciona mais sozinho

O texto repete palavras-chave (“agência de PR”, “São Paulo”, “marketing digital”) para ranquear no Google, **mas não responde à dúvida real** de quem busca por uma solução.

Pode atrair cliques, mas não tem contexto nem profundidade suficientes para ser interpretado e citado por uma IA generativa.

## Por que o texto GEO funciona

- **Responde à intenção real da busca** (“o que uma agência de PR entrega na prática?”);
- **Explica como o serviço funciona e qual problema ele resolve**, com linguagem clara e específica;
- **Demonstra expertise e autoridade** ao citar setores de atuação, tipos de resultado e métricas relevantes (E-E-A-T);
- **É legível tanto para humanos quanto para IAs**, que conseguem interpretar o contexto, identificar a especialidade da empresa e citá-la como fonte de autoridade em respostas sobre PR e comunicação.

Por que (GEO) é  
**importante?**

# 32%

dos usuários de internet no Brasil usam IAs generativas

[TIC Domicílios 2025](#) | [Cetic.br](#)



# -35%

nos cliques em resultados com AI Overview do Google

[Ahrefs 2025](#)

# 900 milhões

de usuários ativos semanais no chat GPT em 2026

[OpenAI 2026](#) | [Tecmundo](#)

Marcas citadas em AI Overviews recebem

# 35%

mais cliques orgânicos

[Seer Interactive 2026](#) | [IDEAVA](#)

## Por que GEO é importante

O aumento das buscas em IAs generativas e a utilização da AIO **está diretamente ligado às quedas nos cliques** em buscadores tradicionais.

Hoje, estar no topo do ranking das buscas do Google **não garante mais ser o site mais acessado**, se sua empresa não estiver sendo mencionada pelas IAs.

## O outro lado

Uma empresa **frequentemente citada de maneira positiva** pelas IAs — embora o volume absoluto de cliques venha a diminuir — passa a receber **acessos muito mais valiosos**.

# 4 principais otimizações de GEO

# 01

Os robôs da IA precisam conseguir **acessar e ler o site sem barreiras.**

Dados estruturados traduzem o conteúdo para os robôs e através da liberação dos bots, eles entram e coletam as informações necessárias.

- ① Dados Estruturados ([Schema.org](https://schema.org))  
*Marcações facilitadoras para leitura de IA*
- ① Permissão de Acesso aos Bots de IA  
*Seu site pode estar bloqueando o acesso das IAs sem que você saiba*

## 02

Produzir conteúdos e artigos otimizados para GEO é a forma mais direta de **fornecer o combustível que a IA precisa** para recomendar a sua empresa.

- ① Utilizar técnicas de SEO e E-E-A-T
- ① Conteúdos que respondem perguntas frequentes dos clientes
- ① Palavras chave de cauda longa/ perguntas específicas
- ① FAQ - perguntas e respostas
- ① Construir conteúdos robustos, mas que não sejam genéricos ou redundantes

## 02

Produzir conteúdos e artigos otimizados para GEO é a forma mais direta de **fornecer o combustível que a IA precisa** para recomendar a sua empresa.

- ① Conteúdos com fontes com credibilidade
- ① Conteúdos em formatos de listas e expertise na utilização de subtítulos (h2, h3...)
- ① Citação de dados e cases reais  
*Dados proprietários chamam atenção*
- ① Pesquisas  
*A IA é obrigada a citar a fonte de pesquisas, portanto são extremamente valiosas*

# 03

As ferramentas de IA generativa dão preferência a **informações recentes** para evitar passar dados obsoletos aos usuários.

➤ Atualizar e checar se informações e dados estão consistentes em todos os canais e redes sociais

*Atenção especial para:*



# 04

Para as IAs generativas, a confiança em uma marca não é construída pelo que ela diz sobre si mesma — **mas pelo que outros dizem sobre ela.**

Isso significa que a presença em **portais de imprensa, veículos especializados e publicações de referência** é, na prática, o principal combustível para o E-E-A-T.

Fazer PR tradicional  
é diferente de fazer  
**PR estratégico com  
visão de GEO**

# PR profissional como ponto estratégico dentro do GEO

- ① **Citações em sites tier 1 e veículos especializados:** Uma matéria no Valor Econômico, na Folha de S.Paulo ou em um portal setorial de referência impulsiona a reputação de marca e cria um sinal de autoridade rastreável pelas IAs. Modelos como ChatGPT e Gemini são alimentados com conteúdo desses veículos. Ser mencionado por eles significa entrar no banco de dados de confiança das IAs.
- ① **Backlinks editoriais de alto valor:** Diferente de backlinks comprados, os backlinks conquistados via PR editorial carregam o peso da reputação do veículo que os gera. Para o GEO, eles funcionam como "votos de confiança" que os modelos de IA utilizam para avaliar a credibilidade de uma marca.
- ① **Consistência de informações em plataformas-chave:** As IAs cruzam dados de múltiplas fontes. Informações contraditórias entre LinkedIn, Wikipedia, Google Meu Negócio e portais de notícias geram ruído e reduzem a confiança atribuída à marca. O PR organiza e alinha essa narrativa em todos os canais.

# 7 Dicas práticas para começar hoje

① **Teste seu nome no ChatGPT, Gemini e Perplexity:** Abra as três plataformas e pesquise:

- "Qual é [nome da sua empresa]?",
- "Quais agências de [seu setor] você recomenda em [sua cidade]?"
- "O que você sabe sobre [nome da empresa]?"

Anote o que aparece — e o que não aparece. Essa é sua linha de base.

① **Verifique se seu site está bloqueando bots de IA:** Muitos sites possuem configurações no arquivo robots.txt que inadvertidamente bloqueiam os crawlers de IAs como GPTBot (OpenAI), Google-Extended e outros. Peça para um profissional verificar. Se os bots não entram, as IAs simplesmente ignoram sua empresa.

① **Garanta consistência das suas informações online:** Nome, endereço, telefone, descrição da empresa e área de atuação devem ser idênticos em todos os canais: site, Google Meu Negócio, LinkedIn, redes sociais, portais do setor. Contradições confundem as IAs e reduzem sua autoridade percebida.

① **Revise as páginas mais importantes do seu site com olhar de IA:** Pergunte-se: "Se uma IA lesse essa página, ela conseguiria responder quem somos, o que fazemos, para quem e com que resultado?". Se a resposta for não, o conteúdo precisa ser reescrito com lógica GEO.

- ① **Crie ou atualize uma página de FAQ:** Perguntas e respostas diretas são um dos formatos favoritos das IAs generativas. Uma boa página de FAQ, com perguntas reais dos seus clientes respondidas de forma clara e embasada, é combustível direto para citações em AI Overviews e respostas conversacionais.
- ① **Incentive avaliações consistentes e responda a todas:** Google Reviews, Reclame Aqui e avaliações no LinkedIn são fontes consultadas pelas IAs para avaliar reputação. Ter um volume sólido de avaliações positivas e respondidas sinaliza que a empresa é ativa, confiável e bem avaliada pelo mercado.
- ① **Contrate uma agência especializada em PR com visão de GEO:** Autoridade real não se constrói sozinha — e as IAs sabem disso. Uma agência de PR estratégica vai além do clipping: ela posiciona sua marca nos veículos certos, com a linguagem certa, gerando os sinais de E-E-A-T (Experiência, Expertise, Autoridade e Confiabilidade) que fazem com que as IAs recomendem você.

No cenário atual, em que 47% das marcas ainda não têm estratégia de GEO, segundo a DataSlayer, agir agora é uma vantagem competitiva real.

**Quer saber como a NR7 pode construir a autoridade da sua marca para as IAs generativas?**



**Entre em contato conosco:**

[contato@nr7.ag](mailto:contato@nr7.ag)

[nr7.ag](https://nr7.ag)