



**UMA ATIVIDADE DE TEXTO DISSERTANDO SOBRE WEBMASTER AVANÇADO,
MOBILE FRIENDLY E SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)****A TEXT ACTIVITY DISCUSSING ABOUT ADVANCED WEBMASTER, MOBILE
FRIENDLY AND SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)**

SOUSA, Esdras Wagner de¹
FASSHEBER, Daniela Monteiro²

*“É ótimo celebrar o sucesso, mas mais importante
ainda é assimilar as lições trazidas pelos erros
que cometemos.”*

(Bill Gates)

RESUMO

Esse trabalho planeja esboçar, em suma, como a pesquisa bibliográfica elaborada tem o intuito de rever as formas das práticas de técnicas de Search Engine Optimization (SEO), Otimização para Mecanismos de Busca/Otimização para Motores de Busca que realizam uma participação essencial indexando homepages pelos mecanismos de busca. Aplicar as práticas de SEO desempenhando um papel principal onde se torna importante otimizar, ou seja, facilitar e tornar a busca mais rápida seguida de respostas adequada ao recorrer a motores de busca na Internet, fazendo com que a otimização para mecanismos de busca seja mais eficiente, satisfatória, oportuna e conveniente. Este trabalho pretende também falar sobre O Que é SEO. Quais as vantagens de SEO. Quem é o Profissional de SEO e Quais são as características de SEO. Demonstrar a experiência necessária da mão de obra qualificada de SEO, o efeito do mesmo no Funil de Vendas, a implementação de algumas técnicas de SEO no Marketing Digital. O SEO é uma fonte de informação,

¹ Graduação Técnica em Administração, IFES Campus Linhares. Graduação Técnica em Técnico em Informática Generalista, Escola Técnica ARTH Informática – Grupo Art ThC, Itanhaém São Paulo. Graduação em Bacharelado em Serviço Social, UNIMES, Campus Santos, São Paulo. Pós-Graduado em Especialização em Ciência Política, ISEIB, Timóteo, Minas Gerais. Pós-Graduado em Especialização em Ciência da Religião, FAVENI, Venda Nova do Imigrante, Espírito Santo. Pós-Graduado em Especialização em Sociologia, FASOUZA, Ipatinga, Minas Gerais. Pós-Graduado em Especialização em Serviço Social, FASOUZA, Ipatinga, Minas Gerais. Pós-Graduando em Especialização em Saúde Coletiva, Bolsista FASOUZA, Ipatinga, Minas Gerais. Consultor Educacional na Faculdade FaSouza, Ipatinga, Minas Gerais. E-mail: esdraswagnerdesousa.1981@hotmail.com.

² Graduada em Administração, contabilidade e Fisioterapia, pela UNILESTE - Universidade do Leste de Minas Gerais, Especialista em Fisioterapia Dermato Funcional, pela Faculdade Gama Filho; Saúde Pública com Ênfase em Saúde da Família, pela Faculdade Única e especialista em Gestão e Estratégia em EaD, pela Faculdade do SENAC/ SP. Conteudista. Coordenadora pedagógica da FaSouza. E-mail: coordenadorapedagogica@faculdefasouza.com.br.

um referencial on-line de pesquisa que apoia o empreendedor digital, uma ferramenta importante de suporte técnico na divulgação da informação na internet. Nesse artigo são pontudas as estratégias de SEO, são citadas suas metodologias, as táticas que esse adota para sua aplicação, as ferramentas de monitoramento utilizadas, alguns resultados obtidos até o momento e a longo prazo, as demandas desse artifício, prazo que se esperam desse mecanismo de promoção da imagem destrinchando tecnicamente Webmaster Avançado e Mobile Friendly no uso da técnica de Palavras-chave (Building).

Palavras-chave: Search Engine Optimization (SEO)-Webmaster avançado-Mobile friendly.Indexação-ranqueamento. Funil de vendas. Palavras-chave-Link building e Marketing digital.

ABSTRACT

This work plans to outline, in short, how the elaborated bibliographical research has the intuited to review the forms of practices of Search Engine Optimization (SEO), Optimization for Search Engines/Optimization for Search Engines techniques that perform an essential participation indexing homepages by search engines. Applying SEO practices playing a major role where it becomes important to optimize, that is, to facilitate and make the search faster followed by adequate answers when using search engines on the Internet, making search engine optimization more efficient, satisfactory, timely and convenient. This work also intends to talk about What is SEO. What are the advantages of SEO. Who is the SEO Professional and What are the characteristics of SEO. Demonstrate the necessary experience of the qualified SEO workforce, its effect on the Sales Funnel, the implementation of some SEO techniques in Digital Marketing. SEO is a source of information, an online research reference that supports the digital entrepreneur, an important technical support tool in the dissemination of information on the internet. In this article, the SEO strategies are pointed out, their methodologies are mentioned, the tactics that it adopts for its application, the monitoring tools used, some results obtained so far and in the long term, the demands of this artifice, the period that is expected from this image promotion mechanism technically unraveling Webmaster Advanced and Mobile Friendly in the use of the technique of Keywords (Building).

Keywords: Search Engine Optimization (SEO)-Advanced Webmaster-Mobile friendly. Indexing-ranking. Sales funnel. Keywords-Link building and Digital Marketing.

1. INTRODUÇÃO

Iniciando-se esse trabalho, antes de falar-se diretamente no seu objetivo proposto de seu enunciado, realiza-se uma comparação paralela entre o título do mesmo bem

como com as palavras-chave do seu resumo com a frase de Bill Gates usada na epígrafe acima onde ele fala que, “É ótimo celebrar o sucesso, mas o mais importante ainda é assimilar as lições trazidas pelos erros que cometemos.” Essa frase Bill Gates a pronunciou no ano de 1975 quando deu início a sua sociedade com Pau Allen na criação da empresa Traf-o-Data a qual mais tarde tornou-se a gigante da Microsoft, empresa fundada por Bill, na época ambos eram estudantes da Universidade de Harvard assim, na Traf-o-Data desenvolveram um Software/programa/aplicativo (Apps) que lia fitas magnéticas, que continham informações de tráfego de veículos para um chip Intel 8008, todavia Gates tinha somente 16 anos e Allen 17 então, quando seus clientes descobriam que ambos eram menores de idade desistiram do negócio e Bill pronunciou essa frase ao referir-se ao seu primeiro insucesso no ramo dos negócios da Informática reforça-se que nesse período Bill Gates tinha trabalho da empresa Taito que desenvolvia programas básicos para máquinas de jogos do tipo fliperama, assim é basicamente: Search Engine Optimization (SEO), Webmaster Avançado, Mobile Friendly, Indexação, Ranqueamento, Funil de Vendas, Palavras-chave; Link Building e Marketing Digital, alavancar nos mercados da/do/das marketing, propaganda, publicidade, relações-públicas e da comunicação midiática digital na Internet (Sistema Global de Redes de Computadores Interligadas que usam conjunto próprio de Protocolos tipo Internet Protocol Suite ou TCP/IP), satisfazendo os navegantes da internet e fechando negócios vantajosos financeiramente com clientes em potencial e garantido uma condição elevada para uma pessoa física ou jurídica, falando-se a grosso modo, uma posição de destaque no espaço virtual, isso quer dizer fazer, errar, acertar, aprender e muitos são os insucessos até adquirir-se a experiência em acertar no gosto dos usuários da internet e dominar a técnica dos negócios on-line caindo nas graças dos consumidores virtuais refletindo-se no meio físico.

O presente artigo^{i,ii}, tem-se como proposta Uma Atividade de Texto Dissertativo sobre Webmaster Avançado (Mestre em Rede Avançado), Mobile Friendly (Compatível com Dispositivos Móveis) e Search Engine Optimization (Motor de Otimização de Busca) ao mostrar-se o conceito que consiste em uma perspectiva

relacionada à SEO, através de um modo de pensar SEO, assim como também de permitir questionar-se e de nortear-se à práxis do SEO com a intenção de salientar-se que este processo de inquirição e elaboração conceitual dá-se sobre construtos derivados da história da informática mediante uma prática didática e metodológica a qual deve ocorrer no uso da internet, à mera transposição de categorias de trabalho tal qual mão de obra especializada no plano empírico do trabalho cotidiano do profissional de SEO.

Pretende-se, também, nesse estudo enfatizar-se assim como considerar-se que a política de SEO que definisse como uma forma de promover-se a imagem de uma pessoa ou instituição no uso do marketing digital, tendo como o analista de SEO ser o responsável pelo fato de elaborar o funil de vendas e o público-alvo que irá ser peneirado por esse sistema em uma determinada ação em SEO (Link Building, construir uma rede de links para uma página).

Observa-se, em contrapartida, que existe um duplo risco de descontextualizar-se sobre o raciocínio de SEO, por conseguinte, podendo haver-se contradição em determinado conceito teórico-prático de sua acepção original e, por outro lado, desconsiderar-se a produção conceitual existente na própria área de estudos, pesquisas e atuação educacional, acadêmica e profissional, no entanto, efetua-se extremamente importante que se ocorram as devidas apropriações sobre essa técnica de divulgação e promoção de conteúdos digitais na internet, para que assim venham agir as abordagens cabíveis em seu corpo técnico e metodológico, conseqüentemente irá buscar-se por literatura cabível sobre o assunto para uma abordagem precisa dessa ferramenta de comunicação digital, que sejam devidamente enriquecidas mediante a compreensão e reflexão da experiência humana mediante de conceitos informáticos-midiáticos aprofundando-se na panfletagem eletrônica da WWW ou World Wide Web (Rede Mundial de Computadores) interligados, também conhecida como uma Grande Teia que envolve o mundo conectando-o no uso do potencial da internet, ou seja, um sistema de hipermídia que reuni outras variadas mídias interligadas eletronicamente por sistemas de comunicações executados na internet, onde se acessa qualquer tipo de site usando-se esses três parâmetros a seguir: URL

(Localizador Uniforme de Recursos), responsável pelo endereço da página na internet e como esse será encontrado ao digitá-lo; HTTP (Protocolo de Transferência de Hipertexto), o protocolo de comunicação que habilita a transferência de informações entre sistemas conectados em redes e HTML (Linguagem de Marcação de Hipertexto), metodologia usada na codificação de informações na internet, para serem exibidas de diversas maneiras, ou seja, em várias linguagens de informática, computação e programação de sistemas voltada para construção de sites na internet.

2. DESENVOLVIMENTO

A sigla SEO do inglês pronuncia-se Search Engine Optimization, ou seja, traduzida para o português Brasil, ABNT2, ela expressa-se como Otimização para Mecanismos/Motores de Busca. Ter-se o SEO como aliado é ter-se uma arma poderosa que irá decidir-se o futuro dessa página, seu prazo de validade e média de vida dessa na internet, o SEO tem o intuito de determinar o sucesso de um website e de conduzi-lo estar na aba de favoritos no mecanismo de busca do internauta bem como transparecer um futuro possível ou hipotético insucesso do site e retrabalhar a técnica tornando-a viável. Por de trás dessa aparente visibilidade on-line, efetua-se necessário utilizar-se de diversas técnicas, para acontecer à alavancagem desse site, têm-se a necessidade de utilizar uma série de técnicas já conhecidas ou descobertas por acaso, propositalmente, estudadas, pesquisadas, montadas previamente, desenvolvidas, exclusivas, improvisadas, adaptadas, dentro de SEO, são as mais diversas necessidades e realidades que necessitam de uma aplicação de SEO exclusiva. Esse profissional que desenvolve a atividade das tarefas de analista de SEO ou webmaster avançado, é quem domina plenamente a técnica com formação na área. Hoje é um dos mais requisitados no solo fértil de especialidades que é o marketing digital, trabalhar-se com SEO é campo vasto para quem se assumem os riscos nos negócios virtuais, desempenhar-se o papel de porta-voz de uma homepage requer-se muito conhecimento, formação, qualificação, certificação e informação de qualidade e precisa. Como falamos, esse profissional deve-se entender de tudo um

pouco que venha promover algo ou alguém, conhecer o produto ou serviço, o público-alvo que atingirá e quais as estratégias serão usadas para isso. A indexação é colocar tudo isso no site no navegador de maneira a manter uma ordenação em forma de índice, classificação, ou seja, a inclusão de índice em facilitar a busca na web, assim usando-se o Mobile Friendly, o mesmo que responsivo, ou seja, uma página na internet adaptada aos dispositivos móveis permitindo o acesso do conteúdo no formato dispositivo móvel.

2.1.O QUE É SEO

Falar-se sobre SEO dá-nos a impressão de estarmos falando sobre um mecanismo único de busca, estarmos tendo a sensação de pronunciarmos o mesmo termo na primeira pessoa do singular, quando, na verdade, o termo SEO vai muito mais além de seu significado, escrita ou tradução, ele vai além da terceira pessoa do plural ele é multifacetado, ele tem-se uma função primordial de fazer-se a otimização de um blog, página, site, website, homepage, portal na internet, dentre outros. Mas ele não é sozinho, o SEO é um conjunto de técnicas, estratégias, métodos, análises, processos, mecanismos, dispositivos, dentre outros elementos.

Em por-se as normas no uso de SEO, temos práticas adequadas, ou seja, temos meios, caminhos, fórmulas, estratégias, conhecimento, teoria, boas ferramentas para fazer com que o SEO otimize cada vez melhor o refinando e a busca de um usuário, mas esses macetes não se encontram prontos, na verdade, é preciso adaptá-los a realidade de cada página para essas serem adaptadas aos mecanismos ou motores de busca, efetua-se necessário o uso da pesquisa incorporando inovações, implantando ou modificam algoritmos, alterando ou criando sistemas que trabalhem atuando em prol de buscas de criação de melhores conteúdos que por fim irá culminar-se esses mesmos conteúdos entre os melhores a serem exibidos.

O site que se usa o SEO como primordial para a evolução da sua página, geralmente efetua-se o uso contínuo dessa ferramenta, aplicando-se a mesma em toda a página visando-se o refinamento de buscas e que esse sejam objetivo e direto

nos resultados no topo das buscas.

Para isso, exige-se tempo e trabalho de aprimoramento constante na técnica de SEO, e é com esse mesmo tempo que irá surgir-se os primeiros resultados, na expectativa que sejam resultados positivos e se vier resultados negativos é o momento de rever-se todo SEO e corrigir-se onde está a falha no mesmo e retomar-se ao lugar de ranqueamento, então voltamos lá no início, o SEO é uma técnica chave que usa palavras-chave para chegar a um resultado de busca num navegador na internet no uso das estratégias de práticas de SEO.

O SEO é um conceito técnico básico com uma definição técnica básica pronta, porém, ele carece de muita criatividade e tempo, muita dedicação, pois esse não existe sozinho e sim em um conjunto de fatores, logo é preciso inovar-se e ir-se à busca de novos conhecimentos, artimanhas e testes para implementar novas funções para fazer-se com que o mesmo realize sua função de otimizar e promover a página, colocar o site entre os mais completos em informação, daí a necessidade de aprimorar-se o SEO para adaptar-se o mesmo a realidade da página e do navegante de internet é a corrida pelo primeiro lugar nos topos de buscas na web.

Sendo assim, é de suma importância que se efetue o uso adequado do SEO, se o objetivo for obter-se um tráfego e uma otimização maior de site com qualidade na internet, isso é vital para melhorar-se a posição nos mecanismos, motores, buscadores ou navegadores de páginas na internet para continuar-se no ranque da página mais lembrada pelo internauta.

Não podemos deixar de falar-se em SEO, sobre resultados orgânicos e resultados de links patrocinados. Os resultados orgânicos são aquele onde as URLs, estão listadas de forma visível numa ordem de relevância, isso nas ferramentas de busca, sem recorrer a anúncios e propagandas, ou seja, independente e sem necessidades de outros artifícios para manter sua posição nas páginas de buscas.

Por outro lado, têm-se os links patrocinados que são os anúncios e propagandas, atualmente, essa categoria de resultados ocupa o topo das páginas de busca, ou seja, estão acima dos resultados de páginas independentes, podemos notar essa diferença comparando ambos os resultados usando o navegador Google, onde esses links são

promovidos pelo serviço de publicitários digitais, temos uma gama dessas empresas e profissionais em SEO.

No caso do Google, toda essa publicidade é realizada pela Google Ads (Principal Serviço de Publicidade da Google, antes era chamado de AdWords) que se utiliza o modelo de propaganda ou anúncios digitais, a ferramenta Pay-Per-Click (PPC, que traduzido do inglês para o português Brasil ABNT2 significa: pagamento por clique) como método de publicidade e propaganda, marketing digital, anúncios digitais, aí temos os hiperlinks, links embutidos, URLs embutidas. Assim salienta-se Honorato, 2013-2018:

Estar bem posicionado na busca orgânica é, hoje, essencial para as empresas que desejam atrair mais clientes e conseqüentemente aumentar sua renda — principalmente se for um site e-commerce. Portanto, podemos concluir que um dos principais motivos pelo qual os consumidores preferem as buscas orgânicas é a visibilidade e credibilidade que as empresas transmitem estando bem posicionadas. Por causa disso, muitas das estratégias digitais adotadas pelas empresas se valem do potencial das buscas para fortalecer a presença da marca no ambiente online (Honorato, 2013-2018).

Ter-se, um serviço de hospedagem de site de qualidade, também é de fundamental importância, evitando-se ficar off-line ou com dificuldades técnicas de manutenção da página, evitar a burocracia de manter-se uma homepage de qualidade no ar com servidores que não cumprem o que prometem na hora do website circular na internet, não se desconsiderar ser de suma importância alimentar-se constantemente esse portal virtual com atualizações de informações objetivas, de qualidade, fidedignas, que tenham verossimilhança e verídicas no que esse site quer divulgar, sempre de maneira clara e que agrade ao visitante virtual, é essa categoria de ação que gera um fluxo grande de informações e requerem-se veiculações de conteúdos digitais precisos no portal eletrônico, assim será notório que esse trabalho surtir-se-á o efeito esperado e sem dúvida desejado, vendo manter-se no ranqueamento nos resultados das buscas como para Digitalland, 2020:

No mercado atual, o SEO é um dos assuntos mais debatidos nos diferentes níveis que permeiam uma estratégia on-line, sendo fundamental para o marketing digital e para a sobrevivência de negócios virtuais. Contudo, o tema ainda é obscuro para grande parte

dos usuários, gestores e empreendedores que se aventuram a administrar um empreendimento na “Internet”. Inclusive, não é incomum que muitos liguem o SEO a somente questões semânticas de linhas de códigos, exigindo conhecimento técnico para serem aplicadas. Na verdade, o SEO é mais do que isso, pois ele faz parte de estratégias que visam tornar o seu negócio relevante para seus usuários, especialmente os interessados (leads) nos seus produtos, serviços ou marca. No nosso ponto de vista SEO não é um projeto com começo, meio e fim, mas sim de otimização contínua, sendo planejado, estruturado e aplicado conforme os objetivos do seu negócio (Digitalland, 2020).

Até aqui cremos que conseguimos dar-se a respostas a pergunta: O Que é SEO? SEO é estar melhorando-se sempre os posicionamentos de sua página na internet, sendo-se sinônimo de leveza, beleza, utilidade e qualidade satisfatória. Então chegamos à conclusão de que SEO está literalmente ligado com a primeira pessoa do plural, ou seja, ele é um conjunto de ferramentas que visam melhorar a posição de uma página em buscadores como: Microsofts Bing e Edge, Google Chrome, Yahoo Search Planet Search, Terra, Internet Explorer, Edge, Mozilla Firefox, Opera, Safari, UC Browser, Samsung Internet, Android Browser, Puffin, etc.

2.2. QUAIS AS VANTAGENS DO SEO

Poderíamos dizer-se que, a vantagem do SEO é ter-se, seu site nas primeiras posições nos motores de busca, quiçá na primeira posição nos resultados de pesquisas realizadas em buscadores como o Google, por exemplo; usamos esse como referência de mecanismos de busca na internet por ser o mais popular de todos que já referenciamos, conhecemos e existem e não menos inferiores browsers como os: Maxthon, Tor Browser, Brave e Vivaldi.

Os especialistas em SEO, até mesmos os que promovem o/a/os/ marketing digital, propaganda digital, publicidade digital, anúncios digitais, conteúdos digitais ou qualquer outro profissional voltado para internet e divulgação digital, não deixam de afirmar que dentre muitas outras vantagens de usar-se o SEO para estar-se nos primeiros lugares nos resultados dos mecanismos de busca é na facilidade com que SEO efetua-se a gerar mais tráfego orgânico nas buscas efetuadas na internet relacionadas a página ranqueada, promovendo-se relações intrínsecas como forma

de inclusão comercial, social e digital.

Outra vantagem do SEO, é que ele se democratiza o acesso realizado pelos visitantes e as buscas feitas pelos usuários dos motores de busca. Independente do website ser algo grande ou pequeno, o SEO da oportunidade de todos os investidores em trabalhar-se sua marca no espaço digital com o uso da internet e alcançar-se o topo do Google, por exemplo, nas respostas de pesquisas feitas em buscas na internet, por exemplo; conquistar-se a melhor posição e os melhores resultados seguidos de retornos positivos, como a fidelidade a marca.

Usando-se o SEO, para gerir tráfego para a homepage desejada ele não se se aprende a Anúncios Pagos que se promovem a homepage, que na maioria das vezes leva-se a ter-se resultados astronômicos, ou seja, com isso a ganhar-se os melhores retornos, os que investem maior capital financeiro em publicidade on-line paga e o SEO ao contrário permite-se ter-se sucesso e alcançar o topo das buscas com um capital financeiro quase que nulo (curto ou pequeno), sem maiores riscos de perdas em valores financeiros injetáveis em mídias pagas.

Outra forma de conquistar-se mais tráfego orgânico para o portal na internet, é usar-se o funil de vendas e perfazer-se todas as suas etapas, frisando-se que a primeira etapa do funil tem como atrair o tráfego orgânico que já falamos no começo desse texto, que ainda é o maior apoiador da primeira fase do funil. O tráfego orgânico tende-se de ser ampliado visto que as táticas de SEO são desenvolvidas corretamente, assim gerando-se mais tráfego orgânico de qualidade e levando-se a homepage ao ranqueamento de suas publicações.

Explicando-se, de maneira mais simplificada possível, que, quando um navegante efetuam-se suas buscas ou pesquisas, até mesmo usuários fieis num mecanismo de busca, ele tende-se a deixar visível que está disposto a mostrar-se interesse numa categoria de assunto, tema ou termo específico, buscando respostas para suas perguntas ou dúvidas cibernéticas.

Então, se o site possui o retorno, que o usuário está a procura é reformular-se que esse visitante retornara a visitar esse website. Logo, se esse mesmo portal eletrônico, têm-se a resposta para o que ele procura, é provável que ele se estreitem as relações

com o conteúdo dessa página e venha tornar-se um seguidor em potencial, que defenda a imagem desse site.

Lembramos que, devemos deixar claro que na etapa funil de vendas, esse usuário ou categoria de leitor é considerado-se como cliente potencial e qualificado, então se esse cliente se enquadra nesse funil, temos que se considerar ser correto em estar-se de prontidão para atendê-lo em suas demandas relativas a sua navegação na página escolhida para satisfazê-lo em suas necessidades ao buscar por respostas no uso da internet e não no meio físico.

Perfazendo-se, essas etapas de SEO, o site passa ter uma marca autêntica, com credibilidade que inspira confiança, sendo assim uma marca de responsabilidade com autoridade em manter-se no ranque do topo dos motores de busca, satisfazendo assim, o consumidor final frente a demanda da freguesia digital e fidelizando-se a carteira de clientes.

O SEO como já se sabe, ele auxilia no funil de vendas, ou seja, ele refina o público-alvo voltado a essa página, falamos vendas porque todo site tem um objetivo intrínseco que é ter-se resultados satisfatórios em qualidade e quantidade, quantidade com qualidade³, nesse caso um cifrão seguido de números, valores monetários, quanto maior melhor. Nessa vantagem do SEO, é visível o impacto que ele causa no ciclo de consumo nessa página causado pelo usuário ocasionando-se esse, tornar-se um consumidor fiel a esse portal, podemos chamar isso de ciclo de consumo. Então, quando uma pessoa faz uma busca na internet, em meio a pesquisas esse usuário pode se estar considerando-se que se faz consumo, comprando literalmente as informações desta homepage, um cliente em potencial, toda via se a resposta conter o conteúdo que ele busca e dependendo do grau de satisfação esse usuário tende-se a fechar negócio ou parceria com esse website e concretizar uma venda ou compra de valor financeiro e simbólico, decidindo-se ou não se se continua fiel a esse endereço na internet.

³ Tempo de qualidade suficiente para o desenvolvedor de conteúdo digital tirar as ideias da cabeça, colocá-las no papel, usar a criatividade, dar asas à imaginação, soltá-las, lançando-as na tela do microcomputador, dando vida, liberdade a novas possíveis e prováveis criações ou inovações de projetos em linguagem de SEO, com tom de refinado bom gosto, padrão culto, charme e elegância.

Resta-se e cabe-se somente ao desenvolvedor digital ou empreendedor digital, elaborar-se uma produção de conteúdo digital de suma relevância e que venha a colaborar de maneira a ajudar seu visitante a escolher esse site e assim influenciando o mesmo em optar-se em prosseguir com as negociações ou futuros negócios e serviços oferecidos e disponibilizados nessa página na internet.

A vantagem de efetuar-se, o uso adequado do SEO, é a garantia de retorno contínuo de acesso ao portal e a longo prazo, gerando-se assim um fluxo maior de visitantes ao website. Adotar-se uma prática qualificada de SEO e fazer-se sua implementação, garanti-se um bom retorno no investimento em SEO e divulgação na internet, um SEO de qualidade, promove-se a imagem do Portal durante um bom tempo, tempo esse o bastante para repensar-se novas estratégias para o SEO adotadas pelo divulgador do site e/ou proprietário do site.

Visando-se assim, ousar-se a permitir-se desenvolver-se ou aprimorar-se em linguagens modernas de SEO, criando-se ambientes virtuais aprimorados, sofisticados, satisfatórios e prazerosos tecnologicamente, falando-se; o SEO também é uma arte digital.

O SEO diferente das ferramentas e mecanismos de ADS, que se usam estratégias, que se anulam os resultados, levando-se assim a interromper os mesmos, isso acontece no momento em que é dada uma pausa nas buscas, em contrapartida, o SEO tem as vantagens de que o proprietário do site tenha-se a continuidade em receber retorno, ou seja, comentário do desempenho de sua página na internet, nos motores de busca, mesmo se se optar pelo fim dos investimentos concretizados de maneira direta na opção de escolher-se usar-se o SEO para alcançar um nicho maior e adequando ao perfil de sua página ou população afim, ou seja, traçada a meta de estar no topo, ranqueando-se e liderar-se nas buscas, atingindo-se assim seu Público-alvo e contrapartida, nos lembra Camargo, 2019 ao usar-se técnica como Black Hat SEO, ou seja, o Chapéu Preto SEO para disparar no topo do Google browser é uma tática questionável e pouco eficaz no intuito de enganar o algoritmo do Google:

Para gerar tráfego orgânico e conseguir uma posição melhor nas SERPs, as técnicas de SEO são muito utilizadas. Existem, porém,

formas mais questionáveis e pouco efetivas a longo prazo de conseguir isso. Uma delas é o Black Hat SEO: **um conjunto de ações para enganar os algoritmos do Google em busca de um melhor ranqueamento** (Camargo, 2019).

Com adoção de SEO, tem-se uma agilidade maior e permite a interação significativa entre internauta em relação ao website, causando assim afinidades e intimidade entre ambos. Sendo assim consegue-se em virtude atrair e reter-se o usuário de web e entretê-lo nesse website, deixando à vontade para encontrar a resposta que precisa.

Esclarecendo-se, ser de suma importância compreender-se como funciona o conjunto de elementos que compõe o SEO, as informações que este tende a dar e receber, para que ou qual sua finalidade, estar-se preparado e ter-se o domínio sobre esse dispositivo primordial para um website, estar-se capacitado e treinado, ter-se como bagagem uma experiência em manipular o SEO a favor do site, conhecer-se quais as técnicas e no que pode-se implantar de novo ou modificar-se no SEO, ter-se em mente a noção de que se compreende que o SEO tende-se a trazer vantagens para uma homepage e seu patrocinador/proprietário, saber-se manusear os dispositivos de que irá auxiliar a esse website a ranquear nos motores de busca, assim é preciso que isso seja realizado profissionalmente e por um profissional competente, sendo assim isso levará ao alcance de uma homepage otimizada e completa.

Para isso, ter-se que apostar em SEO, deverá estar aprimorando-se seus conhecimentos no assunto constantemente, buscando-se ler artigos que podem ajudar a desenvolver-se um SEO de qualidade e qualificado, dominar-se os conhecimentos de SEO que fará essa homepage estar nos primeiros lugares do Google ou de qualquer outro mecanismo de busca na internet, esse aperfeiçoamento ou reciclagem podemos dizer-se que visa complementar a parte lógica, a teoria do raciocínio em SEO, a parte intangível, o lado intelectual e racional pensando em SEO como se fosse um objeto materializado, é a interação entre o desenvolvedor e o seu produto, manipulando sua obra-prima, sua criatura, o SEO.

2.3. QUEM É O PROFISSIONAL DE SEO

Damos o nome de analista de SEO ao profissional de SEO, nesse tópico falaremos quem é o profissional de SEO, não somente quem é esse profissional, bem como, o que ele faz e por onde se começa a formação de um analista de SEO. Já pontuamos algumas coisas sobre SEO anteriormente nesse artigo. Além de um campo vasto de trabalho que dá lucro, por trás de todo esse aparato existe-se o valor sentimental que esse profissional carrega por ter a responsabilidade de efetuar-se uma marca a tornar-se uma referência registrada na internet.

Comentaremos sucintamente, mas de maneira a abranger-se as funções desse profissional que tem como área de categoria de atuação a informática, desenvolvendo-se seu trabalho especificamente voltado as mídias digitais, ou seja, subproduto da informática, logo seu serviço é elaborado no uso na internet, ainda mais restrito a criação de conteúdos digitais como sites, vlogs, blogs, portais virtuais na internet, website, páginas virtuais na internet, homepage, de maneira comum a parte lógica, software, apps, com um diferencial, criam-se conteúdos de valor financeiro mercadológico para o empreendedor digital que queira disponibilizar-se seu serviço ou ofertar-se produto na internet, de maneira a ser lembrado constantemente, ranqueando-se nos mecanismos ou motores de busca, estar-se entre os mais visitados e no topo das buscas.

Usar-se, buscas como maneira a promover o marketing digital nos mecanismos de busca na internet em dias atuais é abraçar-se grandes dimensões no que se refere ao marketing on-line, ou seja, se o endereço na internet de determinada pessoa ou instituição não aparece ou não é encontrado em alguma página dos maiores buscadores, se não se exhibe a marca desses como respostas, se os grandes motores de busca como o Google, bloqueia-se essa página por não ser um anúncio pago e sim gratuito, torna-se difícil expor-se e gerar-se fluxo de navegação para esse site, porque é preciso realizar-se a exposição do produto ou conteúdo desse portal, então ter estratégias de SEO para fazer com o que esse website alavanque-se nos motores de busca é primordial.

É nesse dado momento, que o analista de SEO desempenha-se seu papel, nesse

ponto crítico da divulgação que o marketing on-line requer-se o olhar clínico no analista de SEO, esse cenário exige-se jogo de cintura onde esse profissional é o responsável por manipular as Técnicas de SEO, aplicá-las de maneira efetiva, executar-se os mecanismos de SEO, acionar-se seus dispositivos em favor desse site, é a hora da otimização fornecida pelo SEO fazendo que esse Portal na internet ganhe-se posição nas ferramentas de busca, redirecionando-se esse site bem como seu conteúdo para uma posição de destaque nos motores de busca.

Um site, por si só, não se encontra no topo das primeiras posições de respostas das pesquisas realizadas pelo usuário no buscador, digamos o Google como exemplo, não é por acaso que ele ranqueia, não é como num passe de mágica que ele se tornará visível entre os primeiros mais visitados nos buscadores. Mais uma vez cobra-se o conhecimento de desenvolvimento de conteúdo de site, bem como saber inserir esse conteúdo no ambiente virtual, saindo-se da situação de off-line para a condição de on-line a longo prazo.

O analista de SEO, é o profissional requisitado e capacitado para isso, melhor preparado para atuar diretamente nessa situação, fazendo-se a ponte entre o off-line ao on-line, o autor desse projeto ambicioso que é atuar contracenando-se com motores de busca e páginas virtuais poderosas, ele que elabora as estratégias, que maquina as condições de melhor veiculação desse site, justamente esse profissional conhece as ferramentas de busca e como entrar nelas e permanecer-se fixo/lembrado, se manter no páreo com os concorrentes e engavetar os grandes motores de busca com suas páginas de respostas pagas.

O responsável pelo SEO, que tem a obrigatoriedade de manter-se esse posicionamento nos mecanismos de busca usando-se, de aplicação das mais diversificadas técnicas, perfazendo todas as etapas de SEO já ditas nos tópicos anteriores. Um profissional de SEO vê-se o SEO como um projeto a ser elaborado e aplicado a realidade de cada indivíduo ou instituição e pensado lá na frente o produto final elaborado para o consumidor final, cliente em potencial e público-alvo.

Na atual conjunção, que se encontra o marketing digital e seu cenário, a função de analista de SEO, pode-se considerar-se atualmente uma das carreiras com um dos

melhores salários, custo-benefício e prestígio social e econômico, uma remuneração satisfatória e compensatória; esse profissional é muito concorrido no mercado de negócios digitais, isso deve-se a importância de um plano de marketing digital adequado, afinal os tempos modernos pedem-se um marketing digital que se acompanha a evolução das tecnologias.

Outro ponto, que é fator decisivo que se caracteriza a profissão de analista de SEO é que o exercício dessa função, oferece-se uma das melhores remunerações do mercado, isso deve-se ao fato de que essa área é complexa, com alto grau de dificuldades a serem enfrentadas e eliminadas, como são muitas as atribuições dadas a esse profissional e ainda não temos uma atribuição definitiva, pois as necessidades evocam-se atribuições diferentes, uma intervenção específica, cada caso é um caso, logo é inerente a essa área como especialização dominar-se as estratégias pré-estabelecidas pelo SEO para a execução dessa ferramenta com êxito.

Lembramos visto que, exige-se do profissional de SEO constantes atualizações nessa função, tomando-se ações necessárias e indispensáveis que esse profissional necessita para manter-se informado no dia a dia sobre as evoluções das Novas Tecnologias.

Grandes motores de busca como o Google estão atualizando-se constantemente seus algoritmos, em uma evolução permanente, daí o analista de SEO precisa-se manter-se em alerta com as mudanças digitais com que esses algoritmos sofrem evolução, como no Google que lança constantemente um novo produto para dificultar os anúncios gratuitos e fazer prevalecer-se as promoções pagas. Podemos dizer-se que, dentro dessa profissão, existem-se algumas atribuições, específicas para quem a desenvolve, tais quais afirmam Valle, 2019:

(...) elaboração do planejamento estratégico da marca no ambiente de busca orgânica; Análise e estruturação do site para adequá-lo às exigências das técnicas de otimização de sites no âmbito da estrutura do site e suas páginas; Otimização das páginas e outros elementos do site, como imagens vídeos e demais elementos digitais levados em conta no processo de classificação dos sites; Criação de relacionamento com outros elementos digitais, como sites e mídias sociais, visando promover a popularidade do site através de técnicas de link building e Monitoramento das posições nas páginas de

respostas dos grandes buscadores como o Google e a produção de relatório gerenciais sobre o desempenho do trabalho. (Valle, 2019).

Em virtude das inúmeras funções delegadas ao analista de SEO, cada qual com diversas dimensões, esse profissional envolve-se com elas de maneira intrínseca, fazendo com que ele precise separar cada função, ser organizado ao ponto de ampliar-se sua visão no que tange as primícias inovadoras que vertem constantemente do marketing digital, de forma ele ter-se autoridade de integrá-las e poder para interagir-se com elas, no intuito de potencializar-se os resultados satisfatórios que esperam-se obter-se do processo de otimização de sites, de forma que ele possa-se dominar-se as ferramentas de busca.

Por conseguinte, essa ampla visão de conhecimentos que se devem ser adquiridos pelo profissional de SEO, exige-se do mesmo que se exerça essa função com uma formação técnica, profissional, profissionalizante ou acadêmica sólida, isso devido à amplitude do leque que se abre para esse profissional nos mais diversos produtos, serviços, pessoas e instituições que querem estar no topo dos buscadores e garantir-se sua imagem e uma fatia do mercado de consumo on-line.

A formação do analista de SEO não se deve prender-se ou restringir-se com exclusividade as regras impostas pelo SEO em suas técnicas de aplicação e manuseio, ele além de saber-se, desenrolar as mesmas, precisa-se ser criativo ao buscar-se soluções rápidas e inovadoras para o exercício da sua carreira, exige-se do mesmo uma versatilidade em ser maleável e flexível, aberto a mudanças nas quais o SEO pode ser favorecido, o SEO é um atributo, logo esse profissional precisa saber ser tático na otimização de sites, conseguinte como já falado outrora ele tende-se a abranger todo conhecimento sobre SEO e que esse conhecimento se torne um aprendizado constante, uma troca de conhecimentos e saberes, investir-se na carreira para a mesma ser prazerosa e não uma obrigação (um fardo pesado a ser carregado, um jugo) e sim suave e leve.

A primeira coisa a se efetuar para ser um bom analista de SEO é procurar-se por um curso responsivo de SEO, o primeiro passo já foi dado que é ter-se conhecimento do que é SEO, seja nas modalidades: presencial, semipresencial, 100% on-line

(virtual), esse curso tem que ensinar além das regras de otimização de sites, ele se deve despertar-se o lado empreendedor do cursista, o lado que o desperte-se a criar seu plano de negócios, se deve ensinar-se muito mais do que é a ferramenta SEO, deve-se fazer-se transpirar-se SEO, pensar-se SEO, viver-se SEO. O SEO não se deve ser ensinado como complemento, uma parte que preenche uma lacuna na Estratégia de marketing digital, como uma segunda opção, deve-se educar em SEO, criar-se o hábito e cultura em SEO para desenvolvê-lo com maestria.

Pontuar-se, algo que é importante para o aspirante a analista de SEO, deixamos uma dica preciosa, já que se decidiu-se seguir essa carreira é acompanhar lado a lado os sites Referências em assunto sobre SEO, estar-se perto de profissionais mais evoluídos em SEO, fazer-se leitura constante dessas fontes, procurar novidades sobre a área de atuação, manter-se informado e sempre atualizado, pois sempre irá surgir novas técnicas de SEO com métodos mais avançados, tendências inovadoras e futurísticas das novidades do mercado consumista, procurar envolverem-se com os magos do SEO ao nível mundial, verdadeiros bruxos na arte de SEO, gurus, oráculos sagrados com respostas para tudo, viver nesse ambiente para se familiarizar, assim tornando-se um deles, produto do meio, a criatura superando o criador.

Aprender-se, as técnicas de SEO é o básico que o aspirante a analista de SEO precisa conhecer, o futuro profissional de SEO pode começar praticando sua profissão em seu próprio blog ou de terceiros, envolver-se num projeto de SEO como voluntário ou estágio remunerado, estar-se no meio de pessoas que o motive a expandir-se sua proposta de SEO, assim ele irá vivenciar na prática o cotidiano dessa carreira, dessa forma adquire-se experiência, estruturando-se uma carreira sólida, promissora, frutífera, fundamental para quem busca vitórias como meta.

Enfim, vimos que, um analista de SEO, precisa-se ser um profissional completo, dedicado, exigente consigo mesmo, bastante disciplinado, ético, certamente cumprir-se com seus compromissos, em consequência disso se terá como recompensa uma remuneração adequada e satisfação profissional. Regiamente com muita informação de qualidade deve-se manter atualizado sobre sua área de atuação: SEO.

2.4. QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS DO SEO

Pereira e Kryzanowski, 2018, consideram-se, que as aplicações de técnicas de Search Engine Optimization têm como características desempenhar-se um papel importante para a indexação das páginas dos sites pelos motores de busca. Ao impulsionar-se a indexação, há uma possibilidade de se rastrear-se a página e assim serem entregues na internet informações disponibilizadas na referida página que buscadas outrora por todos quem acessam a mesma. Já explanamos nos tópicos anteriores a associação das características de SEO e sua aplicação, porém ainda, falaremos de todas as características do SEO de maneira curta e abrangente ser:

(...) um conjunto de estratégias; permite alcançar resultados orgânicos em buscadores (Google, Bing, Yahoo, Search, etc.); é preciso o planejamento das estratégias de SEO; Permite a encontrabilidade das informações; Uso de ferramentas métricas e monitoramento off-page (além do site/páginas); Organização e relevância dos conteúdos informacionais e Técnicas aplicadas on-page (no próprio site/páginas) (Pereira e Kryzanowski, 2018).

A título de informação e curiosidade, vale apenas ressaltar-se também que o ao fazer-se uma consulta depara-se que o SEO pode ser aplicado como marketing moderno, segundo especialistas no assunto e mais uma vez caímos no funil de vendas que se tem como características segundo o trecho do texto de Rangel, 2013-2018, adaptado por nós:

Conhecer a linguagem corporal digital do cliente; é social e móvel; tem aplicativos integrados; está alinhado com o setor de vendas, essas metas devem estar alinhadas e caminhando juntas; permitir uma maior possibilidade de mensurar os resultados e mais fácil de calcular o ROI – Retorno Sobre o Investimento (Rangel 2013-2018).

O SEO, promove-se essa inclusão, as homepages tornam-se suscetíveis, permitindo-se uma classificação do mesmo nos mecanismos de busca, dessa forma fazendo-se uma ordenação desse site, onde ele possa ser rastreado e suas informações distribuídas a qualquer um que recorrer à internet em busca de respostas para alguma dúvida, chamamos esse processo de passível de entregas de respostas mediante navegadores na internet, esses navegadores são distribuídos nos motores

de busca e neles feitas a aplicação de SEO, assim permitindo-se a todos o acesso às respostas na internet.

O navegador, é o mecanismo de busca em específico e atualmente temos uma disponibilização de vários na internet para atender-se as demandas mais variadas, as necessidades dos usuários e que se enquadram nos seus perfis. Também são considerados sites de busca usados a procurar-se na internet por informações, utilizando-se de pesquisa e de diferentes métodos personalizados para dar-se resposta a busca feita. Apresentar-se os resultados encontrados pelos usuários nas buscas feitas na internet é o papel do navegador, eis alguns: Ask, AllTheWeb, DuckDuckGo, StartPage, Qwant, SearX, Peekier, MSN Search, WolframAlpha, Search Encrypt, Baidu, AOL, dentre outros já citados e disponíveis na Rede.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Soube-se, que nada é totalmente conclusivo, e que esse trabalho de pesquisa bibliográfica, teve o objetivo de colaborar com a sociedade onde, considerou-se, a compreensão básica de SEO quanto à questão do sujeito-indivíduo, dando ênfase à teorização humana no uso dessa tecnologia, mediante uma análise crítica e teórica expondo a problemática relacionada ao consumo digital, buscando-se compreender-se esses conceitos com base nos conhecimentos informáticos, filosóficos e sociais, que pensa o homem como fruto do capitalismo virtual.

Relatou-se, a questão do sujeito e o contraste existente entre a grande teoria do revolucionário SEO e o trabalho intelectual na aplicação prática do mesmo, viu-se que se trata de uma doutrina marqueteira digital moderna, onde os mesmos homens que se estabelecem nessa doutrina as suas relações sociais de consumo, de compra e venda, da promoção da imagem e que isso conforme a sua produtividade material são consequentemente os mesmos que produzem-se os princípios, as ideias e as categorias de acordo com suas Relações Sociais e necessidades de cada grupo ou indivíduo no ambiente virtual, sendo-se que essa tem-se por teoria mostrar as vantagens de SEO ao suprir a necessidade do consumidor e alargar a carteira digital

de clientes de determinada marca, garantindo-se a veiculação do produto.

Refletiu-se assim que, tais ideias não são tão pouco eternas quanto às relações que exprimem, ou seja, se definem como produtos históricos e transitórios, que o SEO não, é algo definido ou definitivo, que eles estão em constante aprimoramento intelectual e tecnológico e ele o SEO, é adaptado segundo as demandas de trabalho a ele apresentadas, ele vai-se de frente as realidades das quais tem que transformar em verdades on-line.

Considerou-se, como destaque argumentativo a ideia do analista de SEO que, no que o concerne, serviu-se como influência quanto aos movimentos de modernização dos meios de Promoção da Imagem de um grupo, sujeito, entidade ou instituição no mundo dos negócios digitais, para esse profissional o SEO foi a grande força motriz que se revolucionou o nosso desenvolvimento histórico na internet e é finalmente a recompensa desse presente desenvolvimento, em definição, o princípio e o fim de uma nova era de ir ao encontro do Público-alvo e atingir o cliente em potencial fazendo-se o uso do SEO como ferramenta de negócios no universo cibernético.

Buscou-se revelar também que, sobre a crítica feita por empreendedores digitais, em relação ao capital intelectual que tange o SEO, em que se percebe certo vínculo estreito entre o promotor de SEO e a experiência positiva quando consideravelmente aplicado, e o grau afetivo entre esses e o usuário fica claro quando aos retornos constantes a página.

Esclareceu-se que, o SEO é um dispositivo de promoção digital, ou seja, todos os meios de promover a imagem dos quais mencionamos anteriormente, seu produto ou serviço, ofertando-se seu acesso fácil a sua marca, as vantagens e características de quem usa o SEO para anúncios para alavancar seus negócios no ambiente digital, potencializando-se sua marca, recorrendo ao funil de vendas como meio de se aproximar do cliente em potencial.

Existiu-se, por esta razão, entre essas argumentações uma grande permeabilidade, um intercâmbio e interdisciplinaridade, é solo fértil para estudos, terras vastas a serem exploradas já que essas são de cunho humano desenvolvidas na tecnologia e propagada liberalmente na internet, então, também explica-se a

questão humana e sua necessidade estar no topo das respostas nos mecanismos de busca e obter o maior número de visitas em termo de qualidade ou a quantidade é o resultado da prática de SEO nas normas estabelecidas e regidas por esse.

Entendeu-se que, o SEO veio para ficar, fazer a diferença na estrutura de uma homepage, deixando-se sua marca registrada na marca dessa, estreitando-se os laços com o cliente dessa e refinando-se o seu gosto com harmonia, reciprocidade, mutualidade, afinidade e sintonia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Algoritmo do Google: entenda como funciona e saiba como ranquear em 2020. **Rockcontent**, 11 de março de 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/algoritmo-do-google/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

As grandes empresas já foram pequenas. Inspire-se na Microsoft. **Empresas Cooperativas**, 2 de junho de 2017. Disponível em: <<https://empresasecooperativas.com.br/inspire-se-na-microsoft/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

CAMARGO, Gabriel. O que é Black Hat e como essa estratégia pode prejudicar seu site?. **Rockcontent**, 11 de junho de 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/black-hat/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

CASAGRANDE, Erich. 15 fatores de SEO do Google que podem impactar seu site. **Semrush**, 29 de outubro de 2020. Disponível em: <<https://pt.semrush.com/blog/fatores-ranqueamento-google/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

CURSO DE SEO SEO GRÁTIS DA SEO MASTER. **Seomaster**, c2008-2021. Curso de SEO Online. Disponível em: <<https://www.seomaster.com.br/curso-tutorial-seo-gratis.html>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Dicas de Marketing Digital. **RGB**, c2006-2021. Qual a diferença entre ranquear e indexar no Google?: Disponível em: <<https://www.rgb.com.br/qual-a-diferenca-entre-ranquear-e-indexar-no-google-entenda>>. Acesso em 17 abr. 2021.

HONORATO, Gustavo. Por que os consumidores preferem a busca orgânica? **Seomaster**, 19 de junho de 2018. Disponível em: <<https://www.seomaster.com.br/blog/por-que-os-consumidores-preferem-a-busca-organica>>. Acesso em 17 abr. 2021.

MORGUETTI, Eduardo. Saiba como o marketing de conteúdo pode ajudar no ranqueamento do site no Google. **Kryzalis**, 27 de agosto de 2019. Venda pela Internet. Disponível em: <<https://www.kryzalis.com.br/blog/ranqueamento-do-site-no-google>>. Acesso em 17 abr. 2021.

MOUSINHO, André. Conheça os 172 principais fatores de ranqueamento do Google em 2021. **Rockcontent**, 21 de maio de 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/fatores-de-rankeamento-do-google/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

O que é SEO e como ele pode ajudar a sua empresa. **Digitalland**, 4 de abril de 2017. Disponível em: <<https://digitalland.com.br/blog/o-que-e-seo-e-como-ele-pode-ajudar-a-sua-empresa/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

PEREIRA, Fabiana Andrade; KRZYZANOWSKI, Rosaly Favero, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PARA BIBLIOTECAS VIRTUAIS: ESTUDO DE CASO DA BV FAPESP. **Researchgate**, São Paulo, 26 de setembro de 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/figure/Figura-3-Principais-caracteristicas-do-Search-Engine-Optimization-SEO_fig2_331594987>. Acesso em 17 abr. 2021.

PEREIRA, Marcelha. SAIBA COMO POTENCIALIZAR O SEU RANQUEAMENTO ORGÂNICO. **Carratu**, 29 de agosto de 2019. Disponível em: <<https://blog.carratu.com.br/como-potencializar-rankeamento/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Planejamento e Prática: Módulo Único **Impacta**, c2021. Disponível em: <<https://www.impacta.com.br/curso/SEO-Planejamento-e-Pratica.php>>. Acesso em 17 abr. 2021.

RANGEL, Rafael. Quatro principais características do Marketing moderno. **Agência R8**, 22 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://www.agenciar8.com.br/4-principais-caracteristicas-do-marketing-moderno/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

TUCUNDUVA, Rodrigo. Vantagens do SEO: sete razões para você investir imediatamente. **LAHAR**, c2021. Disponível em: <<https://blog.lahar.com.br/seo/vantagens-do-seo/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

VALLE, Alberto. Analista de SEO – Quem é esse profissional e o que ele faz. **Academia do Marketing**, 16 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://www.academiadomarketing.com.br/analista-de-seo/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

ZACHO, Ricardo. Curso de SEO Completo – Do básico ao avançado. **Udemy**, c2021. Otimização de mecanismos de busca (SEO). Disponível em:

<<https://www.udemy.com/course/curso-de-seo-completo-do-basico-ao-avancado/>>.
Acesso em 17 abr. 2021.

Nota de Fim

ⁱ Obviou-se, que temos que dar os devidos créditos e reconhecimento a outros autores, mesmo que só lidos, suas obras contribuíram com esse artigo, não deveriam passar despercebidos e sim, terem sua menção nessa Obra em suas referências bibliográficas.

ⁱⁱ Conclui (autor), esse trabalho, ressaltando que considerei a compreensão básica do SEO tanto quanto compreendi à questão do sujeito e do indivíduo, dando ênfase à teorização da existência humana no uso dessa tecnologia, mediante uma análise crítica e teórica, expondo a problemática relacionada à de existência e o consumo digital, tive em vista compreender esses conceitos com base nos conhecimentos da ética, política assim como também da antropologia filosófica que pensa o homem como fruto do meio em que ele vive logo, o capitalismo virtual.