

BIBLIOTECÁRIOS COMO ESPECIALISTAS EM SEO: reflexões a partir do Google
LIBRARIANS AS SEO EXPERTS: reflections from Google

Antônio Carlos Picalho¹

RESUMO

No contexto atual da sociedade em que se insere as unidades informacionais e demais espaços de atuação do Bibliotecário, é necessário que este profissional desenvolva cada vez mais competências e busque se adequar ao meio e às inovações, principalmente tecnológicas. Pensando nas competências adquiridas durante a sua formação e nas atribuições inerentes ao cargo, é possível estabelecer correlações entre os principais requisitos necessários para atuar como especialista em Search Engine Optimization (SEO). Este artigo teve por objetivo trazer algumas reflexões sobre a atuação do Bibliotecário nessa área, a partir dos conhecimentos inerentes à profissão. Para isto descreveu-se o processo de uma pesquisa realizada no buscador Google e como o SEO funciona e interfere nesse meio. Na forma de uma revisão narrativa e pesquisa exploratória visando aumentar a familiaridade dos pesquisadores da área para com o tema, um quadro comparativo das atividades do profissional de biblioteconomia para com o profissional que atua com técnicas de SEO foi desenvolvido. Considera-se ao final do estudo que o Bibliotecário tem totais condições de se especializar na área e contribuir significativamente a partir do uso de habilidades inerentes a um profissional da informação.

Palavras-chave: bibliotecário; SEO; PageRank; Google Analytics.

ABSTRACT

In the current context of society in which informational units and other spaces of activity of the Librarian are inserted, it is necessary that these professionals develop more and more skills and seek to adapt to the environment and to innovations, especially technological ones. Thinking about the skills acquired during their training and the attributions inherent to the position, it is possible to establish correlations between the main requirements needed to act as a specialist in Search Engine Optimization (SEO). This article aimed to bring some reflections on the role of Librarians in this area, based on the knowledge inherent to the profession. For this, it was described the process of a search carried out in the Google search engine and how SEO works and interferes in this environment. In the form of a narrative review and exploratory research aimed at increasing the familiarity of researchers in the area with the subject, a comparative table of the activities of the librarianship professional with the professional who works with SEO techniques was developed. It is considered at the end of the study that the Librarian is fully able to specialize in the area and contribute significantly from the use of skills inherent to an information professional.

Keywords: Librarian; SEO; PageRank; Google Analytics.

Submissão em: 30 ago. 2021

Aprovação em: 19 out. 2021

¹ Mestrando em Engenharia e Gestão do Conhecimento na Universidade Federal de Santa Catarina (PPGEGC/UFSC). Graduação em Biblioteconomia pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Graduação em Rádio, TV & Internet pela Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP). E-mail: tonipicalho@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6520-6224>.

1 INTRODUÇÃO

O grande desafio e o grande trunfo do Bibliotecário nos últimos anos, enquanto profissional da informação, foram as novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Esse conjunto de recursos tecnológicos otimizados pelo advento da internet, mudou substancialmente o modo como a informação é disponibilizada, acessada e compartilhada. Sendo a informação o insumo principal de trabalho do Bibliotecário, conseqüentemente a profissão acompanhou todas essas mudanças de forma conjunta.

Por mais que muitos ainda tenham em mente o Bibliotecário como uma figura limitada a atuar como “guardião de livros”, as atividades inerentes à profissão sempre foram muito maiores que isso. Como diz Amaro (2018, p. 43), “[...] há muito tempo o fazer do bibliotecário não se resume à tarefa de manter bibliotecas” e este “não pode fechar-se no mundo.” entre das paredes desse ambiente.

A profissão atua ativamente nos processos de seleção, organização e disponibilização da informação, independente do suporte, sendo, portanto, figura essencial na mediação daquela informação até o usuário final (BRESSANE; CUNHA, 2011). Com o tempo, o intuito do trabalho se manteve, passando por alguns aprimoramentos acerca do conhecimento indispensável ao profissional.

Essa transformação da área implica diretamente nas atividades do Bibliotecário. De acordo com Silva (2005, p. 12):

A Biblioteconomia requer que o conhecimento do bibliotecário alcance desde o processo de construção da informação, o que envolve o conhecimento de filosofia e de Teoria de Conhecimento, por exemplo, passe pelo conhecimento da arquitetura da informação, da arquitetura de suportes, meios e canais por onde flui a informação, pela engenharia da informação, do seu uso, do seu custo, dos resultados sociais e econômicos, dos seus utilizadores, das suas condições de disseminação no espaço político e social onde ocorre e para onde vai, dentro outros aspectos.

Importante refletirmos que assim como a atuação do Bibliotecário mudou, a do usuário também sofreu alterações. O usuário interage o tempo todo e a análise desse comportamento gera *feedback* para ajustes e melhoramentos em serviços informacionais.

Com a popularização e facilidade de acesso ao ambiente *web* nos últimos anos muitas pesquisas antes realizadas em recursos físicos (livros, enciclopédias, entre outros) passaram a ser realizadas de forma digital, em bases de dados e buscadores. O Google se posicionou como o buscador com maior utilização a nível

mundial (STATCOUNTER, 2021) e o Bibliotecário, como precisa estar onde seu maior insumo de trabalho está, se adaptou a estes novos ambientes digitais. Como dito por Bressane e Cunha (2001) houve a necessidade do desenvolvimento de novas competências profissionais, à medida que as formas de acesso a informação se modificaram dentro de um contexto em que a virtualidade impera.

Como o volume de informações e páginas *web* cresce constantemente e eles precisam ser apresentados de acordo com uma sequência relevante em relação às pesquisas realizadas pelos usuários, surgiram técnicas para que estas páginas possam basicamente “explicar” melhor ao Google do que se tratam e conseqüentemente melhorarem seus posicionamentos nos resultados de busca. Essas técnicas ganharam o nome de *Search Engine Optimization* (Otimização de Sites para Mecanismos de Busca) ou, como são popularmente conhecidas, técnicas de SEO (ELIAS, 2013; GOOGLE, 2021c).

Tratando-se de um profissional que lida ativamente com o processo de pesquisa *web*, formulação de estratégias de busca e indexação, o Bibliotecário apresenta-se como um perfil de profissional preparado para se especializar em SEO e auxiliar não só usuários que pesquisam por informações, serviços e produtos, mas também empresas e proprietários de páginas *web* que precisam se posicionar melhor nas listas de resultados retornados por buscadores.

Diante desse cenário, o presente trabalho tem por objetivo trazer reflexões acerca da possibilidade de atuação do Bibliotecário como especialista em SEO. Esta pesquisa caracteriza-se como documental exploratória à medida que pretende aumentar a familiaridade dos pesquisadores da área para com o tema e traz materiais publicados pelo Google integrando-as em paralelo com a bibliografia da área (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A revisão de literatura foi realizada de forma narrativa a fim de aproximar a discussão para a área e estabelecendo assim possíveis relações com a temática apresentada. Essa construção metodológica permite adquirir e atualizar o conhecimento sobre uma temática específica em um curto período de tempo e na ocasião, reforça o caráter de síntese qualitativo da discussão apresentada. (ROTHER, 2007, p. 7).

Ao final do estudo, a partir das informações levantadas, foi elaborado um quadro comparativo com as atribuições do profissional de biblioteconomia para com

as atividades desempenhadas pelo profissional que trabalha ativamente com técnicas de SEO.

Na sequência o artigo apresenta como a pesquisa realizada no buscador Google funciona, do que se trata o SEO e sua importância para o Google Analytics e por último as relações e possibilidades do profissional de biblioteconomia para com as práticas que envolvem a aplicação de técnicas de SEO.

2 O FUNCIONAMENTO DA PESQUISA NO GOOGLE

Assim que pesquisamos algo, seja por meio de texto ou voz, o Google dá início ao processo de rastreamento dentro de todo conteúdo em seu índice, mais precisamente, os conteúdos que estão indexados por ele. Quem faz esse trabalho são os *Crawlers* ou “robôs de busca”. Todos esses conteúdos são indexados por meio de redes que acessam outras redes, que acessam outras redes e assim sucessivamente. Tudo ligado por meio *links*, *hiperlinks*, seguindo sempre para novas páginas mediante o apontamento deixado pela página anterior. Milhões de páginas arquivadas em milhares de máquinas.

Atualmente, a empresa processa trilhões de pesquisas em um ano, desse total, 15% são consultas inéditas (GOOGLE, 2021a). Esse volume tende a aumentar com o passar do tempo já que todos os dias novos dados são adicionados na web, ou por meio da disponibilização de conteúdo feita por usuários ou por dados gerados por máquina. Devido a essa gigantesca massa informacional, o Google necessita de um bom sistema de classificação que organize todo esse conteúdo.

Estes sistemas são constituídos por uma série de algoritmos que aprimoram a pesquisa. Suponhamos que a pesquisa seja ‘universidades públicas em Florianópolis’. A partir do momento em que executamos a ação e damos o *start* na pesquisa, o Google rastreará em seus índices, todos os arquivos que contenham estes termos. Irá por meio de perguntas ao próprio sistema, verificar quantas vezes estes termos aparecem, onde aparecem (corpo do texto, no título, no endereço *web*, entre outros), se aparecem juntos e na ordem em que pesquisei, isolados e combinados com demais termos, a qualidade do site, geolocalização, sinônimos, interpretação de texto e muitos outros critérios combinados. Tudo isso para então ranquear os resultados, a fim de retornar por ordem de relevância e adequação a pesquisa inicial efetuada (GOOGLE, 2021a).

As respostas vêm em diferentes formatos, caso isso não seja especificado na hora de realizar a pesquisa. Nem sempre a necessidade informacional do usuário está em acessar um *link* ou uma página específica, mas sim em obter ou resultados em outros formatos, como por exemplo, temperatura em graus Celsius na própria página inicial ou até mesmo rotas de trânsito por meio de mapas e orientação geográfica a partir de comando de voz.

Para cada tipo de pesquisa, existem segundo o Google (2021a), milhares ou até mesmo milhões de páginas na *web* que possam conter informações que sejam de fato relevantes ao que foi buscado, isto posto, toda essa dinâmica existente no processo de pesquisa inicia antes mesmo de formularmos nossa questão ao buscador.

Em uma metáfora sobre o ambiente de pesquisa proporcionado pelo Google, enquanto buscador e o ambiente e objetivos de uma biblioteca (ARAÚJO, 2018, p. 47) diz que:

A metáfora mais adequada ao que acontece no Google, seria ao ambiente de biblioteca, onde existem os mesmos processos técnicos da organização da informação, que realiza a coleta, identifica, classifica e indexa o documento, por fim ele é ordenado em forma de índice. A missão de uma biblioteca e do Google é a mesma, oferecer uma informação precisa e de qualidade diante da necessidade de seu usuário.

Claro, aqui estão sendo deixados à parte, questão de fins lucrativos, um dos objetivos fundamentais de qualquer empresa privada e quem nem sempre na biblioteca é tido como um pilar, até por conta dos diferentes tipos de bibliotecas, onde estão inseridas, gestão, entre outros.

Enquanto missão, o propósito de existências de ambas as organizações, realmente são semelhantes e o processo de pesquisa guiado por vezes pela presença do Bibliotecário no ambiente da biblioteca, não deixa de ser guiado indiretamente pelo mesmo profissional, à medida que este organiza a informação para que o Google em seu processo, possa permitir que o usuário, em alguns cliques, encontre resultados relevantes para sua pesquisa.

2.1 O que é SEO?

A sigla SEO significa *Search Engine Optimization*, em tradução, Otimização para Mecanismos de Pesquisa. O surgimento do SEO mudou drasticamente a forma como os conteúdos retornavam. Se antes o ranqueamento dos resultados era feito de acordo com a quantidade de ocorrências do termo utilizado na busca, hoje,

algoritmos fazem com que o fator decisivo desse ranqueamento seja pela relevância que estes possuem (SANTIAGO, 2018).

O SEO é um trabalho usado para ranquear conteúdo, por meio de técnicas que visam melhorar o posicionamento de um site em determinado buscador, com o Google por exemplo. Quando essas técnicas são aplicadas corretamente, as páginas melhoram sua classificação dentro do *PageRank*², que é a lista final de conteúdo ranqueado pelo Google em determinada temática, ou seja, se um conteúdo está melhor posicionado no *PageRank* em relação a outro, ele aparecerá primeiro. Dentre tantos resultados possíveis e ao levar em consideração a pressa do usuário em encontrar aquilo que precisa, ficar entre os dez primeiros é algo essencial em termos de acesso, compartilhamento, e óbvio, publicidade.

De acordo com Mousinho (2017) esse conjunto de estratégias de otimização em *sites*, *blogs* e diferentes páginas da *web*, visa, principalmente, melhorar organicamente o posicionamento dos resultados de acordo com a ordem apresentada pelos buscadores. É importante frisar que ao considerar apenas estratégias orgânicas, demais práticas que envolvem a criação de anúncios pagos e *links* patrocinados não fazem parte do SEO, já que envolvem compra direta de mídia.

Há inúmeros cursos e tutoriais, com dicas, instruções e ‘segredos’ de como utilizar o SEO dentro do seu *site* ou *blog*. As instruções variam das mais gerais às mais específicas. Elas servem para todos os tipos de site com os mais variados tamanhos, tratando, portanto, de orientações gerais.

Conforme o Guia do Google para Iniciantes e suas dicas de Otimização de sites para Mecanismos de Pesquisa (SEO) (GOOGLE, 2019), podemos destacar:

- a) criação de títulos únicos e precisos para a página, exatidão nos assuntos;
- b) melhorar a estrutura de uma *Uniform Resource Locator* (URL) deixando-as mais práticas e amigáveis para quem acessa;
- c) facilitar a navegação do interagente possibilitando que ele encontre o que precisa de maneira rápida e menos trabalhosa possível;
- d) oferecer conteúdo e serviços atualizados e com qualidade;
- e) escrever textos âncora melhores, mais chamativos e adequados a temática;

2 Algoritmo utilizado pelo buscador Google utilizado para o posicionamento dos websites nos resultados de buscas.

- f) adequar as *tags* de cabeçalho corretamente, destacando a importância de títulos e ajustando tamanhos de fonte;
- g) otimização no uso de imagens, adicionando metadados que descrevem especificamente do que se trata aquela imagem.

Em tese qualquer pessoa pode aplicar as técnicas desse guia em sua página, contudo, não é da noite para o dia que a recuperação e indexação de um *site* melhorará. Há uma série de variáveis aplicadas ao sofisticado algoritmo do Google que determinam essas mudanças. A varredura na *web* para atualização dos conteúdos indexados ocorre de tempos em tempos (e isso varia muito de site para site de acordo com a quantidade de acessos ao mesmo) e as técnicas de SEO também sofrem constantes atualizações. Sendo assim um trabalho cíclico e contínuo.

O maior serviço de buscas do mundo é enfático ao afirmar que “[...] ninguém pode garantir a classificação em primeiro lugar no Google.” (GOOGLE, 2021) ao passo que não há uma fórmula mágica que funcione para todos os sites. São técnicas, testagens, estudos e experiências a fim de encontrar as melhores estratégias para cada tipo de caso

Resumidamente, a aplicação de técnicas de SEO viabiliza a ação de identificar os assuntos e demais elementos descritivos presentes no site e ajustá-los. Por vezes essas mudanças podem ser pequenas, mas à medida que são implementadas e começam a funcionar, os efeitos de tais ações transparecem nos resultados de buscas *web*.

2.2 SEO como ferramenta essencial na utilização do Google Analytics

O Google Analytics é uma ferramenta do Google de análises métricas *online*, tendo sido lançada em 2005, após a aquisição da Urchin Software, que oferecia um serviço similar, porém pago (FANG; 2007; LEDFORD; TYLER, 2007). Desde então, ao longo de mais de uma década e meia de atividade, ele vem sendo aprimorado, com novas funcionalidades sendo agregadas constantemente.

Muito popular e amplamente utilizada no Brasil. Possui um plano sem custo que inicialmente tem soluções que atendem as necessidades informacionais da *Big Data Professional Certificate* (BDPC) e ainda, por se tratar de um serviço do Google, há a possibilidade da pessoa responsável por essa área possa se especializar por meio das certificações gratuitas fornecidas. Aprimorando os conhecimentos e

possibilidades de uso da ferramenta e qualificando seu currículo enquanto profissional da área (GOOGLE, 2021b).

A utilização desse serviço ajuda qualquer gestor de um site a conhecer seu público, com informações acerca de quem são os diferentes tipos de público, de onde eles vieram, o que acessam quando estão no *site* e como ele se comporta ali, obtendo, sobretudo, dados personalizados acerca do comportamento de seus usuários, permitindo a criação de sites mais robustos (GAUR; SINGH; JEYTA; KUMAR, 2016).

As informações coletadas pelo Google Analytics por meio dos relatórios disponibilizados, são o 'norte' para a otimização correta das estratégias, utilizando as técnicas do SEO. Por meio dessas métricas é possível checar como está a sua indexação no Google e analisar a taxa de rejeição e aceitação dos interagentes em relação ao site, por exemplo. Se algo pode ser mensurado, é possível que possa ser melhorado, e é exatamente isso que a combinação do Google Analytics + SEO pode trazer.

3 RELAÇÕES E POSSIBILIDADES DO BIBLIOTECÁRIO COMO ESPECIALISTA EM SEO

Dentre as áreas de atuação do Bibliotecário, trabalhar como especialista em SEO é uma das possibilidades que, às vezes, quem opta em seguir a profissão, pode não considerar logo de início. Essa realidade tem mudado e isso pode ser visto em estudos que abordam a atuação do bibliotecário em ambientes e atividades não tradicionais, como o campo da saúde, a indústria, *e-commerce* e é claro, a área tecnológica e de dados (ARAÚJO; INOMATA, 2021; BERAQUET; CIOL, 2010; FREIRE; ALAUZO; SPUDEIT; REIS, 2017; SÁ, 2020).

O Bibliotecário com seus conhecimentos adquiridos em técnicas de representação e organização da informação, avaliação de fontes, serviço de referência e principalmente em recuperação da informação independente do ambiente se adequam acertadamente ao domínio de habilidades que a atuação no campo exige.

Uma das principais funções do Bibliotecário é mediar a informação presente em qualquer plataforma, seja ela física ou digital. Para Silva (2005, p. 9-10):

Cabe ao Bibliotecário antecipar-se na otimização dos resultados que levaram o usuário até a sua busca e direcionar a sua pesquisa mostrando-

lhes os mecanismos de consulta existentes [...] sabendo utilizar os caminhos necessários para aperfeiçoar a pesquisa.

Mesmo que lhes sejam insuficientes os conhecimentos adquiridos durante a formação acadêmica ou até então que estes lhes tenham sido passados há alguns anos, é imprescindível que estes profissionais se mantenham atualizados, conheçam minimamente e familiarizem-se com as novas técnicas de busca e recuperação da informação. Oliveira et al. (2011, p. 156) dizem que:

O perfil do bibliotecário encaixa-se nesse novo mercado, pois assim como ocorre nos centros de informação tradicionais, este profissional pode desenvolver competência para criação de diretrizes no que diz respeito à organização da informação e a análise de conteúdos para a representação da informação estruturada em ambiente eletrônico.

Antes da internet e do surgimento de inúmeras redes sociais, as ações de marketing *offline* em bibliotecas e demais instituições caracterizavam como sendo de mão única, ou seja, o interagente recebia e não havia de fato uma interação. Atualmente, com o marketing *online*, a comunicação passou a ser uma via de mão dupla. Para o Bibliotecário, adquirir as competências necessárias em marketing são de grande importância, pois atua de maneira complementar aos conhecimentos em SEO e, além disso, ramificam ainda mais as possibilidades de atuação no mercado de trabalho.

Além do Guia de SEO para iniciantes já citado, o Google possui uma página onde elenca dicas para a contratação de um profissional de SEO. Nela estão descritos potenciais competências exigidas do profissional como experiência no setor ou oferecimento de serviços ou orientações em relação à pesquisa orgânica, sendo esta última atividade a principal função de um Bibliotecário de referência (GOOGLE, 2021b). Como dizem as autoras Souza e Farias (2011, p. 2):

O Bibliotecário de referência é o profissional da informação especializado em dar assistência ao usuário/pesquisador. No uso das fontes de pesquisa de uma biblioteca. É o intermediário entre a informação e o usuário, sua tarefa é supri-lo em suas necessidades informacionais.

Esse apoio ao usuário/pesquisador no uso de recursos informacionais, e entre eles recursos *web*, como buscadores, exige do profissional amplo conhecimento acerca de fontes de informação e estratégias de busca, conhecido este, possível de ser convertido para a atuação com técnicas de SEO, pois, se um Bibliotecário sabe como e onde pesquisar, sabe, portanto, o que funciona e o que não funciona nesse processo.

Grande parte das atividades descritas anteriormente é desenvolvida pelo SEO fazem parte ou tem relação com o núcleo duro da biblioteconomia. Classificação, indexação e representação descritiva, são áreas o Bibliotecário é um profissional capacitado para executá-las com maestria.

Nas disciplinas de Indexação estudam-se os aspectos relacionados à leitura documentária e recuperação da informação, bem como normas relacionadas ao processo, entre elas a Norma brasileira (NBR) 12676 que estabelece os métodos de análise de documentos e define os estágios da Indexação (ABNT, 1992).

Sendo a indexação grande parte do processo de práticas de SEO, Araújo (2018) propõe que o Bibliotecário seja um profissional plenamente capacitado na execução de tal tarefa, ao levar em consideração todo o conhecimento e compreensão sobre. Desse modo, sabendo empregar “[...] o uso mais adequado das palavras-chave na ferramenta, e tornando o bibliotecário, mediador entre a necessidade do cliente e usuário do Google.” (ARAÚJO, 2018, p. 24).

Por último, Minick (2016) afirma que um profissional de SEO precisa ter em mente que as mudanças são constantes e acontecem de forma rápida, particularmente por estarem associadas a um algoritmo que não para. Portanto, uma tática que pode funcionar muito bem hoje, talvez não seja a melhor amanhã. Além disso, o autor frisa que é importante conhecer o nicho ao qual está direcionada aquela página web. O Bibliotecário enquanto profissional que possui competência em informação e experiência nos chamados “estudos de usuário” com objetivo de conhecer melhor o público de uma biblioteca e assim direcionar de forma assertiva produtos e serviços de acordo com a demanda informacional deste público, atende tais requisitos.

A partir dessas informações foi elaborado um quadro comparativo contendo algumas das atribuições inerentes aos profissionais da biblioteconomia de acordo com, em relação as atividades desempenhadas por profissionais especialistas em técnicas de SEO.

Quadro 1 – Comparativo de funções entre bibliotecários e especialistas em SEO (continua)

Atividades desempenhadas	
BIBLIOTECÁRIOS	ESPECIALISTAS EM SEO
- Indexação; - Catalogação (representação descritiva); - Classificação (representação temática);	- Análise de conteúdo ou da estrutura do site; - Desenvolvimento de conteúdo; - Pesquisa e definição de palavras-chave;

- Recuperação da informação (processo de busca e elaboração de estratégias);	- Treinamento de SEO;
--	-----------------------

Quadro 1 – Comparativo de funções entre bibliotecários e especialistas em SEO (conclusão)

Atividades desempenhadas	
BIBLIOTECÁRIOS	ESPECIALISTAS EM SEO
<ul style="list-style-type: none"> - Marketing da informação; - Avaliação de conteúdo na internet; - Aprender a usar a nova tecnologia emergente, a fim de ser capaz de ensinar os usuários; - Analisar como os usuários utilizam informações e demais serviços. 	<ul style="list-style-type: none"> - Experiências em regiões e mercados específicos; - Pesquisa detalhada sobre as informações da empresa/instituição na qual irá aplicar técnicas de SEO; - Realização de auditoria técnica e de pesquisa dos <i>sites</i>; - Atividades de marketing da informação.

Fonte: Adaptado de Google (2021d); Brasil, (1962); Guion (2014); Oliveira; Ferreira; Casimiro; Santos, (2011).

São inúmeras outras as atribuições inerentes aos profissionais da área de biblioteconomia. No quadro 1 foram citadas apenas algumas apenas para facilitar a visualização entre as atividades de ambos os profissionais e suas semelhanças.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto atual da sociedade em que se inserem as unidades informacionais e demais espaços de atuação do Bibliotecário, é necessário que este profissional desenvolva cada vez mais competências e busque se adequar ao meio e às inovações, principalmente tecnológicas. Neste viés, o Bibliotecário precisa ter proatividade e se abrir à possibilidade da interdisciplinaridade, buscando constantemente adquirir novos conhecimentos e fortalecer os previamente aprendidos, por meio da formação continuada.

Considera-se que o Bibliotecário tem totais condições de se especializar na área e contribuir significativamente a partir do uso de habilidades inerentes a um profissional da informação.

Este artigo teve por objetivo trazer algumas reflexões sobre a atuação do Bibliotecário nessa área a partir dos conhecimentos inerentes à profissão. Como pesquisas futuras, podem ser realizados estudos voltados a profissionais da biblioteconomia que atuam com SEO. Por meio do emprego de questionários ou

entrevistas compreender melhor o dia a dia destes profissionais e o quanto a formação da área contribui no desempenho de suas atividades.

Por fim, a perspectiva da atuação como especialista em SEO, é um campo que tem muito conteúdo e oportunidade a serem explorados pelos Bibliotecários. Cabe ao profissional mostrar sua capacidade de inserção nesse nicho e o quão seus conhecimentos são essenciais e podem se encaixar perfeitamente para a realização deste tipo de trabalho.

REFERÊNCIAS

- AMARO, Bianca. O bibliotecário e o seu relacionamento com a tecnologia. *In*: RIBEIRO, Anna Carolina Mendonça Lemos; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves (org.). **Bibliotecário do século XXI: pensando o seu papel na contemporaneidade**. Brasília: Ipea, 2018.
- ARAÚJO, Andréa Nunes de. **A contribuição da indexação no processo de seleção de palavras-chave no Google Adwords**. 2018. Dissertação (Mestrado em Organização, Mediação e Circulação da Informação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27163/tde-26122018-165003/pt-br.php>. Acesso em: 3 ago. 2021.
- ARAÚJO, Vanessa Silva; INOMATA, Danielly Oliveira. Mapeamento de competências do bibliotecário para uma atuação na indústria. **AtoZ: Novas Práticas em Informação e Conhecimento**, v. 10, n. 3, p. 1-12, 2021. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/79909>. Acesso em: 15 out. 2021.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 12676**: métodos para análise de documentos: determinação de seus assuntos e seleção de termos de indexação. Rio de Janeiro, 1992.
- BERAQUET, Vera Silvia Marao; CIOL, Renata. Atuação do bibliotecário em ambientes não tradicionais: o campo da saúde. **Tendências Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 127-137, 2010. Disponível em: <http://revistas.ancib.org/index.php/tpbci/article/view/182>. Acesso em: 15 out. 2021.
- BRASIL. **Lei nº 4.084, de 30 de junho de 1962**. Dispõe sobre a profissão de bibliotecário e regula seu exercício. Brasília, DF: Presidência da República, 1962. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/l4084.htm. Acesso em: 16 out. 2021.
- BRESSANE, Julia Miranda; CUNHA, Miriam Vieira da. A profissão de bibliotecário: competências demandadas por um mercado em transformação. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, Medellín, v. 34, n.3, p. 329-333, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v34n3/v34n3a7.pdf>. Acesso em: 14 out. 2021.

ELIAS, Márcio. **Fundamentos básicos e avançados de SEO**. Rio de Janeiro: Brasport, 2013.

FANG, Wei. Using Google Analytics for Improving Library Website Content and Design: A Case Study. **Library Philosophy and Practice**, Nebraska, special issue on Libraries and Google. Disponível em: <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/121>. Acesso em: 15 out. 2021.

FREIRE, Fabriele da Silva; ALAUZO, Jorge Luiz Cativo; SPUDEIT, Daniela Fernanda de Assis. Competências e campos emergentes para atuação de bibliotecários. **RACIn - Revista Analisando em Ciência da Informação**, v. 5, p. 81-102, 2017. Disponível em: http://arquivologiauepb.com.br/racin/edicoes/v5_n1/racin_v5_n1_artigo05.pdf. Acesso em: 14 out. 2021.

GAUR, Loveleen; SINGH, Gurinder; JEYTA; KUMAR, Shubhankar. Google Analytics: A Tool to make websites more Robust. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR COMPETITIVE STRATEGIES, 2., 2016, Udaipur (Índia). **Anais [...]**. Udaipur: ICTCS, 2016. p. 1-7. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2905055.2905251>. Acesso em 13 jun. 2021.

GOOGLE. **Como funciona a pesquisa**. [S. l.], 2021a. Disponível em: <https://support.google.com/webmasters/answer/70897?hl=pt-BR>. Acesso em: 7 jan. 2021a.

GOOGLE. **Google Marketing Platform**. [S. l.], 2021b. Disponível em: <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>. Acesso em: 30 jan. 2021.

GOOGLE. **Guia de otimização de mecanismos de pesquisa (SEO) para iniciantes**. [S. l.], 2021c. Disponível em: <https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=pt-br>. Acesso em: 14 out. 2021.

GOOGLE. **Otimização de sites para mecanismos de pesquisa (SEO): guia do Google para iniciantes**. [S. l.], 2019. Disponível em: <http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/pt-BR//intl/pt-BR/webmasters/docs/guia-otimizacao-para-mecanismos-de-pesquisa-pt-br.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2021.

GOOGLE. **Você precisa de SEO?** [S. l.], 2021d. Disponível em: <https://support.google.com/adsense/answer/35291?hl=pt-BR>. Acesso em: 22 jan. 2021.

GUION, David. **What do librarians do?** [S. l.], 2014. Disponível em: <https://www.allpurposeguru.com/2014/11/what-do-librarians-do/>. Acesso em: 16 out. 2015.

LEDFOURD, Jerri; TYLER, Mary E. **Google Analytics 2.0**. Indianapolis: Wiley, 2007.

MINICK, Maxx. The five pillars of SEO. **EContent**, Nova Jersey (Estados Unidos), v. 39, n. 7, p 1-2, 2016. Disponível em: [link.gale.com/apps/doc/A463400528/AONE?u=capes & sid=bookmark-AONE & xid=15eb6e98](http://link.gale.com/apps/doc/A463400528/AONE?u=capes&sid=bookmark-AONE&xid=15eb6e98). Acesso em: 1 ago. 2021.

MOUSINHO, André. O que é SEO (Search Engine Optimization): o guia completo para você conquistar o topo do Google. **RockContent Blog**. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-seo/>. Acesso em: 1 ago. 2021.

OLIVEIRA, Adriano Mendes de *et al.* Search Engine Optimization - SEO: a contribuição do bibliotecário na otimização de websites para os mecanismos de busca. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 1, Número Especial, p. 137-159, out. 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc/article/view/10792>. Acesso em: 09 fev. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Rio Grande do Sul: Feevale, 2013.

REIS, Luiz Claudio Rezende; SÁ, Maria Irene da Fonseca. Big Data: um novo campo de atuação para bibliotecários. **Prisma.com**, Portugal, n. 41, p. 231-250, 2020. Disponível em: <http://aleph20.letras.up.pt/index.php/prisma.com/article/view/6752>. Acesso em: 14 out. 2021.

ROTHER, Edna Terezinha. Revisão sistemática x revisão narrativa. **Acta Paulista de Enfermagem**, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 7-8, jun. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ape/a/z7zZ4Z4GwYV6FR7S9FHTByr/?lang=pt>. Acesso em: 16 out. 2021.

SANTIAGO, Bruno. **A matemática por trás do nascimento do Google**. [S. l.]: Instituto de Matemática e Estatística da Universidade Federal Fluminense. [Manuscrito de minicurso]. Disponível em: https://www.professores.uff.br/brunosantiago/wp-content/uploads/sites/17/2018/11/MiniCurso_VCMCOBruno-Santiago.pdf. Acesso em: 16 out. 2021.

SILVA, Fabiano Couto Corrêa. **Bibliotecários especialistas**: guia de especialidades e recursos informacionais. Brasília: Thesaurus, 2005.

SOUZA, Maria Naires Alves de; FARIAS, Karla Meneses Farias. Bibliotecário de referência e a competência informacional. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO (CBBBD), 24., 2011, Maceió. **Anais [...]** Maceió, 2011. Disponível em: <http://www.febab.org.br/congressos/index.php/cbbd/xxiv/paper/view/530/674>. Acesso em: 22 jan. 2021.

STATCOUNTER. **Search engine market share worldwide**. Dublin, 2021. Disponível em: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share#monthly-200901-202110>. Acesso em: 15 out. 2021.