Introdução

Meta tags são linhas de código HTML ou "etiquetas" que, entre outras coisas, descrevem o conteúdo do seu site para os buscadores. É nelas que você vai inserir as palavras-chave que facilitarão a vida do usuário na hora de te encontrar, por exemplo. Por meio delas, você pode também "assinar" seu site, declarando sua autoria sobre o código fonte.

Cada vez mais os buscadores levam em consideração a qualidade do conteúdo nos resultados de pesquisa, e por isso simplesmente adicionar meta tags no código fonte da sua página não vai melhorar o posicionamento dela. Porém, as meta tags ainda tem seu espaço se utilizadas corretamente.

Neste artigo veremos as principais meta tags e suas funções.

Como utilizar as meta tags

As meta tags devem ser incluídas no seu código HTML, dentro da tag <head>, como mostra o exemplo a seguir:

<html>

<head>

<title> Aprendendo sobre as meta tags </title>

<meta name="author" content="Erika Sarti">

<meta name="description" content="Meta Tags - O que são e como utilizá-las">

<meta name="keywords" content="sites, web, desenvolvimento">

</head>

...

Vamos entender melhor as instruções "menos óbvias", isto é, *keywords* e *description*:

keywords

Nesta tag você deve incluir uma quantidade de palavras que se referem ao conteúdo da página. Mantenha o limite de aproximadamente 150 caracteres. Se não utilizar as mesmas palavras, tente utilizar sinônimos. Nunca quebre uma linha de palavras-chave, porque seu trecho de código será considerado um erro e será ignorado. Sempre separe as palavras com vírgula e declare todas elas em letras minúsculas - alguns buscadores têm problemas com letras maiúsculas e podem ignorar seu site.

<meta name="keywords" content="sites, web, desenvolvimento, html, design">

Pessoalmente, eu costumo incluir os termos no singular e no plural (site, sites). No caso de palavras acentuadas, eu ignoro a acentuação ou utilizo os caracteres acentuados em HTML ("manutenção" fica "manutencao" ou "manuten&ccedil;&atilde;o").

Infelizmente, alguns desenvolvedores fizeram mal uso deste recurso no passado, o que faz com que alguns *robots* e *spiders* não deem muita atenção às meta tags keywords. Se não têm mais tanta influência nos resultados dos principais buscadores, as meta tags keywords ainda podem ajudar a categorizar o conteúdo da sua página. Por isso, sempre use palavras-chave coerentes com o seu conteúdo, e nunca acrescente itens só para aparecer melhor na busca, afinal você sabe que quando o usuário entra no seu site e não encontra o que foi "prometido" sairá rapidamente da página. Além disso, os buscadores melhoram seus algoritmos de busca a cada dia, e um truquezinho que aparentemente vai te ajudar pode atrapalhar e muito.

description

Uma ou duas frases que o buscador apresentará como um resumo do conteúdo do seu site. Procure manter um limite de aproximadamente 90 caracteres.

<meta name="description" content=" Meta Tags - O que são e como utilizá-las - Um artigo para iniciantes">

Sozinhas, as meta tags não fazem milagres na divulgação do seu site: **dê muita importância ao seu conteúdo em primeiro lugar**. É a dobradinha *conteúdo bem apresentado + atualização constante* que vai fazer com que o usuário sempre volte. Um título coerente com o conteúdo e explicativo também ajuda.

Cuide também dos seus links: procure inserir apenas endereços para páginas com assuntos relacionados ao seu conteúdo, e tente ser "linkado" de volta. Em quanto mais páginas relevantes sobre o mesmo assunto seu site aparecer, melhor ele estará no *ranking* dos buscadores.

Escondendo seu site dos buscadores

Hoje em dia é um pouco obsoleto utilizar as meta tags para esconder determinadas páginas do seu site dos buscadores. Para melhores resultados, você pode experimentar o uso de um arquivo [robots.txt](http://www.robotstxt.org/orig.html) (link em inglês).

Tão importante quanto conhecer a utilidade da tag keywords é saber usar a tag **robots**. A função desta é informar aos buscadores se devem indexar sua página ou não. Parece contraditório falar sobre isso, mas, na verdade, bloquear seu site pode ter lá suas vantagens.

Quando você utiliza *pop-ups* ou *iframes* para mostrar o conteúdo do seu site, por exemplo, não é interessante que o buscador indexe essas páginas, afinal, se elas forem acessadas individualmente, não vão significar nada e não trarão visitação relevante ao seu site. Também pode ser interessante não indexar seu site [[1]](#footnote-1)quando o conteúdo é restrito a um grupo de pessoas e não precisa de divulgação ou quando você quer fazer um blog mais reservado, por exemplo. Nestes casos, mesmo que outras pessoas façam links para o seu site, ele não aparecerá em nenhuma busca (na verdade, isso pode depender de critérios internos do buscador).

Os valores possíveis para esta tag são:

<meta name="robots" content="index,follow">  
<meta name="robots" content="noindex,follow">  
<meta name="robots" content="index,nofollow">  
<meta name="robots" content="noindex,nofollow">  
<meta name="robots" content="noarchive">

Aqui, os valores *"index*" e *"noindex"* se referem ao tratamento da página inicial: se o buscador deve ou não incluí-la nos resultados, respectivamente.

Já os valores *"follow"* e *"nofollow"* se referem aos links da página inicial, se eles devem ser visitados e indexados ou não.

Portanto:

<meta name="robots" content="index,follow">

Indexa a página inicial e todas as páginas nela referenciadas.

<meta name="robots" content="noindex,follow">

A instrução acima não indexa a página inicial, mas indexa as páginas nela referenciadas.

<meta name="robots" content="index,nofollow">

A instrução anterior indexa a página inicial, mas nenhum link existente nela.

<meta name="robots" content="noindex,nofollow">

Por fim, a instrução acima não indexa nem a página inicial e nem seus links.

Portanto, se você quiser evitar que os sites de busca encontrem seu site, use a última opção. Porém, se você quiser que apenas o Google não encontre seu site ou se quiser remover uma página dos seus resultados de busca a partir da próxima varredura, pode utilizar a seguinte tag:

<meta name="googlebot" content="noindex,nofollow">

A maioria dos buscadores armazena uma cópia da sua página em cache, para otimizar a busca. Para evitar isso, você pode utilizar a tag a seguir:

<meta name="robots" content="noarchive">

Todavia, lembre-se que além de acelerar a busca, armazenar uma cópia em cache tem a finalidade de disponibilizar o resultado ao usuário caso seu site esteja passando por algum problema técnico. Use esta tag somente se o conteúdo do seu site for muito específico quanto a essa necessidade.

Mais do que divulgar seu site nos buscadores

As meta tags não servem só para divulgar seu conteúdo. Basicamente, a função delas é fornecer informações adicionais sobre seu site. Vamos conhecer melhor algumas meta tags interessantes.

content-language

Especifica a língua primária da página. Útil para ajudar o buscador a classificar seu site no idioma apropriado, orientar os navegadores a exibir acentuação e caracteres especiais corretamente, e para facilitar o uso de corretores ortográficos.

Alguns valores possíveis:

***pt****Português****pt-br****Português do Brasil****en****Inglês****en-us****Inglês dos EUA****en-gb****Inglês Britânico****fr****Francês****de****Alemão****es****Espanhol****it****Italiano****ru****Russo****zh****Chinês****ja****Japonês*

Um exemplo usando o valor "pt-br":

<meta http-equiv="content-language" content="pt-br">

content-type

Especifica o tipo de conteúdo da página e o conjunto de caracteres que ele usa. É recomendável utilizar esta meta tag em todas as páginas do seu site, porque ela garante que os navegadores irão tratar seu documento da maneira mais apropriada, especialmente quando você utiliza formulários para enviar informações entre páginas. Para quem desenvolve páginas em idiomas orientais, utilizar o conjunto de caracteres apropriados é fundamental para que eles sejam exibidos corretamente.

Os valores mais comuns são:

<meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=iso-8859-1">

Onde:

*text/html* define que o conteúdo é um texto em linguagem HTML. Se você desenvolve sites em XHTML ou XML, certamente sabe que deverá aplicar os valores *"application/xhtml+xml"* e *"application/xml"*, respectivamente.

*iso-8859-1* é a codificação da linguagem mais comum para exibir textos em línguas derivadas do latim.

author

Por meio das meta tags, você também pode declarar sua autoria sobre a página, "assinando" seu código fonte:

Eu considero esta tag importantíssima. Ela pode ser útil quando algum usuário procura pelo seu nome em um buscador ou quando o site do seu cliente não tem uma forma de contato direto com você desenvolvedor por alguma razão.

<meta name="author" content="Erika Sarti">

Infelizmente, trabalhamos com o risco de clientes não pagarem pelo nosso trabalho, motivo pelo qual também é importante manter uma tag com o seu nome no código do site para ajudar a provar que ele foi desenvolvido por você.

reply-to

Especifica um endereço de e-mail para entrar em contato com o responsável pelo site.

<meta name="reply-to" content="erikasarti@infowester.com">

generator

Alguma vez você já reparou que quando edita uma página HTML feita no FrontPage ou no Word, muitas vezes é o programa que a gerou que abre para edição, e não o Bloco de Notas ou seu editor não-visual padrão? Isso é por causa da meta tag *generator*, que especifica o programa que construiu a página:

<meta name="generator" content="Microsoft FrontPage 5.0">

É assim que o sistema operacional sabe que editor utilizar e que ícone mostrar ao exibir um arquivo .htm ou .html em uma pasta.

Redirecionando o visitante para outra página

Alguma vez você já deve ter visitado um site que mudou de endereço e que exibe uma mensagem do tipo:

*Você será redirecionado para um novo site em 5 segundos.  
Se não quiser aguardar, clique aqui.*

Esse redirecionamento pode ser feito com meta tag, por meio de uma única linha:

<meta http-equiv="refresh" content=" 5 ;url=http://www.novosite.com/">

Ou seja, depois de 5 segundos, o navegador será redirecionado para o endereço *www.novosite.com*.

Essa mesma tag é utilizada para atualizar automaticamente uma página dinâmica, como a home page de um portal ou a sessão de notícias de um site, por exemplo. Neste caso, o intervalo de tempo em segundos deve ser bem maior e a URL deve ser o endereço do próprio site a ser atualizado.

<meta http-equiv="refresh" content="120;url=http://www.seusite.com/">

Lembre-se apenas de utilizar esse recurso com cautela, pois uma página que é atualizada automaticamente pode interromper a atividade do usuário, deixando-o irritado.

Redirecionamento com PHP e código 301

Apesar de as instruções do tópico acima funcionarem, especialistas em Search Engine Optimization(SEO) e o próprio Google recomendam que, toda vez que você tiver que mover uma página permanentemente, o faça utilizando o código 301. Esse procedimento oferece maiores garantias de que o buscador entenderá que se trata de um redirecionamento, diminuindo as chances de problemas na indexação do site.

Em cada linguagem há maneiras de se fazer isso. Usaremos PHP como exemplo. Na página que tiver que ser redirecionada, basta inserir as seguintes instruções:

<?

Header( “HTTP/1.1 301 Moved Permanently” );

Header( “Location: http://www.novoendereco.com.br/” );

?>

Assim, toda vez que o usuário acessar o endereço antigo, será automaticamente redirecionado para o link informado em *Location*.

Finalizando

As meta tags são interessantes para o seu site, mas não são o mais importante. Você deve priorizar a disponibilização de bom conteúdo e, claro, evitar enganar ou confundir seu usuário. Acreditar que somente um bom trabalho em meta tags será o suficiente para o seu site ser bem indexado é um erro, mesmo porque, conforme já informado no texto, os buscadores estão cada vez mais preparados para identificar "truques". Por isso, utilize meta tags, mas procure também trabalhar com boas práticas. Você pode conhecer algumas delas no nosso já referenciado artigo sobre Search Engine Optimization.

1. O que significa **indexar** um **site** no Google? **Indexar** significa colocar no índice, ou seja, na raíz do Google. Significa dar todas as explicações necessárias do seu **site** para o Google. Para que seu **site** seja encontrado nas buscas, obviamente faz-se necessário que seu **site** esteja publicado no índice de pesquisas do Google. [↑](#footnote-ref-1)