

# MÓDULO IV

## Introdução ao HTML5 e Estrutura Básica

# MÓDULO IV

## O que são as Meta Tags, como devem ser usadas e de que forma impactam o SEO?

*As meta tags são elementos HTML que descrevem o conteúdo das páginas, para os mecanismos de busca. Meta description e robots são alguns dos tipos desses elementos.*

# MÓDULO IV

Por trás do que vemos nas páginas da web, existe uma infinidade de códigos que fazem elas funcionarem. Nas estratégias de SEO, os códigos são essenciais não só para a funcionalidade do site, mas também para orientar o robô do Google enquanto ele rastreia as suas páginas.

Entre esses códigos, estão as meta tags, que enviam informações sobre as páginas aos mecanismos de pesquisa. Assim, eles identificam como devem exibir determinados elementos ou como os robôs devem se comportar.

# MÓDULO IV

## O que são Meta Tags?

Meta tags são comandos inseridos no código **HTML** que transmitem informações sobre uma página aos navegadores e mecanismos de busca. Elas devem ser incluídas na seção `<head>` para que os navegadores e robôs consigam encontrá-las e compreendê-las.

Preencher e otimizar meta tags são ações de **SEO** técnico, que está relacionado às operações de rastreamento e indexação pelos robôs. Quando se usam as meta tags, o buscador consegue entender melhor as páginas durante esses processos.

Existem ainda outras tags do código, como a **Title Tag** e as **Heading Tags**, que também são importantes no **SEO**. Porém, elas se referem a determinados elementos da página.

O prefixo meta, como em outras palavras (metalinguagem, por exemplo), é usado para se referir a si mesmo — nesse caso, sobre a própria página.

# MÓDULO IV

## Qual a importância de Meta Tags para SEO?

As meta tags já foram imprescindíveis para a otimização de sites. Nos primórdios do **SEO**, utilizar meta keywords, que indicam as principais palavras-chave da página, era o caminho do sucesso: bastava incluí-las no **HTML** para posicionar sua página nas buscas por aqueles termos.

Porém, esse uso se tornou exagerado. Muitos proprietários de sites abusaram da otimização de **meta keywords** e utilizavam o que passou a ser considerado black hat: o keyword stuffing. Essa prática consiste no uso excessivo de palavras-chave na página, inclusive nas meta tags, com a intenção de manipular os algoritmos de pesquisa.

# MÓDULO IV

Por isso, o **Google** passou a desconsiderar as meta keywords na avaliação de uma página para o ranking da busca. Porém, muitos profissionais entenderam esse recado do **Google** como um sinal de que as **meta tags**, em geral, não importavam mais para o buscador. Mas não é bem assim.

Ainda existem meta tags que podem e devem ser usadas. Elas são importantes para organizar e transmitir determinadas informações sobre as páginas ao **Google**. Dessa maneira, o **Googlebot** pode entender melhor como deve se comportar enquanto rastreia e indexa o conteúdo.

Se o rastreamento e a indexação se tornam mais eficientes, significa também que o usuário tende a ter uma melhor experiência da busca, já que vai receber resultados mais relevantes nas suas pesquisas.

# MÓDULO IV

## Quais são as principais Meta Tags usadas no SEO?

Existem diversas meta tags para incluir no HTML das suas páginas. Mas, pensando em **SEO**, é importante focar naquelas meta tags que o Google entende e que fazem a diferença para a leitura do site pelos robôs.

Então, vamos focar nas duas meta tags que mais importam para a sua estratégia de **SEO**: description e robots. Perceba que a **Title Tag** e as **Heading Tags** não são meta tags — são apenas marcações no código que estruturam os elementos da página.

# MÓDULO IV

## Meta description

A meta description é uma breve descrição sobre o conteúdo de uma página, que costuma aparecer no resumo dos links orgânicos nos resultados da busca.



# MÓDULO IV

A intenção do buscador é que o usuário tenha uma noção sobre o que vai encontrar na página antes de clicar no link. Então, é indicado que esse texto seja informativo e atrativo para o usuário, de maneira que estimule a pessoa a clicar.

Em termos de **SEO**, é importante saber que o **Google** já revelou: a meta description não é um fator de rankeamento do algoritmo de busca. Isso significa que não há uma forma direta de influenciar a classificação usando palavras-chave nessa descrição.

Por outro lado, otimizar a meta description com um bom texto para os usuários é uma forma de atrair o clique na página de resultados da busca e aumentar o tráfego orgânico para o site.

# MÓDULO IV

Além disso, se você inserir a palavra-chave na descrição, ela aparece em negrito no snippet quando coincidir com os termos pesquisados pelo usuário, o que chama mais atenção para o clique.

Apesar disso, nem sempre o **Google** utiliza a meta description no snippet da página de resultados. Se o buscador entender que outro trecho do site descreve melhor o conteúdo que o usuário busca, é isso que vai aparecer na busca, mesmo que você tenha definido uma meta descrição.

De qualquer forma, vale a pena configurar essa meta tag nas suas páginas. Se a descrição que você criar for boa e relevante para a busca do usuário, o **Google** vai usar.

# MÓDULO IV

## Robots

A meta tag **robots** é um conjunto de orientações para controlar como os robôs dos mecanismos de busca rastreiam e indexam as páginas do site. Essa meta tag contempla uma série de diretivas que você pode incluir no código. Estas são as principais:

- **noindex**: não mostrar a página, mídia ou recurso nos resultados da pesquisa;
- **nofollow**: não seguir os links da página para descobrir novos conteúdos;
- **none**: equivale a noindex enofollow juntos;
- **noarchive**: não guardar o cache da página nem exibi-lo nos resultados da pesquisa;
- **nositelinkssearchbox**: não exibir o box de busca do site nos resultados da pesquisa;
- **nosnippet**: não exibir um snippet de texto ou vídeo nos resultados da pesquisa;

# MÓDULO IV

- **notranslate:** não oferecer a tradução da página nos resultados da pesquisa;
- **noimageindex:** não mostrar as imagens da página nos resultados da pesquisa;
- **unavailable\_after:** [date/time]: não exibir a página nos resultados da pesquisa a partir da data/hora especificada.

Uma curiosidade é que a meta tag robots se comunica com os robôs de qualquer motor de busca. Mas, se você usar o valor “**googlebot**” em vez de “**robots**”, a instrução é lida apenas pelo robô do Google. Existem ainda robôs específicos dentro do Google, como o “**googlebot-news**” e o “**googlebot-image**” – com essas diretivas, você pode se comunicar apenas com os robôs do Google Notícias e do Google Imagens, respectivamente.

# MÓDULO IV

Perceba que a meta tag robots deve ser incluída no HTML de cada página, para que você controle a indexação e o rastreamento individualmente, como mostrado abaixo:

```
<meta name="robots" content="noindex"/>
```

Não confunda com o arquivo **robots.txt**, que define quais **URLs** do site podem ser acessadas pelo robô.

O papel do **robots.txt** é evitar a sobrecarga de rastreamento do site com páginas semelhantes ou informações sem importância. É importante não usar esse arquivo para retirar uma página dos resultados da pesquisa, o que deve ser feito com a meta tag robots e a diretiva **noindex**.

# MÓDULO IV

## Meta **keywords**: devem ser usadas?

Dúvidas sobre meta **keywords** ainda existem, então vale a pena esclarecer: o **Google** não considera mais as meta **keywords**. Então, não vale a pena se preocupar com elas.

Na Central de Pesquisa do Google, datado ainda de 2009, o buscador explica claramente que ignora a meta tag **keywords** nos resultados da pesquisa. Além disso, na página que explica as meta tags que o Google entende, **keywords** sequer aparece. Então, não perca tempo com isso.

# MÓDULO IV

## Outras Meta Tags

Existem ainda outras inúmeras meta tags que você pode usar para se comunicar com os robôs.

É interessante saber mais algumas:

- **Viewport:** informa ao navegador como renderizar a página em dispositivos móveis. É uma meta tag essencial para o design responsivo, geralmente configurada automaticamente nos editores de sites.
- **Refresh:** usada para atualizar a página automaticamente depois de um tempo aberta ou redirecionar o usuário para outra página automaticamente. Porém, nenhuma dessas diretivas é recomendada pelo Google, já que tiram o controle do usuário sobre a sua navegação.
- **Rating:** sinaliza ao SafeSearch do Google sobre conteúdo adulto, de maneira que a página seja filtrada nos resultados da pesquisa.

# MÓDULO IV

## Como visualizar as Meta Tags?

As meta tags não são visíveis para o usuário na interface do site, mas é possível encontrá-las. Para visualizar as meta tags, é preciso abrir o código-fonte de cada página e procurá-las na <head>.

Não há qualquer mistério para fazer isso. Basta clicar com o botão direito na página que você está visitando e selecionar a opção “Exibir código-fonte da página” (ou algo semelhante). Você também pode usar o atalho no Windows (**Ctrl + U**) ou no Mac (Command + U).

# MÓDULO IV

## Como funcionam as Meta Tags?

Meta tags estão inseridas no código da página e podem assustar um pouco se você não entende nada de programação. Mas é só analisar com um pouco mais de atenção para ver que não é complicado.

Elas aparecem assim:

```
<meta name="description" content="Aqui está a descrição da página." />
```

```
<meta name="robots" content="noindex" />
```

# MÓDULO IV

Essa linha de código deve estar inserida no documento HTML da página, dentro da <head>.

Basicamente, a estrutura fica assim:

```
<!DOCTYPE html>
<html><head>
<meta name="robots" content="noindex">
(...)
</head>
<body>(...)</body>
</html>
```

# MÓDULO IV

As meta tags do **HTML** são formadas por atributos, cujo comportamento é definido pelos valores (ou diretivas). No exemplo abaixo, “**description**” é o valor do atributo “**name**”.

Isso significa que aquela meta tag vai trazer a descrição da página.

O texto da descrição, então, é o valor do atributo “**content**”.

```
<meta name="description" content="Aqui está a descrição da página." />
```

Perceba que, na meta tag robots, é possível preencher o atributo “content” com mais de uma diretiva.

Você pode fazer isso separando os valores por vírgulas ou utilizando mais de uma meta tag:

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

# MÓDULO IV

Ou:

```
<meta name="robots" content="noindex">
```

```
<meta name="robots" content="nofollow">
```

# MÓDULO IV

## Como usar Meta Tags?

Para usar as meta tags, você precisa editar o código-fonte das suas páginas e inserir as tags na seção **<head>**.

Se você tiver conhecimento técnico para isso, pode fazer a edição diretamente no **HTML**. Mas o mais comum é usar as ferramentas dos editores de **CMS** (Content Management System), como Wix, Blogger e Wordpress.

Eles costumam ter uma página de configurações com melhor usabilidade para os usuários leigos, que não têm conhecimento em programação. Assim, você pode modificar facilmente o **HTML** com os comandos que deseja para as meta tags.

# MÓDULO IV

## 1. Use palavras-chave estratégicas

Uma das principais funções das meta tags é fornecer aos mecanismos de busca informações precisas sobre o conteúdo do seu site. É por isso que é vital usar palavras-chave estratégicas nas suas meta tags.

Coloque a palavra-chave mais importante no título da sua página e inclua variações dela em sua descrição. Além disso, use palavras-chave relevantes na meta tag de palavras-chave e em outras meta tags relevantes.

# MÓDULO IV

## 2. Escreva descrições convincentes

A meta tag de descrição é sua chance de convencer o usuário a clicar no link para visitar o seu site. Certifique-se de escrever uma descrição clara e convincente que contenha palavras-chave relevantes e forneça uma visão geral do conteúdo da página.

Não exagere na meta tag de descrição, pois o Google cortará automaticamente descrições que excedam 160 caracteres.

# MÓDULO IV

## **3. Use meta tags personalizadas para redes sociais**

Se o seu site for compartilhado em redes sociais, é importante criar meta tags personalizadas para garantir que as publicações pareçam atraentes e profissionais.

Use meta tags de título, descrição e imagem personalizadas para cada página compartilhada nas redes sociais. Isso ajudará a aumentar a visibilidade da sua marca e a melhorar a experiência do usuário com seu site.

# MÓDULO IV

## 4. Otimize as meta tags para dispositivos móveis

Com mais de 50% de todo o tráfego na internet vindo de dispositivos móveis, é vital que você otimize suas meta tags para dispositivos móveis.

Certifique-se de que as meta tags de título e descrição estejam otimizadas para exibição em dispositivos móveis. Além disso, use meta tags de exibição para garantir que seu site seja exibido corretamente em todas as telas.

# MÓDULO IV

## 5. Acompanhe e analise suas meta tags

Depois de implementar suas meta tags, é importante acompanhar e analisar seus resultados.

Use ferramentas de análise como o Google Analytics 4 para monitorar o tráfego do seu site e o comportamento do usuário. Use essas informações para ajustar suas meta tags e outras estratégias de SEO para melhorar ainda mais os resultados.

Agora que você sabe como usar meta tags efetivamente, é hora de começar a implementar essas estratégias em seu site.

Com o tempo e a prática, você pode melhorar significativamente o ranking do seu site nos resultados de pesquisa e aumentar a visibilidade da sua marca online.

# MÓDULO IV

## Exemplos de meta tags para diferentes páginas

### Meta tags de título (Title)

A meta tag de título é a mais importante que você deve incluir em cada página do seu site. Ela informa aos mecanismos de busca o título da página. Certifique-se de que o título contenha as palavras-chave relevantes e seja atraente o suficiente para incentivar os usuários a clicarem no link.

Página	Meta Tag de Título (Title)
Página Inicial	<title>Seja Bem-Vindo ao Meu Site de Receitas Caseiras</title>
Blog	<title>As Melhores Receitas de Sobremesas Caseiras   Blog de Culinária</title>
Página de Contato	<title>Entre em Contato Conosco para Enviar suas Sugestões de Receitas</title>

# MÓDULO IV

## Meta tags de descrição (Description)

Página	Meta Tag de Descrição (Description)
Página Inicial	<pre>&lt;meta name="description" content="Aprenda a fazer deliciosas receitas caseiras em nosso site. Descubra nossas melhores receitas de doces e salgados." /&gt;</pre>
Blog	<pre>&lt;meta name="description" content="Confira nossas melhores receitas de sobremesas caseiras. Temos opções para todos os gostos e ocasiões." /&gt;</pre>
Página de Contato	<pre>&lt;meta name="description" content="Entre em contato conosco para enviar suas sugestões e dúvidas sobre nossas receitas caseiras." /&gt;</pre>

A meta tag de descrição é usada pelos mecanismos de busca para exibir um resumo do conteúdo da página nos resultados da pesquisa. Certifique-se de que a descrição seja precisa e tenha as palavras-chave relevantes.

# MÓDULO IV

## Meta tags de palavras-chave (Keywords)

### Página

Página Inicial

### Meta Tag de Palavras-chave (Keywords)

```
<meta name="keywords" content="receitas caseiras,  
culinária, doces, salgados" />
```

Blog

```
<meta name="keywords" content="receitas de  
sobremesas, culinária, doces caseiros, sobremesas  
caseiras" />
```

Página de  
Contato

```
<meta name="keywords" content="receitas caseiras,  
culinária, contato, sugestões" />
```

Embora a meta tag de palavras-chave não tenha mais tanto peso no SEO, ainda é recomendável incluí-la em suas páginas. Certifique-se de que ela contenha palavras-chave relevantes e não faça uso excessivo.

# MÓDULO IV



## **Melhores práticas para otimizar meta tags**

Agora que você já sabe como usar meta tags para SEO, é importante entender algumas das melhores práticas para otimizá-las e garantir que suas páginas sejam encontradas pelos usuários.

# MÓDULO IV

## **1. Escolha as palavras-chave corretas**

Antes de começar a escrever suas meta tags, é fundamental realizar uma pesquisa para descobrir quais são as palavras-chave mais relevantes para o seu negócio.

Certifique-se de utilizar essas palavras-chave em suas meta tags, mas evite o uso excessivo, pois isso pode ser considerado spam pelos mecanismos de busca.

# MÓDULO IV



## **2. Mantenha as meta tags curtas e claras**

As meta tags devem ser curtas e objetivas, resumindo o conteúdo da página de forma clara e concisa. Evite incluir informações irrelevantes ou excessivas, pois isso pode confundir os usuários e prejudicar sua classificação nos mecanismos de busca.

# MÓDULO IV

## **3. Use uma meta description persuasiva**

A meta description é uma das meta tags mais importantes, pois é o texto que aparece abaixo do título nos resultados de pesquisa. Certifique-se de escrever uma descrição persuasiva que incentiva os usuários a clicar em sua página.

## **4. Otimize as meta tags para dispositivos móveis**

Cada vez mais pessoas acessam a internet pelo celular, por isso é fundamental otimizar suas meta tags para dispositivos móveis. Certifique-se de que o conteúdo da sua página seja legível e acessível em telas menores.

# MÓDULO IV

## **5. Acompanhe e analise suas meta tags regularmente**

Monitore regularmente suas meta tags para garantir que elas estejam funcionando corretamente e que sua página esteja sendo encontrada pelos usuários.

Use ferramentas de análise para descobrir como os usuários estão chegando à sua página e se seus esforços de otimização estão gerando resultados.

Seguindo essas melhores práticas para otimizar meta tags, você poderá melhorar significativamente a classificação de suas páginas nos mecanismos de busca e atrair mais tráfego para seu site.

# MÓDULO IV

## Tag Meta para SEO

A tag Meta é um elemento HTML que fornece informações sobre uma página da web para os mecanismos de pesquisa. Ela inclui as informações que não são exibidas na página, mas ajudam os mecanismos de busca a entender o conteúdo da página.

Existem algumas informações importantes que você deve incluir em sua tag Meta, como o título da página, descrição e palavras-chave relevantes. Essas informações ajudam os mecanismos de busca a entender o que sua página oferece e a exibi-la para os usuários que procuram por conteúdo relacionado.

# MÓDULO IV

## Prática recomendada

## Descrição

Uso de palavras-chave relevantes

Inclua palavras-chave relevantes na sua tag Meta para ajudar os mecanismos de busca a entender o assunto da sua página

Uso de título e descrição precisos

Inclua um título e descrição precisos na sua tag Meta para ajudar os usuários e mecanismos de busca a entender o conteúdo da sua página

Evite duplicação

Não utilize a mesma tag Meta em diferentes páginas, certifique-se de que cada tag seja única e específica para cada página

Ao lado estão algumas práticas recomendadas para otimizar sua tag Meta:

# MÓDULO IV

Lembre-se de que sua tag Meta é apenas um dos muitos fatores que os mecanismos de busca levam em consideração ao classificar as páginas da web. É importante também ter um conteúdo de qualidade e uma estrutura de página adequada para melhorar o seu SEO.

# MÓDULO IV

## Otimizando as meta tags para dispositivos móveis

Com o crescimento do acesso à internet via dispositivos móveis, é essencial que as meta tags de seu site estejam otimizadas para garantir uma boa experiência do usuário e melhorar seu posicionamento nos resultados de busca.

Uma das principais dicas para otimização de meta tags para dispositivos móveis é garantir que o título e descrição sejam curtos e objetivos, pois em telas menores, eles ocupam mais espaço e podem ser cortados.

Além disso, é importante verificar se o site está responsivo, ou seja, se adapta a diferentes tamanhos de tela. Caso contrário, pode ser necessário criar tags diferentes para a versão móvel do site.

# MÓDULO IV

## Meta Tag

```
<meta name="viewport"  
content="width=device-width,  
initial-scale=1">
```

## Descrição

Define a largura da página como sendo igual à largura da tela do dispositivo e define a escala inicial da página.

```
<meta name="format-detection"  
content="telephone=no">
```

Impede que o dispositivo detecte números de telefone como links e evitar redirecionamentos indesejados.

# MÓDULO IV

Além das meta tags acima, outras tags específicas para dispositivos móveis podem ser utilizadas, como a tag Apple Touch Icon, que define o ícone do site que será exibido na tela inicial do dispositivo iOS do usuário.

Por fim, é importante lembrar que a velocidade de carregamento do site é ainda mais importante em dispositivos móveis, portanto, é fundamental que as meta tags estejam otimizadas para ajudar a melhorar o desempenho do site.

# MÓDULO IV

## Acompanhando e analisando suas meta tags

Depois de implementar as meta tags em seu site, é importante acompanhar e analisar seus resultados. Existem diversas ferramentas disponíveis gratuitamente ou por um custo para ajudá-lo nesse processo.

Uma ferramenta popular é o **Google Search Console**, que permite monitorar o desempenho de seu site nos resultados de busca do **Google**.

É possível verificar quais palavras-chave estão sendo usadas para encontrar seu site, quantas vezes ele aparece nos resultados de pesquisa e quantos cliques ele recebe.

# MÓDULO IV

## Ferramenta

## Descrição

Google Analytics

Permite monitorar o tráfego do site e como os usuários interagem com ele.

SERPsim

Simula os resultados de buscas no Google para uma determinada palavra-chave, mostrando como o título e a descrição do seu site aparecem.

SEMrush

Permite analisar o desempenho de palavras-chave específicas, bem como o de seus concorrentes.

# MÓDULO IV

Lembre-se de que as meta tags não são a única maneira de melhorar o SEO de seu site. Embora sejam importantes, elas devem ser usadas em conjunto com outras estratégias de otimização, como conteúdo relevante e estruturado, links para outros sites relevantes e backlinks de qualidade.

# MÓDULO IV

## **Integração de meta tags com outras estratégias de SEO**

As meta tags são uma parte importante da otimização de mecanismos de busca, mas não são a única estratégia utilizada. É importante integrá-las com outras técnicas e estratégias de SEO para obter os melhores resultados em termos de classificação do site.

# MÓDULO IV

## **Palavras-chave**

As palavras-chave são um elemento essencial em muitas estratégias de SEO, incluindo a otimização de meta tags. Certifique-se de usar as palavras-chave relevantes em seus títulos de página, meta tags e conteúdo do site. As palavras-chave devem ser relevantes para o conteúdo da página e não serem excessivamente utilizadas.

# MÓDULO IV

## Conteúdo

O conteúdo é um fator importante no ranking de seu site nos mecanismos de busca. Certifique-se de que o conteúdo seja de alta qualidade e relevante para o público-alvo. O conteúdo deve ser original e bem escrito para obter os melhores resultados de SEO.

# MÓDULO IV

## **Link Building**

Link building é um aspecto importante do SEO que envolve a criação de links de outros sites para o seu. Certifique-se de que seu site tenha links confiáveis e relevantes.

O link building pode envolver a criação de parcerias com outros sites, a criação de conteúdo que as pessoas querem compartilhar e a criação de páginas de recursos úteis que outras pessoas desejam vincular.

# MÓDULO IV

## Mídias Sociais

As mídias sociais são uma parte importante da maioria das estratégias de SEO modernas.

Certifique-se de que as páginas do seu site tenham botões de compartilhamento social e inclua links para as páginas das suas redes sociais.

Saiba tudo sobre redes sociais para SEO.

Compartilhar conteúdo nas redes sociais pode ajudar a aumentar a visibilidade da sua marca e atrair mais visitantes para o seu site.

# MÓDULO IV

## Análise de Dados

É importante acompanhar e analisar o desempenho do seu site para entender o que está funcionando e o que precisa ser ajustado.

Use ferramentas de análise para monitorar as métricas do site, como tempo de permanência, taxa de rejeição e conversões. Use essas informações para ajustar suas estratégias de SEO, incluindo suas tags meta.

### Conclusão

A integração de sua estratégia de meta tags com outras técnicas de SEO pode ajudar a aumentar a visibilidade do seu site, atrair mais visitantes e melhorar seu desempenho nos mecanismos de busca. Considere a integração de palavras-chave relevantes, conteúdo de qualidade, link building, mídias sociais e análise de dados em sua estratégia geral de SEO.

# MÓDULO IV

## **Use meta tags do jeito certo**

Usar meta tags de forma eficaz é um dos fatores mais importantes para melhorar o SEO do seu site.

É essencial garantir que suas meta tags estejam bem otimizadas e sejam relevantes para cada página do seu site.

Lembre-se de usar as melhores práticas ao criar suas meta tags e de fazer testes regularmente para acompanhar o desempenho dos seus esforços. A integração efetiva de meta tags com outras estratégias de SEO pode aumentar ainda mais o impacto na classificação do seu site nos motores de busca.

Não subestime a importância das meta tags para o sucesso do SEO do seu site e comece a otimizá-las ainda hoje.

# MÓDULO IV

## **Quais ferramentas usar para conferir as Meta Tags?**

Uma simples visualização do código-fonte permite conferir as meta tags de cada página.

Você pode usar a função de localizar (**Ctrl+ F** ou **Command + F**) para encontrar as meta tags no HTML.

Mas algumas ferramentas também podem ajudar você a analisar as meta tags:

# MÓDULO IV

## Google Search Console

Utilize a **Ferramenta de Inspeção de URL** para saber se o Google consegue acessar o conteúdo da sua página. Em alguns casos, o robô não consegue acessar por causa da diretiva “noindex” da meta tag robots.

Nesse caso, a ferramenta vai apontar o que está causando o erro.

The screenshot shows a Google Search Console URL inspection report for the URL [http://www.example.com/teste\\_post.html](http://www.example.com/teste_post.html). The report highlights an error: "URL is not on Google: Indexing errors" (Indexação não encontrada). It states that the URL cannot appear in Google search results until it's indexed. Below this, the "Discovery" section shows that the URL was submitted and marked as "noindex". The "Crawl" section details the crawl process, including the date (Jun 16, 2018, 10:45 PM), user agent (Googlebot desktop), and status (Successful). The "Indexing" section shows that indexing is allowed but no "noindex" tag was detected in the robots meta tag, resulting in a warning icon. The "User-declared canonical" and "Google-selected canonical" sections both show "None". At the bottom, there are "LEARN MORE" and "OPEN ISSUE REPORT" buttons, and a note that only indexed URLs can have enhancements.

# MÓDULO IV

## Semrush

Utilize a ferramenta de auditoria de SEO da Semrush para identificar quais páginas estão sem meta description ou quais têm descrições duplicadas. A partir do relatório, escreva uma meta description única para cada página.

The screenshot shows a portion of the Semrush audit report. At the top, it says "Warnings (24) i". Below this, there are three items listed:

- 42,429 issues with unminified JavaScript and CSS files [Why and how to fix it](#)
- 13,976 images don't have alt attributes [Why and how to fix it](#)
- 7,067 pages don't have meta descriptions [Why and how to fix it](#)

A red oval highlights the third item, "7,067 pages don't have meta descriptions".

# MÓDULO IV

Meta tags já tiveram mais importância no passado, mas ainda são relevantes para o SEO e a experiência do usuário no seu site. Utilize-as como uma forma de se comunicar com os buscadores e orientá-los sobre como devem exibir e indexar as suas páginas.

# MÓDULO IV

EXERCÍCIOS...

# MÓDULO IV

FIM...