

Meta Tags

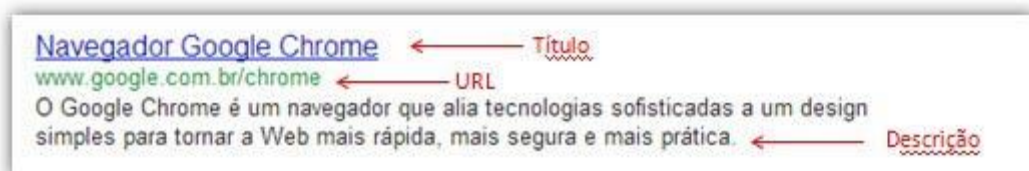
Meta Tag Description

`<meta name="description" />`

O Meta Description é o texto, geralmente utilizado pelo Google, para a exibição dos resultados de texto das segundas e terceiras linhas dos resultados de busca, logo abaixo do título. O conteúdo do meta description não influencia no posicionamento de uma página no Google. Logo, não é necessário repetir palavras-chave nesta tag.

Apesar de não interferir no posicionamento, uma descrição bem redigida e atrativa contribui para uma taxa de cliques (CTR - clickThrough Rate) mais alta, e este sim acredita-se ser um dos fatores utilizados pelo Google para aumentar o posicionamento de um resultado.

Além disso, alguns termos da descrição são enfatizados em negrito, quando fazem parte da pesquisa realizada, ajudando o usuário a encontrar rapidamente o que está buscando com mais facilidade.



O exemplo acima mostra como o site do Google Chrome é exibido no google por uma busca por Google Chrome. A sintaxe da meta tag description, se olharmos o código-fonte, é exatamente o que é exibido no resultado de busca.

```
<meta name="description" content="O Google Chrome é um navegador que alia tecnologias sofisticadas a um design simples para tornar a Web mais rápida, mais segura e mais prática." >  
<meta name="description" content="Veja no Terra as últimas notícias e as melhores coberturas ao vivo do Brasil e do Mundo, Esportes, Diversão, Vida e Estilo, assista os melhores vídeos no TerraTV e ouça as melhores músicas no Sonora." />
```

O limite padrão utilizado pelo Google para exibição de meta descriptions é de aproximadamente 150 caracteres, respeitados os números de pixels da largura da área reservada para a descrição. Descrições com muitas letras maiúsculas e letras "gordas", como M, O, W, possuem um limite de caracteres inferior a descrições compostas por uma grande quantidade de letras i, para exemplificar.

Além disso, com a alteração na exibição de sitelinks, é interessante procurar resumir a informação nos 50 primeiros caracteres, para que a mensagem mais importante seja exibida quando o Google optar por exibir os sitelinks. Veja o exemplo abaixo:

Google

www.google.com.br/

Versão brasileira do popular buscador e diretório. Utiliza também os dados do ODP.

Brazil jobs

At Google, we've designed a culture that helps you get there ...

Ferramentas de idiomas

Digite uma frase de pesquisa em seu idioma. O Google ...

Google Tradutor

O serviço de tradução on-line gratuito do Google traduz ...

iGoogle

O iGoogle é a sua página personalizada do Google ...

Maps

Veja um mapa e encontre empresas da sua região on-line.

Notícias

Cobertura jornalística abrangente e atualizada, agregada de ...

[Mais resultados de google.com.br »](#)

O Google utiliza sempre a meta tag description nos resultados do Google?

O Google procura mostrar sempre aos usuários a informação mais relevante à sua busca, da forma mais concisa possível. Prioritariamente, procura exibir o texto contido na meta tag description da página, mas se o algoritmo Google definir que outra informação é mais relevante ao usuário, é essa informação que será exibida.

É cada vez mais comum, por exemplo, sites de e-commerce terem informações de produtos exibidos com os preços na descrição.

Outro exemplo: se a palavra-chave buscada pelo usuário não se encontrar na meta tag description, há uma boa possibilidade de o Google buscar um trecho do conteúdo da página onde se encontra esse texto ao invés de exibir o texto da meta tag description.

Meta Tag Keywords

<meta name="keywords" />

Há muitos anos atrás, os algoritmos dos sites de busca tinham certa dificuldade em interpretar a relevância de sites para determinadas palavras-chave e utilizavam o conteúdo da Meta Tag Keyword para ajudá-los a interpretar o conteúdo das páginas.

Rapidamente, os webmasters perceberam que bastava incluir uma infinidade de palavras nessa tag para aparecer nas buscas, mesmo palavras não relacionadas ao conteúdo da página. A experiência do usuário era comprometida ao ser direcionada a uma página que, no final das contas, não possuía o conteúdo buscado. Os sites de busca evoluíram e, hoje, desconsideram a MetaTag Keyword.

Uma vez que a Meta Tag Keyword não é exibida ao usuário em qualquer momento, seja nos resultados de busca, seja no conteúdo do site, não há qualquer razão lógica para que o Google a considere como um fator de relevância.

Por outro lado, utilizamos as meta keywords para pesquisar as palavras-chave de concorrentes desavisados. Entre nos sites de seus principais concorrentes e veja através dos meta keywords quais as palavras-chave que estes tentaram otimizar os seus sites.

Este é um exemplo de uma Meta Tag Keyword:

```
<meta name="keywords" content="climática, previsão climática, desenvolvimento, tempo, clima,"/>
```

Meta Tag Robots

`<meta name="robots" />`

Essa Meta Tag foi criada para passar orientações aos robots dos buscadores. Cada página deve ter a sua Meta Tag Robots. Veja alguns dos parâmetros que podem ser passados:

all - Valor default. Significa que o robô de busca não recebe nenhuma informação;

index - indexe esta página (exiba-a em seus resultados de busca);

noindex - não indexe esta página (não a exiba nos resultados de busca). Útil para páginas de login e acesso à intranet;

follow - siga os links desta página para descobrir novas páginas;

nofollow - nenhum dos links desta página deve ser seguido;

nosnippet - orienta o site de busca a não exibir a descrição da página nos resultados de busca;

noodp - orienta o Google a não utilizar a descrição do diretório DMOZ em seus resultados (snippet);

noarchive - instrui o Google a não exibir a versão em cache da página;

noimageindex - não indexe nenhuma imagem da página.

Exemplos de Meta Robots:

`<meta name="robots" content="index, follow" />` - sintaxe mais comum de meta robots - orienta os buscadores a indexar o conteúdo da página e seguir todos os links para descobrir novas páginas

`<meta name="robots" content="noindex, nofollow" />` - orienta os buscadores a não indexar o conteúdo da página e impede-a de seguir os links para descobrir novas páginas

Nota: o comando para orientar ao Google a não indexar uma página pode também ser dado do arquivo "robots.txt" (clique [aqui](#) para abrir a apostila sobre "robots.txt").

Meta Tag Author

`<meta name="author" content="Thiago Jourdan " />`

Define o nome do criador da página (desenvolvedor).

Meta Tag Copyright

`<meta name="copyright" content="Thiago Jourdan © 2013" />`

Declara o direito autoral da página. Aqui, é colocado o nome da sua empresa.

Meta Tag Generator

<meta name="generator" content="Notepad++" />

Indica o nome do software usado para o desenvolvimento da página, como forma de medir a popularidade do produto.

Meta Tag Revisit-After

<meta name="revisit-after" content="15 days" />

Diz para os servidores proxy refazerem o cache da página depois de um tempo específico. Esta meta tag não faz com que os motores de busca voltem para sua página. Eles fazem isso em períodos aleatórios.

Meta Tag Rating

<meta name="rating" content="general" />

Esta tag classifica a página por censura e, assim como no cinema, suporta os valores:

General - Para qualquer idade;

14 years - Censura 14 anos;

Mature - Para pessoas acima de 18 anos.

Meta Tag Content-type

<meta charset="utf-8" />

Esta tag define o tipo de conteúdo e tipo de codificação de caracteres da página (sempre deve ser usada).

Meta Tag Content-language

<meta http-equiv="content-language" content="pt-br, en-US, fr" />

Declara a uma ou mais linguagens do documento. Pode ser usada pelos motores de busca para categorizar a página por idioma.

No HTML5, esta Meta Tag caiu em desuso pelo fato de que a linguagem do site agora é definido pelo parâmetro "lang" da tag HTML:

`<html lang="pt-br"></html>`

Meta Tag Cache-Control

<meta http-equiv="cache-control" content="no-cache" />

Reconhecida apenas pelo HTTP 1.1, esta tag aceita os seguintes valores:

Public - O browser pode armazenar o cache do conteúdo da página e compartilhar este cache com diferentes usuários do mesmo browser;

Private - É o contrário de public . O cache é armazenado para um usuário específico (OBS: é possível especificar usuários apenas no Firefox e Opera);

No-Cache - O browser não cria cache para a página;

No-Store - É feito um cache temporário, a página não é arquivada.

Nota: O uso de cache-control:no-cache do HTTP 1.1 é equivalente ao pragma:no-cache do HTTP 1.0. Por garantia, sempre use ambas as formas caso não saiba se o servidor é ou não compatível com HTTP 1.1.

Meta Tag Pragma

<meta http-equiv="pragma" content="no-cache" />

Faz com que o navegador não armazene a página em cache. A diferença em relação a cache-control:no-cache é que pragma:no-cache é reconhecida por todas as versões do HTTP.

Meta Tag Expires

<meta http-equiv="expires" content="Sun, 29 May 2011 14:44:09 GMT" />

Define a data e hora a partir do qual o documento deve ser considerado como expirado. Uma data ilegal como, por exemplo "0" é considerada como "agora".

Configurar Expires como "0" também é usado para forçar o robô de busca a fazer uma nova checagem a cada visita.

Nota: Alguns robôs de busca podem apagar um documento de seu banco de dados quando o mesmo estiver expirado, outros podem marcar uma revisita.

Meta Tag Refresh

<meta http-equiv="refresh" content="15;url=http://exemplo.com" />

Especifica um tempo em segundos para o browser atualizar a página. Opcionalmente, pode-se adicionar uma URL para a qual o browser será redirecionado. O metadado acima redireciona o browser para o site <http://exemplo.com> após 15 segundos.

Meta Tag Imagemtoolbar

`<meta http-equiv="imagemtoolbar" content="no" />`

Elimina aquela pequena barra de opções que aparece sempre que passamos o mouse por cima de uma imagem no Internet Explorer.

Meta Tag Content-Script-Type

`<meta http-equiv="content-script-type" content="text/javascript" />`

Define o tipo padrão da linguagem de script do documento. Considerando que o HTML5 padroniza o JavaScript como script padrão, só será utilizada esta meta tag se for utilizado outro padrão de script.

Meta Tag Content-Style-Type

`<meta http-equiv="content-style-type" content="text/css" />`

Define o tipo padrão de linguagem para estilização do documento. Considerando que o HTML5 padroniza o Cascading Style Sheet (CSS) como estilo padrão, só será utilizada esta meta tag se for utilizado outro padrão de estilo.