***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.

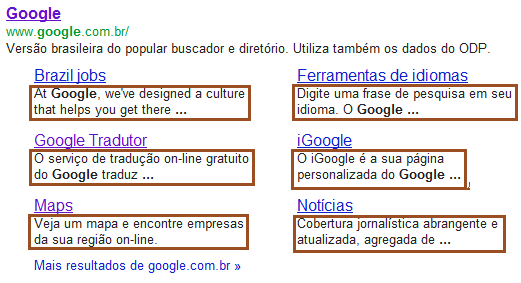


O exemplo acima mostra como o site do Google Chrome é exibido no google por uma busca por Google Chrome. A sintaxe da meta tag description, se olharmos o código-fonte, é exatamente o que é exibido no resultado de busca.

|  |
| --- |
| <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:



***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 pagina 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](robots.txt.pdf) 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 pagina 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 Imagetoolbar***

***<meta http-equiv="imagetoolbar" 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.