

Google



0-49



50-89



90-100



DOMINE OS 4 FATORES VITAIS DA WEB

16

59

100

POR DANIEL PAZ
ESPECIALISTA EM SEO TÉCNICO



danielpaz.pro

SOBRE O AUTOR

Daniel Paz é um profissional com mais de uma década de experiência no mercado web. Durante sua trajetória, atuou em centenas de projetos tanto no Brasil como no exterior, adquirindo uma vasta expertise em Marketing Digital, SEO e WordPress.

Além de sua ampla atuação profissional, Daniel é um participante assíduo de comunidades e meetup's sobre esses temas, mantendo-se sempre atualizado e conectado com outros profissionais do setor.

Como produtor de conteúdo do Canal Alta Performance no YouTube, Daniel compartilha seu conhecimento e experiência com milhares de pessoas interessadas em se destacar no universo digital.

E como Idealizador do curso WP LIGHT Curso de Otimização de Sites WordPress com foco em Core Web Vitals, Daniel oferece um treinamento completo e prático para quem deseja aprimorar suas habilidades e obter os melhores resultados em seus projetos web.

Com seu comprometimento, dedicação e conhecimento técnico, Daniel Paz é um profissional que se destaca no mercado e contribui para o desenvolvimento de uma web mais eficiente e acessível a todos.

ENTENDENDO A ATUALIZAÇÃO

Com início em 30 de Abril de 2020, a atualização de experiência de página iniciou uma verdadeira revolução na internet, fatores como velocidade, usabilidade e acessibilidade agora tem fator de ranqueamento na busca e afetam diretamente em quesitos de desempate.

As Web Vitals é uma iniciativa do Google para fornecer diretrizes e padrões de qualidade essenciais para fornecer a melhor experiência em seu site e identificar oportunidades de melhoria.

É importante salientar que as métricas que constituem os core web vitals evoluem com o tempo e que novas métricas e regras podem surgir no decorrer dos anos.

No ano de 2020 no lançamento dos fatores vitais da Web, três aspectos entram na estatística de experiência do usuário: tempo de carregamento, interatividade e estabilidade visual.

Inicialmente os fatores vitais da web eram somente para mobile, uma verdadeira atualização do primeiro mobile update que ocorreu em 2015.

O desktop passou a contar à partir de Julho de 2021 quando os fatores vitais da Web passaram a ter grande importância para o SEO Técnico.

ENTENDENDO A ATUALIZAÇÃO

Apesar de não parecer, a otimização dos fatores vitais para Web em dispositivos Desktop (Computadores e Notebooks) pode ser um pouco mais difícil, o motivo é que na análise de páginas Desktop, é levado em consideração um maior poder de processamento, melhores conexões e também tamanhos maiores de tela.

No primeiro relatório de experiência do usuário do Chrome mostram que, para os 1.000 principais sites de mídia do mundo, apenas 59% estão em conformidade com a estabilidade visual em seu site para desktop, em comparação com 67% para dispositivos móveis.

Isso significa que no primeiro relatório, os grandes sites analisados sofriam com mudanças inesperadas de layout durante o carregamento da página, o que afetava drasticamente na experiência do usuário.

Apesar dos fatores vitais da Web terem seu início em Abril de 2020, o algoritmo só começou a contar realmente em Junho de 2021 e desde então várias mudanças ocorreram.

Fique tranquilo que ao final deste e-book, você terá a compreensão total do que são os fatores vitais da Web e como diagnosticar problemas relacionados aos Core Web Vitals, eu tenho certeza que após resolver todos estes problemas, você vai oferecer a melhor experiência ao seu usuário.

QUAIS SÃO OS 4 FATORES VITAIS

Os fatores vitais da Web são 4: Performance, Acessibilidade, Melhores práticas e SEO, mas vou ser sincero com você não são todos que são levados em consideração neste momento (Janeiro de 2023), os fatores vitais da Web mudam conforme o tempo e desde sua concepção o que é levado em consideração é basicamente o primeiro fator, os demais ainda não entram na conta.

Mas isso não significa que você deva ignorá-los, pois em breve eles farão parte, o motivo disso é que a atualização Google Core Web Vitals é uma atualização gradual.

Performance: Sem dúvida alguma este é o principal fator da atualização Core Web Vitals, o tempo de carregamento de página inicial e total está 100% relacionado com a experiência do usuário e impacta não só no ranqueamento mas também na conversão do seu site, antes mesmo do Core Web Vitals, em 2017 a Amazon, já mostrava que se uma página demora 4 segundos para carregar, 25% dos usuários desistem de acessá-la, Outra pesquisa, realizada pela Kissmetrics, aponta que 40% dos visitantes abandonam páginas que levam mais de 3 segundos para carregar.

Agora você deve estar se perguntando qual o tempo ideal de carregamento, para isso você precisa entender algumas métricas: FCP, LCP, TTFB e TTI.

COMO TESTAR FERRAMENTAS

Os Core Web Vitals são métricas importantes que afetam diretamente a experiência do usuário em um site.

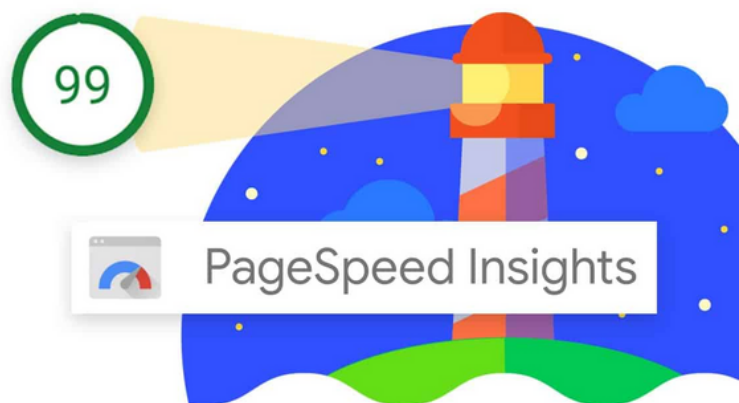
Eles se concentram em três áreas principais: carregamento da página, interatividade e estabilidade visual.

Aqui estão quatro ferramentas que você pode usar para testar as Core Web Vitals do seu site:

Google PageSpeed Insights: O Google PageSpeed Insights é uma ferramenta gratuita que analisa o desempenho do seu site em desktop e dispositivos móveis, fornecendo relatórios detalhados sobre as Core Web Vitals.

Ele também fornece sugestões de otimização para melhorar a velocidade do seu site. Link:

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

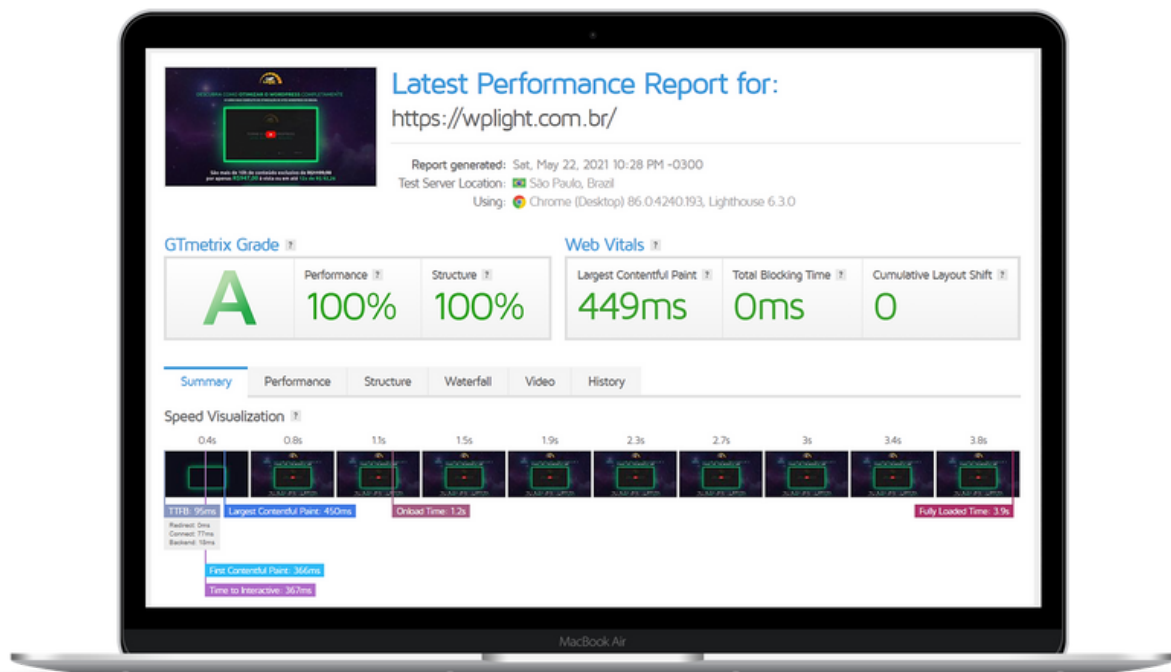


COMO TESTAR FERRAMENTAS

GTmetrix: O GTmetrix é outra ferramenta popular para testar a velocidade e o desempenho do site.

Ele fornece uma pontuação de desempenho do site, bem como relatórios detalhados sobre as Core Web Vitals, incluindo sugestões para melhorias.

O GTmetrix oferece uma versão gratuita e uma versão paga com recursos adicionais, a grande diferença da versão gratuita e a paga, é que a versão gratuita só permite o teste em Computadores Link: <https://gtmetrix.com/>

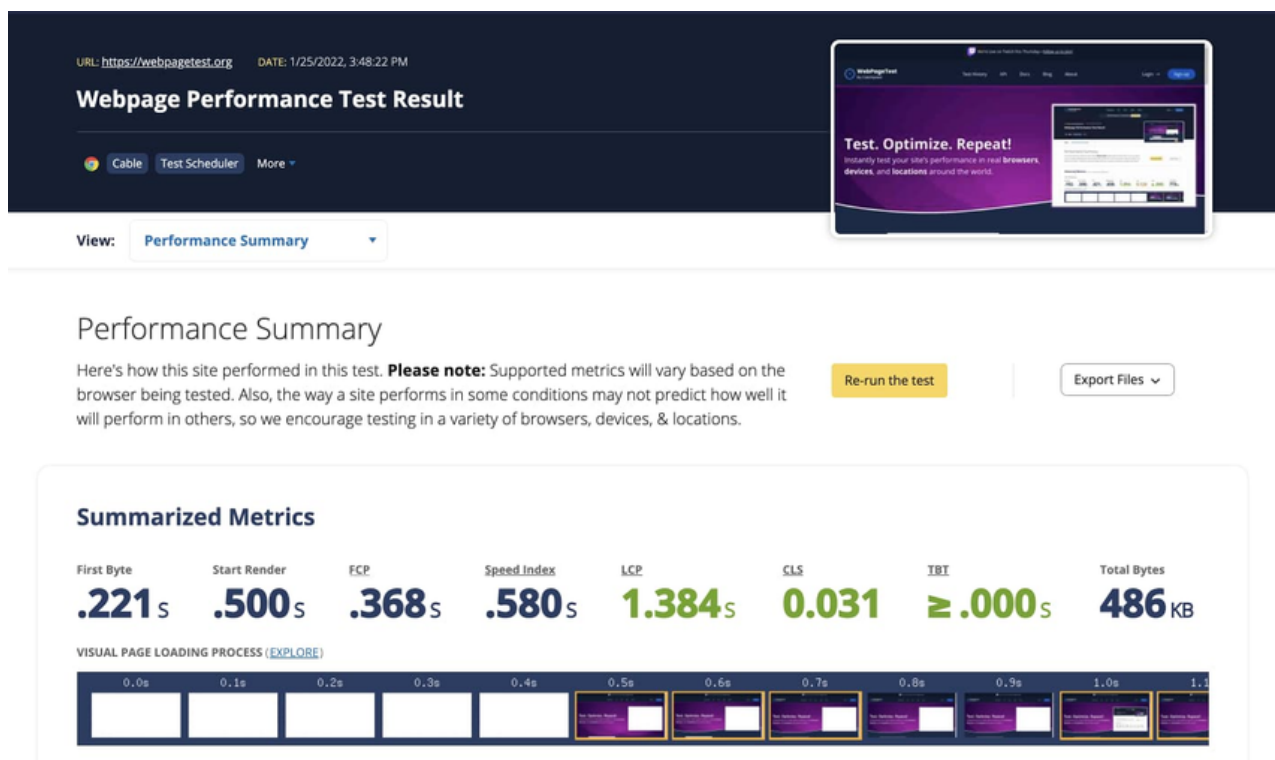


COMO TESTAR FERRAMENTAS

WebPageTest: O WebPageTest é uma ferramenta gratuita que permite testar o desempenho do seu site em diferentes locais e dispositivos.

Ele fornece relatórios detalhados sobre as Core Web Vitals, bem como sugestões para melhorias.

O WebPageTest é uma ferramenta avançada e é mais adequado para usuários experientes em desenvolvimento web. Link: <https://www.webpagetest.org/>



COMO TESTAR FERRAMENTAS

Lighthouse: O Lighthouse é uma ferramenta gratuita de código aberto desenvolvida pelo Google. É a base de teste para a maioria das ferramentas do mercado, Page speed Insights, Webpage Test e GTMetrix utilizam o Lighthouse para calcular o desempenho das páginas.

Ele analisa a qualidade geral do seu site, incluindo as Core Web Vitals, a acessibilidade, a otimização para mecanismos de busca e muito mais.

Ele pode ser executado no navegador do seu computador ou como parte da ferramenta de desenvolvedor do Google Chrome, Para acessar o LightHouse é bem fácil, você precisará abrir o modo de desenvolvedor do Google Chrome, você pode fazer isso através do inspecionar ou utilizando o conjunto de teclas CTRL + SHIFT + I.

No modo de desenvolvedor procure pela aba LightHouse, lá você pode configurar como que o teste será realizado e quais fatores você quer avaliar, tão como o dispositivo que será utilizado para o teste.

Link: <https://developers.google.com/web/tools/lighthouse>



COMO TESTAR FERRAMENTAS

SpeedVitals: é uma ferramenta gratuita de análise de desempenho de sites que permite verificar as métricas das Core Web Vitals. Com ela, é possível obter uma análise detalhada do desempenho do seu site, incluindo pontuações para LCP, FID e CLS, bem como outras métricas importantes, como tempo de carregamento da página e tamanho do arquivo.

Para usar o SpeedVitals, basta inserir o URL do seu site na barra de pesquisa e clicar em "Analyze". A ferramenta irá analisar seu site e fornecer uma pontuação para cada uma das métricas das Core Web Vitals, bem como sugestões personalizadas para melhorar o desempenho do seu site.

O SpeedVitals é uma ferramenta valiosa para quem deseja monitorar as Core Web Vitals do seu site e garantir que ele ofereça uma experiência de usuário satisfatória. E o melhor de tudo é que é completamente gratuito!

Se você quer melhorar o desempenho do seu site, vale a pena dar uma olhada no SpeedVitals.

Link: <https://speedvitals.com/>

COMO TESTAR EXTENSÕES DO NAVEGADOR

Existem várias extensões disponíveis para o Google Chrome que podem ajudar a melhorar a experiência do usuário e a otimização do seu site. Aqui estão quatro extensões que você pode usar para analisar as Core Web Vitals do seu site:

CLS Visualizer: A extensão CLS Visualizer (Cumulative Layout Shift) permite que você visualize as mudanças de layout em seu site que podem afetar a estabilidade visual. Ele rastreia a quantidade de deslocamento de layout cumulativo e exibe um gráfico que mostra quando e onde ocorreram essas mudanças.

Isso pode ajudá-lo a identificar áreas em seu site que precisam ser corrigidas para melhorar a experiência do usuário.

Link: <https://chrome.google.com/webstore/detail/cls-visualizer/jbbeihoggidiclbcbneckhcbllilapahn>

COMO TESTAR EXTENSÕES DO NAVEGADOR

Web Vitals: A extensão Web Vitals exibe as métricas das Core Web Vitals do seu site, incluindo LCP (Largest Contentful Paint), FID (First Input Delay) e CLS (Cumulative Layout Shift). Ele fornece uma análise clara e concisa dessas métricas, permitindo que você veja rapidamente como seu site está se saindo em termos de desempenho.

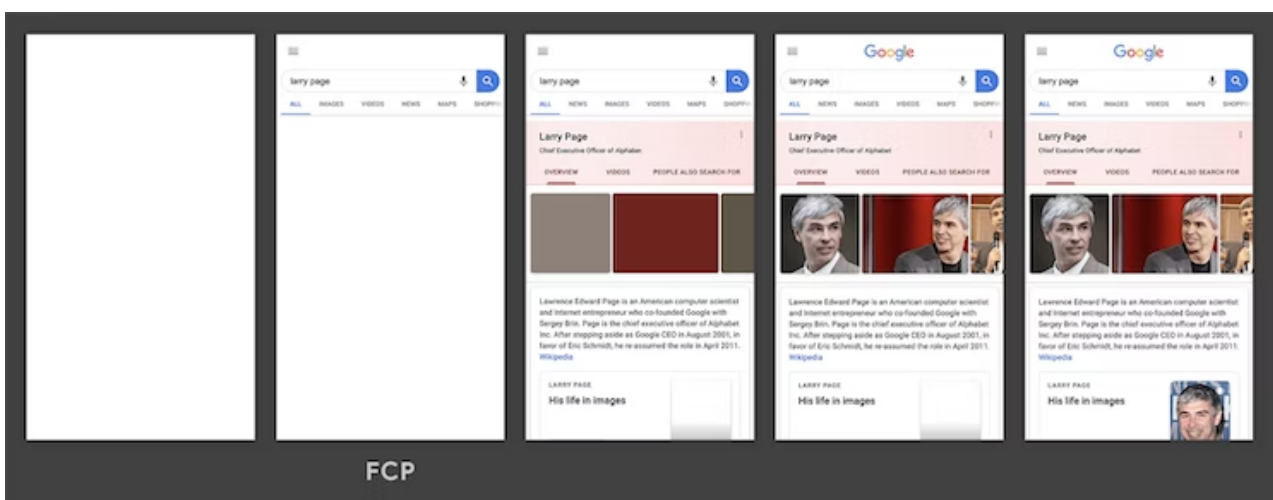
Link:<https://chrome.google.com/webstore/detail/web-vitals/ahfhijdlegdabablpippeagghigmibma>

Lighthouse: A extensão Lighthouse é uma ferramenta de auditoria de código aberto do Google que pode ajudá-lo a melhorar a qualidade geral do seu site. Ele analisa as Core Web Vitals, bem como outras métricas de desempenho, acessibilidade, otimização para mecanismos de busca e muito mais. Ele fornece um relatório detalhado com sugestões para melhorias.

Link:<https://chrome.google.com/webstore/detail/lighthouse/blipmdconlkpinefehnmjammfjpmpbjk>

PERFORMANCE: FCP

Vamos começar com o FCP, O FCP Ou First Contentful Paint é a primeira impressão da primeira dobra de conteúdo do seu site, e segundo as métricas vitais da Web o tempo de carregamento do FCP deve ser inferior à 1.8 segundos.

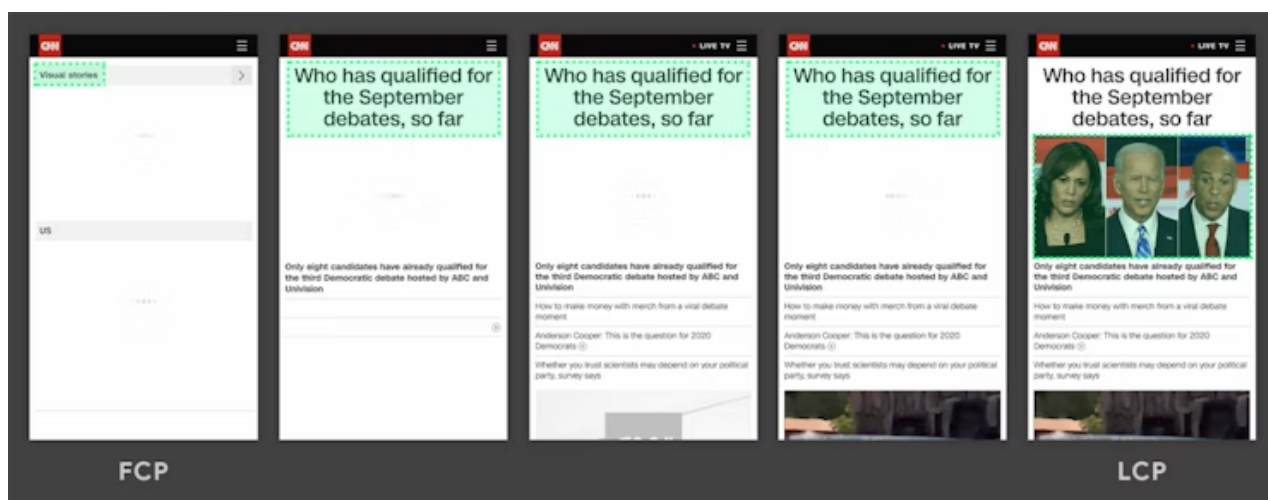


Entra no cálculo do FCP todo conteúdo que estiver acima da primeira dobra, incluindo códigos CSS, Javascript, arquivos de fontes, Cabeçalhos HTML, textos e imagens.

Aqui vai uma dica: a quantidade de requisições que acontecem no site afetam diretamente nesta métrica, o Google recomenda que o limite de requisições por página seja de 15 requisições e que o tamanho total de página seja de até 500kb.

PERFORMANCE: LCP

Agora que você já sabe o que é FCP podemos passar para nossa segunda métrica que é o LCP ou Largest Contentful Paint que é o tempo de carregamento do conteúdo principal da primeira dobra da página.



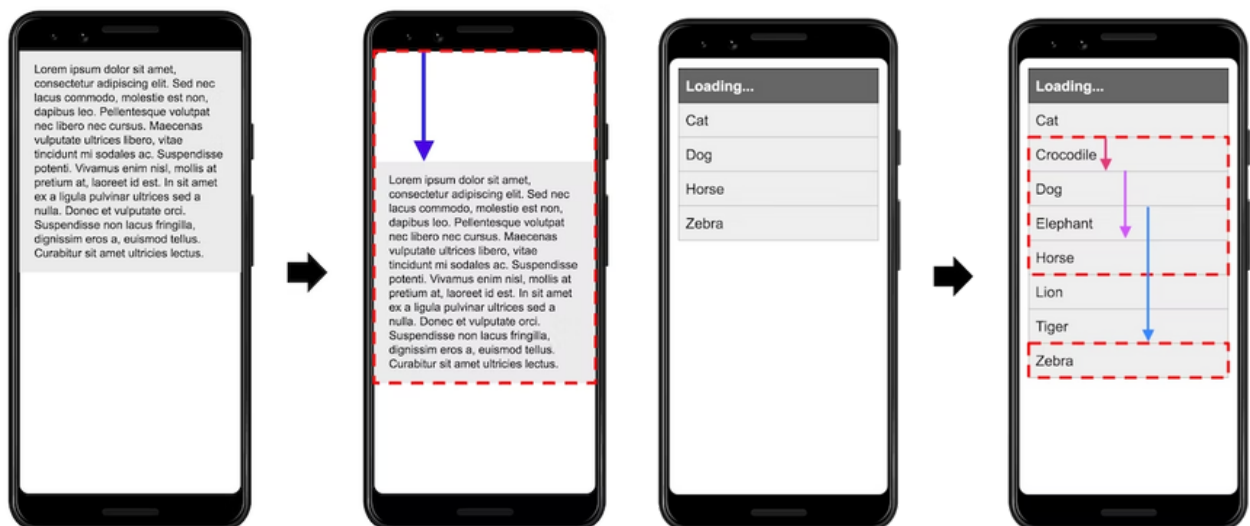
O calculo é muito semelhante ao FCP, mas é importante tomarmos algumas notas, se você optar em atrasar qualquer conteúdo que esteja acima na primeira dobra, isso irá afetar o tempo de carregamento do LCP, então por via de regra todo conteúdo presente na primeira dobra do site não deve sofrer nenhum tipo de atraso.

Assim como no FCP, o LCP também tem um tempo máximo definido para carregamento, no caso do LCP este tempo é de 2,5 segundos, mas não se engane o tempo ideal é abaixo deste valor, caso o seu LCP esteja em 2.5 segundos, o Google irá te informar que é preciso melhorar o tempo de carregamento do LCP.

PERFORMANCE: CLS

Embora a estabilidade visual não tenha relação direta com a Performance, é uma das métricas avaliadas na Performance, e vamos entender passo a passo o que é a mudança cumulativa de layout ou layout shift.

Primeiro preciso salientar que o CLS é calculado tanto no desktop (Computadores e Notebooks) como nos dispositivos móveis (Celular e Tablet).



O CLS pode acontecer horizontalmente e verticalmente. Para cada movimentação é contabilizado uma pontuação, onde zero é o ideal.

É comum o CLS estar relacionado a elementos dinâmicos carregados no DOM como conteúdos dinâmicos e botões, é importante lembrar que o CLS não é calculado somente durante o carregamento da página, mas durante toda a navegação.

PERFORMANCE: FID

First Input Delay, é uma das métricas mais difíceis de ser analisada, Como a tradução diz atraso na primeira interação, o que significa que existe um tempo máximo que deve ser respeitado à primeira interação do usuário, isso está muito relacionado ao uso do Javascript, muito comum em slideshows, carrouseis, e menus.

Caso o usuário clique em algum item e este demore mais de 100 milisegundos para responder à ação do usuário, será contabilizado este tempo no FID.

UPDATE EM 2022

Anteriormente, só era contabilizado a primeira interação do usuário, mas em 2022 uma nova métrica entrou para substituir o FID, O INP ou Interaction to Next Paint entrou em Maio de 2022 e teve a sua ultima atualização em Dezembro de 2022.

INP é uma métrica experimental e que ainda não é levada como fator de ranqueamento embora os dados de INP já são captados pelo navegador.

A sua tradução literal é "interação com a próxima pintura", e basicamente avalia a capacidade e tempo de resposta do seu site, ao contrário do FID, o INP observa o atraso de todas as interações que o usuário tem durante sua navegação na página, um INP baixo significa que a página foi capaz de responder rapidamente à todas as interações.

PERFORMANCE: TTFB

Você deve estar se perguntando qual métrica que avalia a hospedagem onde o está o seu site, e finalmente chegamos até ela, o TTFB ou Time to first byte, é uma das métricas fundamentais na medição de Performance e avalia basicamente o tempo de resposta inicial do seu servidor de hospedagem.

Esta métrica ajuda a identificar se a causa de lentidão do seu site está diretamente relacionada ao provedor de serviço de hospedagem.

Para calcular o tempo do TTFB é necessário entender o que entra no cálculo: Tempos de redirecionamento, pesquisa de DNS, conexão e validação de certificado SSL, solicitação e resposta.

Apesar de muitos especialistas recomendarem sempre um TTFB abaixo de 100ms, o que é bastante difícil de conseguir, mesmo com o uso de uma CDN (Se até este momento você não sabe o que é isso, não se preocupe, falaremos em breve sobre este assunto) o tempo aceitável de um bom TTFB é que ele seja de no máximo 800 milisegundos.

Apesar de ser medido e incluído no cálculo da Performance, o TTFB não é uma métrica dos fatores vitais da Web, ou seja não é absolutamente necessário que você tenha o TTFB recomendado, mas aqui vai uma dica, o TTFB impacta diretamente no FCP e LCP do seu site, então sim é uma métrica importante!

PERFORMANCE: TTFB

A ferramenta Byte Check é uma ferramenta utilizada para medir a performance de um site ou aplicação web.

A principal métrica que ela utiliza é o TTFB (Time To First Byte), que é o tempo necessário para que o primeiro byte de informação seja recebido pelo navegador do usuário após a realização de uma requisição ao servidor.

Para calcular o TTFB, a ferramenta Byte Check leva em consideração 6 itens que influenciam no tempo de resposta do servidor:

DNS: tempo necessário para resolver o endereço IP do servidor a partir do domínio do site.

Connect: tempo necessário para estabelecer uma conexão TCP/IP com o servidor.

SSL: tempo necessário para realizar a negociação de segurança SSL/TLS (se o site utiliza HTTPS).

Send: tempo necessário para enviar a requisição ao servidor.

Wait: tempo que o navegador espera pela resposta do servidor.

Receive: tempo necessário para receber a resposta do servidor.

Link: <https://www.bytecheck.com/>

PERFORMANCE: SPEED INDEX

O Índice de velocidade ou Speed Index é outra métrica que faz parte do cálculo da Performance, e esta métrica é responsável por medir o tempo em que o conteúdo é exibido visualmente.

O Lighthouse faz uma captura em vídeo do carregamento da página e faz um cálculo de progressão visual entre os quadros, em seguida utiliza um de seus módulos para fazer o cálculo de pontuação do índice de velocidade.

Índice de velocidade (em segundos)	Código de cores
0-3,4	Verde (rápido)
3,4-5,8	Laranja (moderado)
Acima de 5,8	Vermelho (lento)

Aqui vai mais uma dica, se você está buscando melhorar esta métrica, considere reduzir a quantidade de javascript em seu site, o Speed Index tem relação direta ao tempo de execução do Javascript.

Ah! e tem mais, o carregamento de arquivos de fontes personalizadas, também afeta o índice de velocidade.

PERFORMANCE: TIME TO INTERACTIVE

Desde a atualização dos Fatores Vitais da Web, muitas empresas optam em otimizar a visibilidade do conteúdo em detrimento da interação, e isso pode causar uma certa frustração na experiência do usuário, o Site parece estar completamente carregado, mas na primeira interação do usuário, nada acontece.

Ao contrário do FCP e LCP, o TTI mede o tempo total de carregamento da página, ou seja em quanto tempo a página está totalmente pronta para a interação do usuário.

Para conseguir um bom TTI, é essencial que a sua página responda às interações dos usuários com um atraso máximo de 50 milissegundos.

O Lighthouse determina esta pontuação comparando o seu site com o TTI de sites reais, veja a tabela abaixo para entender qual é o tempo ideal de TTI.

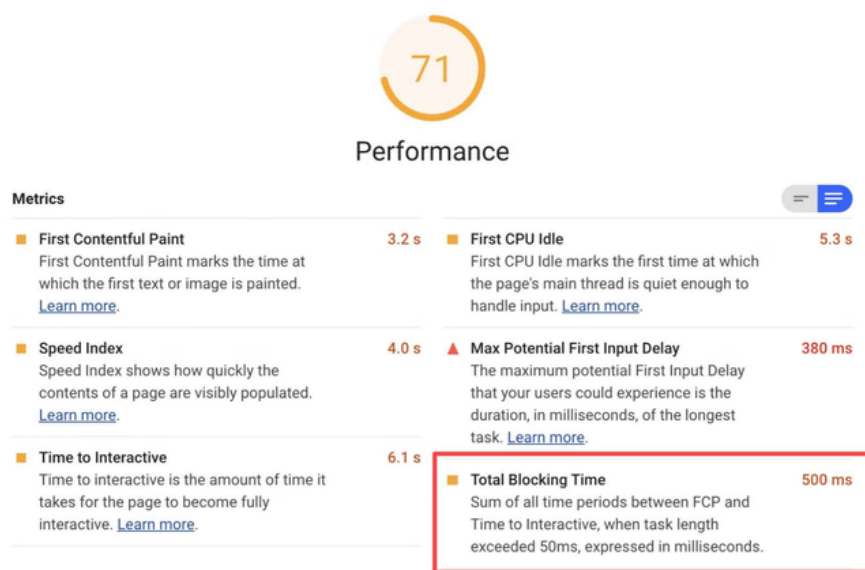
O TTI foi removido dos fatores de Performance em 2022, passando assim o seu peso ao CLS.

Métrica TTI (em segundos)	Código de cores
0–3,8	Verde (rápido)
3.9–7.3	Laranja (moderado)
Acima de 7,3	Vermelho (lento)

PERFORMANCE: TOTAL BLOCKING TIME

A ultima mas não menos importante métrica, no calculo da Performance é o TBT, o tempo total de bloqueio é uma métrica de desempenho do Lighthouse que foi criada em 2020, anos antes dos fatores vitais da Web.

O TBT mede o tempo total em que a página do seu site ficou bloqueada, impedindo que o usuário interagisse com ela, para entendermos como funciona o TBT precisamos entender que o TBT tem relação direta com o FCP, desde a primeira impressão de conteúdo até o final do carregamento do LCP existe um tempo máximo em que a página pode ficar bloqueada, e caso seja ultrapassado este limite, começamos a ter um problema de Tempo total de bloqueio, o mesmo não pode ser superior à 500 milissegundos.

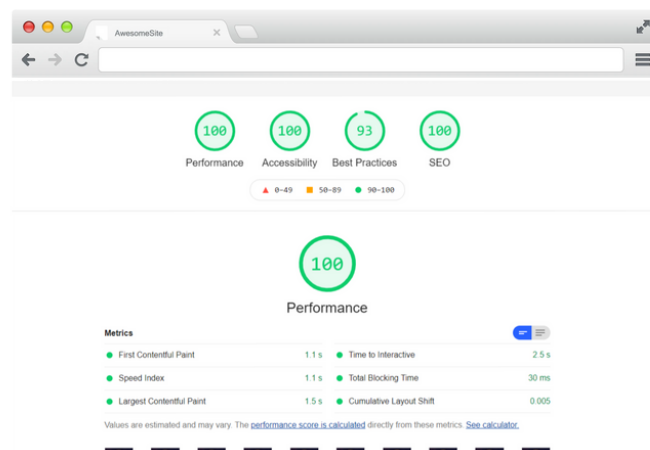


Values are estimated and may vary. The performance score is based only on these metrics.

PERFORMANCE: TOTAL BLOCKING TIME

É importante entender que na maioria das vezes o TBT é causado por recursos externos, sempre que ocorre uma chamada externa de nosso site para outros servidores, existe o tempo de envio e resposta de cada requisição e muitas vezes estes bloqueiam a interação do usuário na página, como exemplo podemos citar o Google Analytics, Google Adwords, Facebook Pixel, Plugins de Chat bot e etc.

Para o Google tudo o que não é essencial para o usuário deve ser atrasado, e tudo o que é essencial deve carregar de forma instântânea, no decorrer deste e-book você vai entender como aplicar esta técnica.



COMO É CALCULADO O SCORE DE PERFORMANCE ?

Para uma avaliação completa da performance de um site, são consideradas várias métricas, incluindo FCP, LCP, CLS, TBT e Speed Index, onde cada métrica tem um peso diferente.

FCP	LCP	CLS	TBT	SI
10%	25%	25%	30%	10%

MÉTRICAS DE MARÇO DE 2023

Agora que você já sabe o peso de cada métrica, conheça o O Lighthouse Calculator, o Lighthouse Calculator se concentra especialmente nas métricas dos Core Web Vitals, como FCP, LCP, CLS, TBT e Speed Index, que são métricas fundamentais de desempenho que ajudam a avaliar a experiência do usuário no seu site.



FONTE: <https://googlechrome.github.io/lighthouse/scorecalc/>

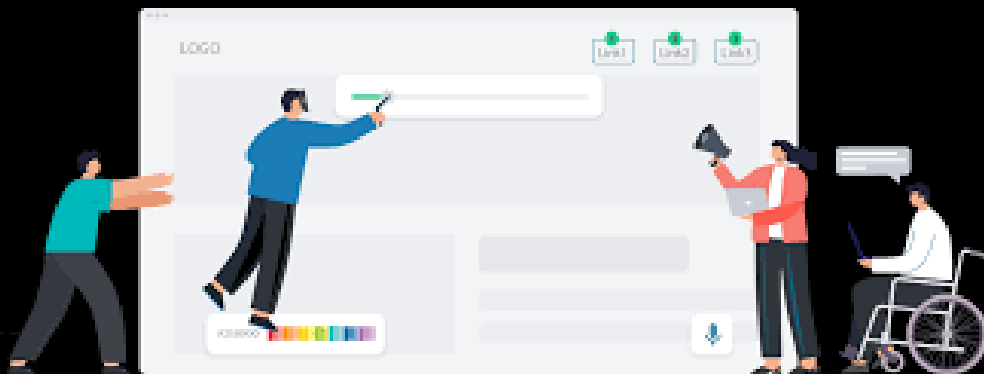
ACESSIBILIDADE É INCLUSÃO!

Pra ser sincero desde a inclusão deste fator nos fatores vitais da Web, há diversas discussões sobre Design x Fatores Vitais da Web, mas precisamos entender que precisa existir uma relação direta entre design e inclusão, e que precisamos projetar websites para todos!

Você já deve ter visto sites com Modo escuro, aumento e diminuição de fontes, modo contraste e etc, é muito comum em sites governamentais, até porque é lei sites de informação pública serem acessíveis à todos.

Lei nº 10.098

Ela estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida e dá outras providências. Essa lei foi regulamentada pelo Decreto nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004.



ACESSIBILIDADE NA PRÁTICA

Você deve estar se perguntando o que muda com este fator, e eu estou aqui para clarificar tudo, tamanhos de fontes, descrição de links, e contraste entre elementos, resumindo é isso, mas vamos ver item por item para que você entenda o que é necessário adequar no seu site para que ele seja acessível para todos os graus de deficiência visual.

Exatamente, não é somente para pessoas completamente cegas, mas para pessoas que tem algum grau de deficiência visual, incluindo as pessoas que sofrem de cegueira.

Para fazermos um teste rápido, por melhor que seja a sua visão, tente ler este texto

Se você não tem nenhum problema de visão, provavelmente conseguiu ler o texto acima, mas com algum grau de dificuldade, talvez você deu zoom.

A melhor forma de falarmos sobre acessibilidade é visualizarmos o problema, no exemplo acima, cometemos 2 erros que são levados em consideração na avaliação de acessibilidade de um site, veremos na próxima página quais são eles.

ACESSIBILIDADE

A IMPORTÂNCIA DO CONTRASTE

O contraste entre elementos é um dos principais itens do quesito acessibilidade, e é bem simples de resolver, o que precisa ser verificado é 3 coisas: o peso, o tamanho da fonte e a cor em relação à cor de fundo, exemplo uma fonte de 14px e peso 300 mesmo que na cor preta terá pouco contraste no fundo branco, o recomendado é que o tamanho de fonte seja de no mínimo 16px.

A cor de fundo precisa ter contraste com o texto, de nada adianta você colocar um fundo preto, se a cor do texto for cinza escuro, existe um padrão de contraste que precisa ser seguido para que o usuário tenha uma boa legibilidade.

O contrast Ratio Level AA é uma das diretriz do WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), uma série de recomendações de acessibilidade da W3C que é um grupo internacional de pessoas liderado pelo inventor da Web Tim Berners-Lee e o CEO Jeffrey Jaffe que tem como missão desenvolver protocolos e diretrizes que garantam o crescimento da Web no longo prazo.

ACESSIBILIDADE CONTRASTE DE COR

COLOR CONTRAST COMPLIANCE

AA	AAA
Contrast Ratio 4.5:1	Contrast Ratio 7:1
20/40 vision loss	20/80 vision loss
Affects a small % of ages 45+	Affects age 70+ w/ eye disease

O padrão mínimo exigido para sites na Internet é o AA, mas para adequar a acessibilidade do seu site aos Fatores Vitais da Web, a proporção de contraste precisa ser 7:1 ou AAA.

Para entender melhor este cálculo, um padrão de 4:5:1 ou AA irá atender uma pequena quantidade de pessoas com idade superior à 45 anos que tem a visão reduzida entre 20 e 40%.

Um contraste maior ou seja 7:1 ou AAA poderia incluir também pessoas com mais de 70 anos com algum grau de deficiência visual, e até mesmo aquelas que tem apenas 20% de visão.

Normal text is 16px regular

Large text is 18px bold

Large text can also be 24px

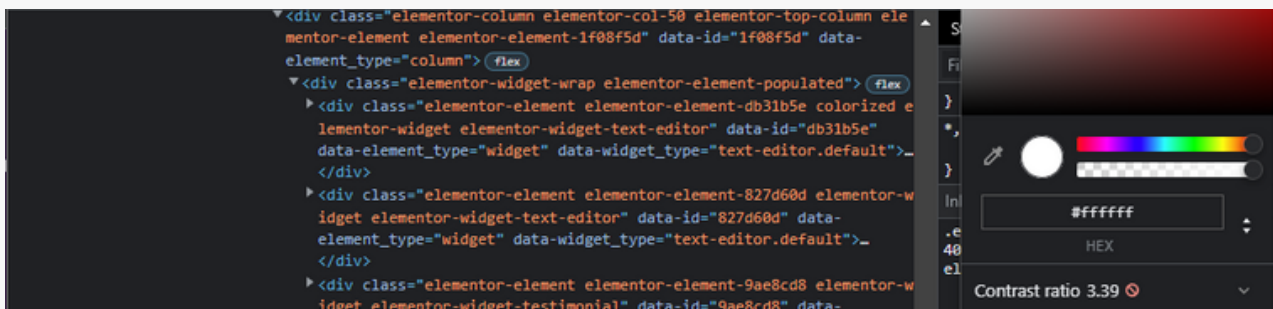
Contrast: **4.55:1**

NORMAL TEXT	LARGE TEXT
✓ AA – 4.5:1	✓ AA – 3:1
✗ AAA – 7:1	✓ AAA – 4.5:1

ACESSIBILIDADE MEDINDO O CONTRASTE

Agora o mais importante, para corrigir este problema, você pode usar o próprio navegador Google Chrome, ou uma das milhares de ferramentas disponíveis na Internet.

Para identificar problemas de contrastes com o navegador Google Chrome, clique com o botão direito sobre o item com problemas e clique na opção inspecionar, irá abrir a ferramenta DevTools, nesta ferramenta procure por color, e clique na cor.



FERRAMENTAS ONLINE

- <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>
- <https://contrastchecker.com/>
- <https://accessibleweb.com/color-contrast-checker/>

Em todas estas ferramentas você precisa informar a cor de fundo e a cor do texto e o que elas fazem é calcular a proporção de contraste.

ACESSIBILIDADE MEDINDO O CONTRASTE

Após encontrar a proporção de contraste, faça testes até encontrar a cor que tenha o contraste mínimo que é o 7:1 ou AAA, esta é a exigência para padronizar a Acessibilidade no Quesito Contraste.

Para resolver o problema, existem 3 soluções:

1. *Aumentar o tamanho ou peso da fonte*
2. *Alterar a cor da Fonte*
3. *Alterar a cor do elemento de fundo.*

EXTENSÕES DO CHROME



The image shows the WCAG Contrast checker extension interface on the left and a website example on the right. The extension interface includes a 'Level' dropdown set to 'AAA', a 'color-blindness' dropdown set to 'none', and an 'Auto-refresh' dropdown set to 'on'. Below these are two columns: 'Contrast' and 'Size'. The 'Contrast' column lists various contrast ratios with red 'X' marks indicating failures and green checkmarks indicating success. The 'Size' column lists the size of the elements. The website example on the right is titled 'WEB DESIGNERS E AGÊNCIAS DIGITAIS' and contains text about services and training. A profile picture of Luciana Silveira is visible at the bottom of the website example.

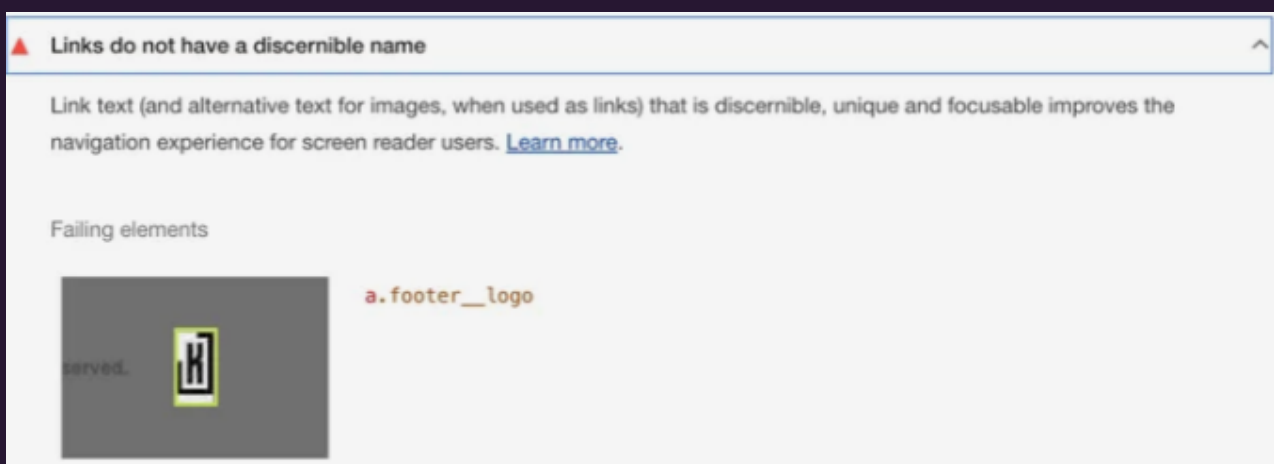
Contrast	Size	Elements
1	small	3 div
1.01	small	2 div
1.13	small	8 div
1.94	large	1 h2
2.74	small	5 div
3.12	large	1 h2
3.13	small	1 a
3.35	small	1 span
3.39	small	9 [span, small, del]
3.39	large	2 b
3.98	small	9 div
4.93	small	5 span
5.23	large	3 b

Com a extensão WCAG Color contrast checker é possível identificar todos os problemas de contraste do seu site em tempo real e testar soluções para os problemas encontrados.

ACESSIBILIDADE LINKS COM NOMES COMPREENSÍVEIS

Você sabe como funciona um computador assistivo ? Ele é como o Google só encheira textos, para ser sincero com você este problema tem 2 causas.

Ícones com links e imagens com links, e o grande problema é que tanto o computador com recursos assistivos quanto o Google não conseguem entender do que se tratam os links.



Para corrigir este problema é extremamente simples, mas você precisa ter acesso ao código HTML, existe um atributo que diz para o Google e para ferramentas assistivas sobre do que se trata o link, este atributo é o Title, (Você também pode usar o aria-label, faça o teste adicione o atributo title no link que esta apresentando problemas, faça desta forma:

```
<a href="https://google.com" title="Redirecionar para o Google" target="_blank" />
```

ACESSIBILIDADE

ATRIBUTO ALT

Você já deve estar se perguntando se existe este problema com links e ícones, como ficam as imagens ?

Bem, com as imagens temos uma situação muito parecida, pessoas com deficiência visual só conseguiram associar o que a tecnologia assistiva ler na página, então é essencial descrever do que se trata uma imagem.

Para isso utilizamos o atributo ALT, onde vamos descrever do que se trata a imagem que esta sendo exibida, Este texto será lido por leitores de tela, e robôs de indexação, e será mostrado em caso de imagens com links quebrados.



ACESSIBILIDADE ESTRUTURA DE TÍTULOS

Os elementos de cabeçalho são usados em documentos HTML para estruturar o conteúdo em seções e subseções.

Eles são identificados por tags h1 a h6, onde h1 é o cabeçalho principal e h6 é o menor nível de hierarquia.

A ordem sequencial decrescente significa que os títulos devem aparecer em ordem de importância, começando com o título mais importante (h1) e terminando com o título menos importante (h6).

Isso ajuda os leitores a entender a estrutura do conteúdo e a localizar rapidamente informações relevantes. Além disso, também é importante para acessibilidade, uma vez que ajuda a fornecer informações estruturais para leitores de tela e outros dispositivos de acessibilidade.

<h1>Cabeçalho 1</h1>

<h2>Cabeçalho 2</h2>

<h3>Cabeçalho 3</h3>

<h4>Cabeçalho 4</h4>

<h5>Cabeçalho 5</h5>

<h6>Cabeçalho 6</h6>



ACESSIBILIDADE

ESTRUTURA DE TÍTULOS

Exemplo de Conteúdo com Tags Incorretas:

```
<h1> Receitas de Bolos</h1>  
<h2> Bolo de Chocolate</h2>  
<h3> Ingredientes</h3>  
<h2> Modo de Preparo</h2>  
<h4> Etapa 1</h4>  
<h4> Etapa 2</h4>  
<h2> Dicas</h2>
```

Nesse exemplo, o título "Bolo de Chocolate" é marcado como h2, o que não está de acordo com a ordem sequencial decrescente de cabeçalhos.

Além disso, a seção "Ingredientes" é marcada como h3, enquanto que a seção "Modo de Preparo" é marcada como h2, o que também é incorreto.

As etapas do modo de preparo devem ser marcadas com h3 ou h4, dependendo da hierarquia que desejamos dar a essas informações.

ACESSIBILIDADE

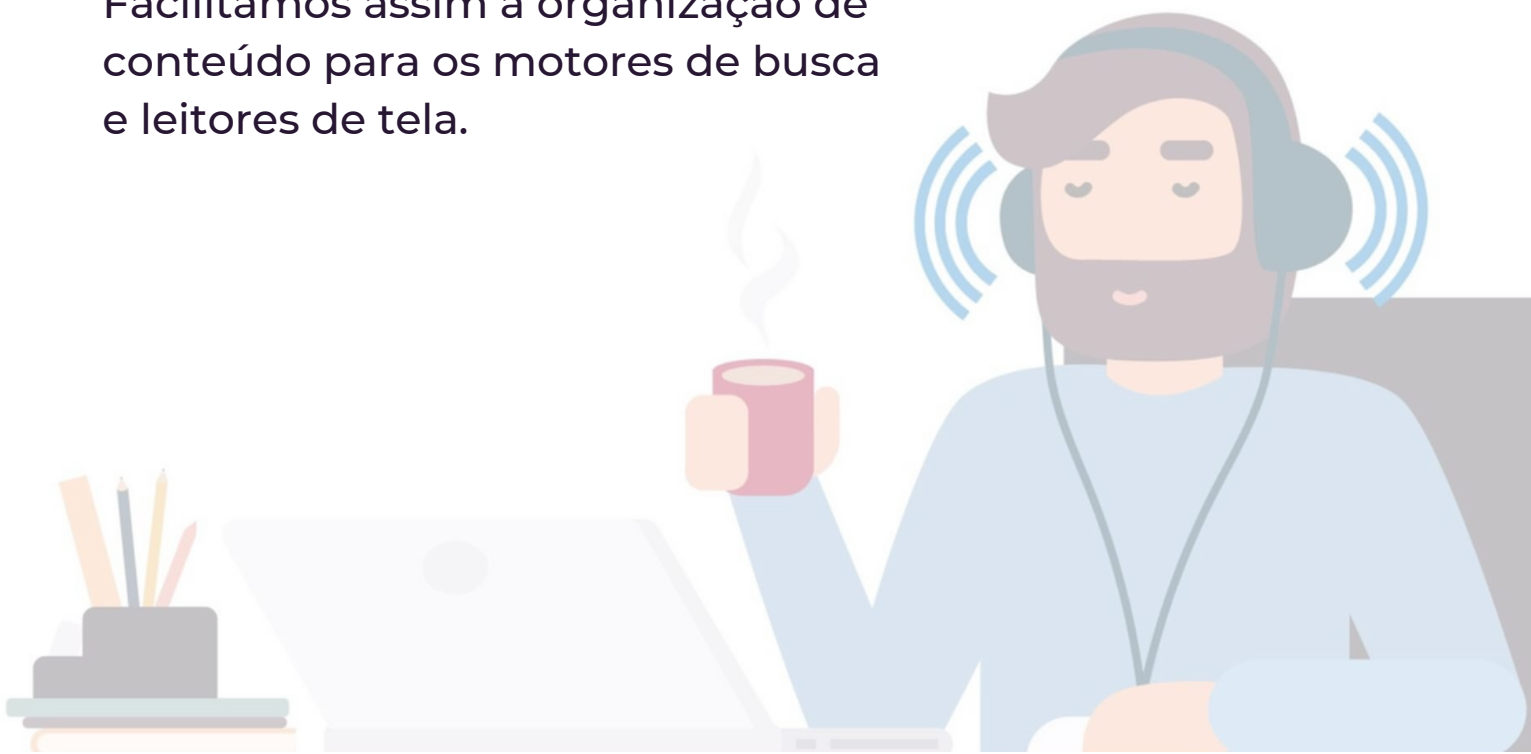
ESTRUTURA DE TÍTULOS

Correção:

```
<h1> Receitas de Bolos</h1>  
<h2> Bolo de Chocolate</h2>  
<h3> Ingredientes</h3>  
<h3> Modo de Preparo</h3>  
<h4> Etapa 1</h4>  
<h4> Etapa 2</h4>  
<h3> Dicas</h3>
```

Com isso temos como título principal, Receitas de Bolos, tendo como subtítulo Bolo de Chocolate, com uma seção interna de ingredientes, modo de preparo e dicas, sendo que as etapas são subtítulos do modo de preparo.

Facilitamos assim a organização de conteúdo para os motores de busca e leitores de tela.



ACESSIBILIDADE PERMITIR ZOOM

Desativar a opção de zoom no seu site, pode prejudicar significativamente os usuários com baixa visão, uma vez que eles dependem da ampliação da tela para conseguir visualizar corretamente o conteúdo da página.

O zoom é uma ferramenta importante para esses usuários, pois permite que eles ajustem o tamanho da letra e outros elementos da página para se adequar às suas necessidades visuais.

Sem a opção de zoom, os usuários com baixa visão podem ter dificuldades em ler o conteúdo da página, o que pode levar a uma experiência frustrante e pouco efetiva.

Além disso, a falta de acessibilidade pode prejudicar a inclusão e a igualdade de oportunidades para todos os usuários, independentemente das suas capacidades visuais.

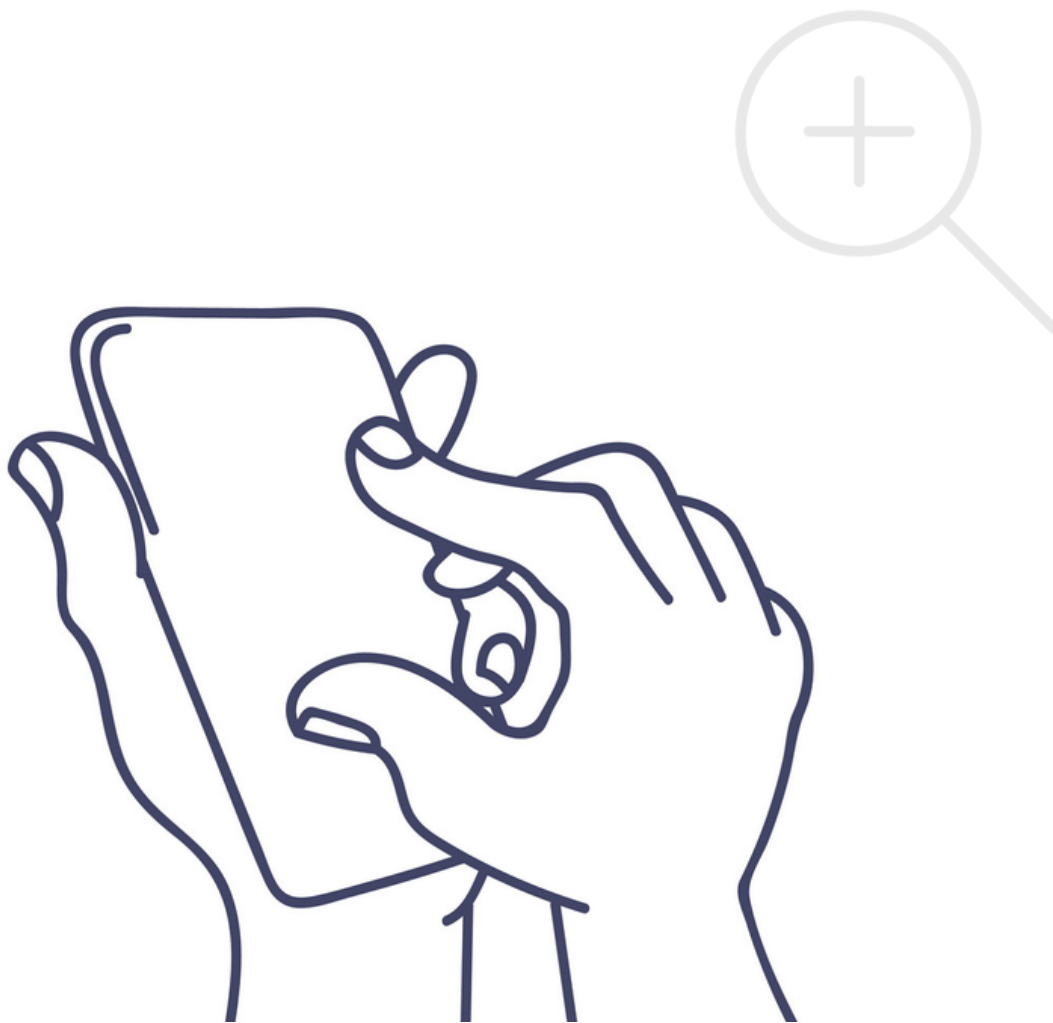
Portanto, é importante que os desenvolvedores de sites e aplicativos web considerem a acessibilidade como uma parte fundamental do projeto, garantindo que as opções de zoom estejam disponíveis e funcionem corretamente para todos os usuários, incluindo aqueles com baixa visão.

ACESSIBILIDADE PERMITIR ZOOM

Entendendo o problema:

● `[user-scalable="no"]` is not used in the `<meta name="viewport">` element and the `[maximum-scale]` attribute is not less than 5. ✓

Para evitar o problema é necessário garantir que não seja utilizado o atributo `user-scalable="no"` na meta tag `viewport`, e que o atributo `maximum-scale` seja maior do que 5.



ACESSIBILIDADE

ATRIBUTOS ARIA

Um atributo ARIA (Accessible Rich Internet Applications) é um conjunto de etiquetas que pode ser adicionado a elementos HTML para ajudar a tornar o conteúdo da web mais acessível para pessoas com deficiências, como deficiência visual ou auditiva.

Esses atributos fornecem informações adicionais aos leitores de tela, permitindo que eles compreendam melhor a estrutura e o significado do conteúdo da página.

Por exemplo, um atributo ARIA pode indicar que um elemento é um botão, um link ou uma lista, ajudando as pessoas a navegar pelo conteúdo de forma mais eficiente.

Em resumo, os atributos ARIA são uma ferramenta importante para melhorar a acessibilidade da web para todos os usuários.

● Os atributos `[aria-*)` têm valores válidos

● Os atributos `[aria-*)` são válidos e não contêm erros de ortografia

ACESSIBILIDADE

NÃO UTILIZE ARIA-HIDDEN

O atributo "aria-hidden" é usado para indicar se um elemento na página deve ser ignorado pelos leitores de tela (softwares usados por pessoas com deficiência visual para navegar na web).

No entanto, o uso excessivo ou incorreto do atributo "aria-hidden" pode prejudicar a acessibilidade da página. Isso ocorre porque, em alguns casos, o elemento que é escondido com o atributo "aria-hidden" pode ser importante para o sentido e a compreensão da página.

Por essas razões, o uso do atributo "aria-hidden" deve ser evitado ou usado com cautela. Em vez disso, os desenvolvedores devem usar outras técnicas, como estilos CSS, para esconder elementos na página que não são importantes para a acessibilidade.

Em resumo, o atributo "aria-hidden" é uma ferramenta poderosa para controlar o que é apresentado aos usuários com deficiência visual, mas deve ser usado com cuidado para garantir que a acessibilidade da página seja preservada.

● `[aria-hidden="true"]` is not present on the document `<body>`

ACESSIBILIDADE

USE O ATRIBUTO TITLE

Quando as páginas da web são acessadas por meio de leitor de tela, os usuários com deficiência visual dependem dessas descrições para entender o conteúdo da página e navegar corretamente.

Sem um atributo "title", os leitores de tela não terão uma descrição clara do conteúdo da página, o que pode tornar difícil para os usuários com deficiência visual entender o que a página está tentando comunicar.

Além disso, o atributo "title" também é importante para a experiência do usuário em geral, pois fornece informações adicionais sobre a página e pode ajudar a orientar os usuários antes de acessar a página.

Em resumo, o atributo "title" é vital para garantir a acessibilidade da página aos usuários com deficiência visual e para uma experiência de usuário positiva em geral. Portanto, todas as páginas da web devem incluir um atributo "title" claro e preciso.

● Document has a `<title>` element



`</div>`
`<title>`
`<meta http-equiv=`
`<meta http-equiv=`
`</head>`
`<body onload="onLoadFunction"`
`class="outerDiv" id=`
`class="contentDiv"`
`text/java`

ACESSIBILIDADE

IDENTIFIQUE O IDIOMA

O atributo "lang" especifica o idioma do conteúdo da página, o que é importante para garantir que o conteúdo seja apresentado corretamente e que as ferramentas de acessibilidade, como leitores de tela, possam entender e apresentar o conteúdo da maneira adequada.

Se o elemento HTML não tiver um atributo "lang" especificado, as ferramentas de acessibilidade podem ter dificuldade em identificar o idioma correto e, como resultado, apresentar o conteúdo de forma imprecisa ou inacessível.

Exemplo:

```
<html lang="pt-BR">
<head>
<title>Exemplo de página com atributo lang correto</title></head>
<body>
<h1>Bem-vindo à nossa página</h1><p>Este é o conteúdo da
página em português brasileiro.</p>
</body>
</html>
```

● <html> element has a [lang] attribute

● <html> element has a valid value for its [lang] attribute

ACESSIBILIDADE ELEMENTOS FOCÁVEIS

Os elementos focáveis são elementos da página da web que podem ser selecionados e ativados pelo usuário, como botões, links, caixas de seleção e campos de entrada.

Esses elementos são importantes para a acessibilidade, pois permitem que os usuários naveguem e interajam com o conteúdo da página usando teclado ou outros dispositivos de entrada alternativos.

É importante garantir que todos os elementos focáveis da página da web sejam identificáveis e acessíveis para todos os usuários, incluindo aqueles com deficiências. Isso pode ser alcançado usando boas práticas de codificação e garantindo que os elementos focáveis sejam acessíveis às tecnologias de assistência, como leitor de tela.

● `[id]` attributes on active, focusable elements are unique

Se mais de um elemento ativo e focável tiver o mesmo atributo "id", as tecnologias de assistência não serão capazes de identificar corretamente cada elemento, o que pode causar problemas de navegação e interação para os usuários com deficiências.

ACESSIBILIDADE ELEMENTOS FOCÁVEIS

● `[aria-hidden="true"]` elements do not contain focusable descendents

O atributo "aria-hidden='true'" significa que o elemento e seus descendentes não são visíveis para tecnologias de assistência, como leitor de tela.

Isso pode prejudicar a acessibilidade, pois elementos focáveis dentro do elemento com "aria-hidden='true'" não serão acessíveis a usuários com deficiências.

É importante evitar o uso de "aria-hidden='true'" em elementos que contenham elementos focáveis para garantir a acessibilidade da página.

○ Interactive controls are keyboard focusable

Controles interativos na página web, como botões, links e caixas de seleção, precisam ser focáveis com o teclado para garantir a acessibilidade.

Isso permite que usuários com dificuldades motoras ou que usam apenas o teclado para navegar na web possam acessar e interagir com o conteúdo da página.

É importante garantir que todos os controles interativos sejam focáveis com o teclado para tornar a página acessível para todos os usuários.

ACESSIBILIDADE ELEMENTOS FOCÁVEIS



Checkout form

Below is an example form built entirely with Bootstrap's form controls. Each required form group has a validation state that can be triggered by attempting to submit the form without completing it.

Billing address

First name

3

Last name

4

Username

@ Username

Email (Optional)

you@example.com

Address

1234 Main St

Address 2 (Optional)

Apartment or suite

Your cart

3

Product name Brief description	\$12
Second product Brief description	\$8
Third item Brief description	\$5
Promo code EXAMPLECODE	-\$5
Total (USD)	\$20

1

Promo code

2

Redeem

A ordem correta de foco nos campos de texto de um formulário é importante para acessibilidade, permitindo aos usuários navegar facilmente pelo formulário com o teclado.

Isso garante que o formulário seja preenchido de forma lógica e eficiente para todos os usuários.

ACESSIBILIDADE CONTEÚDO EM ABAS

Para garantir a acessibilidade, é importante seguir as seguintes recomendações ao usar abas na página web:

1. Forneça rótulos claros e descritivos para cada aba
2. Permita a navegação através do teclado
3. Mantenha a ordem lógica de seleção de abas ao navegar com o teclado
4. Certifique-se de que o conteúdo da aba atualmente selecionada seja acessível a leitores de tela.

Isso garantirá que todos os usuários, incluindo aqueles com deficiências, possam acessar e interagir com o conteúdo das abas de forma eficiente e eficaz.

● No element has a `[tabindex]` value greater than 0

Não atribuir um valor de `tabindex` maior que 0 para elementos significa garantir que a ordem de foco na página seja lógica e baseada na estrutura do HTML.

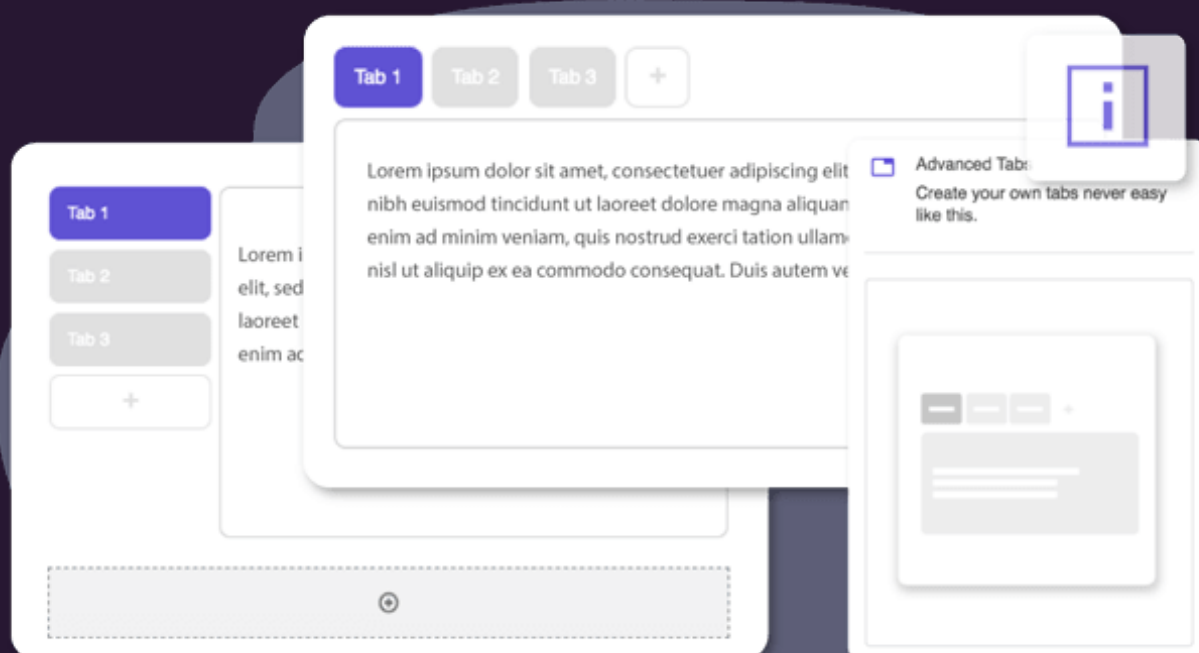
Isso garante que a navegação através do teclado seja previsível e acessível para todos os usuários.

ACESSIBILIDADE CONTEÚDO EM ABAS

Para garantir a acessibilidade, é importante seguir as seguintes recomendações ao usar abas na página web:

1. Forneça rótulos claros e descritivos para cada aba
2. Permita a navegação através do teclado
3. Mantenha a ordem lógica de seleção de abas ao navegar com o teclado
4. Certifique-se de que o conteúdo da aba atualmente selecionada seja acessível a leitores de tela.

Isso garantirá que todos os usuários, incluindo aqueles com deficiências, possam acessar e interagir com o conteúdo das abas de forma eficiente e eficaz.



ACESSIBILIDADE CUIDADO COM IFRAMES

Alguns cuidados relacionados à acessibilidade no uso de iframes incluem:

1. Fornecer uma descrição alternativa para o conteúdo do iframe através de atributos "title" ou "aria-describedby".
2. Garantir que o conteúdo dentro do iframe esteja acessível, incluindo usar recursos de acessibilidade, como legenda e áudio descrição para vídeos.
3. Certificar-se de que o iframe tem um tamanho definido e pode ser redimensionado pelo usuário.
4. Verificar a compatibilidade com leitores de tela.
5. Fornecer um mecanismo para sair do iframe, caso seja necessário.

 `<frame>` or `<iframe>` elements do not have a title

No erro acima, O elemento `<iframe>` não possui o atributo "title".

Para fornecer um rótulo descritivo para o iframe, use os atributos "aria-label" ou "aria-labelledby" em conjunto com o texto alternativo adequado.

Este texto pode ser lido por leitores de tela e ajuda os usuários a entender o propósito do iframe na página.

ACESSIBILIDADE CUIDADO COM TABELAS

Ao trabalhar com tabelas, alguns cuidados importantes relacionados à acessibilidade incluem:

1. Usar marcações semânticas apropriadas, como "thead", "tbody", "th" e "td".
2. Fornecer cabeçalhos para as colunas e linhas, usando o atributo "scope" ou "headers".
3. Certificar-se de que as células da tabela possuam conteúdo significativo e não apenas espaços em branco.
4. Evitar tabelas aninhadas, a menos que sejam absolutamente necessárias.
5. Verificar a compatibilidade com leitores de tela, testando a navegação da tabela pelo teclado.
6. Fornecer alternativas a tabelas, como listas ou descrições em texto, para usuários com necessidades especiais.

○ `<th>` elements and elements with `[role="columnheader"/"rowheader"]` have data cells they describe.

elementos `<th>` e elementos com `[role="columnheader"/"rowheader"]` fornecem rótulos descritivos para as células de dados que descrevem.

Essa relação ajuda os leitores de tela a entender a estrutura e a organização dos dados dentro da tabela.

ACESSIBILIDADE

CUIDADO COM TABELAS

○ Cells in a `<table>` element that use the `[headers]` attribute refer to table cells within the same table.

Células em um elemento `<table>` que usam o atributo `[headers]` se referem a células da tabela dentro da mesma tabela.

O atributo `[headers]` é usado para associar células de dados a células de cabeçalho, fornecendo informações adicionais sobre a estrutura e as relações dentro da tabela para usuários de tecnologias de auxílio, como leitores de tela.



ACESSIBILIDADE: ROLES

O atributo `[role]` é usado para indicar o papel semântico de um elemento na página, Ele é usado para fornecer informações adicionais sobre o propósito do elemento para os leitores de tela e outras tecnologias assistivas.

No contexto da acessibilidade, a função ARIA é uma técnica que usa atributos ARIA (**Accessible Rich Internet Applications**) para fornecer informações adicionais para os usuários que usam tecnologias assistivas, como leitores de tela.

Portanto, é importante garantir que os valores atribuídos aos atributos ARIA sejam precisos e válidos, a fim de maximizar a acessibilidade do seu site para todos os usuários.

- `[role]`s têm todos os atributos `[aria-*)` obrigatórios

- Os valores de `[role]` são válidos



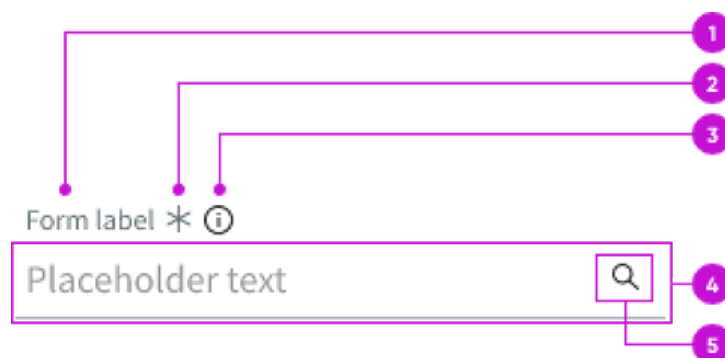
ACESSIBILIDADE FORMULÁRIOS

Acessibilidade para formulários é um conjunto de técnicas e boas práticas que visam tornar os formulários em páginas da web mais acessíveis para pessoas com deficiência.

Algumas dessas técnicas incluem a utilização de etiquetas de formulário claras e descritivas, a criação de campos de formulário acessíveis para leitores de tela, a utilização de validação de formulário em tempo real e a inclusão de opções de acessibilidade para pessoas com deficiência visual.

- Os elementos de formulário têm etiquetas associadas

Para resolver este problema, é importante garantir a semântica de formulários adotando o uso da tag `<label>` para cada `<input>` do formulário.



MELHORES PRÁTICAS: ISSO É SOBRE SEGURANÇA

As melhores práticas são um fator importante dos Core Web Vitals e são cruciais para garantir a qualidade e eficiência da experiência do usuário em páginas da web.

Podemos resumir as melhores práticas em 3 itens, segurança, qualidade, e privacidade.

No quesito segurança, existem vários pontos abordados no relatório do Page Speed Insights os quais tem relação direta com a segurança.

 Utiliza HTTPS

O uso do SSL é fundamental para garantir a segurança e a confiabilidade das transações online e proteger os usuários de possíveis ameaças de segurança.

O SSL (Secure Socket Layer) é um protocolo de segurança que ajuda a proteger a privacidade e a segurança dos usuários na internet.

Ele criptografa a comunicação entre o navegador do usuário e o servidor da web, impedindo que hackers e terceiros mal-intencionados interceptem e acessem informações confidenciais, como senhas e informações bancárias.

MELHORES PRÁTICAS: ISSO É SOBRE SEGURANÇA

Além disso, para evitar problemas de segurança também é necessário ter alguns cuidados com recursos de terceiros, estou falando das API's obsoletas e bibliotecas javascript com vulnerabilidades conhecidas.

- Evita bibliotecas JavaScript de front-end com vulnerabilidades de segurança conhecidas

- Evita APIs obsoletas

Outro grande problema e que tem a ver com segurança mas também com qualidade, é a exibição de erros, além de indicar que tem algo errado com seu projeto web, os erros no console também deixam claro para o possível hacker/invasor que existe uma falha de segurança no seu site e que pode ser explorada.

- Nenhum erro do navegador registrado no console

- Nenhum problema no painel [Issues](#) do Chrome Devtools

MELHORES PRÁTICAS: ISSO É SOBRE PRIVACIDADE

É comum sites na internet solicitarem permissão de geolocalização, ou forçar o usuário a fornecer dados após o carregamento da página.

Deve-se evitar solicitar permissão de geolocalização no carregamento de página porque isso pode impactar negativamente a experiência do usuário e afetar a privacidade dos usuários.

A solicitação imediata de permissão de geolocalização pode ser vista como intrusiva e irritante para alguns usuários, além de reduzir a confiança na página e aumentar a probabilidade de rejeição da solicitação.

Além disso, é importante respeitar a privacidade dos usuários e solicitar a permissão de geolocalização somente quando ela for realmente necessária para uma funcionalidade específica da página, como, por exemplo, para fornecer informações locais ou oferecer descontos em uma região específica.

Em resumo, solicitar permissão de geolocalização no carregamento da página pode ser considerado uma prática invasiva e prejudicial à experiência do usuário e à privacidade dos usuários. Por isso, é importante avaliar cuidadosamente a necessidade e o momento apropriado para solicitar essa permissão.

MELHORES PRÁTICAS: ISSO É SOBRE PRIVACIDADE

- Evita o pedido da permissão de geolocalização no carregamento de página
- Evita o pedido da permissão de notificação no carregamento de página

Quando você acessa alguns sites, pode ser solicitado que permita que o site envie notificações para o seu dispositivo.

No entanto, muitos usuários não gostam dessa prática, pois pode ser irritante ou confuso receber notificações sem contexto ou sem entender o propósito delas.

Para evitar essa solicitação de permissão de notificação logo no carregamento da página, é recomendável vinculá-la a gestos do usuário, como um clique em um botão ou uma ação específica dentro do site.

Dessa forma, o usuário tem mais contexto sobre o que está permitindo e pode tomar uma decisão informada sobre se deseja receber notificações ou não.

Essa prática também ajuda a aumentar a confiança do usuário no site, pois mostra que o site respeita a privacidade e as preferências do usuário em relação às notificações.

MELHORES PRÁTICAS: ISSO É SOBRE QUALIDADE

- Exibe imagens com a proporção correta
- Exibe imagens em resolução adequada

Quando você exibe imagens em um site ou aplicativo, é importante que elas sejam apresentadas com a proporção correta e em uma resolução adequada.

A proporção correta significa que a imagem não deve ser distorcida, ficando com uma aparência estranha ou pouco profissional.

Em vez disso, a imagem deve ter a mesma relação entre altura e largura que a imagem original, de modo que ela pareça natural e agradável aos olhos.

Já a resolução adequada significa que a imagem deve ter uma qualidade visual suficiente para ser exibida com clareza e nitidez.

Se uma imagem for exibida em uma resolução muito baixa, ela pode parecer embaçada ou pixelada, o que prejudica a aparência do site ou aplicativo.

MELHORES PRÁTICAS: ISSO É SOBRE QUALIDADE

Para exibir imagens com a proporção correta e resolução adequada, é importante escolher a dimensão e resolução corretas para as imagens que você deseja exibir. Além disso, você também pode usar técnicas de redimensionamento e compressão de imagens para garantir que elas sejam exibidas corretamente e sem prejudicar a velocidade de carregamento do site ou aplicativo.



Rendered size: 1073 × 304 px
Rendered aspect ratio: 1073:304
File size: 8.5 kB

Rendered size: O tamanho real que está sendo mostrado

Rendered aspect ratio: Proporção que está sendo mostrada

MELHORES PRÁTICAS: ISSO É SOBRE QUALIDADE

```
Rendered size: 366 × 92 px  
Rendered aspect ratio: 183:46  
Intrinsic size: 519 × 130 px  
Intrinsic aspect ratio: 519:130
```

Quando uma imagem tem um tamanho e proporção diferentes do que está sendo mostrado na tela, temos a variação na qualidade de exibição da imagem, por isso a imagem fica esticada ou achatada e até mesmo embaçada.

Para verificar o tamanho real da imagem e o tamanho exibido, no navegador Google Chrome, basta inspecionar o Elemento, no caso de uma imagem, ao clicar em inspecionar e mover o mouse sobre o caminho da imagem, irá mostrar as informações.

Caso esta imagem seja uma imagem de fundo é necessário olhar a propriedade de background nos estilos CSS utilizados neste elemento HTML.

S.E.O - O GOOGLE QUER QUE VOCÊ FAÇA O BÁSICO

Quando você faz uma pesquisa no Google, o mecanismo de busca retorna uma lista de resultados que são relevantes para a sua consulta.

O SEO ajuda a melhorar a classificação do site nos resultados de pesquisa, para que ele apareça com destaque e atraia mais visitantes.

Para melhorar a classificação do site nos resultados de pesquisa, é necessário otimizá-lo para que ele seja relevante e útil para o usuário. Isso envolve a escolha das palavras-chave certas, a criação de conteúdo de alta qualidade e a construção de uma estrutura de site organizada e fácil de navegar. Além disso, é importante garantir que o site seja rápido, seguro e acessível em todos os dispositivos, como computadores, tablets e smartphones.

Quando um site é otimizado para SEO, ele pode atrair mais tráfego orgânico, ou seja, visitantes que encontram o site nos resultados de pesquisa sem precisar pagar por anúncios. Isso pode aumentar a visibilidade da marca, gerar leads e vendas, e melhorar a reputação do site na internet.

S.E.O - O GOOGLE QUER QUE VOCÊ FAÇA O BÁSICO

Existem 14 auditorias relacionadas à S.E.O, algumas delas já tratadas em outros fatores como Acessibilidade.

Algumas auditorias tem mais a ver com acessibilidade do que S.E.O em si, porém auxiliam a obter melhores resultados no ranqueamento.

● A página não está bloqueada para indexação

A primeira auditoria que vou mencionar aqui é sobre rastreabilidade, garantir que o seu site esteja visível aos robos do Google é obrigatório, é comum durante o processo de criação de um site manter a meta tag "no-index" para evitar indexar conteúdo inacabado ou até mesmo de exemplo.

Porém é preciso garantir que esta tag seja utilizada da forma correta, sendo adicionada somente a páginas as quais não devem aparecer na busca.

● Os links são rastreáveis

Ainda falando sobre rastreabilidade, esta outra auditoria tem relação direta com os links, eles precisam ter um destino válido seja interno ou externo o objetivo de um link é direcionar o usuário para outra parte da página ou outra página interna ou externa, **links sem um atributo href definido irão falhar nesta métrica.**

S.E.O - O GOOGLE QUER QUE VOCÊ FAÇA O BÁSICO

Outro ponto importante, ainda falando sobre rastreabilidade é o código de status da sua página, para resumir quando o seu servidor esta com problemas ou tem algum problema com o site a resposta é geralmente um erro da classe 400 ou 500

O Google exige que o seu site retorne uma resposta 200 que significa que o conteúdo foi recebido com sucesso.

Retornar erros 400, 500 durante um longo periodo de tempo pode inclusive gerar uma penalização e até a remoção do seu site do Google.

-
- A página tem um código de status HTTP bem-sucedido



S.E.O - O GOOGLE QUER QUE VOCÊ FAÇA O BÁSICO

Agora precisamos falar de S.E.O Básico, você não informar um título para a sua página ou deixar a sua página sem uma meta-descrição é um erro grave, e que prejudica a indexação do seu site da forma correta e também a experiência dos usuários.

- O documento tem um elemento `<title>`

- O documento tem uma metadescrição

Apesar de ser um problema muito fácil de resolver, existem milhares de sites na internet com este problema, uma simples busca por Sem Título irá retornar milhares de resultados.

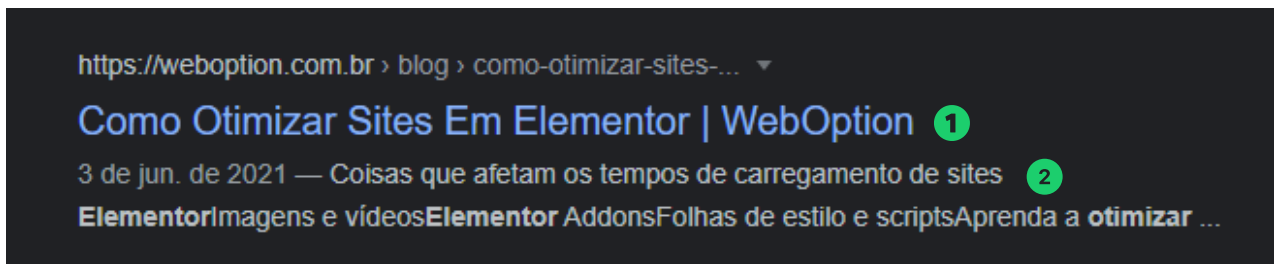
O tamanho ideal de um título de página para SEO é de cerca de 50 a 60 caracteres.

Isso se deve ao fato de que os mecanismos de busca geralmente exibem apenas os primeiros 50-60 caracteres do título de uma página nos resultados de pesquisa.

Portanto, é importante usar esses caracteres iniciais para incluir as palavras-chave relevantes e informações importantes sobre o conteúdo da página.

S.E.O - O GOOGLE QUER QUE VOCÊ FAÇA O BÁSICO

A meta-descrição é como o Google mostra a descrição do seu site na página de busca:



A meta-descrição é um elemento importante da página que aparece abaixo do título da página nos resultados de pesquisa do Google. É uma breve descrição do conteúdo da página e geralmente tem cerca de 150-160 caracteres. A meta-descrição é uma oportunidade para convencer os usuários a clicarem no seu resultado e visitarem sua página.

A meta-descrição deve ser clara, concisa e persuasiva, resumindo o conteúdo da página e fornecendo informações úteis para os usuários. Ela deve incluir as palavras-chave relevantes para a página e incentivar os usuários a clicarem no resultado.



S.E.O - O GOOGLE QUER QUE VOCÊ FAÇA O BÁSICO

robots.txt é válido

O robots.txt é um arquivo de texto usado para informar aos mecanismos de busca, como o Google, quais partes do seu site eles podem rastrear e indexar. O arquivo robots.txt é colocado na raiz do site e contém uma lista de diretórios e arquivos que os mecanismos de busca são autorizados ou proibidos de acessar.

Por exemplo, se você quiser que uma determinada página ou diretório do seu site não seja exibido nos resultados de pesquisa do Google, você pode especificá-lo no arquivo robots.txt. Isso pode ser útil se você tiver páginas ou informações que deseja manter privadas ou não relevantes para os usuários que encontram seu site nos resultados de pesquisa.

No entanto, é importante lembrar que o arquivo robots.txt não é uma medida de segurança. Ele apenas informa aos mecanismos de busca quais partes do seu site eles podem ou não acessar. Se você tiver informações confidenciais ou sensíveis em seu site, é importante protegê-las de outras formas, como restringindo o acesso com senhas ou criptografando os dados.

S.E.O - O GOOGLE QUER QUE VOCÊ FAÇA O BÁSICO

Como abordei anteriormente algumas diretivas de S.E.O tem mais relação com acessibilidade, e algumas delas estendem ainda as métricas de acessibilidade é o caso do atributo ALT em imagens e a descrição para links.

- Os elementos de imagem têm atributos `[alt]`
- Os links têm texto descritivo

Uma dica de S.E.O é utilizar o atributo ALT das imagens também para ajudar no posicionamento, muitas pessoas esquecem da pesquisa por imagens e não sabem que muito tráfego vem de lá.

Adicionar a sua palavra-chave em conjunto com a descrição da imagem auxilia no ranqueamento das imagens do Seu site na busca de imagens do Google.

Principalmente para negócios locais.



S.E.O - O GOOGLE QUER QUE VOCÊ FAÇA O BÁSICO

Dentro do S.E.O também existem diretivas para a experiência do usuário em dispositivos móveis, itens como o tamanho do texto, tamanhos de área de toque e tags viewport com tamanho definidos afetam no S.E.O

● O documento usa tamanhos de fonte legíveis — 100% do texto legível

● As áreas de toque estão dimensionadas corretamente — 100% de áreas de toque dimensionadas corretamente

Sobre os tamanhos de fonte, o ideal é utilizar no mínimo 12px, mas eu costumo utilizar 16px como padrão por questões de acessibilidade.

Os elementos interativos, como botões e links, são partes de um site ou aplicativo que podem ser clicadas ou tocadas pelos usuários para realizar uma ação. Para que os usuários possam interagir com esses elementos de forma eficiente, eles precisam ser grandes o suficiente e ter espaço suficiente ao redor.

O tamanho recomendado para esses elementos é de 48x48 pixels, o que significa que eles devem ter pelo menos essa medida para que sejam facilmente tocados ou clicados pelos usuários.

Além disso, é importante que haja espaço suficiente ao redor dos elementos para que não haja sobreposição com outros elementos na tela.

S.E.O - O GOOGLE QUER QUE VOCÊ FAÇA O BÁSICO

Para concluir vamos falar sobre Canonicals, Quando você navega pela internet, muitas vezes acaba encontrando várias páginas que parecem ser muito parecidas ou quase iguais.

Isso pode acontecer por diversos motivos, como por exemplo quando um mesmo conteúdo é acessível por diferentes URLs, ou quando uma página é duplicada por engano.

Para ajudar os motores de busca a entender qual é a página correta a ser indexada e exibida nos resultados de busca, os desenvolvedores podem utilizar uma tag chamada "rel=canonical".

Essa tag é adicionada no código da página e indica qual é a URL canônica ou principal que deve ser considerada pelo motor de busca.

Dessa forma, ao adicionar um rel=canonical válido, os desenvolvedores estão indicando para o motor de busca que uma página é a versão principal de um conteúdo, evitando assim a indexação de páginas duplicadas ou com conteúdo muito similar.

Isso é importante para melhorar a experiência do usuário e garantir que os resultados de busca sejam precisos e relevantes.

BÔNUS - MONITORAMENTO

É importante lembrar que o Google revisita as páginas periodicamente para reavaliar a experiência do usuário.

Essa reavaliação é feita através do Google Chrome, que coleta dados de navegação de usuários reais para avaliar as métricas das Core Web Vitals.

Isso significa que mesmo se você corrigir os problemas em seu site, ainda levará algum tempo para que o Google perceba as melhorias e atualize suas classificações.

O tempo de validação das alterações também pode ser demorado. O Google geralmente leva de 15 a 28 dias para revalidar as mudanças feitas em seu site em relação às Core Web Vitals.

Isso significa que é importante fazer alterações o mais rápido possível, para que elas possam ser avaliadas e atualizadas nas classificações do Google o mais breve possível.

Por isso, é importante usar ferramentas de monitoramento, para acompanhar regularmente as métricas das Core Web Vitals e tomar medidas para melhorar a experiência do usuário em seu site.

BÔNUS - MONITORAMENTO

DebugBear é uma ferramenta de monitoramento de desempenho de sites que permite monitorar suas Core Web Vitals, bem como outras métricas importantes, como tempo de carregamento da página, interatividade do usuário e estabilidade visual. Ele oferece alertas em tempo real e relatórios detalhados para que você possa corrigir problemas rapidamente.

Link: <https://www.debugbear.com/>

RUM Vision é outra ferramenta de monitoramento de desempenho de sites que oferece análise em tempo real de suas Core Web Vitals, bem como outras métricas importantes, como a taxa de rejeição e o tempo de resposta do servidor. Ele também fornece sugestões personalizadas para melhorar o desempenho do seu site com base nos dados coletados.

Link: <https://www.rum-vision.com/>

Com essas ferramentas de monitoramento, você pode garantir que seu site atenda às métricas das Core Web Vitals e forneça uma experiência de usuário rápida e satisfatória.

OBRIGADO

Espero que este material lhe proporcione insights valiosos e informações úteis para impulsionar o seu sucesso na internet.

Se tiver alguma dúvida ou sugestão sobre o e-book, por favor, não hesite em entrar em contato conosco.

Mais uma vez, obrigado por escolher este produto.

Atenciosamente,

Daniel Paz





▲ 0-49

■ 50-89

● 90-100



DOMINE OS 4 FATORES VITAIS DA WEB

Resolvi juntar todo o meu conhecimento de 2 anos de estudo sobre Core Web Vitals em conjunto com meus quase 15 anos de experiência no mercado digital para criar este e-book e clarificar como solucionar de vez os problemas relacionados a última atualização do Google sobre experiência de usuário. A base para resolver o problema é entender a causa e então pensar na solução.



danielpaz.pro