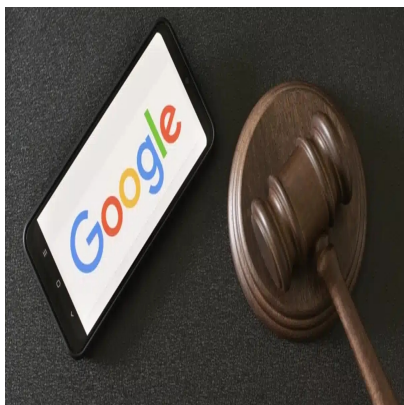




15 principais penalidades do Google e como corrigi-las

Description

As penalidades do Google sÃ£o extremamente desagradÃ¡veis para os proprietÃ¡rios de sites, especialmente aqueles que dependem da busca orgÃ¢nica para obter renda. Este guia resume todos os principais motivos para penalidades algorÃ¢micas e manuais do Google, fornece dicas de recuperaÃ§Ã£o e medidas de prevenÃ§Ã£o.

Quais sÃ£o as penalidades do Google?

As penalidades do Google sÃ£o sanÃ§Ãµes que o Google impÃµe a sites por mÃ¡is prÃ¡ticas de SEO. Eles levam a classificaÃ§Ãµes orgÃ¢nicas e visibilidade online mais baixas ou atÃ© mesmo Ã remoÃ§Ã£o total das pÃ¡ginas de um site dos resultados de pesquisa (ou SERPs). As penalidades do Google podem ser aplicadas no nÃvel de uma consulta separada (um monte de consultas), uma URL separada (vÃ¡rias URLs, diretÃ³rio inteiro, subdomÃnio etc.) ou em todo o site.

As penalidades do Google podem ser classificadas nos seguintes tipos:

- **Penalidades manuais** sÃ£o impostas por funcionÃ¡rios do Google e exigem um pedido de correÃ§Ã£o e reconsideraÃ§Ã£o.
- **Penalidades algorÃ¢micas** sÃ£o exigidas uma correÃ§Ã£o que levarÃ¡ a uma melhoria automÃ¡tica quando o Googlebot visitar suas pÃ¡ginas; as penalidades algorÃ¢micas mais notÃ¡rias estavam acontecendo devido Ã s atualizaÃ§Ãµes do Penguin, Panda, Interstitials Intrusivos e ExperiÃªncia de PÃ¡gina.

Pelo escopo do impacto, as penalidades do Google sÃ£o divididas em:

- **Downranking** sÃ£o essas penalidades resultam em quedas de classificaÃ§Ã£o e perda de trÃ¡fego do site para todas as consultas nas pÃ¡ginas afetadas.
- **ExclusÃ£o** sÃ£o todos os URLs sÃ£o removidos do Ãndice do Google, que vocÃª pode verificar executando um site: search; nÃ£o haverÃ¡ nenhum de seus URLs nos resultados da pesquisa.

O Google monitora a qualidade da pesquisa com a ajuda de algoritmos e avaliadores de qualidade humana. AlÃ©m disso, existe uma ferramenta para [qualquer pessoa denunciar conteÃºdo malicioso](#) ,

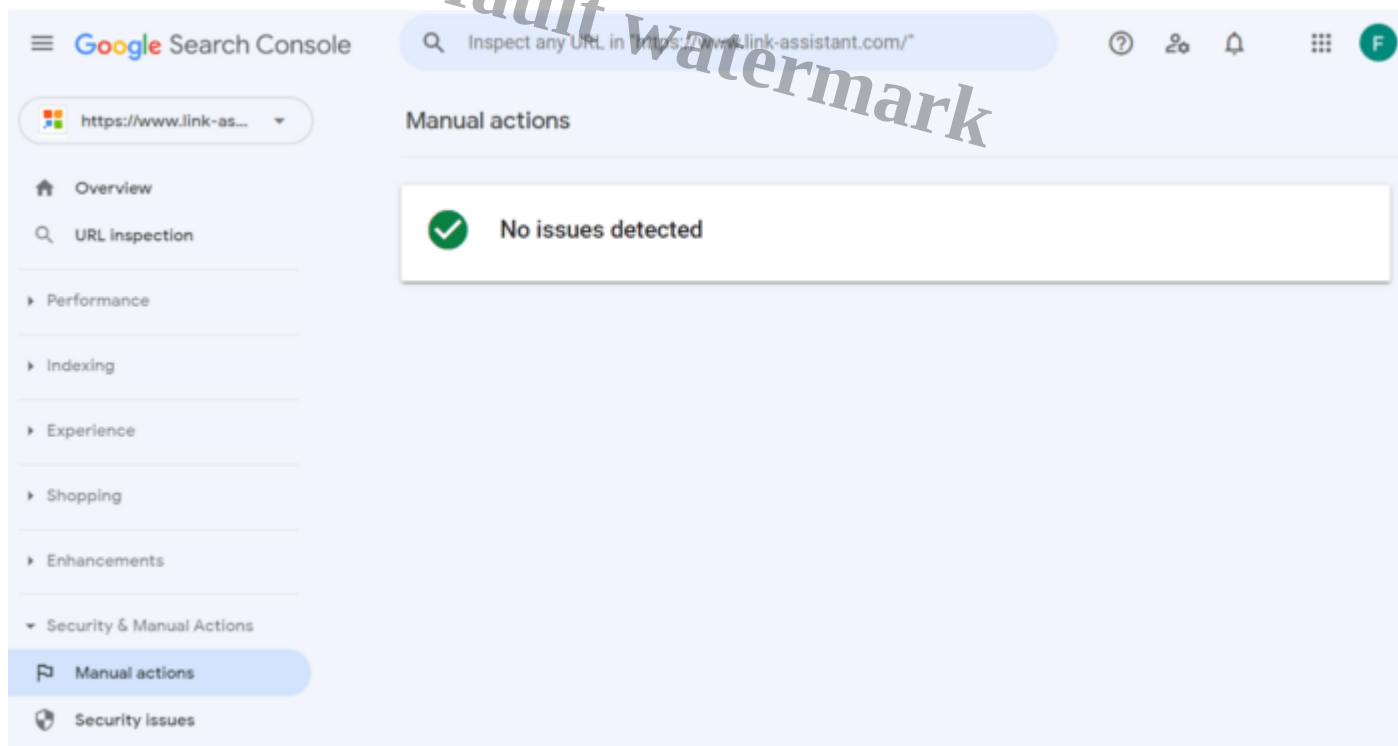
phishing, links pagos ou conteúdo com spam.

Se por acaso vocêa fizer algum SEO de chapéu preto ou chapéu cinza e for penalizado, é urgente corrigir o problema. Mesmo que apenas uma parte de suas páginas tenha sido afetada, a autoridade geral do domínio diminuirá e será difícil classificar o restante das consultas.

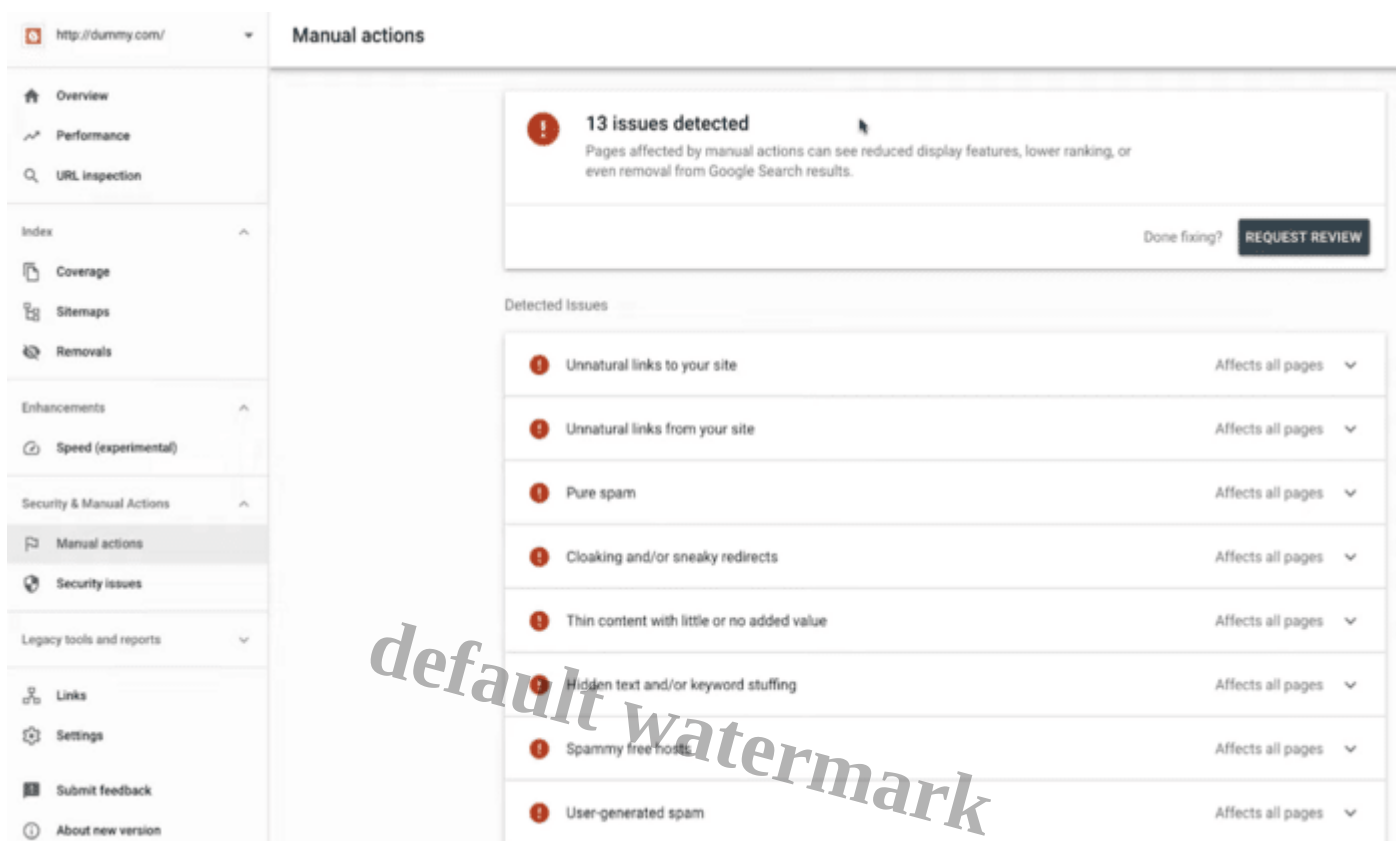
No entanto, mesmo depois de remover o conteúdo ou links que levaram a uma sanção do Google, isso não garante que todos os seus rankings serão restaurados ao nível anterior à penalidade. Portanto, é melhor prevenir do que remediar ?? confira porque as penalidades do Google podem ocorrer e evite-as.

Como saber se seu site é penalizado pelo Google?

[Detectar penalidades manuais](#) é muito simples: marque a caixa ☐ pesquisar manuais no Google Search Console. Em um site saudável, você verá uma declaração dizendo que está tudo bem. Para saber se houve algum aviso penal no passado, você pode revisar as mensagens sob o ícone de sino no canto superior direito.



Azar, e vocêa verá o aviso penal vermelho informando quais problemas foram detectados.



Como costuma acontecer com aÃ§Ã¶es manuais, os SEOs sabem a quem culpar. O problema pode ocorrer devido a links pagos, preenchimento de palavras-chave, conteÃºdo gerado automaticamente â?? qualquer coisa que tenha sido adicionada Ã s pÃ¡ginas de propÃ³sito para manipular classificaÃ§Ã¶es.

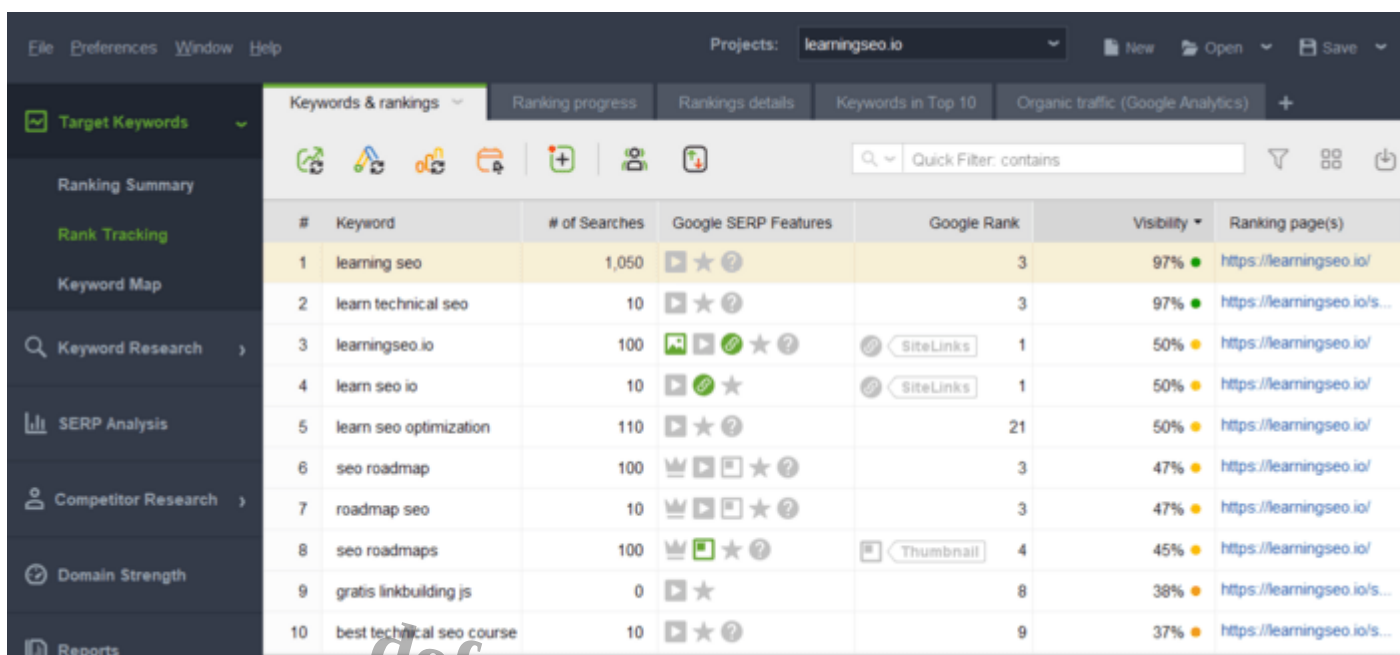
Para detectar penalidades parciais ou algorÃ¢micas (para as quais nenhuma notificaÃ§Ã£o Ã© entregue), vocÃª precisa observar as classificaÃ§Ã¶es regularmente. Vamos ver como configurar o rastreamento regular para observar anomalias no [Rank Tracker](#) (observe que vocÃª precisarÃ¡ de uma licenÃ§a Professional ou Enterprise).

[Esta etapa requer Rastreador de ClassificaÃ§Ã£o. VocÃª pode baixÃ¡-lo agora gratuitamente.](#)

[BAIXAR RASTREADOR DE CLASSIFICAÃ§ÃO](#)

Etapa 1. Inicie a ferramenta e adicione a URL do seu site para criar um projeto.

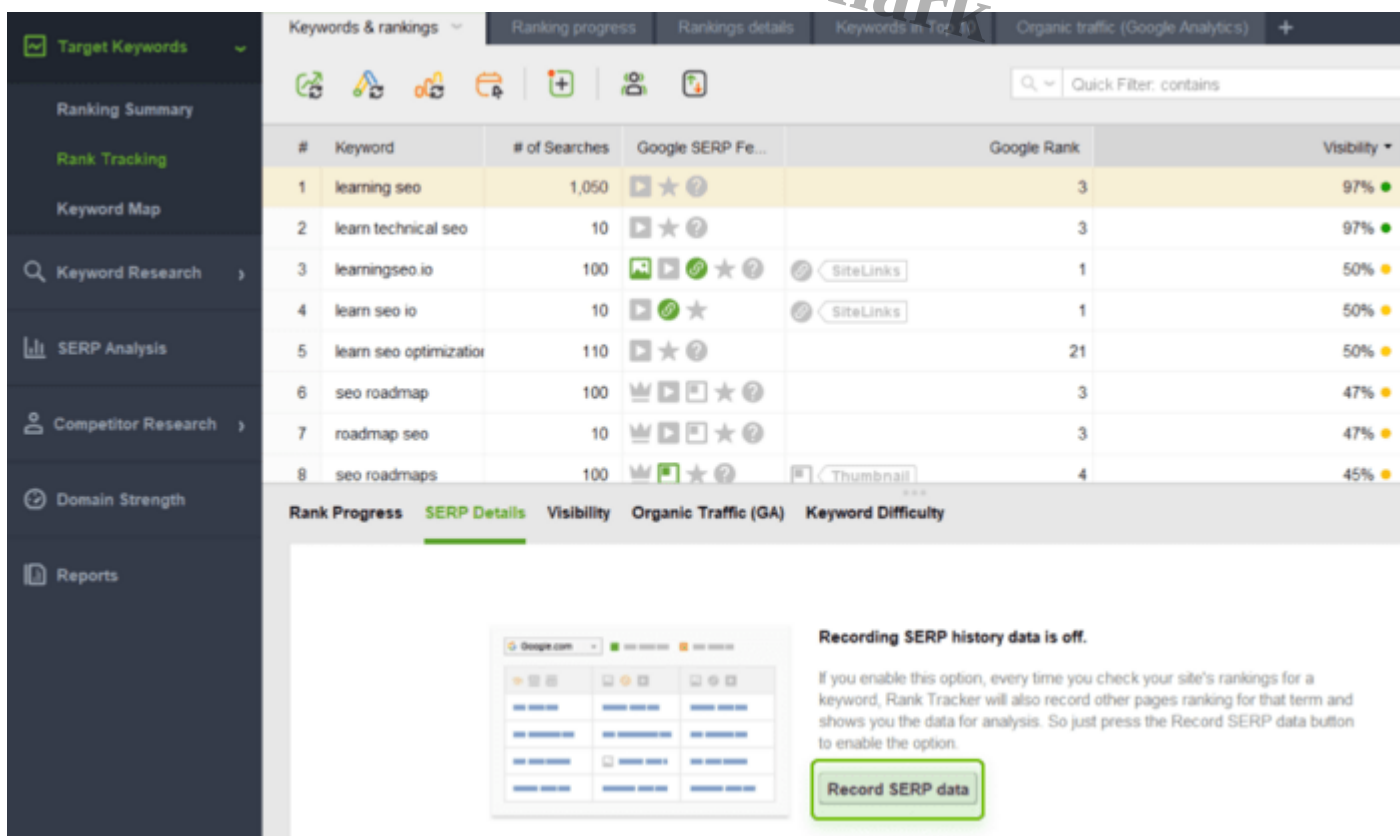
Etapa 2. Adicione suas palavras-chave de destino ao *Rastreamento de classificaÃ§Ã£o* e mapeie os URLs de classificaÃ§Ã£o como pÃ¡ginas de destino.



The screenshot shows the Rank Tracker interface with a sidebar on the left containing options like Target Keywords, Ranking Summary, Rank Tracking, Keyword Map, Keyword Research, SERP Analysis, Competitor Research, Domain Strength, and Reports. The main area displays a table of keywords and their rankings.

#	Keyword	# of Searches	Google SERP Features	Google Rank	Visibility	Ranking page(s)
1	learning seo	1,050	★ ?	3	97% ●	https://learningseo.io/
2	learn technical seo	10	★ ?	3	97% ●	https://learningseo.io/s...
3	learningseo.io	100	SiteLinks ★ ?	1	50% ●	https://learningseo.io/
4	learn seo io	10	SiteLinks ★	1	50% ●	https://learningseo.io/
5	learn seo optimization	110	★ ?	21	50% ●	https://learningseo.io/
6	seo roadmap	100	★ ?	3	47% ●	https://learningseo.io/
7	roadmap seo	10	★ ?	3	47% ●	https://learningseo.io/
8	seo roadmaps	100	Thumbnail ★ ?	4	45% ●	https://learningseo.io/
9	gratis linkbuilding js	0	★	8	38% ●	https://learningseo.io/s...
10	best technical seo course	10	★ ?	9	37% ●	https://learningseo.io/s...

Etapa 3. Ative Gravando o histórico de SERP para registrar os 30 principais resultados com cada verificação de classificação.



The screenshot shows the Rank Tracker interface with the SERP Details tab selected. A message indicates that recording SERP history data is currently off, and a button labeled 'Record SERP data' is visible.

Rank Progress **SERP Details** Visibility Organic Traffic (GA) Keyword Difficulty

Recording SERP history data is off.

If you enable this option, every time you check your site's rankings for a keyword, Rank Tracker will also record other pages ranking for that term and shows you the data for analysis. So just press the Record SERP data button to enable the option.

Record SERP data

Etapa 4. Além disso, você pode acompanhar as classificações de seus principais concorrentes para as palavras-chave de destino. Dessa forma, você pode ver rapidamente se o impacto na classificação ocorre no setor ou ocorre apenas em seu site.

Project Preferences
Project Info
Customer Profile
Alternative URLs
Competitors
Tags
Events
Preferred Search Engines
Search Engines API Keys
SEO/PPC Data
Rank Checking Mode
Google Analytics Settings
Google Search Console Settings
Page Speed Settings
Global Preferences

Competitors

This is where you can manage competitors for your current project. You can add new competitors whose positions Rank Tracker will monitor and compare. You can edit competitors, remove them from the project, specify if their rankings analysis should be included into reports and data exports and tune certain rank checking settings.

Add
Suggest
Move Up
Move Down

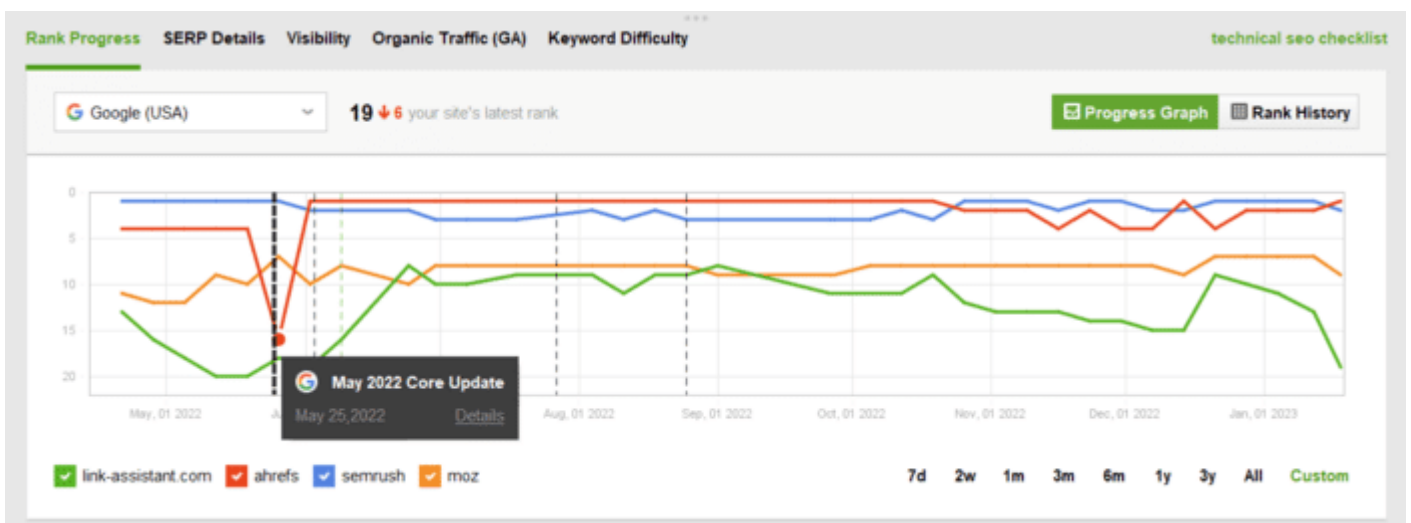
#	Short Name	URL	Report/Export	Entrance Date	On/Off
1	ahrefs.com	https://ahrefs.com	Included	Jan 18, 202...	☒
2	moz.com	https://moz.com	Included	Jan 18, 202...	☒
3	searchenginejournal.com	https://www.searchenginejournal.com	Included	Jan 18, 202...	☒
4	webfx.com	https://www.webfx.com	Included	Jan 18, 202...	☐
5	semrush.com	https://www.semrush.com	Included	Jan 18, 202...	☐

Etapa 5. Adicione uma tarefa automática para verificar as classificações regularmente. A ferramenta ficará em modo de espera e verificará as classificações no piloto automático na data definida.

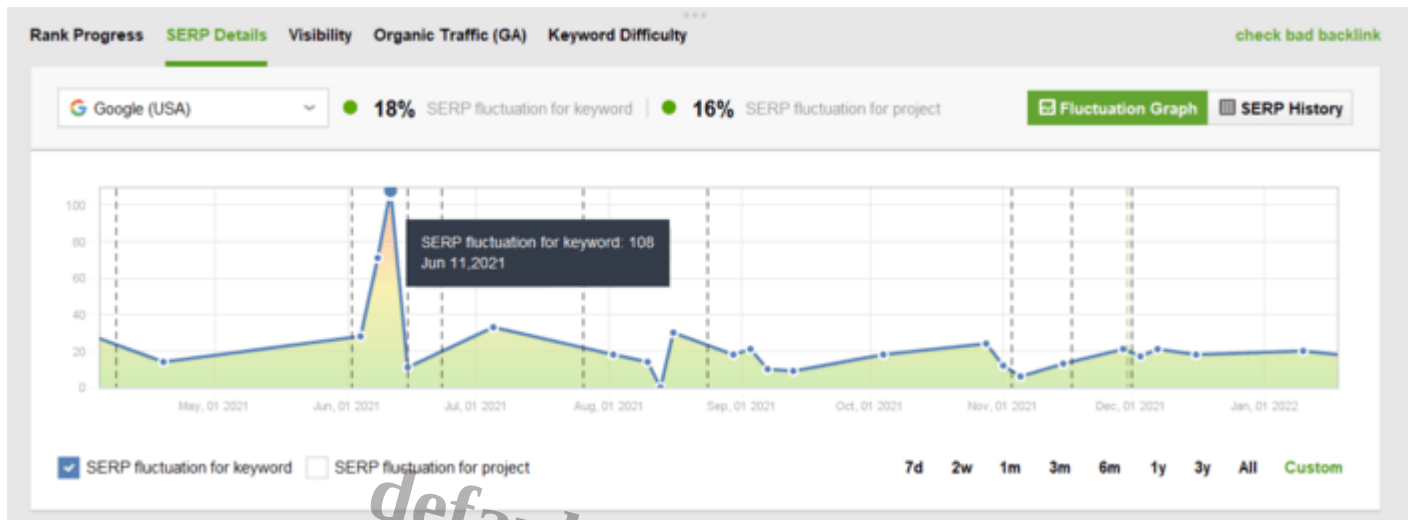
O rastreamento de classificações fornecerá um conjunto de dados suficiente para diagnosticar as penalidades do Google.

Na ferramenta de rastreamento, examine se há uma queda acentuada nas classificações de suas palavras-chave de destino.

Em caso afirmativo, compare-os com seus concorrentes mais próximos para verificar se eles estão passando pelo mesmo.



Além disso, confira o *gráfico de flutuação* nos *detalhes da SERP*. Quando você percebe alta volatilidade nos resultados de busca, muito provavelmente, o Google está atualizando algo em seus algoritmos.



A menos que seja uma grande atualização do Google, [audite seu site](#) para identificar possíveis problemas técnicos que possam estar afetando seu desempenho.

Quanto tempo levar para se recuperar de uma penalidade do Google?

A recuperação de uma penalidade manual depende de cada caso em particular, sua dificuldade e tipos de correções a serem feitas. Pode levar de algumas semanas a vários meses para que um site se recupere.

O aviso penal no Console geralmente dá uma dica sobre quais são os problemas e de que maneira eles violam os [Fundamentos de pesquisa](#) do Google (anteriormente Diretrizes para webmasters). No entanto, os especialistas em SEO precisam primeiro de tempo para investigá-los em detalhes.

Em seguida, eles enviam uma solicitação para revisar as sanções no Search Console. E levar tempo para o Google considerar a solicitação, por isso é melhor simplificá-la. Uma boa pedida:

- Explica os problemas com precisão
- Descreve as etapas que você executou para corrigi-los
- Mostra os resultados de seus esforços

Em seguida, o Console mostrará a mensagem de status da revisão para informar se sua solicitação foi considerada e a penalidade foi revogada.

A maioria das solicitações enviadas ao Google são aprovadas ou rejeitadas. Às vezes, a mensagem diz que a solicitação está sendo processada e a penalidade permanece por algumas outras violações que ainda não foram corrigidas.

Com penalidades algorítmicas, as coisas são menos claras porque às vezes é difícil identificar quando uma penalidade específica está em ação. Você primeiro precisará auditar seu site e contê-lo para descobrir as causas.

[As atualizações do Google](#) geralmente causam problemas de classificação. Quando suas classificações não retornam em pouco tempo após uma atualização, provavelmente é uma penalidade algorítmica aplicada a um determinado problema no site.

Como John Mueller [disse](#) no horário de expediente do Google SEO:

“Geralmente, é uma boa ideia limpar conteúdo de baixa qualidade ou spam que você possa ter criado no passado. Para as alterações algorítmicas, podemos levar vários meses para reavaliar seu site novamente para determinar se ele não é mais spam.”

John Mueller

De acordo com o Google, se um site [perdeu classificações após uma atualização principal](#), isso pode estar relacionado a problemas do EEAT. Ou seja, o site geralmente carece de autoridade, conhecimento, confiança ou experiência. E pode levar meses para estabelecer esses sinais.

Penalidades do Google e dicas de recuperação

Vamos dar uma olhada em quais práticas ruins podem resultar em uma penalidade do Google e porque você deve evitá-las.

1. Preenchimento de palavras-chave

O preenchimento de palavras-chave é uma técnica de SEO desatualizada de inserir muitas palavras-chave para classificar uma página artificialmente. Frases-chave recheadas geralmente aparecem em uma página de maneira não natural ou fora de contexto, às vezes na forma de listagens, e esse é um fator de classificação de SEO negativo confirmado.

If you delete a **keyword group** in the *Target Keywords* module, it will be also deleted in the sandbox. The **tool** will warn you how many keywords are located in the **group**, so you won't delete any **keyword group** by mistake.

Exemplo de preenchimento de palavras-chave conforme detectado pelo Editor de conteúdo

O preenchimento de palavras-chave geralmente vem junto com técnicas de SEO enganosas, como camuflagem, rotulagem de conteúdo e assim por diante, que são uma maneira infalível de sanções.

O conserto

O algoritmo Panda penaliza o conteúdo superotimizado e, em vez de classificar uma página recheada, fará exatamente o oposto. Quando você souber que não há técnicas de chapéu preto implementadas em suas páginas, analise cuidadosamente seu conteúdo. Você pode obter ajuda do [Editor de conteúdo](#) para criar páginas otimizadas adequadamente.

The screenshot shows the Google Disavow Tool interface. The main content area displays an article titled "Google's Disavow Tool: How to Save Your Site from Bad Backlinks". The article text discusses search algorithms and link quality. The sidebar on the right shows an optimization rate of 86.4% and 3,183 words. It also lists alerts: Keyword stuffing on the page (1 keywords), Keyword stuffing in title (1 keywords), No target keywords in meta description, and Empty image alt text (3 images). The sidebar includes sections for Mapped keywords (showing "how to disavow backlinks"), Highlight all, Recommended keywords, Competitors, Topics and questions, and Word cloud.

[Baixar WebSite Auditor](#)

- Use a palavra-chave de destino apenas uma vez no título, nas tags H1 e nas tags de meta descrição.
- Use as ferramentas *Perguntas relacionadas*, *as pessoas também perguntam* e *Preenchimento automático* para encontrar mais ideias e expandir seu artigo.
- Distribua suas palavras-chave uniformemente pelo texto e encaixe-as no contexto.
- Use sinônimos, palavras-chave de cauda longa e termos reformulados para substituir as palavras-chave de correspondência exata.
- Formate seu texto corretamente com títulos e parágrafos; remova o uso excessivo de negrito, itálico etc.

2. Conteúdo leve

Thin content é aquele que dá pouco ou nenhum valor ao usuário. Não é um problema ter algumas páginas de baixa qualidade. Mas se um site tiver muitas páginas que não são úteis para os visitantes, os algoritmos afetarão suas classificações.

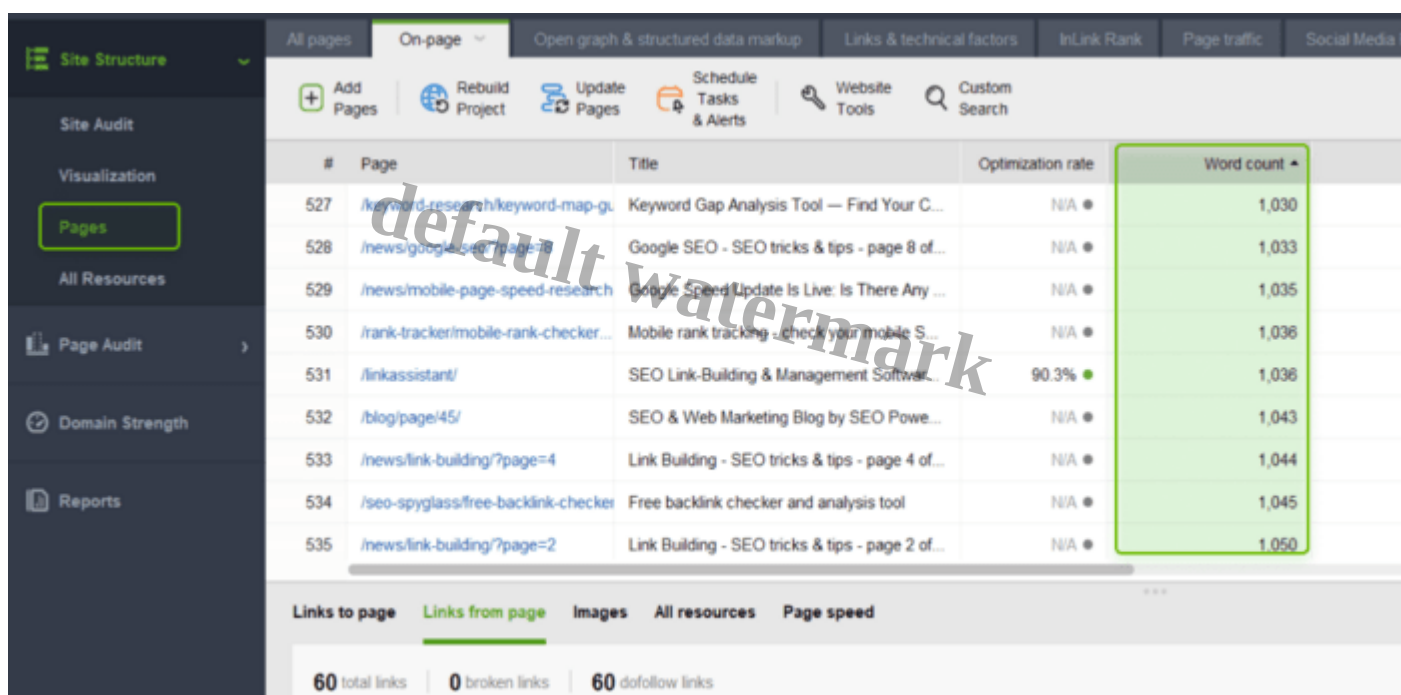
As razões para o conteúdo fino podem ser diferentes. Por exemplo, um site é gerado às pressas com a ajuda de ferramentas automáticas. Mais um exemplo é um site de comércio eletrônico com páginas de produtos finas sem descrições de itens. Sites ou blogs afiliados também podem

parecer conteúdo fino quando não possuem sinais EEAT.

O conserto

Primeiro, identifique as páginas com conteúdo fino. A maneira mais fácil é encontrar páginas com baixa contagem de palavras, o que pode significar que as páginas agregam pouco valor aos usuários.

No WebSite Auditor, no módulo *Site Audit*, filtre todas as páginas por *contagem de palavras* e examine aquelas com o menor número de palavras. Na verdade, não existe uma faixa rígida para uma contagem de palavras ideal: depende do tipo de página e do objetivo para o qual ela foi criada.



#	Page	Title	Optimization rate	Word count
527	/keyword-research/keyword-map-gu...	Keyword Gap Analysis Tool — Find Your C...	N/A	1,030
528	/news/google-seo/page=8	Google SEO - SEO tricks & tips - page 8 of...	N/A	1,033
529	/news/mobile-page-speed-research	Google Speed Update Is Live: Is There Any ...	N/A	1,035
530	/rank-tracker/mobile-rank-checker...	Mobile rank tracking - check your mobile S...	N/A	1,036
531	/linkassistant/	SEO Link-Building & Management Softwa...	90.3%	1,036
532	/blog/page/45/	SEO & Web Marketing Blog by SEO Powe...	N/A	1,043
533	/news/link-building/?page=4	Link Building - SEO tricks & tips - page 4 of...	N/A	1,044
534	/seo-spyglass/free-backlink-checker	Free backlink checker and analysis tool	N/A	1,045
535	/news/link-building/?page=2	Link Building - SEO tricks & tips - page 2 of...	N/A	1,050

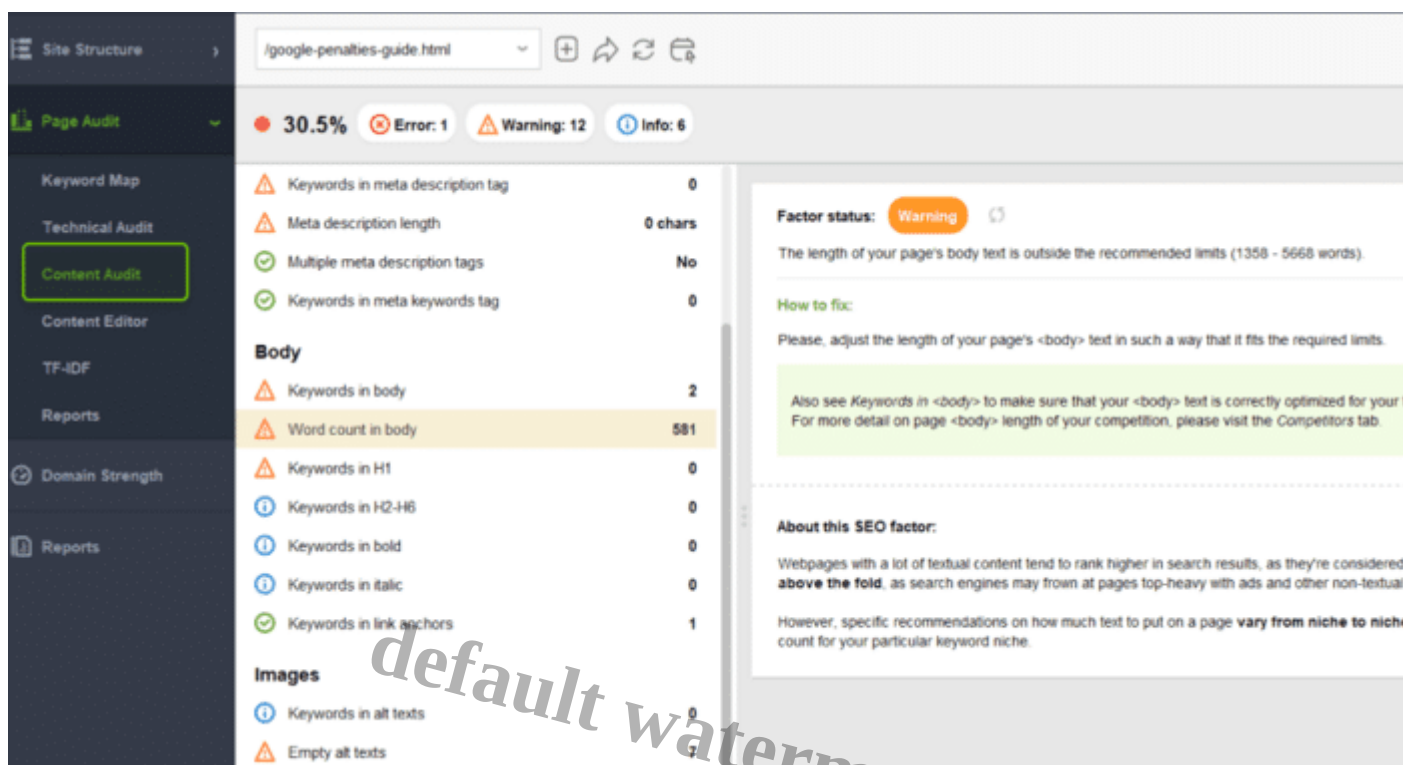
Links to page | **Links from page** | Images | All resources | Page speed

60 total links | 0 broken links | 60 dofollow links

Baixar WebSite Auditor

Em segundo lugar, encontre postagens de blog mal escritas que não agregam valor. Por exemplo, no Google Analytics, procure páginas que não tragam tráfego orgânico ou obtenham as maiores taxas de rejeição.

Reescreva as páginas afetadas para criar uma postagem detalhada que atenda à intenção de pesquisa de seus visitantes. Siga o conselho de otimização da seção *Auditoria de conteúdo*.



Auditoria de conteúdo com dicas on-page das melhores práticas e comparação das 10 principais páginas de classificação

Você também pode usar o [Editor de conteúdo](#) aqui para encontrar tópicos populares relacionados e perguntas frequentes que adicionam mais informações ao seu tópico. Entre outras coisas, esta ferramenta mostra a contagem média e máxima de palavras nas melhores páginas de classificação para sua consulta de destino.

3. Sites afiliados finos

O problema dos sites afiliados é que, às vezes, eles são apenas cópias do site do comerciante, sem agregar valor aos usuários. O mecanismo de pesquisa, encontrando sites com modelos semelhantes, agrupa-os e classifica o principal do grupo.

O conserto

Se você estiver fazendo marketing de afiliados, siga as melhores práticas:

- Forneça descrições completas dos produtos e descreva sua experiência única para cobrir o assunto em profundidade.
- Adicione prós e contras (e, a propósito, eles podem ser implementados agora com os dados estruturados).
- Adicione capturas de tela e vídeos de alta qualidade complementando suas informações.

- Desenvolva autoridade t pica, ou seja, cubra t picos mais relevantes para desenvolver sua expertise.
- Use o [Rank Tracker](#) para encontrar mais palavras-chave relacionadas de alto volume e perguntas populares que as pessoas fazem junto com sua consulta principal.
- Crie links de qualidade de fontes confiáveis.

4. Conteúdo duplicado

Pode ser uma surpresa, mas não há penalidade para conteúdo duplicado como tal,   pelo menos, não da maneira que a maioria das pessoas quer dizer quando diz isso , [diz o Google](#) .

Todo o problema com as duplicações   desperdiçar o or samento de rastreamento do site. Os bots de pesquisa podem ficar confusos sobre qual URL apresentar ao usuário. Dessa forma, páginas desnecessárias aparecem nas buscas, os visitantes ficam chateados e, conseqüentemente, o ranking e o tráfego do seu site são prejudicados.

As coisas são bastante simples com duplicações externas. [O Google penaliza](#) o conteúdo copiado ou distribuído idêntico a todo o site original.

  A única vez que ter mos algo como uma penalidade ou uma ação algorítmica ou manual é quando todo o site é puramente conteúdo duplicado ! se for um site que está raspando outros sites, por exemplo. 

João Mueller

Portanto, para evitar penalidades por duplicação, fique atento aos casos em que alguém cria uma cópia do seu site em algum lugar da web. Quanto ao resto, mantenha seu site sem duplicatas seguindo as melhores práticas.

O conserto

Para prevenção de duplicação em todo o site que não causar  uma penalidade manual, mas pode afetar sua classificação, certifique-se de que:

- A versão can nica do domínio está configurada (versões www ou não www). Voc a pode verificar a configuração no módulo *Site Audit* no [Website Auditor](#) .
- Seu CMS não deve gerar duplicatas automaticamente; consulte a Auditoria do site para detectar URLs duplicados e eliminá-los, se houver.
- Implemente [variantes de região de idioma de suas páginas](#) com a ajuda da ferramenta geradora hreflang no WebSite Auditor.
- Cuide de sua [pagina o e páginas de busca interna](#) (aqui está um post sobre as melhores práticas de pagina o).
- Para [sites de comércio eletrônico](#) , implemente uma estrutura de site adequada e otimize as páginas de produtos.
- No caso de problemas externos de conteúdo quase duplicado, os proprietários de sites devem trabalhar para melhorar os sinais EEAT de seus sites e [aumentar o reconhecimento da marca](#) .

- Em caso de pirataria, você pode enviar um relatório de violação de direitos autorais ao Google.

5. Conteúdo gerado automaticamente com spam

O conteúdo gerado automaticamente com spam é o conteúdo que foi gerado de forma programática e carece de coerência ou agrega pouco valor para os usuários. Esse conteúdo é criado com o único propósito de manipular as classificações de pesquisa, não é de admirar que o Google tenha [se esforçado muito para eliminar o spam das SERPs](#).

Exemplos de conteúdo gerado automaticamente com spam que podem ser penalizados incluem:

- Texto gerado a partir de feeds ou resultados de pesquisa
- Sem sentido contendo palavras-chave de pesquisa distribuídas esporadicamente
- Texto traduzido automaticamente sem revisão humana
- Texto gerado automaticamente desconsiderando a qualidade ou a experiência do usuário
- Texto gerado por scripts, paráfrases ou ofuscação automatizados
- Costurar ou mesclar conteúdo de diferentes páginas da Web sem agregar valor

A história com conteúdo gerado automaticamente ganhou uma reviravolta interessante após a chegada da tecnologia GPT-3 e Open AI. Esta ferramenta pode gerar textos impressionantes que parecem muito próximos do conteúdo escrito por humanos. Mas isso garante que esse conteúdo gerado automaticamente não seja tratado como spam?

Existem dois problemas aqui. Primeiro, é duvidoso até agora que possamos confiar na precisão do [conteúdo gerado por IA](#). A questão é se os editores de sites que recorrem à geração de conteúdo de IA prestarão a devida atenção à verificação (especialmente no que diz respeito a fatos recentes, tendências emergentes, notícias ou qualquer coisa sobre o que a IA ainda não sabe com certeza).

E segundo, com ferramentas de IA, a quantidade de conteúdo pode crescer exponencialmente. Portanto, exigirá muito mais capacidade para processá-lo, e o Google enfrentará o desafio.

O conserto

Se você tiver muito conteúdo gerado automaticamente que resultou em uma penalidade do Google, existem várias etapas para lidar com isso:

- Restrinja a indexação dessas páginas adicionando a tag *noindex* e remova-as do mapa do site.
- Ajude o Google a se concentrar em páginas de alta qualidade: elimine seu conteúdo para mesclar e remover páginas de baixa qualidade.
- Edite e revise sua página para garantir uma boa qualidade. Use [assistentes de redação de conteúdo](#), como Grammarly para verificação ortográfica e Editor de conteúdo para otimização na página.

- Lembre-se dos visitantes reais e escreva para as pessoas. Além disso, atenha-se ao estilo natural de escrita e ao seu tom distinto para ajudar os usuários a se acostumarem com a voz da sua marca.

6. Spam gerado pelo usuário

Normalmente, o spam do usuário aparece em comentários em postagens de blog, em fóruns, em contas populares de mídia social etc. Esses comentários geralmente são gerados por ferramentas automáticas apenas para adquirir backlinks de SEO.

O spam gerado pelo usuário prejudica a qualidade de um site porque [diluí o PageRank](#) e muitas vezes é irrelevante para o conteúdo principal. Muitos desses comentários em todo o site podem levar o site diretamente a uma penalidade do Google.

O conserto

Caso você detecte comentários não naturais em suas páginas, simplesmente exclua-os. Mas é mais fácil prevenir o spam do que limpá-lo mais tarde. Algumas plataformas até preferem fechar as seções de comentários se não tiverem recursos para monitorá-las.

No entanto, se você precisar de comentários em seu site, existem algumas práticas recomendadas para evitar spam gerado pelo usuário:

- Use plataformas de moderação de comentários como Disqus ou plugins como Akismet para WordPress para filtrar spam; além disso, a maioria dos CMSs possui recursos de aprovação de comentários embutidos que são acionáveis para sites menores.
- Restrinja as palavras negativas nas mídias sociais nas preferências da sua conta.
- Adicione tags *nofollow* ou *UGC* (conteúdo gerado pelo usuário) em seus comentários, pois essas tags tornam a criação de links para fins de SEO sem sentido.
- Use autenticação e CAPTCHA para os usuários adicionarem conteúdo em suas plataformas.
- Estipule políticas de conteúdo do usuário: para grandes plataformas, são necessárias políticas claras para uma moderação consistente. Além disso, quando os usuários estão cientes de suas políticas, é menos provável que eles abusem da plataforma.

7. Portas

Doorway (às vezes são chamadas de páginas de *salto* ou páginas de *ponte*) é uma técnica de [spamdexing](#) na qual as páginas intermediárias são otimizadas para classificar para consultas semelhantes específicas e não são tão úteis quanto o destino final. Em outras palavras, essas são portas que ocupam muito do SERP e direcionam os usuários para um site.

A partir [desta descrição](#), portas verdadeiramente prejudiciais atendem aos seguintes critérios:

- Vários domínios ou páginas são classificados com a ajuda de conteúdo copiado e preenchimento de palavras-chave.
- As páginas têm pouco valor e servem como intermediário redirecionando os visitantes para outra página.
- As páginas foram criadas para buscadores, então a experiência do usuário é ignorada; tais URLs são isolados e não podem ser acessados na navegação do site.

As portas interrompem a experiência de pesquisa e enganam os usuários, então os mecanismos de pesquisa tentam localizá-los e penalizá-los.

O conserto

Para portas intencionais, o único conselho não é o fazer. Portanto, se você criou páginas de entrada e foi penalizado, remova qualquer uma delas com tags *noindex* e remova-as do mapa do site. Em vez disso, crie um conteúdo valioso que [atenda à intenção dos pesquisadores](#) e aplique todas as melhores práticas de SEO para obter uma classificação alta.

Além disso, audite seus redirecionamentos para garantir que eles levem ao destino certo. Você pode obter rapidamente uma lista de todos os seus redirecionamentos 301/302 na seção *Site Audit* no [WebSite Auditor](#).

8. Camuflagem

Cloaking é outra técnica de SEO de chapéu preto na qual os usuários e os bots dos mecanismos de pesquisa veem conteúdos diferentes na mesma página. Simplificando, uma página é classificada para um conjunto de palavras-chave, o que é mais fácil de classificar, mas mostra outra coisa.

Um método antigo de ocultação é ocultar palavras-chave ou links em uma página com a ajuda de cor, tamanho, estilos CSS etc. Algumas formas mais sofisticadas de ocultação são implementadas identificando o agente do usuário, o IP, o referenciador etc., para exibir diferentes versões de páginas da web para um humano e para o Googlebot.

Como a camuflagem viola as Diretrizes para webmasters, ela pode levar a uma penalidade manual. Ocasionalmente, as páginas ocultas ainda aparecem nas pesquisas. Por quê?

Em 2018 e agora em 2023, o Google [reconfirmou](#) que era capaz de reconhecer texto invisível e ignorá-lo. De acordo com John Mueller, se uma página com texto oculto classifica, isso pode ser por outros motivos.

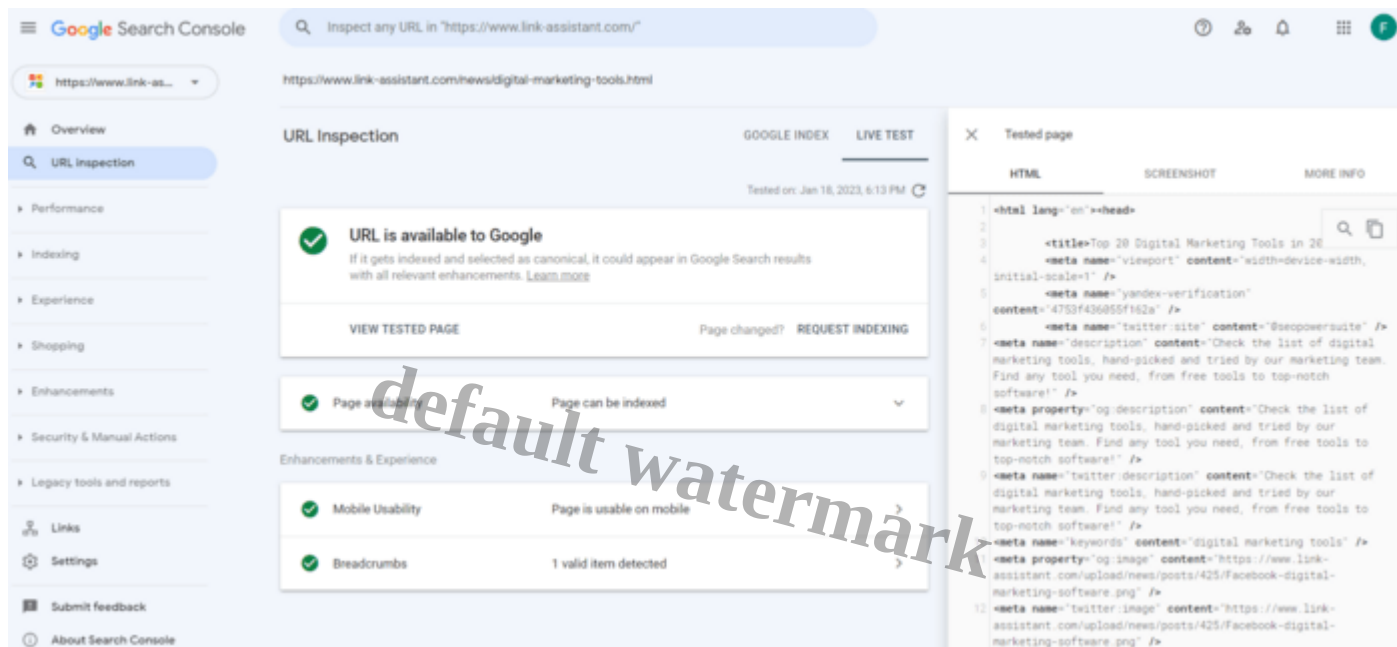
E [os experimentos mostram](#) que o texto oculto não aumentaria a classificação dessas palavras ocultas, por isso é simplesmente inútil.

Há casos em que veicular uma versão ligeiramente diferente do conteúdo é apropriado e não é considerado como camuflagem. Por exemplo, paywalls, em essência, mostram coisas diferentes para usuários e mecanismos de busca. O Google fornece [diretrizes de amostragem flexíveis](#) para

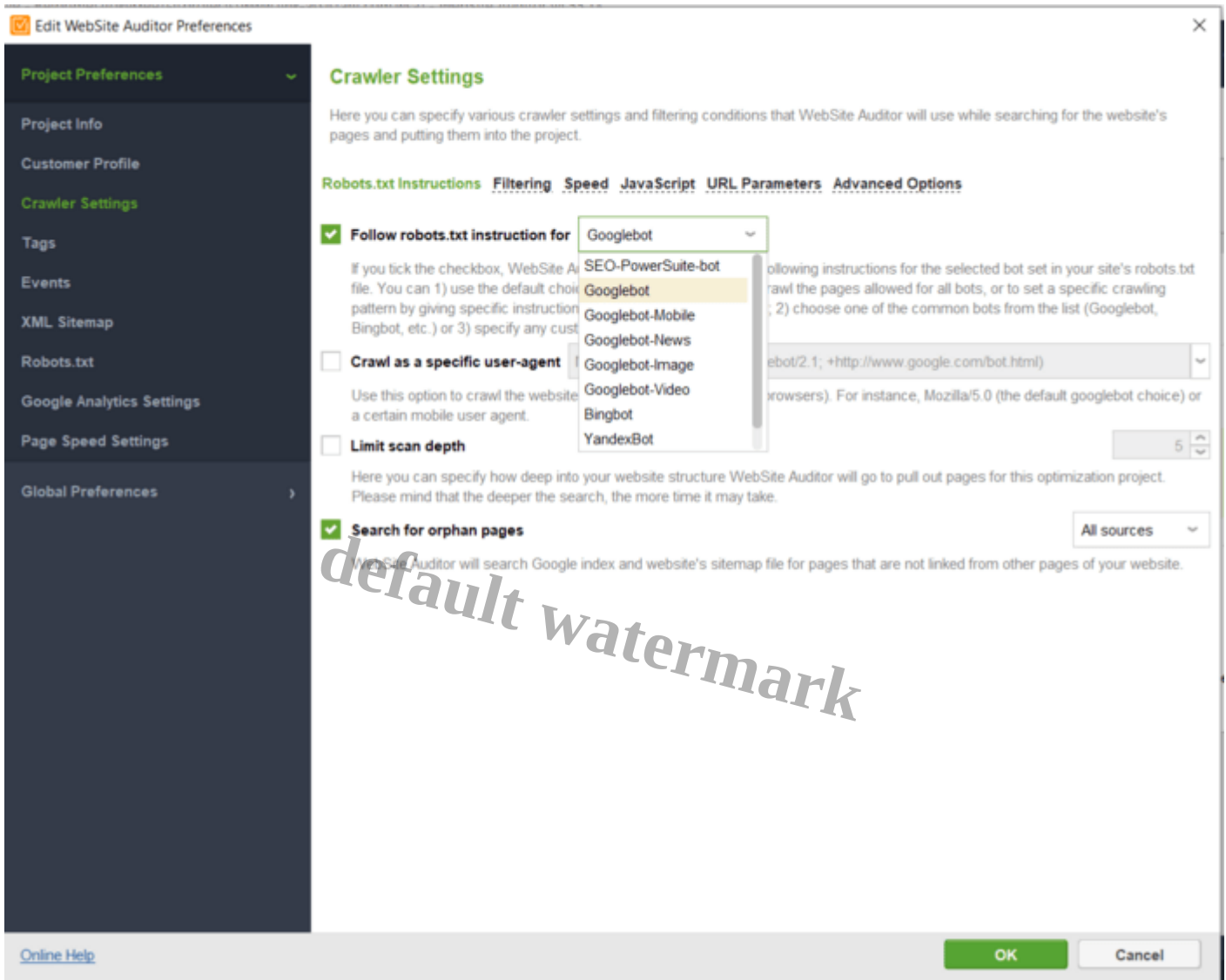
conteúdo com paywall e oferece suporte a dados estruturados para diferenciá-los da ocultação.

O conserto

Em primeiro lugar, no Search Console, você pode examinar sua página com a ferramenta de inspeção de URL para verificar como o Googlebot a vê.



Como alternativa, use o [WebSite Auditor](#) para analisar suas páginas e detectar elementos invisíveis. Nas configurações avançadas do projeto, você pode escolher o rastreador Googlebot ou Googlebot-Mobile para examinar o conteúdo de suas páginas. Provavelmente, é melhor pedir ao seu técnico para localizar e excluir scripts inadequados.



[Baixar WebSite Auditor](#)

9. Links não naturais

Por mais de uma década, o Google vem encontrando maneiras de penalizar as práticas de manipulação de links ??? foi assim que surgiram os algoritmos Penguin e SpamBrain. No entanto, aqui e ali, ouvimos alguém [dizer que links funcionam](#) mesmo, inclusive links pagos.



Charles Floate 
@Charles_SEO



I've been running a lot of old school SEO tactic tests recently, to see if a lot of what the industry has written off is still working...

I can confirm, despite it being 2023, these all still WORK:

- Cloaking
- Redirects
- Aged Domains
- PBNs
- Negative SEO
- Paid Links

default watermark

 Last edited 7:08 PM · Jan 11, 2023 · 19K Views

19 Retweets 170 Likes

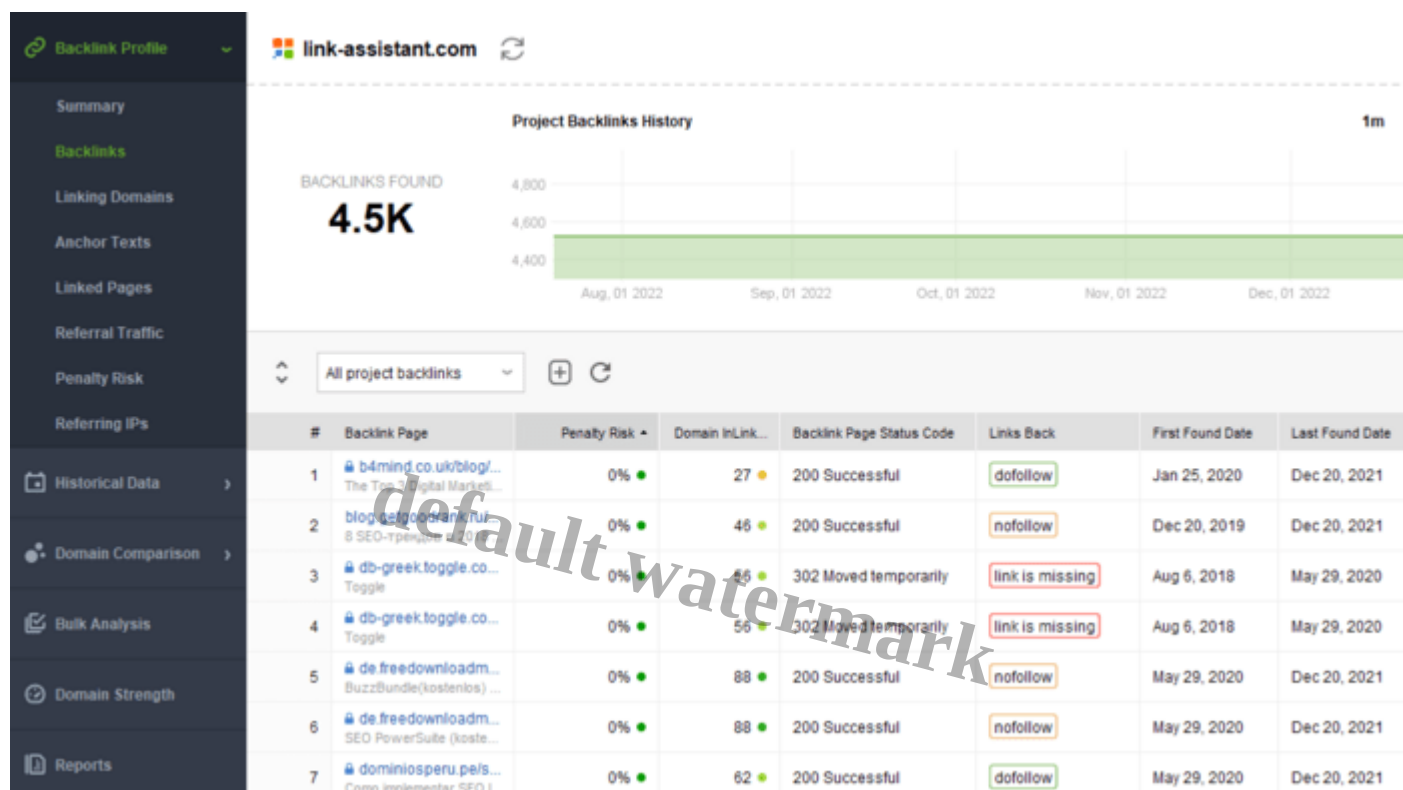
O Google [nos diz que pode](#) diferenciar e ignorar links ruins. No entanto, as atualizações de spam de links, bem como o potencial de obter uma avaliação manual, servem como um bom lembrete: os webmasters precisam ficar atentos à qualidade dos perfis de links de seus sites.

Aqui está uma lista de sinais que indicam que um site pode estar envolvido em práticas manipulativas de criação de links:

- Muitos backlinks aparecem rapidamente (o que pode significar que os links são artificiais).
- Muitos links artificiais de domínios irrelevantes, redes de blogs pagos (PBNs) ou fazendas de links.
- Muitos links externos de uma página.
- Textos âncora cheios de palavras-chave.

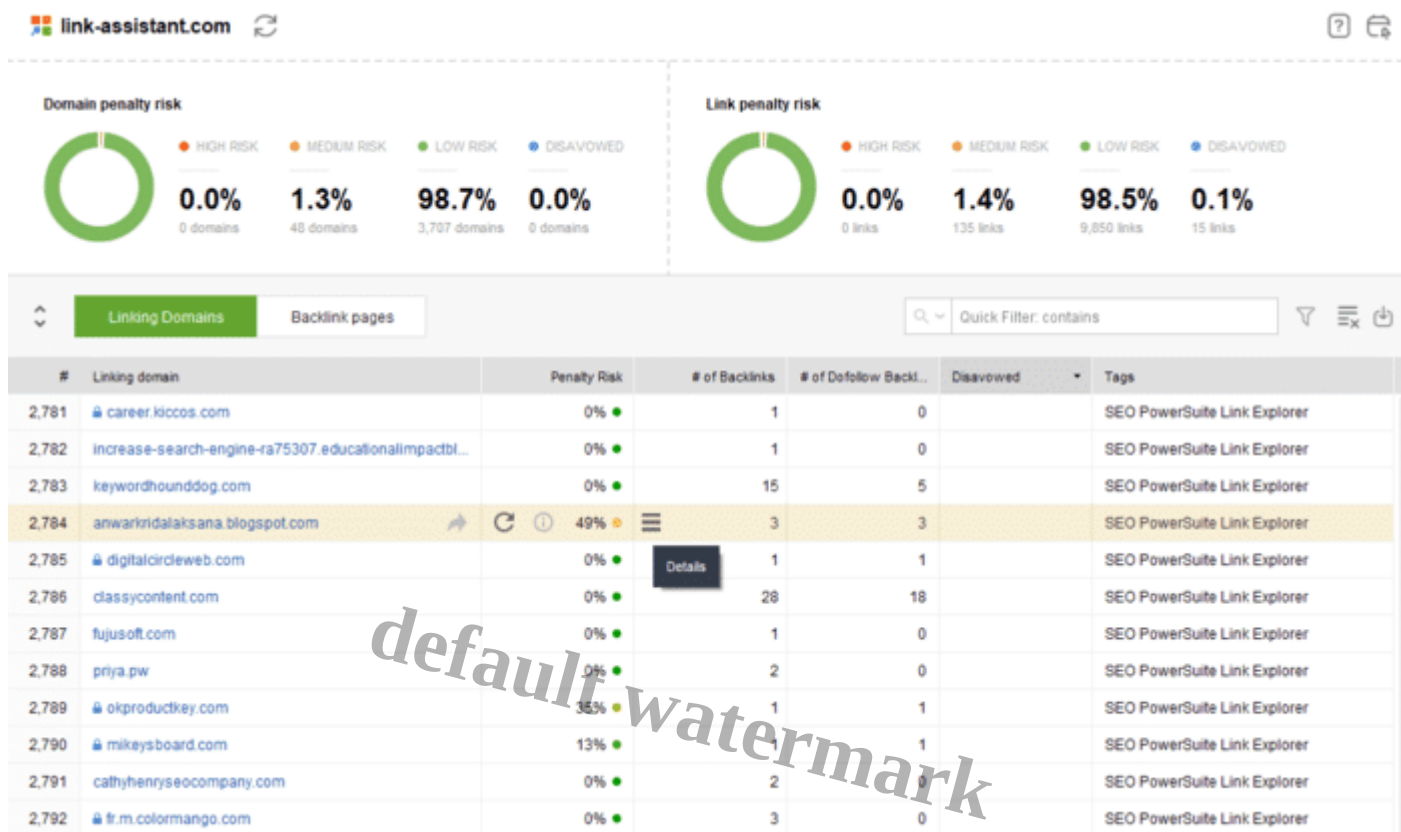
O conserto

Você pode usar o [SEO SpyGlass](#) para avaliar os backlinks que apontam para um site e avaliar o risco potencial de receber uma penalidade. Além disso, você pode integrar outras fontes de links, incluindo Search Console.



Baixar SEO SpyGlass

O verificador de backlink avalia a qualidade de um link e calcula a pontuação de risco de penalidade que considera fatores como idade do domínio, texto Âncora, número e qualidade dos backlinks recebidos, links em todo o site, autoridade da página/domínio, diversidade de IP etc.



Estimativa de risco de penalidade em backlinks, Detalhes fornecerão mais informações sobre cada fator de risco

Portanto, para corrigir uma penalidade por links suspeitos, faça o seguinte:

- Identificar backlinks nocivos; entre em contato com os webmasters e peça que removam os links ruins; a menos que o façam, [rejeite backlinks](#) com spam com a ferramenta Google Disavow.
- Faça link building de qualidade usando [táticas white-hat comprovadas](#) (por exemplo, link building quebrado, link gap, arranha-céu e muito mais).
- Diversifique suas âncoras de link.
- Configure *alertas* no SEO SpyGlass para receber um aviso se o site receber um grande fluxo de backlinks.

10. Links de venda

O mecanismo de pesquisa cuida dos links de entrada e saída. A citação de fontes confiáveis pode ser um sinal adicional de confiança para as pessoas. Enquanto isso, links de saída excessivos (especialmente do mesmo diretório para sites irrelevantes) podem significar que o site está vendendo links.

O conserto

Faça uma auditoria de seus links em *Todas as páginas* > na guia Classificação de links no Auditor do site. InLink Rank é uma métrica que estima a importância de uma página com base no número e na qualidade dos links, tanto de entrada quanto de saída. URLs com uma classificação de InLink baixa podem significar que pode haver um problema com os links na página.

Você pode selecionar cada URL (especialmente aqueles com o maior número de links) e examinar os *Links da página* na metade inferior do espaço de trabalho. Existe um filtro rápido para classificar todos os *links externos*.

#	Page	Title	InLink Rank	Linking Do...	Links From Page	Notofollow In...	External k...	Notofollow Exte...	Tags
877	/news/best-pr-tools.html	50+ of the Best PR ...	23	21	107	0	74	0	
878	/seo-software/semrush-revie	SEO PowerSuite v...	24	8	109	0	36	0	
879	/blog/page/3/	SEO & Web Market...	19	0	109	4	13	4	
880	/seo-software/moz-pro-review	SEO PowerSuite v...	24	38	110	0	37	0	
881	/sample-seo-reports	Sample SEO Repo...	24	35	111	0	31	0	
882	/sample-seo-reports/2016-03-01	Sample SEO Repo...	10	0	111	0	31	0	

#	Linked URL	HTTP Status Code	Anchor / Alt Text
3	www.seopractice.com/	301 Moved permanently	SEO Book
4	awario.com/	200 Successful	Awario
5	awario.com/features/	200 Successful	Social Media Monitoring Features
6	awario.com/social-listening-tools-comparison/	200 Successful	Compare Social Listening Tools
7	help.link-assistant.com/hc/en-us	200 Successful	Help & Training
8	help.link-assistant.com/hc/en-us	200 Successful	Help & Training
9	seo-forum.link-assistant.com/	301 Moved permanently	SEO Forum

Baixar WebSite Auditor

Se você encontrou links de saída suspeitos que são irrelevantes para o conteúdo, muito numerosos etc., marque-os como *nofollow* ou remova-os.

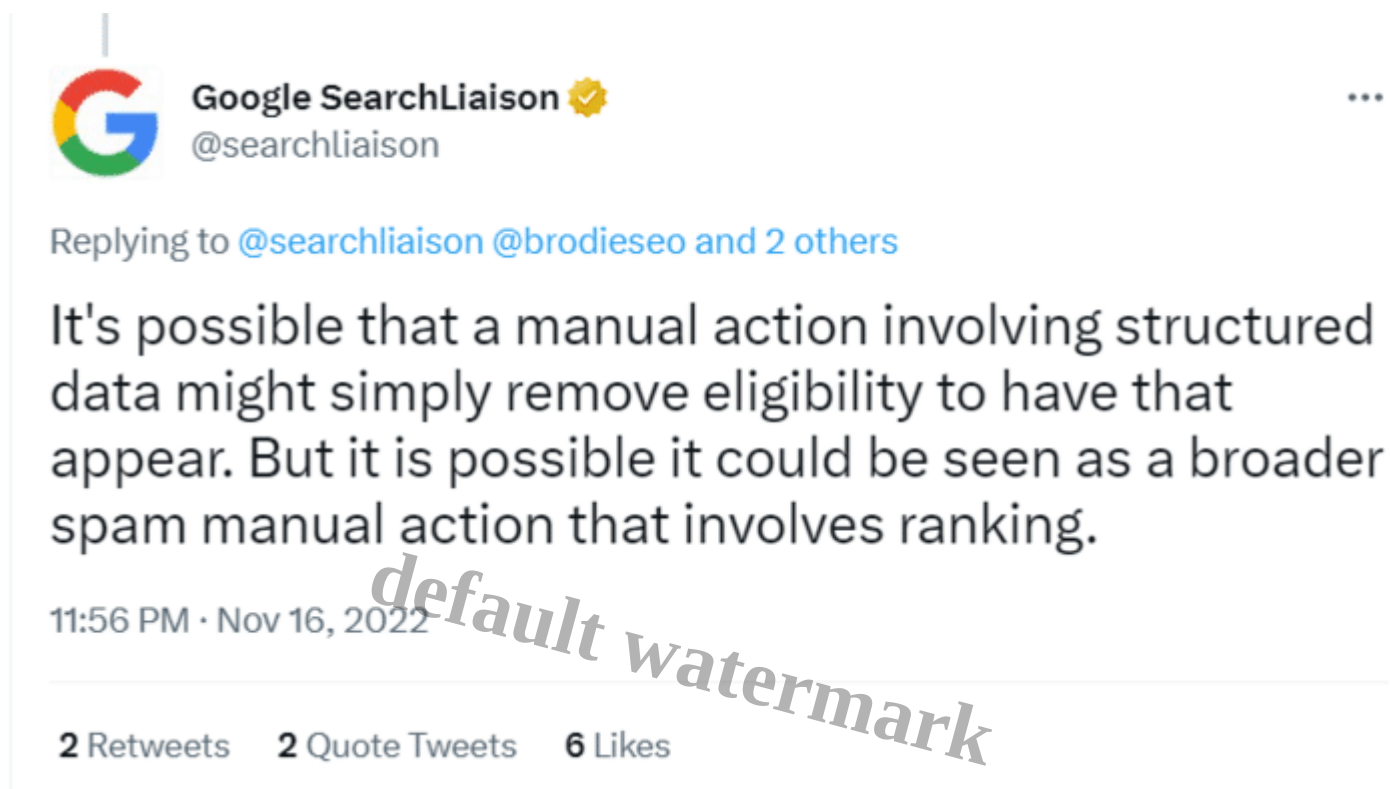
Lembre-se de que não há nada de errado em ter links pagos, mas, neste caso, você deve marcá-los como *patrocinados*.

11. Dados estruturados incorretos

Os dados estruturados são uma ferramenta poderosa usada para melhorar os resultados e obter mais propriedades nas SERPs. No entanto, erros em dados estruturados, propositais ou ocasionais, podem levar a penalidades manuais.

A documentação do Google [afirma](#) que uma ausência manual de dados estruturados significa que uma página perde a qualificação para exibição como um resultado aprimorado. No entanto, o Google [esclareceu recentemente](#) que uma ausência manual envolvendo dados estruturados também

pode afetar as classificações.



Nem sempre é fácil identificar erros de esquema porque mesmo que a [ferramenta de teste de dados estruturados](#) tenha validado sua marcação, isso não significa que está tudo bem.

Portanto, os erros típicos de marcação que podem resultar em penalidades incluem o seguinte:

- O tipo de dados estruturados não corresponde ao conteúdo da página, por exemplo, uma empresa está marcada como produto, não receita marcada como receita etc.
- Dados estruturados referem-se a elementos ocultos.
- Existem erros na implementação, por exemplo, alguns campos obrigatórios estão faltando ou há erros de digitação que distorcem as informações.
- Uma marcação específica da página foi usada em todo o site, por exemplo, o esquema de organização é usado com revisões em páginas diferentes da página inicial.
- Uma página viola as diretrizes de revisão, por exemplo, as avaliações não são provenientes de clientes reais; há erros em BestRating, WorstRating e RatingValue; uma classificação de categoria é mostrada em um produto individual e assim por diante.
- Publicações de emprego marcadas representam informações enganosas etc.

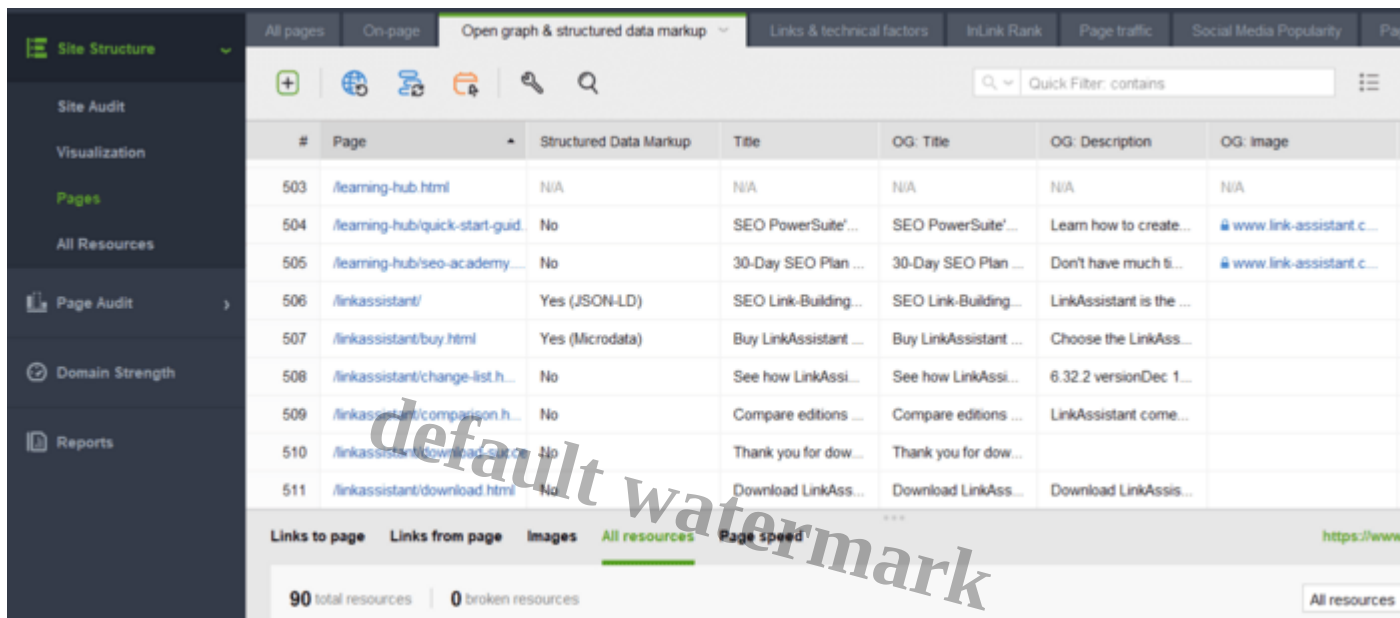
O conserto

O Search Console mostra erros de marcação na seção *Aprimoramentos*. Esses erros podem afetar a aparência da sua SERP e levar à perda de recursos avançados e toneladas de tráfego, portanto, eles precisam de uma correção.

Cada tipo de dado estruturado tem suas próprias [diretrizes técnicas e de pesquisa](#), portanto, leia-as com atenção antes de implementar a marcação. E você pode consultar nosso [guia de](#)

[marcaÃ§Ã£o Schema](#) para obter mais detalhes.

Caso tenha sofrido uma penalidade, revise sua marcaÃ§Ã£o e corrija os problemas. O WebSite Auditor o ajudarÃ¡ a coletar a lista de todas as pÃ¡ginas com uma marcaÃ§Ã£o nelas. VÃ¡ para *Estrutura do site > PÃ¡ginas* e veja a guia *GrÃ¡fico aberto e dados estruturados*.



#	Page	Structured Data Markup	Title	OG: Title	OG: Description	OG: image
503	/learning-hub.html	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
504	/learning-hub/quick-start-guid...	No	SEO PowerSuite'...	SEO PowerSuite'...	Learn how to create...	www.link-assistant.c...
505	/learning-hub/seo-academy...	No	30-Day SEO Plan ...	30-Day SEO Plan ...	Don't have much ti...	www.link-assistant.c...
506	/linkassistant/	Yes (JSON-LD)	SEO Link-Building...	SEO Link-Building...	LinkAssistant is the ...	
507	/linkassistant/buy.html	Yes (Microdata)	Buy LinkAssistant ...	Buy LinkAssistant ...	Choose the LinkAss...	
508	/linkassistant/change-list.h...	No	See how LinkAssi...	See how LinkAssi...	6.32.2 versionDec 1...	
509	/linkassistant/comparison.h...	No	Compare editions ...	Compare editions ...	LinkAssistant come...	
510	/linkassistant/download-sta.c...	No	Thank you for dow...	Thank you for dow...		
511	/linkassistant/download.html	No	Download LinkAss...	Download LinkAss...	Download LinkAssis...	

Links to page | Links from page | Images | **All resources** | Page speed | <https://www...>

90 total resources | 0 broken resources

All resources

[Baixar WebSite Auditor](#)

12. Pop-ups intrusivos

As primeiras penalidades para anÃªncios intrusivos apareceram com a atualizaÃ§Ã£o do algoritmo de layout de pÃ¡gina em 2012. O algoritmo penalizou sites por excesso de anÃªncios estÃ¡ticos acima da dobra. Mais tarde, o algoritmo Intrusive Interstitials adicionou pop-ups e anÃªncios de sobreposiÃ§Ã£o Ã lista de prÃ¡ticas de design proibidas.

As penalidades sÃ£o aplicadas algoritmicamente quando intersticiais intrusivos aparecem em uma pÃ¡gina. Geralmente, vocÃª notarÃ¡ uma queda nas impressÃµes e cliques â?? e uma reversÃ£o depois de remover o elemento interferente.

ObservaÃ§Ã£o

Em uma escala mais ampla, as mÃ©tricas do Core Web Vitals foram introduzidas em 2021 para avaliar toda a experiÃªncia da pÃ¡gina: nÃ£o apenas elementos especÃ­ficos da pÃ¡gina da web, mas tambÃ©m velocidade de carregamento, tamanho das pÃ¡ginas e experiÃªncia do usuÃ¡rio sÃ£o importantes para melhores classificaÃ§Ãµes. VocÃª pode ler o estudo de caso sobre [como melhoramos nosso Core Web Vitals](#).

O conserto

Em primeiro lugar, evite intersticiais intrusivos em seu site. Atenha-se às práticas recomendadas no design da sua página, tanto para computadores quanto para dispositivos móveis. Por exemplo, atrase pop-ups e outros botões de interação até que o visitante decida sair.

Além disso, verifique seu relatório de experiência na página no console do Google (todas as suas páginas devem ser boas URLs, idealmente). E use o WebSite Auditor [para auditar todas as páginas em massa](#) e garantir que cada página obtenha as pontuações mais altas possíveis do Core Web Vitals.

13. Conteúdo enganoso ou impróprio

Uma grande parte do conteúdo do News e do Discover pode ser penalizada por desinformação e violações de políticas. Isso se refere principalmente a [tópicos YMYL sensíveis](#), que exigem mais evidências e precisão, como sites de notícias, saúde, finanças etc.

O conserto

A única maneira de corrigir problemas de conteúdo enganoso é remover o que causou o problema e solicitar reconsideração.

Para evitar penalidades em seus sites YMYL, certifique-se de não publicar:

- Conteúdo adulto que envolva conteúdo sexualmente explícito, nudez e qualquer coisa destinada a causar excitação; a regra abrange não apenas o News e o Discover, mas também a pesquisa orgânica em geral.
- Discurso de ódio, terrorismo, violência e tudo o que está claro por que deve ser restringido.
- Assédio, intimidação, ameaças e exposição de informações pessoais.
- Conteúdo médico que possa contradizer o conhecimento científico.
- Conteúdo enganoso ou manipulado que carece de autoria, datas, fontes e até mesmo autoria.
- Atualização artificial das datas de publicação nas páginas YMYL, pois também pode resultar em penalidades.

14. Hospedagem gratuita com spam

Também podem aparecer avisos penais informando que um site compartilha hospedagem gratuita com spam. Mesmo que esse site em particular não faça nada de errado, ele pode receber um aviso penal dizendo que a hospedagem gratuita está sendo abusada por spammers de terceiros.

Como resultado, o site perderá visibilidade, classificações e recursos de pesquisa. No entanto, ele ainda permanecerá indexado.

O conserto

Opte por hospedagem segura. Aqui, temos um breve resumo de [todos os aspectos da escolha de uma hospedagem confiável](#).

15. Conteúdo hackeado

Conteúdo hackeado significa que algum conteúdo ou código foi adicionado a um site sem o conhecimento do proprietário devido a violações na segurança do site. Como resultado, o site pode conter links ocultos, redirecionamentos sorrateiros, páginas enganosas etc.

Sites invadidos são usados ​​em diferentes formas de crime cibernético. O problema é que tais violações prejudicam não apenas o site hackeado, mas também seus visitantes.

Sites com penalidade de conteúdo hackeado não são excluídos do Google, mas têm um aviso sobre uma possível ameaça ao lado do URL na SERP. Após clicar na URL, o usuário verá um aviso em tela cheia informando que o site é potencialmente prejudicial.

[Example Domain](#)

[www.example.com/](#) ▼

This site may be hacked.

Example Domain. This domain is established to be used for illustrative examples in documents. You may use this domain in examples without prior coordination or asking for permission. More information...

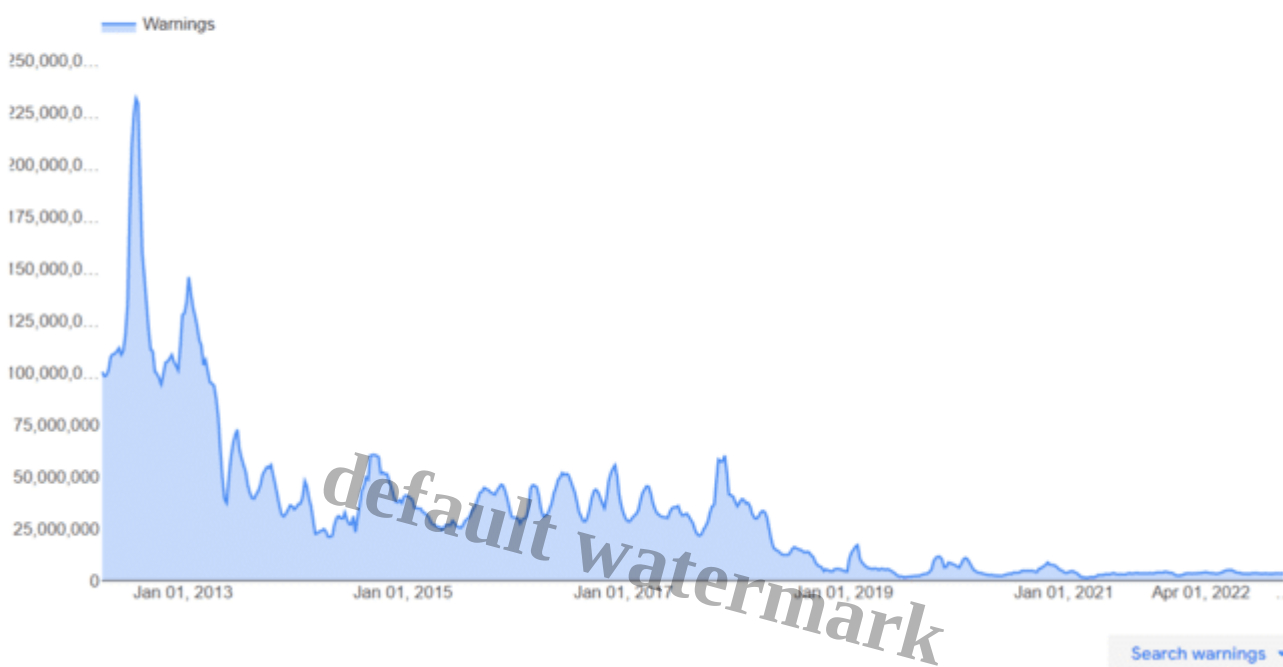
Uma mensagem de aviso nos resultados da pesquisa sobre um site invadido

O Google envia uma mensagem ao proprietário do site sobre o conteúdo invadido junto com o URL afetado. Ao contrário de todas as outras penalidades manuais, o aviso aparece na guia *Problemas de segurança*.

Além disso, qualquer pessoa pode verificar o status de um site em relação a conteúdo inseguro no [Transparency Report do Google](#). Notavelmente, o relatório geral mostra que o número de avisos de segurança de pesquisa caiu drasticamente em comparação com cinco anos atrás.

Warnings displayed per week

Start 10/31/2010 End 1/1/2023



Total de avisos de pesquisa no Google Transparency Report

O conserto

Se o seu site tiver um alerta de problema de segurança, primeiro você precisará verificar o site para detectar a vulnerabilidade e eliminá-la.

Em seguida, para aumentar a segurança do seu site, considere as [seguintes dicas](#) :

- Examine seu site com scanners de malware para identificar o problema.
- Configure aplicativos ou plug-ins de segurança do site e execute verificações regulares de segurança.
- Adicione um certificado SSL para proteger a conexão.
- Encontre e corrija problemas de conteúdo misto (arquivos com protocolo http em URLs https).
- Faça backup regularmente dos dados do seu site.
- Proteja seu site contra spam de usuários.
- Mantenha seu CMS e plugins atualizados em tempo hábil.
- Oculte URLs de login, exija senhas fortes e adicione a verificação em duas etapas.

Qual foi a penalidade mais difícil do Google que você já corrigiu?

Esta lista de penalidades do Google não pretende ser exaustiva. Em vez disso, mostra diferentes tipos de problemas que podem causar uma sanção e como corrigi-los. Então, se acontecer de você receber uma penalidade, você saberá o que fazer (mas espero que não receba nenhuma porque o SEO de chapéu branco é o melhor, certo?)

Leia também:

[12 etapas para uma auditoria de SEO](#)

Fonte: [SEO Powersuite](#)

Category

1. Marketing Digital
2. SEO

Tags

1. algoritmos do google
2. cloaking
3. conta suspensa google ads
4. fraude em sistemas google ads
5. o nome do robô do google
6. penalidade
7. penalidades do google
8. penalizado pelo Google
9. quais sao as tres acoes realizadas pelo googlebot para entregar a melhor resposta para o usuario
10. qual foi a principal alteracao que o hummingbird update trouxe para a busca
11. qual foi a principal penalizacao do panda update
12. robo da google
13. robo do google funciona

Date Created

2023/02/12

Author

webmaster