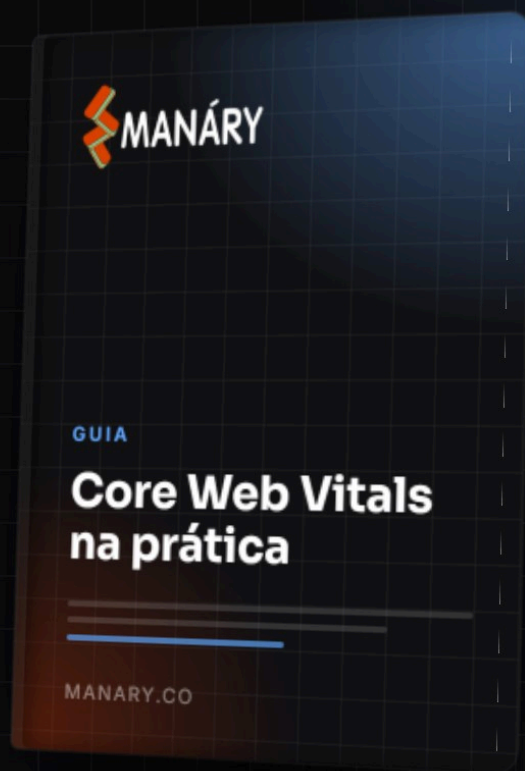


**GUIA**

Guia · 12 min de leitura

Core Web Vitals na prática

O que medir, o que ignorar e em que ordem corrigir para o site parar de perder venda.

- ✓ O que LCP, INP e CLS medem e quais números perseguir
- ✓ Como medir com dados reais de visitantes, não só com testes
- ✓ A ordem de correção que dá resultado mais rápido
- ✓ Um capítulo só para quem usa WordPress

M

Por Manary · Atualizado em outubro de 2026 · 12 min de leitura

NESTE MATERIAL

Sumário

- 01** O que são os Core Web Vitals

- 02** Como medir do jeito certo

- 03** O que ignorar

- 04** Em que ordem corrigir

- 05** Corrigindo o LCP

- 06** Corrigindo o INP

- 07** Corrigindo o CLS

- 08** Capítulo extra: WordPress

- 09** Plano de correção em quatro semanas

- 10** Perguntas frequentes

Este PDF é a versão para guardar e imprimir. A versão interativa fica em manary.co/e-books/core-web-vitals-na-pratica/

RESUMO EM 30 SEGUNDOS

- Core Web Vitals são três medidas de experiência: carregamento (LCP), resposta ao toque ou clique (INP) e estabilidade visual (CLS).
- O que conta são os dados de visitantes reais no celular, não a nota de um teste isolado.
- A ordem que mais rende: páginas que vendem primeiro, celular primeiro, problemas de modelo antes de problemas de página.

Site lento perde venda de um jeito silencioso. Ninguém reclama: a pessoa simplesmente volta para o resultado de busca, fecha a aba ou desiste no meio do checkout. O relatório de mídia mostra o clique pago, mas não mostra quem foi embora antes de a página aparecer.

Este guia é para quem precisa decidir o que corrigir no site, com qual prioridade e como saber se deu certo. Ele serve para quem cuida do site e para quem contrata quem cuida. Os capítulos técnicos explicam o suficiente para você conversar com o desenvolvedor e cobrar o resultado certo.

CAPÍTULO 1

O que são os Core Web Vitals

São três medidas que o Google usa para avaliar a experiência de quem visita uma página. Cada uma responde a uma pergunta simples:

LCP (Largest Contentful Paint)

PERGUNTA

Em quanto tempo o conteúdo principal aparece?

BOM

Até 2,5 s

PRECISA MELHORAR

Até 4 s

RUIM

Acima de 4 s

INP (Interaction to Next Paint)

PERGUNTA

A página responde rápido quando eu toco ou clico?

BOM

Até 200 ms

PRECISA MELHORAR

Até 500 ms

RUIM

Acima de 500 ms

CLS (Cumulative Layout Shift)

PERGUNTA

As coisas ficam paradas no lugar enquanto carrega?

BOM

Até 0,1

PRECISA MELHORAR

Até 0,25

RUIM

Acima de 0,25

Dois detalhes mudam a forma de ler esses números:

- **Vale o percentil 75.** Uma página passa quando pelo menos 75% das visitas ficam dentro do limite "bom". Não adianta a página carregar rápido no seu computador se um quarto dos visitantes tem uma experiência ruim.

- **Celular e computador são avaliados separadamente.** Na maioria dos sites, o celular é onde está o problema e também a maior parte do tráfego.

O INP substituiu, em 2024, a métrica antiga de interatividade (FID). Se você ainda vê relatórios falando em FID, eles estão desatualizados.

Por que o negócio deve se importar

Os Core Web Vitals fazem parte dos sinais de experiência que o Google considera, mas não passam na frente da relevância: um conteúdo ótimo e lento ainda pode ranquear bem. O motivo mais forte para cuidar deles é outro: velocidade e estabilidade afetam diretamente a taxa de conversão e o custo da mídia paga, porque cada clique pago que desiste antes de ver a página é verba perdida.

Quer estimar quanto a lentidão custa no seu caso? A Manáry tem uma ferramenta gratuita para isso: [quanto custa um site lento](#).

CAPÍTULO 2

Como medir do jeito certo

Existem dois tipos de dado, e confundir os dois é a origem de muita decisão errada.

O que são

DADOS DE CAMPO

Medições de visitantes reais, com aparelhos e conexões reais

DADOS DE LABORATÓRIO

Um teste simulado, em condições controladas

Onde ver

DADOS DE CAMPO

Search Console, PageSpeed Insights (parte de cima), relatório CrUX, medição própria no GA4

DADOS DE LABORATÓRIO

Lighthouse, PageSpeed Insights (parte de baixo), DevTools do Chrome

Serve para

DADOS DE CAMPO

Saber se o problema existe e se a correção funcionou

DADOS DE LABORATÓRIO

Descobrir a causa e testar uma correção antes de publicar

Cuidado

DADOS DE CAMPO

Demora cerca de 28 dias para refletir uma mudança

DADOS DE LABORATÓRIO

Varia de um teste para o outro; não é o que o Google usa para avaliar

As ferramentas, em ordem de uso

1

Search Console, relatório de Core Web Vitals

Mostra grupos de páginas com problema, separados por celular e computador. É o mapa geral: diz quais modelos de página (produto, artigo, landing) precisam de atenção.

2

PageSpeed Insights

Para uma página específica, mostra em cima os dados de campo (quando há tráfego suficiente) e embaixo um teste de laboratório com as oportunidades de melhoria.

3

DevTools do Chrome

Na aba de desempenho, mostra qual é o elemento do LCP, quais tarefas longas travam as interações e o que se mexe na tela. É onde o desenvolvedor encontra a causa.

4

Medição própria (opcional, recomendada)

A biblioteca web-vitals do Google pode enviar LCP, INP e CLS de cada visita para o GA4. Assim você vê os números por página, por dispositivo e por campanha, sem esperar o relatório público.

O que ignorar

Muito tempo e dinheiro se perde perseguindo o número errado. Estes são os que a gente recomenda deixar em segundo plano:

- **A nota de 0 a 100 do Lighthouse como meta.** Ela é um resumo de um teste de laboratório. Ajuda a diagnosticar, mas um site pode ter nota 70 e passar em todos os Core Web Vitals de campo, ou ter nota 95 e falhar no celular real.
 - **Testar só no computador.** A conexão e o processador de um notebook de trabalho escondem os problemas do celular médio do seu cliente.
 - **Um teste só.** Resultados de laboratório variam. Rode três a cinco vezes e olhe a mediana.
 - **Páginas sem tráfego.** Corrigir uma página que recebe dez visitas por mês não muda o negócio. Comece pelas que recebem mídia paga e pelas que vendem.
 - **Notas de outras ferramentas** (letras, graus, pontuações próprias). Úteis para comparar antes e depois, mas não são o que o Google avalia.
-

A meta não é nota 100. A meta é que três em cada quatro visitas reais, no celular, tenham uma boa experiência nas páginas que vendem.

Em que ordem corrigir

A ordem certa economiza semanas de trabalho. É esta que a gente segue nos projetos da Manáry:

1

Liste as páginas que vendem

Landing pages de mídia paga, páginas de produto e de serviço, carrinho e checkout, formulários. Cruze com o tráfego do GA4 e fique com as que mais recebem visita.

2

Olhe o celular primeiro

Na maioria dos sites, é onde estão os piores números e a maior parte do público.

3

Corrija o modelo, não a página

Se todas as páginas de produto têm o mesmo problema, a causa está no modelo. Uma correção resolve centenas de páginas.

4

Comece pelo LCP

É a métrica mais ligada à primeira impressão e à desistência. As correções costumam ter efeito rápido.

5

Depois o CLS

Quase sempre tem causas simples (imagens sem tamanho, banners que empurram o conteúdo) e correção barata.

6

Por último o INP

Exige mais investigação, porque depende do JavaScript do site e das ferramentas de terceiros. É também onde estão os ganhos mais difíceis de copiar pela concorrência.

Corrigindo o LCP

O LCP mede quando o maior elemento visível aparece, quase sempre a imagem principal ou o título do topo. O tempo dele se divide em quatro partes, e cada uma tem um tipo de correção:

Resposta do servidor

O QUE ACONTECE

O navegador espera o servidor começar a enviar a página

CORREÇÃO TÍPICA

Cache de página, hospedagem melhor, CDN

Atraso para começar a baixar

O QUE ACONTECE

O navegador demora a descobrir a imagem principal

CORREÇÃO TÍPICA

Imagem no HTML, pré-carregamento e prioridade alta

Download do recurso

O QUE ACONTECE

A imagem é pesada

CORREÇÃO TÍPICA

WebP ou AVIF, tamanho certo para cada tela

Atraso para desenhar

O QUE ACONTECE

CSS, JavaScript ou fontes travam a pintura

CORREÇÃO TÍPICA

Menos CSS e JS bloqueando, fontes otimizadas

Nunca adie o carregamento da imagem principal

O carregamento tardio (lazy load) é ótimo para imagens do meio e do fim da página, mas aplicado na imagem do topo atrasa justamente o LCP. A imagem principal deve carregar imediatamente e

com prioridade alta (atributo `fetchpriority="high"`).

Use o formato e o tamanho certos

WebP ou AVIF costumam ter uma fração do peso de um JPEG ou PNG equivalente. E a imagem deve ter o tamanho em que é exibida: uma foto de 4000 pixels mostrada em um celular de 400 pixels é desperdício. O atributo `srcset` entrega a versão certa para cada tela.

Evite carrossel e vídeo pesado no topo

Carrosséis carregam várias imagens e scripts antes de mostrar a primeira. Vídeos de fundo pesam muito no celular. Uma imagem bem escolhida converte igual ou melhor e carrega muito mais rápido.

Ative cache de página e CDN

Uma página servida pronta do cache, de um servidor perto do visitante, começa a chegar em uma fração do tempo de uma página montada a cada visita.

Cuide das fontes

Use poucas famílias e pesos, hospede as fontes no próprio site quando possível, pré-carregue a principal e use `font-display: swap` para o texto aparecer mesmo antes de a fonte chegar.

Corrigindo o INP

O INP mede o tempo entre um toque ou clique e a próxima atualização da tela. Quando ele é ruim, a pessoa toca no botão e nada acontece por um instante, e toca de novo, ou desiste. A causa quase sempre é JavaScript demais rodando ao mesmo tempo.

Corte e adie scripts de terceiros

Chat, mapas de calor, pixels de várias plataformas, widgets de avaliação. Cada um parece leve sozinho; juntos, ocupam o processador do celular. Revise o Tag Manager, remova o que ninguém usa e carregue o restante depois da interação ou só nas páginas que precisam.

Quebre tarefas longas

Qualquer tarefa de JavaScript acima de 50 milissegundos trava a página. O desenvolvedor pode dividir o trabalho em partes menores e devolver o controle ao navegador entre elas, para que a resposta ao toque venha primeiro.

Dê resposta visual imediata

Ao clicar em um botão que dispara algo demorado (enviar formulário, filtrar produtos), mostre na hora um estado de carregamento. A tela muda rápido e o trabalho pesado acontece em seguida.

Reduza o tamanho da página

Páginas com milhares de elementos (comum em construtores visuais e em menus enormes) deixam cada atualização de tela mais lenta. Simplificar a estrutura melhora o INP e o LCP ao mesmo tempo.

O seu site está perdendo venda por lentidão?

A Manáry audita os Core Web Vitals das páginas que vendem e entrega as correções em ordem de impacto.

[Quero meu diagnóstico](#)

Corrigindo o CLS

O CLS mede o quanto o conteúdo pula enquanto a página carrega. É aquele momento em que você vai tocar em um link e o texto desce porque um banner apareceu em cima. Além de irritar, causa clique errado, inclusive em botão de compra.

- **Dê tamanho a imagens, vídeos e iframes.** Com largura e altura (ou proporção) definidas, o navegador reserva o espaço antes de a mídia chegar.
- **Reserve espaço para o que entra depois.** Banners, avisos, anúncios e widgets que carregam depois devem ter uma área reservada, ou aparecer sobre o conteúdo, sem empurrá-lo.
- **Banner de cookies flutuando, não empurrando.** Um aviso que entra no topo e empurra a página é uma das causas mais comuns de CLS ruim.
- **Fontes com medidas parecidas.** Quando a fonte do site chega e substitui a fonte provisória, o texto pode mudar de tamanho. Ajustar a fonte provisória para ter medidas parecidas evita o salto.
- **Animações com transformação.** Animar posição e tamanho com transform não empurra os elementos vizinhos.

CAPÍTULO 8

Capítulo extra: WordPress

Boa parte dos sites de empresas no Brasil roda em WordPress. A plataforma pode ser muito rápida, mas alguns hábitos comuns deixam ela lenta.

Um plugin para cada coisa

EFEITO

Dezenas de scripts e estilos em todas as páginas

O QUE FAZER

Revisar a lista de plugins e remover os que não são essenciais

Imagem enviada do jeito que veio

EFEITO

LCP alto e páginas pesadas

O QUE FAZER

Plugin de otimização com conversão para WebP ou AVIF

Sem cache de página

EFEITO

Servidor monta a página a cada visita

O QUE FAZER

Cache de página e, se possível, cache no servidor da hospedagem

Hospedagem mais barata possível

EFEITO

Resposta lenta do servidor em todo acesso

O QUE FAZER

Hospedagem com PHP atualizado e recursos compatíveis com o tráfego

Construtor visual com estrutura pesada

EFEITO

Muitos elementos e CSS por página

O QUE FAZER

Seções enxutas, componentes reaproveitados, nada escondido que carregue sem aparecer

Otimização no automático

EFEITO

Recursos que quebram o site ou pioram uma métrica para melhorar outra

O QUE FAZER

Ligar uma opção por vez e medir antes e depois

Atenção às opções de "atrasar todo o JavaScript" dos plugins de cache. Elas podem melhorar o teste de laboratório e, ao mesmo tempo, atrasar a resposta dos primeiros cliques. Meça o INP de campo depois de ligar.

Plano de correção em quatro semanas

1

Semana 1: diagnóstico

Search Console e PageSpeed Insights nas páginas que vendem, no celular. Liste a métrica que falha em cada modelo de página e a causa provável.

2

Semana 2: correções de LCP

Imagem principal, cache, fontes. Publique e confira no laboratório que a mudança surtiu efeito.

3

Semana 3: CLS e limpeza

Tamanhos de mídia, banners, plugins e scripts de terceiros que não fazem falta.

4

Semana 4: INP e monitoramento

Tarefas longas e scripts pesados nas páginas com mais interação. Ligue a medição de campo e marque a revisão do Search Console para quatro semanas depois.

Perguntas frequentes

Corrigi o site, mas o Search Console ainda mostra problema. Por quê? —

Os dados de campo usam as últimas quatro semanas de visitas. A melhora aparece aos poucos. Use o laboratório para confirmar a correção e espere o ciclo do relatório.

A página não tem dados de campo no PageSpeed Insights. E agora? —

Páginas com pouco tráfego não aparecem no relatório público. Use os dados do domínio inteiro, o teste de laboratório e, de preferência, a sua própria medição com a biblioteca web-vitals.

Trocar de plataforma resolve? —

Raramente é necessário. Na maior parte dos casos, imagens, cache, scripts de terceiros e estrutura de página resolvem dentro da plataforma atual, com custo bem menor.

Core Web Vitals bons garantem primeira posição no Google? —

Não. Eles são um dos sinais de experiência, e a relevância do conteúdo continua pesando mais. O ganho mais certo é em conversão: mais gente vê a página, interage e compra.

Quer um site rápido de verdade?

A Manáry desenvolve e otimiza sites com metas de Core Web Vitals no contrato, medidas com dados reais.

[Conhecer o serviço](#)



PRÓXIMO PASSO

Quer que a gente aplique isso no seu negócio?

Este material é o que a Manáry faz todos os dias com os clientes. Se fizer sentido, um especialista olha os seus números e devolve as prioridades, sem apresentação comercial.

[Quero meu diagnóstico](#)