

Microformatos en HTML

Es sabido que HTML, es el lenguaje de marcado más utilizado por su variedad de herramientas y etiquetas que posee.

En este caso vamos a hablar sobre **microformato (µF o uF)**, que se define como una **forma simple de agregar significado semántico (HTML, HTML5, XML o XHTML y RSS)** a un contenido legible por un humano mientras que **para una máquina puede ser sólo texto plano “descontextualizado”**.

Proporcionan una *API* para ser utilizada por aplicaciones web sociales, motores de búsqueda, agregadores y otras herramientas; utilizado para **introducir datos estructurados en el código**. En HTML se utilizan para marcar entidades que van desde información fundamental hasta información específica del dominio (con atributos como: **class, rel ,rev**), permiten aclararle a los buscadores y navegadores la **naturaleza de las páginas** identificando si una página es un artículo de noticias, y dónde está el contenido de la noticia. Estos utilizan una etiqueta abbr (abreviación) de HTML ,la cual porta en su atributo title, el significado de esta. El uso de microformatos constituye una fortaleza en la estructuración de los contenidos de los recursos web, **fortaleciendo la visibilidad de los mismos y contribuyendo a la web semántica**.

Estos microformatos **se clasifican en:**

-Personales: permiten marcar el autor del sitio web utilizando el microformato rel =”author”, también para relacionar perfiles de redes sociales se utiliza el atributo rel = “me”, y microformato XFN en función de la relación que tengas con el sitio enlazado, laboral, familiar, amistad o sea para relaciones sociales mediante enlaces.

-De empresa: describe datos de interés de una empresa a través del microformato hCard, marcado útil para posicionamiento web. Existen los adr para direcciones postales y geo para coordenadas geográficas.

-De Eventos: Para empresas que gestionan eventos se utilizan los llamados Microformatos hCalendar vinculando la información necesaria en correspondencia con los eventos.

-De Reviews: ofrece información sobre el análisis de un producto o servicio (ejemplo para críticas de artículos o reseñas) cambiando el snippet que muestra Google de las páginas. Para ello, se usan los atributos del marcado html: class, rel y rev.

Para aplicarlo, podemos citar un ejemplo de microformato de posicionamiento geográfico (geo):

Una isla se localiza en

```
<span class="geo">  
  <span class="latitud">36.81</span>,  
  <span class="longitud">-23.85</span>  
</span>
```

De esta manera la máquina interpreta que significan esos valores, y que estamos haciendo referencia a un lugar geográfico en específico.

Ventajas

.Aventajan a la semántica basada en XML porque la información semántica puede ser intercambiada entre dos computadoras

.Aplicación práctica inmediata.

.Accesible a cualquier desarrollador XHTML.

.Permiten adaptar a XHTML RFCs (Request for Comments) existentes. Por ejemplo vCard pasa a ser hCard, iCal pasa a ser hCalendar, etc.

.Compatibles con el estándar XHTML de W3C a tal punto que es posible especificar un perfil XHTML mediante el microformato XMDP.

Desventajas

.Limitadas posibilidades de etiquetado, dado que el número de elementos ya está definido y no se puede ampliar.

.Los atributos class pueden incurrir en problemas con CSS.

.No tolera APIs para la abstracción de datos.

Referencias bibliográficas:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Microformato>

<https://keepcoding.io/blog/que-son-los-microformatos-en-html/>

<https://acumbamail.com/blog/que-son-microformatos/>

