

# APUNTES DEL TEMA 1: Reconocimiento de las características de lenguajes de marcas.

Jesús Crespo Ruiz

Curso 2023/2024

## Contents

<b>1</b>	<b>Introducción a los lenguajes de marcas</b>	<b>3</b>
1.1	Definición . . . . .	3
<b>2</b>	<b>Un poco de historia</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Clasificación de los lenguajes de marcas</b>	<b>4</b>
3.0.1	De presentación . . . . .	4
3.0.2	Descriptivo, estructural o semántico . . . . .	4
3.0.3	Híbrido . . . . .	4
<b>4</b>	<b>Los 2 bloques</b>	<b>5</b>
4.0.1	XML . . . . .	5
4.0.2	HTML . . . . .	5
<b>5</b>	<b>Organizaciones desarrolladoras</b>	<b>5</b>
5.0.1	World Wide Web Consortium (W3C) . . . . .	5

# 1 Introducción a los lenguajes de marcas

## 1.1 Definición

El lenguaje de marcas (*Markup Language*) es un modo de codificar un documento donde, junto con el texto, se incorporan etiquetas con información adicional relativa a la estructura del texto o su formato de presentación.

- Estructuramos un documento de forma explícita.
- Etiquetamos el contenido, según qué cosa queramos hacer con la información.

```
<email>
  <fecha>22/11/2006</fecha>
  <asunto>Presentación</asunto>
  <contenido>Buenas tardes, bienvenido a bla...</contenido>
  <firma>Juan Carlos López Viejo</firma>
</email>
```

# 2 Un poco de historia

## SGML. El Origen

Nació en los 60 debido a problemas de incompatibilidades entre los lenguajes que utilizaban las aplicaciones de correo.

- Marcas propias para definir la información.
- Separación entre las estructura de forma diferente.

IBM intenta resolver el problema crea un lenguaje de marcas GML (*Generalized Markup Language*).

- Independiza el documento del dispositivo → Se usan marcas generalizadas.
- Incorpora marcas descriptivas → Tablas, listas, etc.

En 1986, la Organización Internacional para la Estandarización publicaría el *Standard Generalized Markup Language* con rango de Estándar Internacional con el código ISO 8879 (**SGML**).

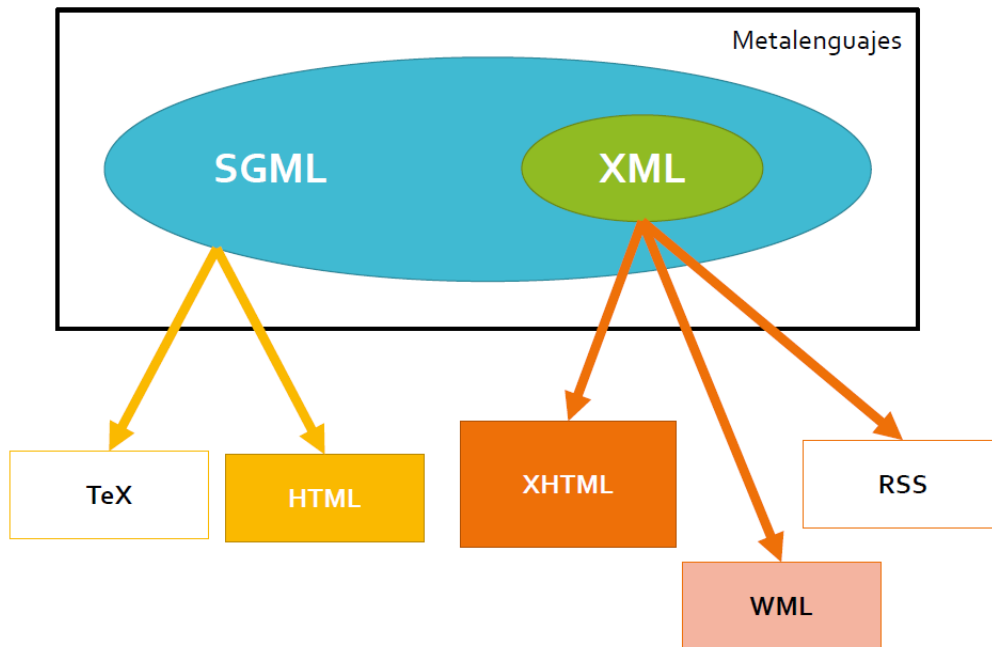
### Ventajas:

- Reutilización de los datos.
- Control sobre los datos.
- Portabilidad.

### Inconveniente:

- Alta complejidad.

### 3 Clasificación de los lenguajes de marcas



Se suelen clasificar en 3 tipos:

#### 3.0.1 De presentación

Indican el formato del texto sin especificar su estructura.

- Tamaño de la fuente, centrar el texto, pasar a negrita.

Incluyen los lenguajes de procedimiento que agrupan varias marcas de presentación bajo una macro → Título Diseño 1.

Procesadores de texto y aplicaciones de edición profesional.

#### 3.0.2 Descriptivo, estructural o semántico

Indican las diferentes partes en las que se estructura el documento, pero sin especificar cómo deben representarse ni en qué orden.

Estos lenguajes crean documentos con estructura en árbol que almacenan información.

XML es un metalenguaje expresamente diseñado para generar marcado descriptivo.

#### 3.0.3 Híbrido

Contienen las marcas de los 2 tipos anteriores. Marcas de estilo. Marcas descriptivas.

## 4 Los 2 bloques

### 4.0.1 XML

Es una simplificación y adaptación del SGML, permite definir lenguajes específicos. No es un lenguaje → Es un metalenguaje. Define cosas muy concretas.

- Extensible: Se pueden definir nuevas etiquetas.
- Versátil: Separa contenido, estructura y presentación.
- Estructurado.
- Sencillo.

### 4.0.2 HTML

Es un lenguaje destinado a la creación web. En el mismo documento podemos tener texto y contenido multimedia. Enlaces, hipervínculos, etc.

Creado en los 90 por el padre de las www.

- Ha ido evolucionando mediante versiones.
- Texto plano con etiquetas.
- Es la estructura de la web.

## 5 Organizaciones desarrolladoras

Los actuales lenguajes de marcas están estandarizados y normalizados. Reglas de estilos a seguir. Garantizan que todo lo desarrollado funcione. Organismos internacionales, nacionales y privados.

Un ejemplo puede ser Fundación ONCE.

### 5.0.1 World Wide Web Consortium (W3C)

Creada en 1994 y Tim Berners-Lee. Se encarga de desarrollar estándares que aseguren el crecimiento de internet y está formada por diversos organismos. El estándar está consensuado con comunidad, desarrolladoras web, motores de desarrolladoras búsqueda, navegadores, etc.

Organismos internacionales, nacionales y privados. Google, Apple, Microsoft, etc.

Su API es abierta y contiene un validador.