

# HTML

## parte A

# HyperText Markup Language (HTML)

Para publicar información en la web que potencialmente todas las computadoras puedan entender, se necesita un **lenguaje universal**, es el lenguaje usado por la WWW.

\*

HTML - lenguaje universalmente entendido para que todas las pc lo entiendan

URL - Identificador universal de recursos, link, imagen, objeto

HTTP - Protocolo de transferencia de Hipertexto

Html, es un lenguaje que describe la **estructura general** del contenido de un documento, **N0** el **aspecto** en sí de la página en pantalla.

Si bien existen etiquetas que nos permiten manejar el **aspecto del documento**, se recomienda que este sea manejado por **hojas de estilo (CSS)**.

# ¿Qué es un sitio web?

**Estructura de cajas**  
que se nombran a través  
de **etiquetas** (nombres  
y gracias a eso, le otorgamos características)  
independientemente del contenido.



A través de los **navegadores** se pueden ver y navegar en dichas páginas web, ya que **interpretan el lenguaje** en el que están generadas las páginas web y nos devuelven dicha información en una **interfaz**, en la mayoría de los casos con **determinada apariencia**.

# ¿Cómo es la estructura de un documento HTML?

<!DOCTYPE html>

<html>

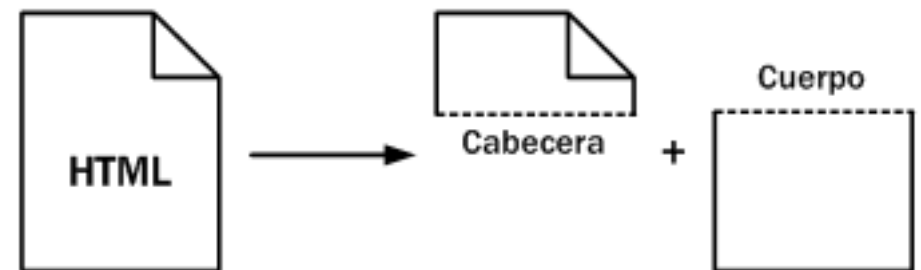
<head>

</head>

<body>

</body>

</html>



<!DOCTYPE html>



<html>

<head>

</head>

<body>

</body>

</html>

## Declaración de Tipo de Documento

(Document Type Definition)

Primer declaración del documento HTML  
(declara como será la sintaxis del documento)

Cuando el código ya avanzando o terminado se valida para comprobar que este correcto (todas las etiquetas cerradas, etc.) la forma de validación será en función de lo declarado en el tipo de documento.



# Tipo de documento HTML 4

## HTML 4.01 -> versión anterior

- DTD transicional

Permite la utilización de etiquetas recomendadas y no recomendadas

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN"  
"http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
```

- DTD estricto

Permite la utilización de etiquetas recomendadas por la W3C.

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01//EN"  
"http://www.w3.org/TR/html4/strict.dtd">
```

- DTD frameset

Especifica la implementación de marcos.

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Frameset//EN"  
"http://www.w3.org/TR/html4/frameset.dtd">
```

<!DOCTYPE html>



<html>

<head>

</head>

<body>

</body>

</html>

## Tipo de documento **HTML 5**

Las páginas deben tener un **código que sea compatible** con la mayoría de las **tecnologías** y navegadores para poder se interpretadas.

Por eso tenemos que trabajar con **documentos HTML válidos.**

<!DOCTYPE html>



<html>

<head>

</head>

<body>

</body>

</html>

## Tipo de documento **HTML 5**

Deben usarse las **etiquetas y atributos** adecuados con la versión declarada.

Etiquetas con nombre correcto, bien cerradas. Árboles correctamente contruidos.

**VALIDADOR W3C:**

**<http://validator.w3.org/>**

```
<!DOCTYPE html>
```

```
<html>
```

```
  <head>
```

```
  </head>
```

```
  <body>
```

```
  </body>
```

```
</html>
```



**Aquí va la información que se necesita para que la página funcione, no la ve el usuario.**

**Sólo se ve el título** que es muy importante, entre otras cosas sirve para los motores de búsqueda.

<!DOCTYPE html>

<html lang="es">

<head>

<!--etiquetas meta-->

<meta charset="UTF-8">

<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">

<meta name="Keywords" content="palabras claves">

<meta name="Description" content="este sitio contiene información...">

<meta name="Author" content="nombre y e-mail">

<meta name="Copyright" content="derechos reservados">

<!--etiquetas título-->

<title>Título del documento</title>

<!--recursos enlazados (CSS, JavaScript)-->

*Declaración de hojas de estilo o javascripts*

</head>

<body>

</body>

</html>

`<html lang="es">`

Mejora la comprensibilidad de los contenidos al **hacer explícito el idioma** de las páginas.



Los lectores de pantalla pueden cargar las reglas de **pronunciación correctas**.



Navegadores visuales pueden mostrar caracteres y guiones correctamente.

*[http://es.wikipedia.org/wiki/ISO\\_639-1](http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_639-1)*

# ¿QUÉ SON LAS META TAGS?

Son informaciones incluidas en las páginas web que no son vistas directamente por el usuario.

Se utilizan para proporcionar información a los navegadores y buscadores de forma que les ayude a interpretar mejor la página.

Se escriben en lenguaje HTML dentro del propio documento web.

Importantes a nivel SEO por su capacidad para afectar al comportamiento de los buscadores, aportando información sobre por qué páginas debería posicionar una web, dando una descripción de la misma o bloqueando el acceso o indexación de la web por parte de los robots de los buscadores.



Son sólo una diminuta pieza del engranaje del SEO.

Y aunque aún existe cierto debate acerca de su utilidad, la mayoría de los expertos coinciden que no se trata de un remedio universal.

`<title>` título de tu página web utilizando palabras claves importantes, de 40 a 60 caracteres recomendados `</title>`

El título debe ser único para cada página, no los dupliques.

<meta charset="UTF-8">

```
<meta name="viewport" content="width=device-width,  
initial-scale=1.0">
```

Debes tener en cuenta que la metaetiqueta viewport sólo debe usarse en sitios responsive

**width=device-width**

El tamaño de la página debe ser como el del dispositivo en que se muestra.

**initial-scale=1.0**

La página debe mostrarse inicialmente tan grande como permita la pantalla.

```
<meta name="description" content="Redacta una  
descripción del producto o servicios que ofreces volviendo a  
utilizar palabras claves. Unos 200 caracteres">
```

**Decirle al usuario de qué trata la página.** Si no se completa, dejás en manos del buscador la selección de un fragmento del texto de la página.

**Atraer visitas desde el buscador.** La clave es adornar el texto para hacerlo más persuasivo. Eso sí, sin falsear ni exagerar.

<meta name="keywords" content="palabras claves separadas por comas, introduce frases cortas de dos o más palabras. Unos 1000 caracteres.">



En los primeros tiempos del marketing en buscadores, las palabras que aparecían en la etiqueta meta keywords eran útiles para ganar relevancia y mejores posiciones en los rankings.

Sin embargo, debido al abuso de palabras clave (conocido como keyword stuffing) los buscadores casi no les prestan atención, por lo que no tiene sentido seguir empleándolas.

LA MEJOR MANERA  
DE POSICIONAR BIEN  
ES TENER UN BUEN CONTENIDO

Palabras claves, etiquetas semánticas, interconexiones,  
buena experiencia de usuario

```
<meta name="author" content="Persona">
```

```
<meta name="revisit-after" content="period">
```

2 days 0 period

```
<meta name="robots" content="NOINDEX">
```

Sirve para personalizar el comportamiento de robots de indexación, a la hora de procesar nuestra página web.

Cada una de las páginas puede tener una declaración de la etiqueta meta de robots distinta, con la que podemos definir de manera independiente cómo se trata cada una de las páginas del sitio.

Tantas como deseamos, separadas por comas.

<meta name="robots" content="NOINDEX">

INDEX / NOINDEX

Si se desea o no permitir la indexación de la página por los motores de búsqueda

FOLLOW / NOFOLLOW

Si se debe o no permitir a los motores de búsqueda recorrer la web a través de los enlaces que encuentre en el cuerpo del documento

<meta name="robots" content="NOINDEX">

#### ARCHIVE / NOARCHIVE

Si deseamos o no que el motor de búsqueda archive el contenido del sitio web en su caché interna.

Si decimos que no archive la página, no debería mostrar ese enlace de caché

#### SNIPPET / NOSNIPPET

Que el motor de búsqueda no muestre ninguna descripción de un sitio, sólo su título

NOSNIPPET automáticamente define un NOARCHIVE, por lo que la página tampoco se mostrará en caché

Ahora los **motores de búsqueda** son más **inteligentes** y no se rigen por las palabras claves/keywords



**Prima el contenido**, la cantidad de visitas



Algunas empresas pagan para que la página sea la primer opción que salte



# SEO - posicionamiento orgánico.

Para que tu página salga en los resultados los robots de Google deben encontrarla y clasificarla.

Estos “robots” (o “bots”) son programas automatizados que leen, extraen y archivan el **contenido** de las páginas.

Su misión es recorrer Internet rastreando todos los enlaces que puedan encontrar, con el objetivo de localizar páginas nuevas, y re-visitar las que ya están indexadas por si tienen contenidos nuevos.

## SEO - posicionamiento orgánico.

Si los robots de rastreo no consiguen encontrar tu página, o no consiguen indexarla, no saldrás en Google.

Debido a que los robots (todavía) no pueden leer con facilidad los contenidos creados con Flash, Java o AJAX no es recomendable que utilices estas tecnologías si quieres que tus contenidos sean indexados.

## SEO - posicionamiento orgánico.

Aprende a utilizar **sinónimos y términos relacionados** con tus **keywords**, de esta forma evitarás repetirlos tan a menudo, y te posicionarás por más palabras clave secundarias.

Los enlaces internos, aquellos que apuntan a páginas dentro de tu propia web, también pueden ayudarte a posicionar.

## SEO - posicionamiento orgánico.

Los enlaces externos, siempre que sean útiles, proporcionan una mejor experiencia al usuario, y esto es un signo positivo para Google.

<!DOCTYPE html>

<html lang="es">

<head>

<!--etiquetas meta-->

<meta charset="UTF-8">

<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">

<meta name="Keywords" content="palabras claves">

<meta name="Description" content="este sitio contiene información...">

<meta name="Author" content="nombre y e-mail">

<meta name="Copyright" content="derechos reservados">

<!--etiquetas título-->

<title>Título del documento</title>

<!--recursos enlazados (CSS, JavaScript)-->

*Declaración de hojas de estilo o javascripts*

</head>

<body>

</body>

</html>

<!DOCTYPE html>

<html>

<head>

</head>

<body>

</body>

</html>



Aquí va el **contenido de la página**, lo que **ve el usuario**.

Lo que no este en el body, en la mayoría de los navegadores no se ve.

Todos los documentos tienen body excepto los documentos hechos de marcos-frames.

## ¿Cómo es una etiqueta HTML?

La mayoría son elementos con etiqueta de apertura y cierre.

**<AbreEtiqueta>***Acá va el contenido***</CierraEtiqueta>**

**<body>**

*Acá van todos los elementos visibles de la página.*

**</body>**

## ¿Cómo es una etiqueta HTML?

Otras solo se abren y no requieren etiqueta de cierre.

```

```

```
<link><meta><input>
```



# ¿Cómo es una etiqueta HTML?

Cada etiqueta puede tener atributos:  
class, id, title, width, height, style, etc.

Los atributos que indican apariencia no se recomiendan, se deben establecer por fuera del html.

Ejemplo no recomendado:

```

```

# ¿Cómo es una etiqueta HTML?

```
<body bgcolor="blue" background="imagen.png"  
text="white">  
</body>
```

La etiqueta body puede tener atributos definidos. Esto **no se recomienda** ya que lo correcto es manejar la apariencia del contenido por fuera del html, con hojas de estilo.

# ¿Cómo es una etiqueta HTML?

Los elementos que colocamos en el body se hacen a través de etiquetas.

`<p>párrafo</p>`

`<h1>encabezado grande</h1>`

`<h2>encabezado no tan grande</h2>`

.....

`<h6></h6>`

`<!-- comentario invisible -->`

<!DOCTYPE html>



<html>

<head>

</head>

<body>

</body>

</html>

## Virtudes de **HTML 5**

- Subir y reproducir videos en línea sin necesidad de un plugin para poder hacerlo
- Crear animaciones usando solamente código y no Flash
- Nuevas **etiquetas semánticas\*** que ayudan a los motores de búsqueda
- Nuevos atributos que facilitan validaciones

# ¿Qué son las etiquetas semánticas?

Indican qué es el **contenido** que contienen,  
NO cómo se debe formatear.

<b></b>

<i></i>

<u></u>\*

<br>

<strong></strong>

<em></em>

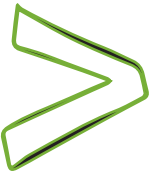
<hr>

\*Obsoleta para HTML 5

Las etiquetas semánticas + estilos CSS pueden crear algunos efectos deseados, pero debemos tener presente que una misma línea de código debe **"visualizarse" o entenderse de la misma manera** en un navegador que soporte CSS, como en uno que no sea vean los estilos.



Todo componente de una web (título, vínculo, párrafo, etcétera) debe cumplir con su propósito.



# Etiquetas de texto y elementos agrupados

*\*Todas las detalladas funcionan con etiqueta de apertura y cierre*

<!-- comentario invisible -->

<em>Texto enfatizado</em>

<strong>Texto Resaltado</strong>

<p>Párrafo</p>

<h1>Encabezado de su sección</h1>

<h2>....<h6>



## \*Encabezados y jerarquías

Se establecen diferentes jerarquías con destaques predeterminados. La apariencia se puede cambiar pero debe **conservarse la jerarquía**.

Respetar la jerarquía **ordena la información** para aquellos que no ven su apariencia.

Las relaciones que se implican en formato visual se deben **conservar** cuando se quita el estilo.

Debemos asegurarnos de que la **relación** que existe entre los títulos y los contenidos sea **coherente**, y de que los encabezados comuniquen la **estructura del documento correctamente**.

<ul>Lista desordenda</ul>

<ol>Lista ordenada</ol>

<li>Item de lista</li>

<dl>

<dt>Tema de definir</dt>

<dd>Definición del tema dentro de párrafos</dd>

</dl>

<blockquote cite="http://cita.com">

Cita larga extraída de otro lugar

</blockquote>

<q>Cita corta</q>

<cite>Título de un trabajo</cite>

<abbr title="expansión de la abreviatura">Abreviatura</abbr>

<sub>Subíndice</sub>

<sup>Superíndice</sup>

<details>

<summary>Título visible</summary>

<p>

Detalles adicionales que el usuario puede mostrar u ocultar

</p>

</details>

<small>Comentario anexo que no es esencial para la comprensión

</small>

# Ejercicio de etiquetas de texto

<http://www.ovaciondigital.com.uy/recaudacion-uruguay-argentina-historica.html>



# Etiquetas de imagen

**<img>**

**<img**

**src**="imagen.jpg"

**alt**="Texto alternativo para quienes no puede ver  
la imagen sea cual sea el motivo"

**title**="Detalle de lo que trata la imagen"

**>**

# Etiquetas de imagen \*HTML5\*

## **<figure>**

Define que el contenido allí serán ilustraciones, diagramas, fotos, etc.

## **<figcaption>**

Define el "pie de foto" o "título de la misma".

Puede usarse antes o después de la etiqueta <img> pero dentro de <figure>



# Ejercicio de etiquetas de imagen



**<figure>**

**<img**

**src**="imagen.jpg"

**alt**="Texto alternativo para quienes no puede ver la imagen sea cual sea el motivo"

**title**="Detalle de lo que trata la imagen">

**<figcaption>**

Pie de foto

**</figcaption>**

**</figure>**

La imagen es un **contenido no textual**.

La descripción de **alt** aparecerá antes de que se cargue el archivo asociado o en su sustitución. Debe asegurar que mediante texto identifique de qué trata la imagen (texto alternativo).



El **title** aparece cuando el puntero del mouse pasa por encima de la imagen.

