

INTRODUCCIÓN A LOS LENGUAJES DE MARCAS

LIMA UD1 – Tema 0

IES Plurilingüe Antón Losada Diéguez



Tabla de contenido

0. Funcionamiento de la web	2
1. Lenguajes de marcas	2
1.1 Clasificación	2
1.1.1 Marcado de presentación	2
1.1.2 Marcado de procedimientos.....	2
1.1.3 Marcado descriptivo.....	3
1.2 Editores de texto	3

Introducción a los lenguajes de marcas

0. Funcionamiento de la web



1. Lenguajes de marcas

Un lenguaje de marcas es una forma de codificación de documentos que, además de incluir el propio texto, incluye una serie de etiquetas o marcas que contienen información adicional sobre la estructura o la presentación del texto.

Cada lenguaje estipula sus propias etiquetas, orden y estructura que tienen que tener para su correcto funcionamiento y el significado de cada una de ellas.

Todos los lenguajes de marcas tienen dos características fundamentales, utilizan etiquetas y son compatibles e independientes de la plataforma.

1.1 Clasificación

Existen tres tipos fundamentales de lenguajes de marcas.

1.1.1 Marcado de presentación

Es aquel que indica el formato del texto pero sin que el usuario lo vea. Se utiliza para maquetar la presentación de un documento, de ahí el nombre, para facilitar su lectura y organizar la información de forma más clara y sencilla.

Este es el que utilizan los editores de texto.

1.1.2 Marcado de procedimientos

Es similar al de presentación, solo que el usuario ve las etiquetas. Se utiliza para maquetar, pero a un nivel más avanzado.

Un ejemplo es LaTeX o PostScript.

1.1.3 Marcado descriptivo

Este tipo de lenguaje de marcas se centra en indicar el significado del texto, incorporando metadatos que añaden más información a los datos. Este tipo de lenguajes no indican el orden o estructura de los datos, solo su significado.

Un ejemplo es XML o HTML.

1.2 Editores de texto

Para crear un documento usando lenguajes de marcas solo se necesita un editor de textos. Este puede ser tan sencillo como un Bloc de Notas o tan potente como el IDE Eclipse.