

Síntesis conceptual

Grado: Desarrollo de aplicaciones multiplataforma
Asignatura: Lenguaje de Marcas y Sistemas de Gestión de la Información
Unidad: 1. Reconocimiento de las características de los lenguajes de Marcas

Resumen

Para visualizar los lenguajes de marcas bien formados, se usará casi siempre el navegador web, que no es lo mismo que un buscador.

La clasificación de los lenguajes de marcas es:

- Tipo 1 o de procedimiento.
- Tipo 2 o de presentación.
- Tipo 3 o descriptivos o semánticos.

Las características comunes de los lenguajes de marcas son:

- Texto plano (plain text).
- Interoperabilidad o independencia.
- Flexibles y fáciles de crear.

El alcance de los lenguajes de marcado es muy amplio ya que permite el intercambio de datos entre diferentes aplicaciones, independientemente de la plataforma utilizada y la tecnología en las que se creen.

Cuando queramos describir los elementos que comprenden un lenguaje de marcas, haremos referencia a tres términos: etiquetas, elementos y atributos. Las dos principales organizaciones desarrolladoras de los lenguajes de marcas:

- ISO.
- W3C.

Las gramáticas son las reglas que se establecen a la hora de escribir el lenguaje,

- DTD.
- XML Esquema.
- Relax NG.

Conceptos fundamentales

- **Etiqueta o tag:** un texto que se encuentra en un símbolo menos que (<) y otro símbolo mayor que (>).

- **Elementos:** representan estructuras mediante las cuales se organizará el contenido del documento o acciones que son actividad por el programa del navegador que interpreta el documento.
- **Atributo:** un par nombre-valor que se encuentra al comienzo de un elemento e indica las propiedades con las que se pueden asociar los elementos.
- **Gramática:** las reglas que se establecen a la hora de escribir el lenguaje.
- **ASCII:** Código estándar estadounidense para el intercambio de información, se basa en un código numérico para codificar todos los caracteres posibles.