

1 Clasificación

2 Clasificación das linguaxes de marcas

Adóita agruparse as linguaxes de marcas en tres categorías, aínda que non son excluíntes. De feito, existen linguaxes, como o HTML, que poderían formar parte de máis dunha delas:

- **Linguaxes de marcado de presentación.** Son os que usaban ata hai pouco os procesadores de textos e codifican como se debe presentar o documento. As etiquetas indican, por exemplo, "isto está en cursiva", "isto está xustificado cara a dereita", etc. Este tipo de linguaxes son útiles para maquetar a presentación dun documento para a súa lectura, pero non serven para o procesamento automático da información xa que son pouco flexibles e difíciles de manter. Frecuentemente, o usuario non é consciente do marcado xa que se empregan programas de alto nivel para realizar o marcado. O RTF (*Rich Text Format*) é un tipo de linguaxe de marcado deste tipo.
- **Linguaxes de marcado procedimentais.** Como as anteriores, están enfocadas cara á presentación do texto, con todo, as etiquetas poden incluír a execución dalgún comando ou rutina que indica como se ten que tratar o texto. Normalmente, as etiquetas son visibles para o usuario que edita o texto. Exemplos destas linguaxes son o TeX, LaTeX e Postscript.
- **Linguaxes de marcado descritivos.** Nesta categoría atopamos ao XML (*eXtensible Markup Language*) e ao SGML. Ambos son estándares do W3C, que é o organismo encargado da estandarización das tecnoloxías sobre as que se sustenta a Web. Estas linguaxes non indican que facer co texto, senón que é o texto. Como o seu propio nome indica, describénolo. A idea clave é que as marcas non determinan o procesamento do documento de maneira fixa (como nos procedimentais), xa que devandito procesamento determinábase a partir das necesidades concretas, e beneficiábase da estrutura lóxica do documento caracterizada a través das súas marcas.

Ademais da clasificación anterior, convén mencionar as principais linguaxes de marcas no eido das tecnoloxías Web:

- **SGML** (*Standard Generalized Markup Language*). En realidade é unha metalinguaxe, é dicir, úsase para crear outras linguaxes de marcas. Por exemplo, a gramática do HTML creouse a partir dela. É moi potente pero tamén complexa de utilizar. Motivo polo que se creou XML. Consulta un [exemplo de documento SGML](#).
- **XML**. É un subconxunto de SGML. Por tanto, é tamén unha metalinguaxe pero moito máis doada de usar. A súa aplicación vai máis alá de Internet, sendo un estándar para o intercambio de información estruturada entre diferentes plataformas. Consulta un [exemplo de documento XML](#).
- **HTML** (*HyperText Markup Language*). É a linguaxe de marcas máis coñecida xa que se usa para converter documentos de texto en páxinas web. Está bastante limitada xa que se pensou inicialmente para representar unicamente texto nun navegador web. Para solventar as súas carencias creouse XHTML. Consulta un [exemplo de documento HTML](#).
- **XHTML**. É unha reformulación de HTML en XML. Noutras palabras, emprega o mesmo vocabulario que HTML pero con regras sintácticas tomadas de XML, moito mais estritas. Consulta un [exemplo de documento XHTML](#).

--Arribi 16:51 22 sep 2010 (BST)