



**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL**

**SPORTS MACHINE PANAMÁ, ALTERNATIVA EN EL DEPORTE**

**POR**  
**OSCAR LASSO ALTAMIRANDA**

**TESIS INTERVENCIÓN PRESENTADA COMO UNO DE LOS REQUISITOS  
PARA OPTAR AL GRADO DE MAESTRO EN PERIODISMO DIGITAL**

**PANAMÁ, REPÚBLICA DE PANAMÁ**

**2022**

## ÍNDICE GENERAL

Agradecimiento

Dedicatoria

Índice General

Resumen

Introducción

### **CAPÍTULO PRIMERO: ASPECTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

1.1 Antecedentes

1.2 Planteamiento del problema

1.3 Justificación

1.4 Objetivo de la investigación

1.4.1 Objetivos generales

1.4.2 Objetivos específicos

1.5 Delimitación y Cobertura

1.6 Restricciones

1.7 Muestra

1.8 Tipo de muestra

1.9 Técnica y recolección de datos

1.10 Cronograma de la investigación

### **CAPÍTULO SEGUNDO: MARCO TEÓRICO**

2. Conceptualizaciones de términos

25 ABR 2023

2.1 Concepto de Periodismo Deportivo

2.2 Concepto de Periodismo Especializado

2.3 Concepto de Página Web

2.4 Antecedentes de la Página Web

2.5 Clasificación de la Páginas Web

2.6 Requerimientos para una Página Web

2.7 Elija una combinación de colores que se ajusten a su marca

2.8 Beneficios de una página Web

### **CAPÍTULO TERCERO: Metodología**

3.1 Diseño de la investigación

3.2 Objetivo de la investigación

3.3 Tabulación de la recolección de datos

3.4 Presentación análisis e interpretación de los resultados

### **CAPÍTULO CUARTO: Propuesta de la página web**

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

**CAPÍTULO PRIMERO**  
**ASPECTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1 Antecedentes

Los acelerados cambios que se vienen registrando en el campo de la comunicación social, producto de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), ha llevado a que el emprendedurismo sea más notorio en la profesión del periodismo, en vista de que los periodistas se convierten en sus propios gestores de sus medios digitales, utilizando para ello, una serie de recursos propios de estas innovaciones como lo son: páginas web, periódicos digitales, programa en la radio digital, televisión digital, entre otros recursos, con la finalidad de orientar, informar, educar y entretener al público sobre los diferentes temas especializados que se tratarán en el presente trabajo de investigación.

En nuestro medio, observamos que existen páginas web especializadas en diferentes temas, al igual que otros lo hacen en los deportes de tal manera que las informaciones sean más rápidas, de actualidad y sencillas, para que el ciberlector pueda apreciarlas y enterarse de los sucesos en el ámbito nacional e internacional.

En el caso particular de la propuesta sobre la página deportiva **SPORTS MACHINE PANAMÁ, ALTERNATIVA EN EL DEPORTE**, esta será de una manera interactiva y de inmediatez; es decir, con diferentes secciones que contribuirán a facilitarle al ciberlector una serie de datos noticiosos, resultados estadísticos de los equipos o certámenes, aspectos históricos de las federaciones, asociaciones, y de otras organizaciones privadas e internacionales que inciden en la dirigencia nacional panameña; así como también las regulaciones que impone el Gobierno en

las disciplinas deportivas, que se constituirán como una fuente permanente de información, que ayudarán en los datos informativos que se publiquen.

## **1.2 Planteamiento del problema**

Cada vez es mayor la incursión de páginas Web en el ciberespacio, relacionadas con diferentes temas especializados en las disciplinas del deporte, tanto de índole nacional como internacional. Así, vemos que los medios impresos han tenido que adoptar periódicos digitales, las emisoras radiales y los canales de televisión, cuentan actualmente con una página web informativa, con una serie de segmentos deportivos relativamente cortos ya que, de esta manera, no se quedarán rezagados frente a otros medios que le hacen competencia.

En la actualidad, una página web brinda credibilidad e inmediatez ante los aficionados amantes deportivos potenciales y los ayuda en obtener informaciones frescas en los buscadores; por tal razón, se proponen la creación de una estructura de la página web especializada en deportes, con amplios contenidos que resulte relevante en nuestro medio y diferentes a otros que ya existen.

Por lo expuesto hasta el momento, procedemos a realizar la presente investigación de intervención denominada ***SPORTS MACHINE PANAMÁ, ALTERNATIVA EN EL DEPORTE.***

Este proyecto busca que los ciberlectores, a través de los dispositivos móviles, obtengan las informaciones oportunas y veraces sobre los eventos deportivos nacionales e internacionales de las diferentes disciplinas deportivas que se desarrollan diariamente.

De lo expresado hasta el momento, esto nos conlleva a plantearnos las siguientes interrogantes:

- ¿Qué tipo de diseño se utilizará en la página web **SPORTS MACHINE PANAMA?**
- ¿Cuántas secciones deportivas tendrá la página web **SPORTS MACHINE PANAMA?**
- ¿Qué elementos emergentes tendrá la página web **SPORTS MACHINE PANAMA?**
- ¿En qué plataforma Digital se confeccionará la página web **SPORTS MACHINE PANAMA?**

### **1.2.3 Justificación e impacto**

La Sociedad de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), han desplegado una serie de recursos digitales que permitan confeccionar páginas web especializada en temas de deporte y, de esta manera, informar sobre estas diferentes disciplinas que ocurren en el plano nacional e internacional.

Esta página web también incentivará la cultura que va ligada al deporte y, de esta manera, cumplir con los fines de todo medio, resaltando los valores éticos que conllevan las competencias deportivas.

Es importante indicar que, hasta el momento, no se ha elaborado algún tipo de trabajo investigativo sobre el tema que proponemos, para ello, contamos con una

serie de referencias bibliográficas como lo son: textos físicos y electrónicos que nos lleven a cristalizar nuestro proyecto de intervención.

### **1.2.4 Objetivos generales**

- Desarrollar una página web con contenido deportivo con el fin de informar y comentar al público que visite el sitio sobre los diferentes sucesos deportivos.

### **Objetivos específicos**

- Identificar los elementos interactivos que tendrá la página web deportiva.
- Facilitar la divulgación de informaciones deportivas al público interesado sobre estos temas noticiosos.

### **12.5. Metodología (métodos y materiales: población, muestra, instrumentos de recopilación de información, métodos y técnicas de análisis estadístico).**

La metodología será de tipo descriptiva y bibliográfica, el método inductivo-deductivo.

La población es de 100 personas, la muestra de 70 personas, técnica del cuestionario y encuesta.



## **CAPÍTULO SEGUNDO**

## **2. Conceptualizaciones de términos**

### **2.1 Concepto de Periodismo Deportivo**

En cuanto al concepto del periodismo deportivo, por lo general, los tratadistas en este campo coinciden en que se centra en informar noticias y eventos deportivos de aficionados y profesionales. Es por esta razón que los periodistas deportivos trabajan en todos los medios de comunicación, con la finalidad de informar los resultados de las diferentes disciplinas deportivas que se desarrollan en el ámbito nacional e internacional.

El periodismo deportivo es el elemento esencial de muchas organizaciones de medios de comunicación. La cobertura deportiva ha crecido en importancia a medida que el deporte se ha ampliado en riqueza, poder e influencia. Además, algunos medios de comunicación se dedican por completo a la información deportiva.

Así, vemos periódicos y revistas deportivas como *L'Equipe* en Francia, *La Gazzetta dello Sport* en Italia y *Marca* en España; cadenas de televisión como *Eurosport*, *Fox Sports* y *ESPN*; emisoras de radio deportivas como *BBC Radio 5 Live*, *ESPN Radio*, *Fox Sports Radio* y *TSN Radio*; y páginas web como *ESPN.com*, *Foxsports.com* y *Yahoo! Sports*.

### **2.2 Periodismo especializado**

Sobre este término, los especialistas señalan que es una palabra compuesta en vista de que no se dirige a un público específico y concreto. En este sentido,

**Montserrat Quezada** (1999) lo define así: «por periodismo especializado entendemos aquel que resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, condicionada siempre por el medio de comunicación que se utilice como canal para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sociales».

### **2.3. La página web**

La página web se define como un documento electrónico, el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojada en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores. Una página web forma parte de una colección de otras páginas web, dando lugar al denominado sitio web el cual se encuentra identificado bajo el nombre de un dominio.

La creación y desarrollo de una página web se realiza bajo un lenguaje de programación capaz de ser interpretados por los navegadores, lenguajes como el HTML, PHP, ASP, JSP o RUBY son ejemplos, entre otros. Al inicio de la era de internet accesible, sobre los años 90, era necesario el conocimiento de algún lenguaje de programación para el desarrollo de una web, siendo una tarea encomendada a personas con altos conocimientos informáticos, hoy, contamos con *software* especializado capaz de trabajar como un editor de texto, estilo word, que transforman toda la información insertada en un lenguaje de programación capaz de ser interpretado por los navegadores; de esta forma se liberó y globalizó la creación de páginas webs con apenas unos escasos conocimientos informáticos,

programas como Dreamweaver, Amaya, Sharepoint Designer o Mozilla Composer son entre otros los denominados WYSIWYG (acrónimo del inglés «lo que ves es lo que obtienes») capaces de crear complejas páginas webs con el entorno de un simple editor de texto.

Una vez que hemos creado y desarrollado nuestras páginas webs es necesario alojarlas en un servidor el que podemos definir como un ordenador conectado constantemente a la intranet privada o a internet, cuyo objetivo es poder disponer de la página web a cualquier hora del día. Para poder acceder al servidor, es necesario el uso de programas denominados clientes FTP, los cuales conectan el ordenador personal donde se ha desarrollado la página con el servidor en el que se alojará, Filezilla, FileFTP o Cute FTP son, entre otros ejemplos, los clientes FTP.

Por último, una vez alojadas nuestras páginas webs, estas son accesibles mediante el uso de navegadores, los cuales permiten visualizar correctamente la información alojada y desarrollada. Chrome, Mozilla, Internet Explorer y Safari son, entre otros ejemplos, navegadores ampliamente utilizados.

#### **2.4 Antecedente de la página web**

En un principio, era solo texto, pero a medida que ha evolucionado la tecnología, tanto los ordenadores, como las redes de telecomunicaciones han generado nuevas formas de desarrollar la web. La inclusión de imágenes fue la más significativa, pero también debemos mencionar el vídeo, la animación y los espacios 3D, ya que aportan valores estilísticos de diseño y de interactividad nunca antes imaginados.

El diseño de páginas web se ha desarrollado a medida que ha evolucionado la Internet.

En 1992, solo había alrededor de cincuenta sitios web. Estadísticas del 2005 nos afirmaban que la cantidad de sitios web ronda los ocho mil millones de sitios, a los que diariamente se le suman a raíz de 4,400 por día. Datos recientes estiman que hay alrededor de dos mil millones de páginas colgadas y se espera que en los próximos años llegue a los ocho mil millones, excediendo el número de habitantes del planeta. Sin embargo, solo una fracción de este número es visitado habitualmente por la mayoría de los usuarios.

## **2. 5 Clasificación de las páginas web**

Podemos agrupar o clasificar todas las páginas webs en dos grandes grupos:

- a. Webs estáticas
- b. Webs dinámicas

Las webs estáticas son aquellas cuya información no varía en un tiempo a medio o a corto plazo, también se las reconoce puesto que no interactúan con el usuario o navegante, su lenguaje de programación está basado en HTML y están compuestas principalmente de textos e imágenes.

Las webs estáticas fueron unas del primer tipo de páginas que aparecieron durante el desarrollo y expansión de internet, su creación y desarrollo es relativamente fácil al disponer de programas estilos editores de texto, que nos permiten programarlas sin tener conocimiento alguno sobre HTML, esto es una de

las grandes ventajas que presentan este tipo de páginas. Por otro lado, cada vez que se necesite modificar alguna parte de la web es necesario conectarse al servidor donde está alojado y publicar los documentos modificados, cosa que conlleva tiempo y esfuerzo.

Las webs dinámicas son aquellas que son capaces de interactuar con el usuario o navegante dado a que están conectadas con bases de datos que permiten el desarrollo de aplicaciones webs, su principal ventaja es la personalización de la web en función del usuario, así como la rapidez de modificación de los contenidos. Este tipo de webs están desarrolladas bajo lenguajes de programación como PHP, ASP, JSP o RUBY; el manejo de dichos lenguajes requiere de ciertos conocimientos informáticos.

Las primeras webs dinámicas se crearon a principios de los años 1990 a raíz de la expansión y crecimiento exponencial que adquiría la red y las nuevas necesidades que se originaban, ya que el inmenso volumen de información que existía necesitaba disponer de buscadores al estilo Google; por otro lado, la venta por Internet desencadenó el desarrollo de las primeras webs de comercio electrónico como Amazon, por último, la web 2.0 nos condujo al desarrollo de las primeras redes sociales como Facebook, lanzado en el año 2004.

Foros de opinión, redes sociales, tiendas virtuales, buscadores, gestores de correos electrónicos o aplicaciones empresariales alojadas en la nube son, entre otros ejemplos, webs dinámicas.

Las webs dinámicas y estáticas pueden clasificarse a su vez en páginas webs:

- Privadas
- Públicas

Las páginas privadas son aquellas a las que solo puede acceder un número limitado de personas que puedan ser identificadas y reconocidas por el sistema de acceso, mientras que las públicas son accesibles por cualquier persona que disponga de una conexión a Internet.

En la actualidad, dentro de un mismo sitio web existen las cuatro clases de páginas descritas anteriormente; por ejemplo, el acceso a nuestra cuenta bancaria es una página dinámica dado que, el saldo disponible cambia instantáneamente cuando realizamos una compra, a su vez es una página privada, puesto que su acceso está restringido a las personas que puedan autenticarse mediante claves o *password*. Pero dentro de la página web de nuestro banco, encontramos páginas estáticas como direcciones de contacto o información global sobre el sitio como las políticas de uso; a su vez, estas páginas son públicas dado a que no se requiere ningún tipo de autenticación para acceder a ellas.

## **2.6 Requerimientos para una página web**

Hay que tomar en cuenta algunos aspectos importantes para iniciar una página web. A continuación, explicamos los términos usados para que se conozca lo que implica tener una web.

Es sencillo:

- Dominio
- Hosting
- Redacción para la página web
- Fotografía de sus productos o del servicio
- Información organizada

Un estudio creativo asesora y guía en todo momento a quien solicita la página web. Los especialistas se encargan del proceso técnico y solo es asunto de ver cómo su página web es creada y empieza a funcionar. Sin embargo, este aspecto técnico elige diseños y los personaliza al gusto del usuario. Añade contenido a tu página web. El dominio es el «punto com» con el que llamamos a una web a través de nuestro navegador. Es necesario verificar la disponibilidad del mismo y, si no está vacante, debe tener una segunda opción.

Se contrata y queda reservado exclusivamente para el cliente durante un año o el periodo por el que se haya realizado el contrato. En la cuenta del dominio hay que configurar los DNS que es la manera de indicar a qué servidor se debe de referir el nombre de la página web para mostrarse.

En la siguiente dirección que trata sobre los 14 requisitos y características imprescindibles para una página web de éxito, se detallan una serie de aspectos que se deben de considerar para cualquier página web y que de esta manera sea más funcional tal como lo exigen los tratadistas versados en este campo.



<https://presupuestowp.com/disenador-web-wordpress/requisitos-caracteristicas-pagina/>

## **Nombre de dominio**

Por lo general se recomienda el nombre; su dirección web es lo primero que debe resolver. Por otro lado, el nombre de dominio debe ser fácil de recordar y reflejar en el nombre de su marca. Si alguien más ya está usando el nombre, entonces se debe considerar agregar ltd, tienda o compañía al final de su nombre de marca.

Su nombre de dominio debe ser idealmente único, para que los visitantes no se confundan. Además, su nombre de dominio no debe incluir guiones y números, ya que estos caracteres pueden ser difíciles de recordar. Aparte de esto, siempre es una buena idea añadir palabras claves de tendencia al nombre de dominio. También debe ser fácil de escribir y corto para que los clientes puedan recordarlo rápidamente. Si la generación de un nombre de dominio único es un reto, siempre puede utilizar un generador de nombres de dominio, para ayudarle a encontrar ideas para su nombre de marca.

## **Optimización para dispositivos móviles**

Muchas personas navegan por internet a través de sus teléfonos inteligentes y tabletas, en lugar de sus computadoras portátiles y PC. Por lo tanto, su sitio web necesita tener una versión móvil que funcione sin problemas. Debería probarse regularmente esta versión móvil para asegurarse de que no hay ningún problema.

Además, si el sitio web tiene una aplicación Playstore o App Store, entonces esta aplicación necesita ser anunciada para que anime a los clientes a instalarla.

### **Rápida velocidad de carga**

La velocidad a la que se carga un sitio web puede destruir su negocio. Con una multitud de opciones disponibles, los clientes pueden saltar rápidamente al sitio web de un competidor, si el propio tarda demasiado en cargarse. El retraso de un segundo en el tiempo de carga podría resultar en una disminución del 7 por ciento en las conversiones y un 11 por ciento menos de páginas vistas. Un sitio web lento, sin duda, rechazará a los visitantes. Al respecto, múltiples razones podrían estar causando el retraso, como la instalación de demasiados *plugins* o la visualización de demasiados anuncios.

Para asegurarse de que un sitio web no se enfrenta a estos problemas, se debe considerar la posibilidad de utilizar uno de los distintos creadores de sitios web. Cada uno de ellos puede asegurar que su sitio funcione sin problemas.

### **Integración con redes sociales**

Tener una presencia activa en los medios sociales es tan importante como construir un sitio web de primera clase. Si tienes perfiles en varias plataformas de medios sociales, como Facebook, Instagram o Twitter, deberías resaltar tu actividad de medios sociales en tu sitio web. Muchos *plugins* proporcionan a los clientes una forma de seguir sus perfiles de medios sociales con solo hacer clic en un botón de su sitio web. Además, también debe incluir el enlace del sitio web en las

descripciones de sus perfiles en los medios sociales. Si su perfil en los medios sociales se actualiza regularmente con nuevo contenido, debe vincularlo al sitio web, para que el contenido se cargue automáticamente.

### **Identidad de marca clara y potente**

El sitio web debe estar en línea con la identidad general de su marca. Si ya ha diseñado un logotipo para los materiales de *marketing*, entonces este logotipo debe aparecer en el sitio web. Además, el tono del sitio debe coincidir con el tono del negocio. El tema general del sitio web y sus fuentes y colores deben coincidir con la marca general.

### **Credibilidad**

Se puede utilizar el sitio web de múltiples maneras para construir la credibilidad de su negocio.

Para empezar, un sitio web impecablemente diseñado muestra automáticamente a los visitantes que se invirtió mucho tiempo, esfuerzo y dinero en el desarrollo del sitio web. Quizás, la mejor manera de demostrar la credibilidad en el sitio web es mostrando los testimonios de los clientes. Las recomendaciones de los clientes son una de las formas más influyentes de *marketing*, y una página de testimonios muestra a los visitantes que otras personas han tenido una experiencia positiva. Si hay confusión acerca de lo que debe mostrar en un sitio web, se deben revisar los ejemplos de testimonios para saber qué funcionaría.

Dado que Google muestra los comentarios de las empresas en su página de resultados, es más importante que nunca animar a los clientes a dejar comentarios positivos para que puedan compensar los comentarios negativos. Además, no se debe comentar el error de desactivar las valoraciones o reseñas, ya que esto hará que los visitantes piensen que se está intentando ocultar algo.

### **Optimización para motores de búsqueda**

A veces, el problema no es el rendimiento del sitio web porque es posible que los visitantes no terminen en el sitio web en primer lugar. Si ese es el caso, se necesita mejorar la optimización del motor de búsqueda del sitio web. Hay varias maneras de mejorar el *ranking* en las páginas de resultados de los motores de búsqueda (SERP). La mayoría de los propietarios de negocios cometen el error de rellenar palabras clave donde incorporan palabras clave en cada rincón de sus sitios web. Esto tiene el efecto contrario en el sitio web, ya que podría parecer *spam*, haciendo que Google baje su *ranking*. En su lugar, puede incorporar palabras claves de forma natural añadiéndolas a la meta descripción, descripciones de imágenes y encabezados. También puede optimizar su sitio web y mejorar su posicionamiento a través de otras tácticas, como el *backlinking*.

### **Seguridad**

La seguridad de su sitio web debe ser una prioridad, sino también para sus clientes. Los *hacks* en el sitio web están en aumento, lo que resulta en una reputación dañada, información privada filtrada y en una pérdida de clientes. Compañías como Facebook, Google+ y T-Mobile han sido víctimas de violaciones

de datos, por lo que es crucial asegurarse no ser uno de ellos. Los visitantes pueden averiguar si el sitio web no es seguro, lo que podría impedir que confíen del negocio. Por ejemplo, si los clientes necesitan hacer compras, entonces es necesario utilizar una plataforma de pago segura, para aliviar las preocupaciones. De igual forma, si se requiere que los visitantes inicien sesión, los datos de inicio de sesión deben estar protegidos para garantizar que las contraseñas no se puedan adivinar o filtrar. Es vital para mantener el diseño de la página de inicio libre de desorden; llenarla con toda la información que los visitantes encontrarán relevante no es una gran manera de decirles lo que necesitan saber. Por otro lado, una página ocupada con demasiadas imágenes e información abrumará al público. Es necesario que la página de inicio sea fácil de navegar, bien pensada y organizada, ya que, de esta manera, irradiará profesionalidad.

**Hazlo:** Haga que la página de inicio tenga un aspecto profesional con un diseño sencillo, fácil de navegar y limpio. Se debe colocar información y contenido útil, como detalles de contacto, en algún lugar donde los visitantes puedan verlos de inmediato.

**No lo hagas:** Confunda a sus visitantes con una página web desordenada y piérdalos en el proceso. Por tanto, evite el exceso de textos, imágenes, vídeos, clip art, anuncios, banners, etc.

### **Usar imágenes de alta calidad**

El uso de imágenes de alta resolución en su sitio y el mantenimiento de la mejor calidad de su contenido es crucial. Hay millones de sitios web hoy, y eso significa

que uno más es un pequeño pez nadando en un mar enorme. Al respecto, todos sabemos que las imágenes pueden hacer que todo sea más fácil y mejor para leer. A los lectores les gusta ver imágenes visuales sobre grandes bloques de texto, y también se relacionan mejor con las fotos que con las palabras. Además, las imágenes permitirán a su público saber más sobre usted y su sitio web. Por lo tanto, es recomendable revisar la lista de sitios de fotos de *stock* gratuito donde se pueda obtener fotos de alta calidad sin costo alguno.

**Hazlo:** Utiliza fotos con alta resolución. No solo la página de inicio tendrá un aspecto profesional con fotos de calidad, sino que los visitantes, probablemente, explorarán otras páginas del sitio web.

**No lo hagas:** Extiéndase y añada todas las fotos que tenga, ya que pueden ser imágenes increíbles, pero la página tendrá más impacto con unas pocas fotos potentes y sólidas.

## **2. 7 Elija una combinación de colores que se ajusten a su marca**

A menudo se pasa por alto este simple elemento, pero es esencial para establecer no solo el tono de su página de inicio, sino también de todo su sitio web. Los colores que elija tendrán la capacidad de crear un impacto visual positivo en sus visitantes y harán que quieran permanecer en su sitio por más tiempo. Por lo tanto, asegúrese de elegir una combinación de colores adecuada a su marca.

**Hazlo:** Utilice una paleta de colores consistente que fortalezca su marca.

**No lo hagas:** Usa muchos colores. Evite aplicar los colores en los lugares equivocados.

### **Utilice el fondo apropiado**

El fondo de su página de inicio proporcionará a sus visitantes una primera impresión de su sitio. Eso es lo que le animará a seguir navegando o a cambiar a su competencia. Es así que, el mejor fondo debería funcionar bien con su combinación de colores y establecer el tono de su sitio sin distraer a los lectores de su contenido, ya que es un elemento de diseño que siempre estará visible, pero no debe sobresalir.

**Hazlo:** Elija un fondo que pueda captar la atención de su público y hacer que quieran saber más sobre usted y su negocio.

**No lo hagas:** Subestime el poder de un fondo de página web impresionante. Utilícelo a su favor para que su público se vaya con una buena impresión de su marca o negocio.

### **Optimizar la página web CTA**

El uso de una llamada a acciones o CTAs en su página de inicio es opcional, pero son los elementos más importantes para crear una página de destino que convierta. Así que, si los utiliza, asegúrese de hacerlo bien. Estos botones son sus puertas de entrada a los productos de su sitio, ofertas especiales, otras páginas, otros sitios y mucho más. Realícelo de manera que sea tentador para sus visitantes hacer *clic* y tomar medidas.

**Hazlo:** Crear una CTA fuerte con formulaciones claras y cortas. Manténgalo por debajo de cuatro palabras tanto como sea posible.

**No lo hagas:** Déjalo pasar sin ser visto y crear un botón autodestructivo que compita con los otros elementos de su página web. Por otro lado, el concepto completo de las CTA es llamar la atención de su audiencia y hacer que entren en acción. En cuanto al contenido siempre ha sido una forma efectiva de aumentar el compromiso de la audiencia, impulsar las ventas y desarrollar la presencia de la marca. Por lo tanto, su página de inicio debería contener fragmentos de su contenido, lo suficientemente intrigantes como para que hagan clic en el enlace de todo el artículo. Todos los detalles deben estar en las otras páginas de su sitio, por lo que añadir su biografía completa en su página de inicio no tendrá sentido si tiene una página completamente separada para ello. Además, sus lectores seguramente se dormirán si se deja llevar por la emoción y escribe párrafos demasiado detallados.

**Hazlo:** Cree contenido fresco y nuevo todo el tiempo para que sus visitantes sepan que su sitio web está actualizado y es una fuente confiable de información relevante.

**No lo hagas:** Exagerar escribiendo contenidos de tipo novedoso, porque nadie quiere pasar horas leyendo algo en línea. Es conveniente que Evite perder la atención de su audiencia siendo repetitivo y entrando en demasiados detalles.



## **2. 8 Beneficios de una página web**

Mucho más barato y mucho más flexible que la publicidad impresa. El Internet es muy diferente de la publicidad impresa, el ciberespacio es muy económico, los anuncios son visibles durante un período de tiempo indefinido, el contenido se puede cambiar sin tener que pedirle a alguien que lo haga por usted (si se utiliza un sistema de gestión de contenido CMS) y potencialmente puede llegar a un público más amplio.

### **· Marketing sin fronteras**

Los sitios web han permitido a las empresas superar las barreras geográficas, ya que los clientes pueden acceder virtualmente desde cualquier país del mundo a través de una conexión a internet.

### **Diversificar las fuentes de ingresos.**

Un sitio web no es solo un medio para proyectar la imagen de una empresa, es un medio de comunicación por medio del cual todo el mundo puede adquirir, intercambiar, comprar y entregar información. Por ejemplo, puede utilizar este medio para vender espacios publicitarios a otras empresas, ya que tiene disponibilidad 24 horas, siete días a la semana, los 365 días del año.

### **· Oferta y conveniencia**

El sitio web es un medio de autoservicio: por ejemplo, en lugar de tener que esperar en un trancón un sinnúmero de tiempo para pagar un servicio, ahora los usuarios hacerlo electrónicamente a través del sitio web.

### · **Agregar valor y satisfacción**

Al ofrecer comodidad, puntos de comparación, información detallada y un toque de atención individualizada al cliente, se agrega valor a la oferta y sus clientes experimentan un mayor nivel de satisfacción, capacitación y estandarización de la información empresarial, también mejora la credibilidad; es conveniente porque promociona el lugar físico; indiscutiblemente establece una comunicación de doble vía; facilita la investigación de mercado de manera fácil y económica.

#### **2.1.11 Formas de administrar la página Web**

Al acceder a un sitio web, se puede ajustar fácilmente la configuración de los permisos y de las *cookies* relacionada con ese sitio en Google Chrome.

#### **2.1.8 Cookies y datos del sitio**

Las *cookies* son archivos creados por los sitios web que visita el usuario en los que se almacenan datos de navegación, como las preferencias del sitio o la información del perfil. Están habilitadas de forma predeterminada. Es importante que se tenga en cuenta esta configuración, ya que las *cookies* pueden permitir que los sitios realicen un seguimiento de la actividad de navegación del usuario al visitarlos. Más información sobre cómo administrar las *cookies*.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

### **3.1. Tipo de la investigación**

El presente estudio cumple con las características de una investigación bibliográfica y de tipo descriptiva, el cual se fundamenta en lo que expresa el tratadista mexicano **Hernández Sampiere y otros (2011)**, al manifestar «que los estudios descriptivos buscan especificar la propiedad importante de personas, grupos, comunidades, o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden y evalúan diversos aspectos dimensiones o componentes del fenómeno a investigar».

### **3.2. Objetivo de la investigación**

- Conocer los públicos que se beneficiaran con la página web SPORTS MACHINE PANAMÁ.
- Señalar qué opinan las personas entrevistadas sobre la página web SPORTS MACHINE PANAMÁ.
- Contribuir con un marco de referencia sobre la página web SPORTS MACHINE PANAMÁ.

### **3. Delimitación y alcance**

Nuestro instrumento de investigación comprenderá la aplicación de una entrevista al público que escucha el espacio informativo de esta emisora.

#### **4. Muestra**

Para la selección de la muestra será de un 10% de un total de 300 personas, así mismo, el muestreo es de tipo probabilístico.

#### **5. Población**

Será un 50% de la audiencia.

#### **5. Instrumento de recolección de datos**

##### **5.1 Fuentes documentales**

Se realizará la consulta de diferentes fuentes bibliográficas físicas existentes, así como también investigaciones en la Web sobre este tema, el cual nos permite ampliar nuestro marco referencial sobre este tema.

##### **5.2 La entrevista**

Se procedió a efectuar una entrevista de cinco preguntas a los periodistas de reconocidas radioemisoras especializadas en periodismo deportivo tales como RPC Radio, Radio Panamá, Radio Nacional, Radio Chiriquí, entre otras.

##### **5.3 Cuestionario**

Para los efectos de la recolección de la información se preparó un instrumento con 10 preguntas, el cual se aplicará a 50 radioescuchas.

## **6. Instrumentos de recolección de datos**

### **6.1 Fuentes documentales**

Para el efecto de nuestra investigación, se procederá a consultar una serie de fuentes bibliográficas como lo son: textos, enciclopedias, diccionarios, revistas, entre otras fuentes; además, lo complementaremos con artículos en PDF que aparecen en la Web, entre otros documentos digitales que nos permitirán fortalecer el marco teórico de este proyecto de intervención.

### **6.2 Entrevistas**

También emplearemos la técnica de la entrevista, con un total de 6 preguntas, la cual se le aplicará al director de la emisora, y a la audiencia que siempre escucha este programa informativo.

## CUADRO N.º 1

### SEXO DE LOS ENCUESTADOS

No Periodistas	Periodistas
Masculino 21	Masculino 24
Femenino 14	Femenino 11
Total 35	Total 35

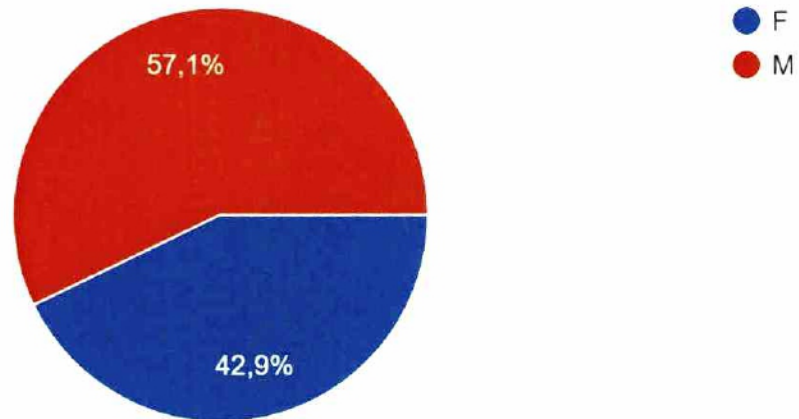
Fuente: El autor

Se puede observar que la mayoría de los encuestados son del género masculino, con un total de 21 caballeros; mientras que las femeninas suman 14 damas.

## OPINIÓN DE LOS NO PERIODISTAS

### GRÁFICA N.º 1

#### SEXO DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: El autor

En la siguiente gráfica se desprende que, de un total de 35 encuestados, 21 representan un 57.1% y son del sexo masculino; mientras que el 42.9% son del sexo femenino. Lo que indica que la mayoría del género encuestados fueron varones.



## CUADRO N.º 2

### ¿QUÉ EDAD TIENE?

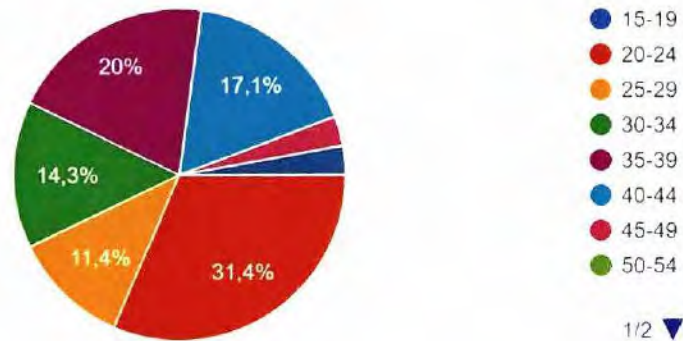
15-19	2
20-24	9
25-29	4
30-34	7
35-39	5
40-44	6
45-49	1
50-54	0
55-59	0
60-64	1
70-74	0
Total	35

**Fuente:** El autor

Con relación a esta interrogante, de un total de 35 encuestados, 9 tienen las edades entre 20-24; siete oscilan en los 30-34; seis están entre 40-44; cinco fluctúan en 35-39; cuatro están entre los 25-29; dos se aprecian en los 15-19; uno entre 45-49, y 60-64.

## GRÁFICA N.º 2

### ¿QUÉ EDAD TIENE?



Fuente: El autor

Sobre esta interrogante se desprende que, de un total de 35 encuestados, nueve tienen las edades de 20-24; siete tienen 30-34; seis, 40-44; cinco oscilan en 35-39; cuatro están entre 25-29; dos, 15-19; uno solamente, gravitan entre los 45-49 y 60-64.

### CUADRO N.º 3

#### ¿TE GUSTAN LOS DEPORTES?

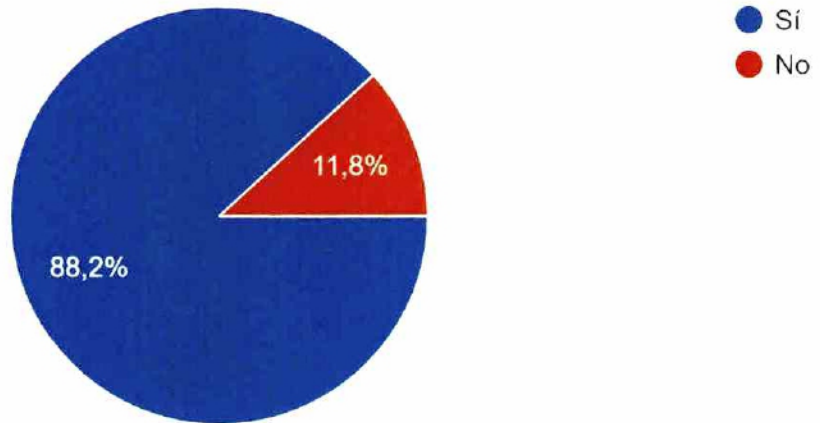
SÍ	31
NO	4
TOTAL	35

**Fuente:** El autor

Es importante indicar que, a la mayoría de los encuestados señalan que le gusta el deporte; mientras que solamente 4 manifestaron que no.

### GRÁFICA N.º 3

#### ¿TE GUSTAN LOS DEPORTES?



**Fuente:** El autor

Es importante indicar que, a la mayoría de los encuestados, con relación a esta interrogante, coincidieron que le gusta el deporte; mientras que 4 indicaron que no.

#### CUADRO N.º 4

#### ¿QUÉ DEPORTE TE APASIONA?

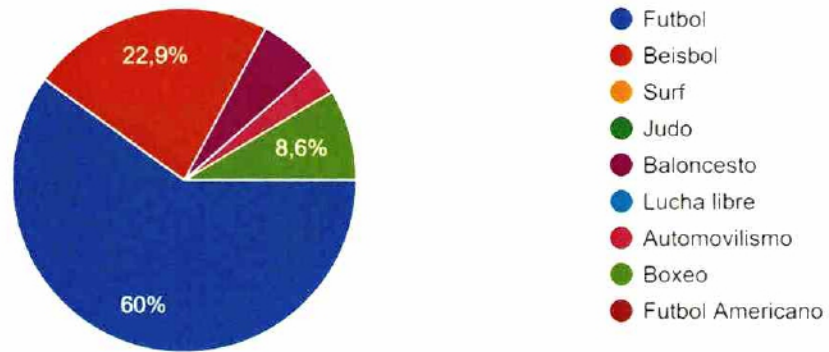
FÚTBOL	21
BÉISBOL	9
SURT	0
JUDO	0
BALONCESTO	1
LUCHA LIBRE	0
AUTOMOVILISMO	1
BOXEO	3
FÚTBOL AMERICANO	0
TOTAL	35

Fuente: El autor

Se observa que a 21 de los encuestados le gusta el fútbol; 9 el béisbol, 3 el boxeo, 1 baloncesto y 1 automovilismo.

## GRÁFICA N.º 4

### ¿QUÉ DEPORTE TE APASIONA?



Fuente: El autor

Se observa que a la mayoría de los encuestados le gusta el fútbol, le sigue béisbol, boxeo, baloncesto y automovilismo.



## CUADRO N.º 5

### ¿POR QUÉ TE GUSTA EL DEPORTE?

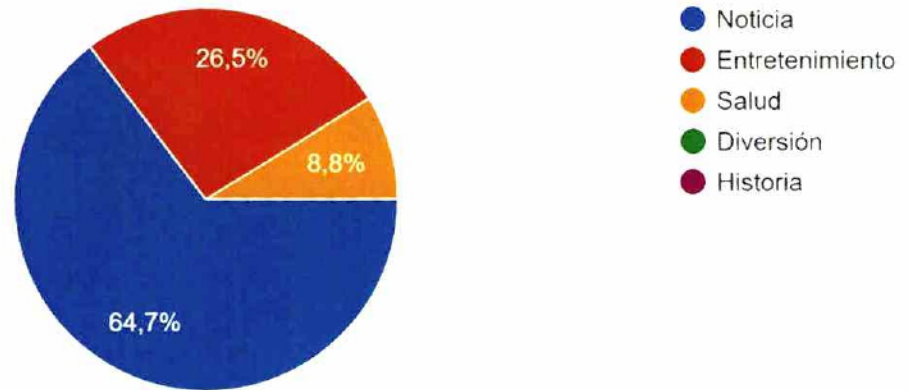
NOTICIA	19
ENTRETENIMIENTO	12
SALUD	0
DIVERSIÓN	3
HISTORIA	0
TOTAL	35

Fuente: El Autor

Se observa que 19 de los encuestados se inclinan por la noticia; 12, por el entretenimiento y solo 3 por diversión.

## GRÁFICA N.º 5

### ¿POR QUÉ TE GUSTA EL DEPORTE?



Fuente: El autor

Se observa que a 19 de los encuestados les gusta el deporte como noticia; 12, por entretenimiento; 3, por diversión.



### CUADRO N.º 6

#### ¿UTILIZAS TECNOLOGÍA PARA VER LOS EVENTOS DEPORTIVOS?

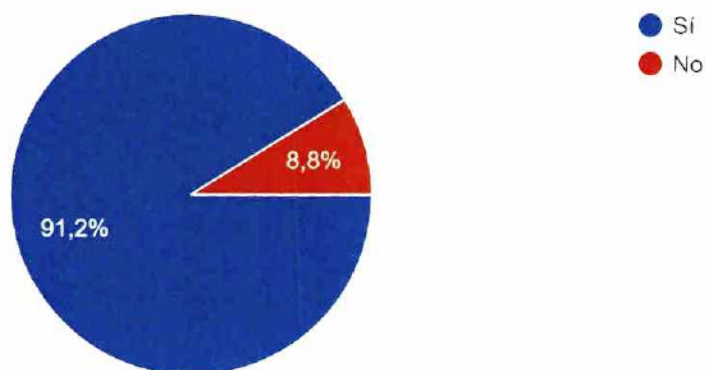
SÍ	33
NO	2
TOTAL	35

Fuente: El autor

Se observa que 33 de los encuestados utilizan tecnología para los eventos y 2 no la utilizan.

## GRÁFICA N.º 6

### ¿UTILIZAS TECNOLOGÍA PARA VER LOS EVENTOS DEPORTIVOS?



**Fuente:** El autor

Se observa que 33 de los encuestados utilizan tecnología para los eventos y solo 2 no la utilizan.

## CUADRO N.º 7

### ¿QUÉ TIPO DE TECNOLOGÍA PREFIERES?

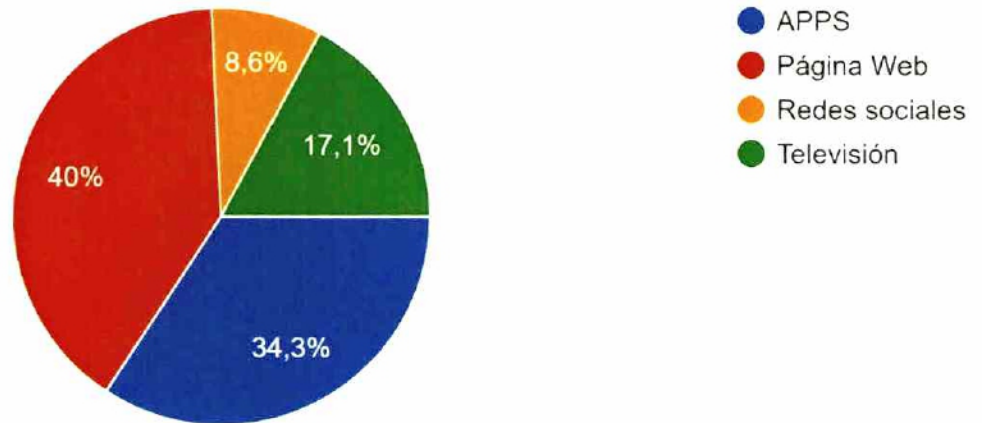
APPS	13
PÁGINA WEB	14
REDES SOCIALES	2
TELEVISIÓN	6
TOTAL	35

Fuente: El autor

Al respecto, 14 encuestados prefieren la tecnología para página Web; 13, para APPS; 6, para televisión y 2, para redes sociales.

## GRÁFICA N.º 7

### ¿QUÉ TIPO DE TECNOLOGÍA PREFIERES?



Fuente: El autor

Se observa que 14 encuestados prefieren el tipo de tecnología para página Web; 13, para APPS; 6, para televisión; y 2 se inclinan hacia redes sociales.

**CUADRO N.º 8**

**¿TE GUSTARÍA CONTAR CON OTRA ALTERNATIVA DE  
INFORMACIÓN EN MATERIA DEPORTIVA?**

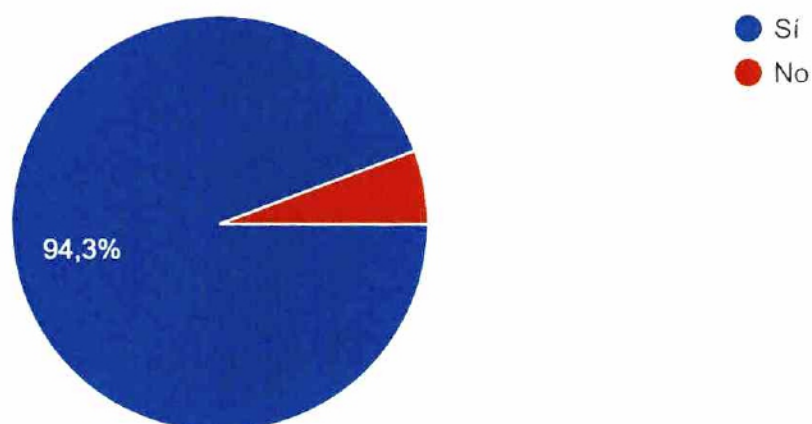
SÍ	33
NO	2
TOTAL	35

**Fuente:** El autor

Se observa en el presente cuadro que, a 33 de los encuestados les gustaría contar con otras alternativas de información; mientras que a 2 no les interesa.

### GRÁFICA N.º 8

¿TE GUSTARÍA CONTAR CON OTRA ALTERNATIVA DE  
INFORMACIÓN EN MATERIA DEPORTIVA?



**Fuente:** El autor

Se observa en el presente cuadro que a 33 de los encuestados les gustaría contar con otras alternativas de información, mientras que a 2 de ellos no les interesa.

### CUADRO N.º 9

#### ¿POR QUÉ TE GUSTARÍA ACCEDER A INFORMACIÓN DEPORTIVA?

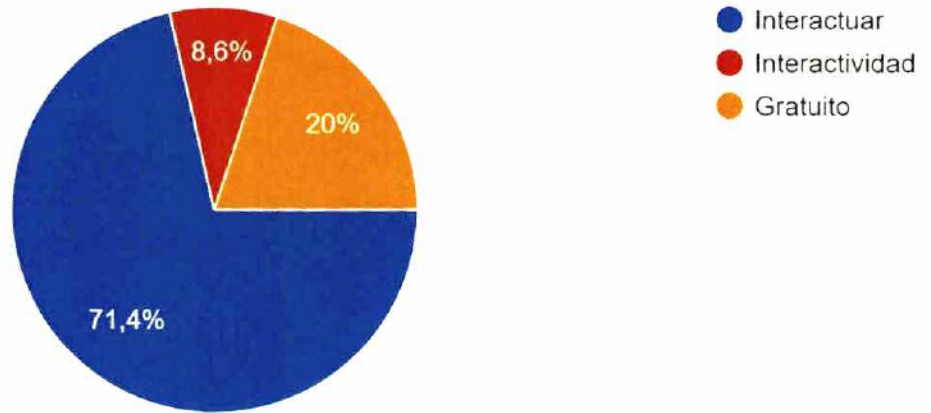
INTERACTUAR	3
INTERACTIVIDAD	25
GRATUITO	7
TOTAL	35

**Fuente:** El autor

Se observa que 25 de los encuestados acceden a la información deportiva por interactividad; 7, se conectan gratuitamente y 3 de ellos se vinculan por interactividad.

## GRÁFICA N.º 9

### ¿POR QUÉ TE GUSTARÍA ACCEDER A INFORMACIÓN DEPORTIVA?



Fuente: El autor

Se observa que 25 de los encuestados acceden a la información deportiva por interactividad; 7 entran gratuitamente y 3 se conectan por interactividad.



### CUADRO N.º 10

¿POR QUÉ PREFIERES UNA PÁGINA WEB? ¿POR SER AMIGABLE?

Sí	29
No	6
Total	35

Fuente: El autor

Se observa que 29 de los encuestados prefieren la página Web por ser amigable; mientras que 6 no la prefieren.

## GRÁFICA N.º 10

¿POR QUÉ PREFIERES UNA PÁGINA WEB? ¿POR SER AMIGABLE?



Fuente: El autor

Sobre esta interrogante, se observa que 29 prefieren la página Web, por ser amigable; mientras que 6 no la prefieren.

## OPINIÓN DE LOS PERIODISTAS

### CUADRO N.º 1

#### SEXO DE LOS ENCUESTADOS

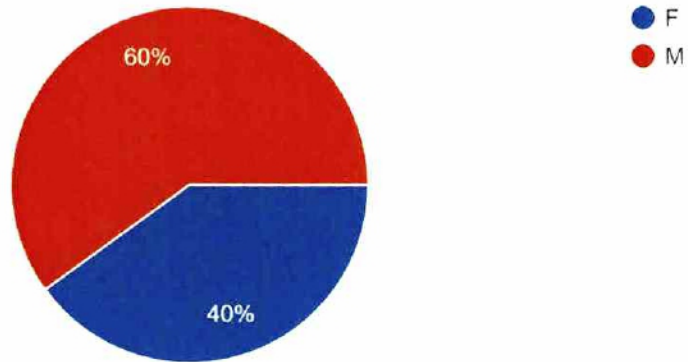
No Periodistas
Masculino 21
Femenino 14
Total 35

**Fuente:** El autor

En el cuadro se observa que 21 de los periodistas son del sexo masculino, mientras que 14 son del género femenino.

## GRÁFICA N.º 1

### SEXO DE LOS ENCUESTADOS



**Fuente:** El autor

En la gráfica se observa que 21 de los periodistas son del sexo masculino; mientras que 14 son del género femenino.

## CUADRO N.º 2

### ¿QUÉ EDAD TIENE?

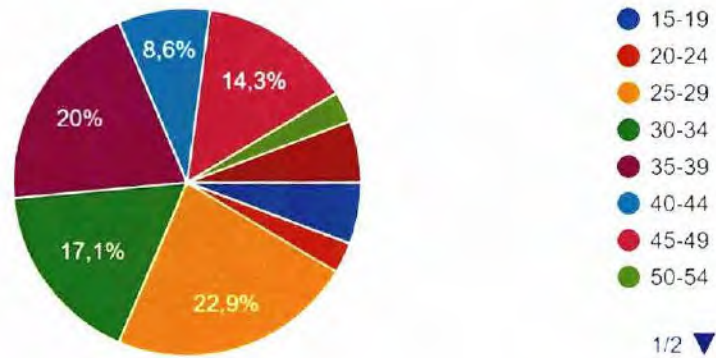
15-19	1
20-24	1
25-29	3
30-34	1
35-39	1
40-44	2
45-49	11
50-54	7
55-59	4
60-64	3
70-74	1
Total	35

Fuente: El autor

En el cuadro se observa que 11 de los periodistas tienen una edad entre los 45-49; siete oscilan en 50-54; cuatro están entre 55-59; tres varían en 25-28; tres fluctúan en 60-64; uno entre 15-19; uno está en 20-24; uno entre 30-34; uno va entre 35-39; uno está entre 70-74.

## GRÁFICA N.º 2

### ¿QUÉ EDAD TIENE?



Fuente: El autor

En la gráfica se observa que 11 de los periodistas tienen una edad entre 45-49; siete entre 50-54; cuatro oscilan en 55-59; tres fluctúan en 25-28; tres van entre 60-64; uno entre 15-19; uno está entre 20-24; uno tiene de 30-34: uno fluctúa entre los 35-39; uno entre 70-74.

### CUADRO N.º 3

#### ¿TE GUSTAN LOS DEPORTES?

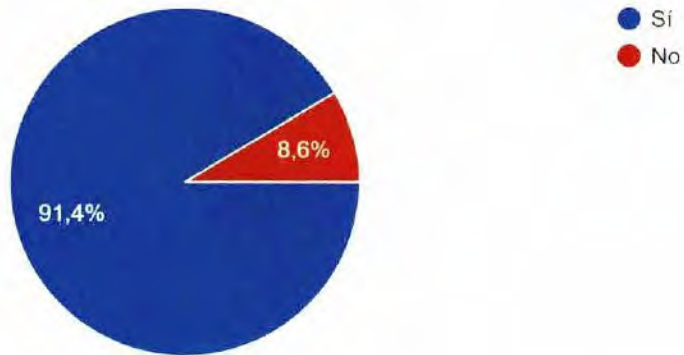
SÍ	32
NO	3
TOTAL	35

Fuente: El autor

Al respecto, 32 encuestados señalaron que sí les gusta el deporte; mientras que 3 indicaron que no les gusta.

### GRÁFICA N.º 3

#### ¿TE GUSTAN LOS DEPORTES?



Fuente: El autor

En la gráfica 32, los encuestados señalaron que sí les gusta el deporte; mientras que 3 indicaron que no les agrada.



#### CUADRO N.º 4

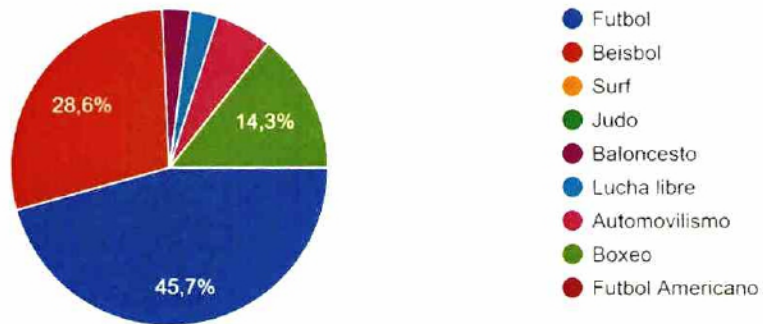
#### ¿QUÉ DEPORTE TE APASIONA?

FÚTBOL	16
BÉISBOL	10
SURF	0
JUDO	0
BALONCESTO	1
LUCHA LIBRE	1
AUTOMOVILISMO	2
BOXEO	5
FÚTBOL AMERICANO	0
TOTAL	35

Fuente: El autor

De un total de 35 encuestados, 16 se inclinan por el fútbol; 10, por el béisbol; 5, por boxeo; 2, por automovilismo; 1, por baloncesto; y 1 por lucha libre.

**GRÁFICA N.º4**  
**¿QUÉ DEPORTE TE APASIONA?**



**Fuente: El autor**

En la gráfica se observa que, de un total de 35 encuestados, 16 se inclinan por el fútbol; 10, por el béisbol; 5, por boxeo; 2, por automovilismo; 1 por baloncesto y 1 por lucha libre.

## CUADRO N.º 5

### ¿POR QUÉ TE GUSTA EL DEPORTE?

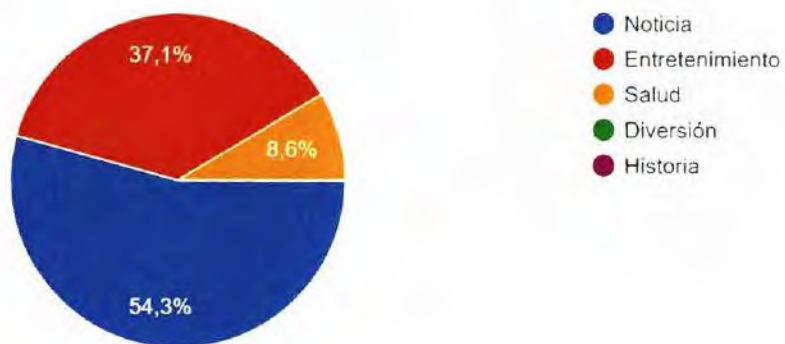
NOTICIA	19
ENTRETENIMIENTO	13
SALUD	3
DIVERSIÓN	0
HISTORIA	0
TOTAL	35

Fuente: El autor

De un total de 35 encuestados, a 19 les agrada el deporte como noticia; 13 de ellos prefieren el entretenimiento; y 3 se inclinan por salud.

## GRÁFICA N.º 5

### ¿POR QUÉ TE GUSTA EL DEPORTE?



Fuente: El autor

En la gráfica, de un total de 35 encuestados, a 19 les gusta el deporte como noticia; 13, por entretenimiento; y solo 3, por salud.

**CUADRO N.º 6**

**¿UTILIZAS TECNOLOGÍA PARA VER LOS EVENTOS DEPORTIVOS?**

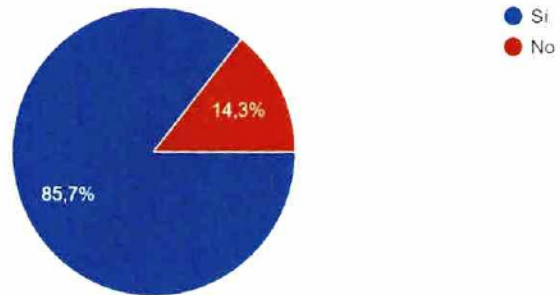
SÍ	30
NO	5
TOTAL	35

**Fuente:** El autor

Al respecto, de un total de 35 encuestados; 30 utilizan la tecnología para ver los eventos deportivos; mientras que 5 no la utilizan.

## GRÁFICA N.º 6

### ¿UTILIZAS TECNOLOGÍA PARA VER LOS EVENTOS DEPORTIVOS?



**Fuente:** El autor

En la gráfica n.º6 se detalla que, de un total de 35 encuestados; 30 de ellos utilizan la tecnología para ver los eventos deportivos; mientras que 5, no la utilizan.

## CUADRO N.º 7

### ¿QUÉ TIPO DE TECNOLOGÍA PREFIERES?

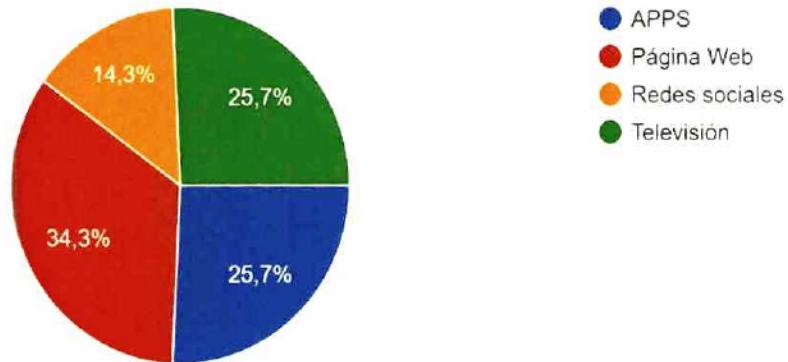
APPS	9
PÁGINA WEB	12
REDES SOCIALES	5
TELEVISIÓN	9
TOTAL	35

Fuente: El autor

Sobre esta interrogante, de un total de 35 encuestados; 12 prefieren página web; 9 se inclinan por APPS; otros 9 prefieren televisión; y 5 se sienten inclinados a las redes sociales.

## GRÁFICA N.º 7

### ¿QUÉ TIPO DE TECNOLOGÍA PREFIERES?



**Fuente:** El autor

En la gráfica n.º7 se aprecia que, de un total de 35 interrogados, 12 prefieren página Web; 9 se inclinan por APPS; otros 9 optan por televisión; y 5 eligieron por redes sociales.



### CUADRO N.º 8

#### ¿TE GUSTARÍA CONTAR CON OTRA ALTERNATIVA DE INFORMACIÓN EN MATERIA DEPORTIVA?

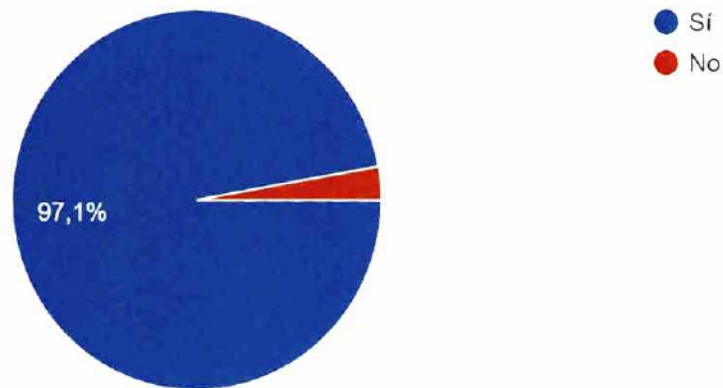
SÍ	34
NO	1
TOTAL	35

Fuente: El autor

Un total de 34 encuestados respondieron que sí le gustaría contar con otra alternativa de información en materia deportiva; y 1 indicó que no.

## GRÁFICA N.º 8

### ¿TE GUSTARÍA CONTAR CON OTRA ALTERNATIVA DE INFORMACIÓN EN MATERIA DEPORTIVA?



**Fuente:** El autor

En la gráfica se manifiesta que 34 encuestados respondieron que sí le gustaría contar con otra alternativa de información en materia deportiva; y 1 solamente indicó que no.

### CUADRO N.º 9

#### ¿POR QUÉ TE GUSTARÍA ACCEDER INFORMACIÓN DEPORTIVA?

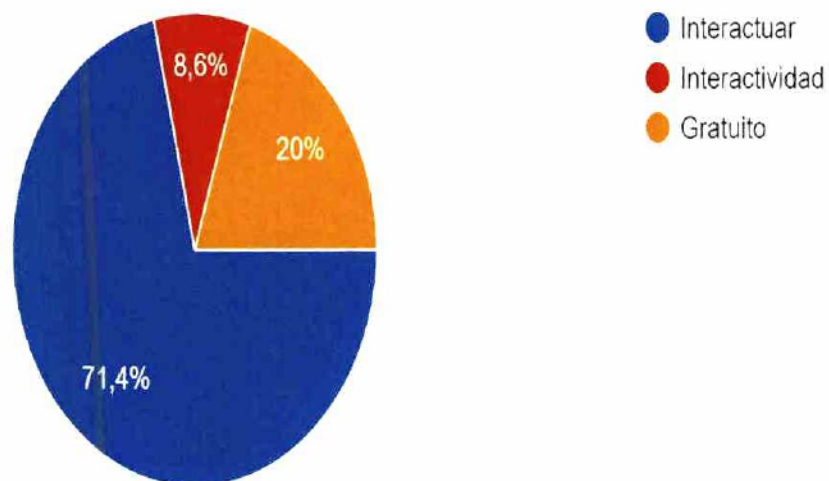
INTERACTUAR	25
INTERACTIVIDAD	3
GRATUITO	7
TOTAL	35

Fuente: El autor

De un total de 35 encuestados, 25 respondieron que les gusta acceder a la información deportiva; 7 las prefieren por ser gratuita; y 3 por estar en interactividad.

## GRÁFICA N.º 9

### ¿POR QUÉ TE GUSTARÍA ACCEDER INFORMACIÓN DEPORTIVA?



**Fuente: El autor**

Se observa en la gráfica que, de un total de 35 encuestados, 25 respondieron que le gusta acceder a la información deportiva; 7 se inclinan por ser gratuita; y 3 por estar en interactividad.

## CUADRO N.º 10

¿POR QUÉ PREFIERES UNA PÁGINA WEB? ¿POR SER AMIGABLE?

<b>Sí</b>	26
<b>No</b>	9
<b>Total</b>	<b>35</b>

Fuente: El autor

De un total de 35 encuestados, 26 prefieren una página Web por ser amigable; mientras que 9 señalan que no les agrada.

## GRÁFICA N.º 10

¿POR QUÉ PREFIERES UNA PÁGINA WEB? ¿POR SER AMIGABLE?



Fuente: El autor

En la gráfica n.º10 se contempla que un total de 35 encuestados; 26 prefieren una página Web por ser amigable; mientras que 9 señalaron que no.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA DE LA PÁGINA WEB SPORTS MACHINE PANAMÁ, ALTERNATIVA EN EL DEPORTE**

#### **4.1 Propuesta de la página web Sports Machine Panamá, alternativa en el deporte**

En esta investigación, procedimos a consultar diferentes señalamientos, tanto por expertos y teóricos en cuanto al diseño de las páginas Web, con la finalidad de observar los tipos de plantillas, las características que conlleva, el contenido de las informaciones y otros aspectos propios de esta herramienta que ha introducido la Web 2.0.

Sobre el tipo de formato de la página web, esta, por lo general, va a depender siempre del diseño de la portada y la navegación de sus páginas interiores que por lo general son de potestad de las personas que lo van a dirigir; claro, esto es con la ayuda de un diseñador gráfico o un *webmáster* quienes, al elaborar este formato, recomendarán la ubicación de los elementos que lleva como los *banners*, los hipertextos, los contenidos, las imágenes, los *links*, el dominio, el sitio web, entre otros elementos propios de estas innovaciones tecnológicas.

#### **4.1 Mapa de navegación**

En cuanto a la interactividad de la página web, esta será de manera de módulo escalonado, es decir, a través de vínculos del modelo propuesto.

#### **4.2 Navegación entre páginas**

Al respecto, la página web del programa radial, en cuanto a su navegación, será de manera escalonada; es decir, que en la propia entrada de la página principal existe una serie de vínculos que al hacer un clic nos remite hacia otras páginas



internas de la misma. Tal como se observa en el siguiente esquema de presentación.



Cabe señalar, que la navegación que se efectúa en internet parte de una base estructurada en niveles.

Así, observamos que la página principal nos envía hacia otros niveles interiores, con la opción de regresar o visitar páginas al mismo tiempo.

El interfaz de esta página está basado en un sistema de módulos que se pueden añadir, mover y eliminar de forma flexible. De esta manera se pueden insertar textos, imágenes propias o de plataformas externas como: Flickr, vídeos de YouTube, Widgwa, entre otros elementos.

También el diseño de la página se deja personalizar de forma fácil por medio de plantillas predeterminadas o insertando plantillas propias.

### 4.3 Costos

Sobre los gastos que involucrará la producción de la página web, tenemos para el programa radial los siguientes puntos:

#### 4.3.1 Costos de Producción de la Página Web

• Software Macromedia Dreamweaver	B/400.00
• Software Macromedia Fireworks 8	350.00
• Diseño de página Web	800.00
• 2 computadoras	3,000.00
• Otros gastos (cámara digital, Internet)	1,000.00
• Total	5,550.00

#### 4.3.2 Costo de implementación

Sobre este aspecto, es importante destacar que la Universidad de Panamá cuenta con un servidor, el cual se encuentra instalado en el edificio de la facultad de Ingeniería de Sistemas, por lo que se alquilaría el servidor.

### **4.3.3 Costo de operaciones mensual**

Con relación al costo, este contempla al siguiente personal responsable de suministrar y actualizar la página.

Administrador Web	B/500.00
2 periodistas	1,500.00
Secretaria	500.00
Total	2,500.00

### **4.3.3 Infraestructura**

Es importante indicar que las oficinas de esta página web quedarán donde está actualmente ubicada.

## **4.4 Desarrollo de la página web**

### **Elementos del diseño**

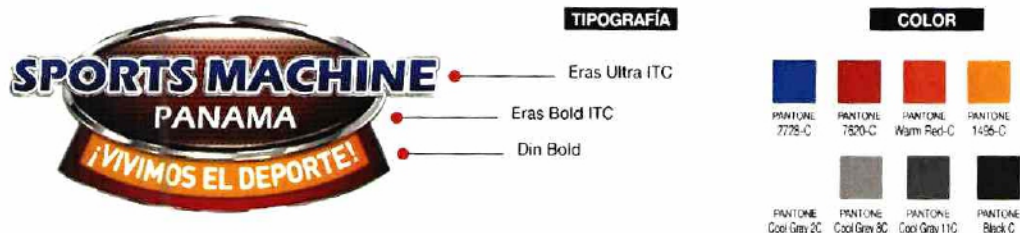
Es importante enfatizar que el eslogan es «Vivimos el Deporte» que caracteriza la identidad del medio de comunicación digital.

Este eslogan representa la información tanto de índole nacional e internacional, el cual se trasmite de una manera oportuna, rápida e instantáneamente. También se observan las diferentes disciplinas deportivas.

## Barra superior de la portada

Al respecto, la parte superior de la página web de **SPORTS MACHINE** se encuentra en letra blanca, la cual resalta y llama la atención del ciberlector que la visita; además del eslogan, se observan las siguientes secciones como: béisbol, baloncesto, fútbol, fútbol americano, hípica, en 3 y 2, en otros.

Es importante manifestar que en las diferentes secciones donde podrá navegar el visitante quien, al dar un clic, podrá tener información oportuna de noticias nacionales, internacionales, deportivas, entre otras novedades que sean de su interés. **DESCRIPCIÓN DEL LOGO**





El diseño gráfico que identifica a la página Web Sports Machine Panama, deja en evidencia un espacio dedicado a la especialidad del Periodismo Deportivo, bajo estándares adecuados a la inmediatez de la información, bajo plataformas digitales, orientadas en perspectivas que ofrece oportunidad a todas las disciplinas, atletas, dirigentes, entrenadores, y público en general para exponer actividades, noticias, estadísticas, como demás elementos que complementen los hechos acaecidos en beneficio de audiencia cautiva.

Sports Machine Panama es un registro mediático escrito en habla anglosajona, que traducido al castellano quiere decir «Máquina Deportiva de Panamá». El tipo de letra utilizada para las palabras **SPORTS MACHINE** es descrita como Eras Ultra ITC en color azul navy, que representa sobriedad y prudencia. El micrófono de color

marrón, que se observa a la mitad del arte, lleva inserto la palabra **PANAMÁ** inscrita con tipo de letra denominada como Eras Bold ITC; otorga espacio pertinente a todos los ciudadanos que tengan algo que expresar, que manifiesten su punto de vista, también a todos los profesionales que tienen el deseo de dar información y contar su experiencia, todo esto bajo la experticia y el reconocimiento del periodista **Oscar Lasso Altamiranda**.


También simboliza, a través de este micrófono, que identifica a todas las ramas de la prensa, radio, televisión y las redes sociales. Además, deja plasmada la importancia de la libertad de expresión, que se puede ejercer a cabalidad y sin ser silenciada.

Asimismo, las consolas representan las ondas hercianas que se difunden por cualquier tipo de medio, tradicional, moderno o digital, que se utilice para informar a la sociedad, dando muestras que estamos con la información a su alcance actualizados en el ámbito de las noticias nacionales, internacionales deportivas entre otras.

En cuanto al eslogan «**VIVIMOS EL DEPORTE**», escrito en letra color amarillo *Din Bold*, expresa compromiso intrínseco de que el periodismo deportivo no debe ser despreciado, ni mucho menos verlo como un arlequín, burdo, aficionado o poco importa. Si no, todo lo contrario, pertenece a una especialidad fomentadora de valores cívicos y morales en la sociedad, pero imperante en ser crítico en gestión de opinión.

# Esquema de la Página Web y distribución de las secciones

## BÉISBOL




**SPORTS MACHINE**  
**PANAMA**  
¡VIVIMOS EL DEPORTE!

DON'T MISS


f t g s

### Béisbol



**“LA MÁQUINA” ALBERT PUJOLS DICE ADIOS AL BÉISBOL TRAS FIRMAR PAPELES DE SU RETIRO**

Las Mayores ha anunciado que Albert Pujols firmó los papeles correspondientes de su retiro. Ahora, el próximo paso será esperar que...



**COREMUSA**  
**FESTIVAL DEL CRÉDITO**  
COMODA Y RÁPIDO

- PRESTAMOS PERSONALES
- CANCELACIÓN DE DEUDA
- CONFORT DE PRODUCTOR
- EXCELENTE FINANCIAMIENTO

Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Email, RSS icons

## BALONCESTO



**SPORTS MACHINE**  
**PANAMA**  
¡VIVIMOS EL DEPORTE!

DON'T MISS

f t g s

### Baloncesto



**NASH QUEDÁ FUERA COMO ENTRENADOR DE LOS NETS**

Steve Nash dejó de ser el entrenador de los Nets de Brooklyn tras un decepcionante inicio de temporada y la continua...




**COREMUSA**  
**FESTIVAL DEL CRÉDITO**  
COMODA Y RÁPIDO

- PRESTAMOS PERSONALES
- CANCELACIÓN DE DEUDA
- CONFORT DE PRODUCTOR
- EXCELENTE FINANCIAMIENTO

Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Email, RSS icons

## BOXEO




**SPORTS MACHINE**  
PANAMA  
¡VIVIMOS EL DEPORTE!

DON'T MISS

### Boxeo

# CANELO ÁLVAREZ FUE OPERADO EN LA MUÑECA IZQUIERDA Y ESTARÁ FUERA POR TRES SEMANAS

El boxeador mexicano Canelo Álvarez fue operado de su muñeca izquierda en una intervención que se llevó a cabo sin ningún...



**COREMUSA**  
**FESTIVAL DEL CREDITO**  
COMODAS CUOTAS

- PRESTAMOS PERSONALES
- CONSEJERIA DE DEUDAS
- CREDITO DE PRODUCTOS
- EXTRA FINANCIAMIENTO

## FÚTBOL




**SPORTS MACHINE**  
PANAMA  
¡VIVIMOS EL DEPORTE!

DON'T MISS

### Fútbol

# GERARD PIQUÉ SE DESPIDE DEL FÚTBOL CON BRILLANTE E HISTÓRICO PALMARÉS

Es más, de diez años, Gerard Piqué se convirtió en un verdadero ídolo en el fútbol internacional y del viejo continente...



**COREMUSA**  
**FESTIVAL DEL CREDITO**  
COMODAS CUOTAS

- PRESTAMOS PERSONALES
- CONSEJERIA DE DEUDAS
- CREDITO DE PRODUCTOS
- EXTRA FINANCIAMIENTO



# FÚTBOL AMERICANO

**SPORTS MACHINE**  
**PANAMA**  
¡VIVIMOS EL DEPORTE!

DON'T MISS

**F. Americano**

## BRONCOS ENVÍAN A BRADLEY CHUBB A LOS DOLPHINS

Dos personas que tienen conocimiento de la situación informaron a The Associated Press que los Broncos de Denver enviaron al linebacker...

**COREMUSA**  
**FESTIVAL DEL CRÉDITO**  
COMODAS CUOTAS

- PRÉSTAMOS PERSONALES
- CONSOLIDACIÓN DE DEUDAS
- CRÉDITO DE PRODUCTOS
- EXTRA FINANCIAMIENTO

## HÍPICA

**SPORTS MACHINE**  
**PANAMA**  
¡VIVIMOS EL DEPORTE!

DON'T MISS

### Hípica

# 'MISS CONVEYANCE' VINO DE ATRÁS PARA GANAR EL CLÁSICO CENTENARIO DE LA HÍPICA

La yegua estadounidense 'Miss Conveyance' vino en plena recta desde los últimos puestos para anexarse el Clásico Centenario de la Hípica...

**COREMUSA**  
**FESTIVAL DEL CRÉDITO**  
COMO OTRAS CUOTAS

- PRESTAMOS PERSONALES
- CONSOLIDACION DE DEUDAS
- CRÉDITO DE PRODUCTOS
- EXTRA FINANCIAMIENTO

## PODCATS

Home Podcast [Nueva ley del deporte atenta política del Estado destaca Pedro Aguilar](#) [Nueva ley del deporte atenta política del Estado destaca Pedro Aguilar](#)

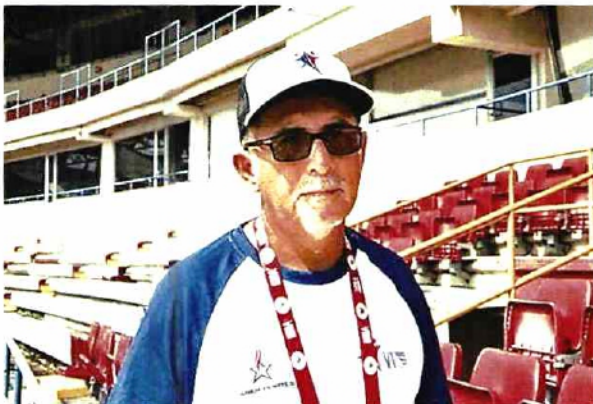
### Nueva ley del deporte atenta política del Estado destaca Pedro Aguilar

By Admin

Like 0

Tweet

Guardar



En 3 y 2



**SPORTS MACHINE**  
**PANAMA**  
¡VIVIMOS EL DEPORTE!

DON'T MISS

En 3y2

**En 3y2**  
**EN 3 Y 2 DEL LUNES 31**  
**DE OCTUBRE DE 2022**

CrónicaSe había dicho con mucha anticipación, que participación de Carlos "Chicho" Martans para aspirar a la presidencia de FEPAFUT era parte...



**COREMUSA**  
**FESTIVAL DEL CRÉDITO**  
COMODAS CUOTAS

- PRÉSTAMOS PERSONALES
- CONSOLIDACIÓN DE DEUDAS
- CRÉDITO DE PRODUCTOS
- EXTRA FINANCIAMIENTO

Logos for various services: CREDITO, FINANCIAMIENTO, etc.

## CONCLUSIONES

Luego de finalizar nuestra investigación, llegamos a las siguientes conclusiones:

Se puede observar que la mayoría de los encuestados, constituidos por 21 personas, son del género masculino; mientras que las femeninas solamente son 14. También podemos observar que las aficionadas del sexo femenino ahora les gusta más el deporte; por lo que van en aumento.

Por otro lado, se observa que a la mayoría de los encuestados le gusta el fútbol, le sigue béisbol, luego el boxeo, seguido del baloncesto y, por último, gusta el automovilismo, como un deporte de las minorías. Esto se debe a los partidos que se transmiten en la liga de Europa, los campeonatos de fútbol y la ligas nacionales e internacionales.

Se observa que 33 de los encuestados utilizan tecnología para los eventos y 2 no. Al respecto, 14 prefieren la tecnología para página Web; 13, para APPS; 6 se inclinan por la televisión; y 2 optan por las redes sociales.

Por otro lado, el cuadro número 3 indica que el 33 de los encuestados le gustaría contar con otras alternativas de información, mientras que a 2 de ellos no les interesa.

Se observa que 25 de los encuestados acceden a la información deportiva por interactividad; 7 de manera gratuita y 3 por interactividad.

Se aprecia que 29 encuestados prefieren la página web por ser amigable; mientras que 6 no la prefieren.

## RECOMENDACIONES

Al terminar nuestra investigación, presentamos las siguientes recomendaciones:

Podemos añadir que el Periodismo, como carrera profesional, no dependerá de obtener trabajo en medios de comunicación solamente, la tecnología permitirá explorar, abrir e innovar nuevas tendencias y predicciones.

El 2022 es un año de más cambios en el escenario mediático, ya que ha sufrido al mismo tiempo una disrupción y un estímulo con la prolongada crisis del COVID-19. En cierto modo, tanto los periodistas como las audiencias han quedado agotados por la implacable intensidad de la agenda informativa y por los debates cada vez más polarizados sobre política, identidad y cultura. Este puede ser el año en que el Periodismo se tome un respiro, se centre en lo básico y vuelva con más fuerza.

En muchas partes del mundo, las audiencias de los medios han disminuido, ya que no es una situación ideal en tiempos en que la información rigurosa y fiable ha sido tan decisiva para la salud y la seguridad de la gente. Un desafío clave para los medios es captar otra vez a quienes se han alejado de las noticias y establecer relaciones más profundas con los consumidores habituales.

El cambio generacional también se mantendrá como un asunto fundamental, lo cual impulsará en los medios más reflexiones sobre diversidad e inclusión, sobre agendas emergentes como el cambio climático y la salud mental, y sobre cómo deben comportarse los periodistas en las redes sociales.

En el aspecto empresarial, varios medios tradicionales siguen centrados sin descanso en acelerar la transformación digital, ya que el incremento de los costes del papel y la energía amenazan con volver insostenible el negocio impreso en algunos países. Cobrar por las noticias *online* es el destino final para muchos, aunque se espera que la fatiga de las suscripciones limite el progreso, especialmente, si empeoran las condiciones económicas.

Tras un período en el que los ingresos por publicidad digital se fueron a las grandes plataformas, los medios tienen la oportunidad de obtener mejores resultados este año. Las normas de privacidad más estrictas que acotan los datos de terceros, junto con la preocupación por la desinformación, ya han comenzado a impulsar el retorno hacia los medios confiables. Sin embargo, la publicidad sigue siendo un negocio competitivo y complicado: no todos los medios prosperarán.

Mientras tanto, los diálogos sobre regulación de las plataformas cobran importancia en el 2022, ya que la Unión Europea y algunos gobiernos intentan ejercer más control sobre los gigantes tecnológicos. De todos modos, las tecnologías de última generación, como la inteligencia artificial (IA), las criptomonedas y el metaverso (mundos virtuales o semivirtuales) ya dan forma a un nuevo conjunto de retos para las sociedades, así como nuevas oportunidades para conectar, informar y entretener.

### **Posibles desarrollos en el Periodismo y otras tendencias en plataforma digitales**

Algunas empresas periodísticas crecerán a través de una oleada de adquisiciones, en busca de añadir escala y valor a sus negocios de suscripciones o publicidad. Ciertas compañías nativas digitales de perfil alto cambiarán de dueños.

El creciente poder de la «economía de los creadores» seguirá impactando en el periodismo, directa o indirectamente. El contenido de los creadores (celebridades e *influencers*), por ejemplo, llamarán la atención de los medios y las plataformas brindarán más herramientas para cobrar por contenidos, lo cual abrirá oportunidades para periodistas individuales y para cooperativas.

En las redes sociales, orientadas a jóvenes, se producirá un regreso de los vídeos de corta duración, gracias a la innovación de los creadores. Se espera que los medios adopten más estas técnicas en 2022, junto con el crecimiento de las plataformas de *Streaming* como *Twitch*, para dar forma a otro «giro hacia el vídeo».

Existen más ejemplos notorios de periodistas quemados por el estrés del incesante ciclo de noticias, el trabajo a distancia, y el aumento del autoritarismo. Los medios explorarán formas de ofrecer apoyo.

La nueva red social de Donald Trump, llamada Truth Social (verdad social), inevitablemente producirá titulares cuando se lance este año. Se perfila como posible foco para el discurso de odio, los piratas informáticos y otros temas agitadores.

Puede ser que los medios comiencen a trabajar más en conjunto para hacer frente a los retos de las audiencias y las plataformas. Habrá que estar atentos a las iniciativas de presión en torno a regulaciones, a publicidad y registro digital común, a investigaciones en alianza y al mayor intercambio de contenidos.

En cuanto a la tecnología, se vislumbra una proliferación de nuevos dispositivos (como auriculares de realidad virtual y gafas inteligentes), componentes básicos para el metaverso, así como nuevas formas de interactuar en el trabajo. El entusiasmo por las criptomonedas y los NFT (activos no fungibles) continuará creciendo, aunque sus beneficios prácticos sigan siendo difíciles de discernir.

### **Economía de los creadores y batalla por talento**

En los últimos años, hemos visto la confluencia de dos ideas poderosas. La primera es la necesidad de que se pague por el periodismo *online* y la segunda, que los reporteros quizá deban comportarse más como *influencers* sociales, mientras construyen relaciones y comunidades.

Estas ideas se plasman en plataformas recientes como Substack que, junto con los nuevos productos de las grandes compañías tecnológicas, han permitido que autores individuales, creadores de *podcasts* y *videoblogs* ganen importante cantidad de dinero, lo cual ha inyectado aire fresco a la llamada «economía de los creadores». En noviembre, Substack anunció el hito del millón de suscripciones de pago, y las principales figuras ganaban sumas de seis cifras gracias a esta plataforma centrada en los boletines informativos.

Tanto Facebook como Twitter han lanzado sus productos para competir con Substack, además de otras iniciativas para incentivar a los creadores. Twitter, por ejemplo, lanzó en septiembre de 2021 una función de suscripción llamada Super Follows (tuits extra), por ejemplo, que ayuda a que los creadores ganen dinero de sus seguidores más involucrados.

Facebook presentó las suscripciones de fanes y las estrellas, mecanismos que proporcionan recompensas económicas para el contenido más atractivo. Por su parte, las plataformas de *podcast* habilitan funciones similares con una oferta de suscripción o donación, además del servicio gratuito. Estos desarrollos establecen una nueva dinámica en torno a quién gana atención y qué contenido puede priorizarse en los próximos años.

### **Nuevos enfoques de las noticias: más diversidad, menos crispación**

No solo los periodistas han sentido la presión. Nuestras investigaciones en el Instituto Reuters revelan consistentemente que las audiencias se muestran a menudo abrumadas por la cantidad de información y mucha gente dice que evita consumir noticias regularmente porque les resultan demasiado deprimentes. Estas tendencias se han visto agravadas el último año por la naturaleza implacablemente negativa de la información sobre el COVID-19 y el cambio climático.

Al mismo tiempo, la pandemia ha obligado a muchas redacciones a reevaluar su enfoque editorial. El trabajo a distancia desmorona jerarquías y una nueva ola de editores viene adoptando una agenda más positiva y diversa. En 2021, varios de los puestos más preciados en los medios estadounidenses fueron ocupados por mujeres, muchas de ellas negras, en parte como respuesta a las reflexiones sobre género y raza surgidas en años recientes.

Nuevo enfoque para la gestión de contenidos: es generar una nueva generación de sistemas modulares de gestión de contenidos, que no se basan en una «historia», sino en «bloques anidados» que permiten mejores conexiones entre los artículos y facilitan reagrupar contenidos de formas potencialmente ilimitadas.



Cobertura de eventos deportivos y noticiosos: algunos de los usuarios pioneros más entusiastas han sido productores de televisión, que siempre están atentos a nuevas herramientas para mejorar la cobertura.

Las emisoras de TV adoptan estudios de realidad mixta, que permite a los presentadores ver e interactuar con el contenido que les rodea y traer al espacio del estudio a celebridades que están en otros lugares. Todo esto hará de la cobertura de deportes y de noticias algo más interesante este año, pero quizás también logrará más tenues los límites entre lo que es real y lo que se ha creado de forma virtual.

## BIBLIOGRAFÍA

**MARÍN CARLES.** *Periodismo Audiovisual.* Editorial Gedisa S.A. España, 2006.

**MERAYO ARTURO.** *La Radio en Iberoamérica.* Ediciones y Publicaciones Comunicación Social. España 2007.

**RODERO ANTÓN. EMMA.** *Producción Radiofónica.* Ediciones CATEDRA. España 2005

**ENCICLOPEDIA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN.** Ediciones MAVECO S.A. España 1984.

**AURORA GARCÍA GONZÁLEZ.** *RADIO DIGITAL INTERACTIVA.* Recuperado de:

<file:///C:/Users/Biblioteca%20%202/Downloads/Dialnet-RadioDigitalEInteractiva-3301330.pdf>

**RAFAEL LÓPEZ LITA.** *Radio y televisión en el ámbito local.* Recuperado de:

[http://books.google.com.pa/books?id=BYoiSrCzkdYC&pg=PA459&dq=radio+digital&hl=es&sa=X&ei=6KEqU5VQwaaRB\\_u6gMgK&redir\\_esc=y#v=onepage&q=radio%20digital&f=false](http://books.google.com.pa/books?id=BYoiSrCzkdYC&pg=PA459&dq=radio+digital&hl=es&sa=X&ei=6KEqU5VQwaaRB_u6gMgK&redir_esc=y#v=onepage&q=radio%20digital&f=false)

**Prensa Diseñado el Lenguaje para el Cyberperiodismo.** En Revista Latinoamérica de Comunicación Chasquí. Junio N° 86. 2004

**Radio por Internet** (2007) en línea disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Radio\\_por\\_Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_por_Internet), recuperado: 15 de agosto de 2007.

**Andrew S. Patrick, Alex Black, Thomas E.** *CBC Radio on the Internet: An Experiment in Convergence.* Recuperado: 18 de Septiembre de 2007

### ¿QUÉ ES UNA PÁGINA WEB?

<http://www.quees.info/>

### TIPOS DE SITIOS WEB

[www.codedimension.com.a](http://www.codedimension.com.a)

## ¿QUÉ ES HIPERVÍNCULO?

<http://www.deciencias.net/>

**POUSA STÉVEZ, Xosé Ramón.** *Reflexiones sobre Técnica y Tecnología en el campo de la Comunicación. Comunicación e Información Audiovisual (I).* Seminario para el Curso de Doctorado en Comunicación y Periodismo. Ciudad Victoria-Tampico, Tam., México. 2004.

### **Autores:**

José Manuel Pérez Tornero y Santiago Tejedor

### **Título:**

*Escribir para la red, Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa 'online'*

### **Editorial:**

Gabinete de Comunicación y Educación. Despacho I/0049, Facultad Ciencias de la Comunicación Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)C.P. 08193 Bellaterra, Barcelona (España).

[www.gabinetecomunicacionyeducacion.com](http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com)

ISBN:

978-84-697-1285-6

© Gabinete de Comunicación y Educación, 2014.

### **Autora:**

Natalia Zuazo

### **Título:**

*Los dueños de internet. Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo.*

### **Editorial:**

Edición en formato digital: junio de 2018

© 2018, Penguin Random House Grupo Editorial, S. A.

Humberto I 555, Buenos Aires

[www.megustaleer.com.ar](http://www.megustaleer.com.ar)

Recuperado de [http:// es.scribd.com/doc/34900936/Periodismo-Digital-en-un-paradigma-de-transicio](http://es.scribd.com/doc/34900936/Periodismo-Digital-en-un-paradigma-de-transicio)

Bhaskaran, L. (2007). *¿Qué es Diseño Editorial?* Barcelona, España: Index Books.

**Autor:**

José Van Dick

**Título**

*La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales.*

**Editorial:**

Van Dijck, José

*La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales.* - 1a ed.–  
Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2016.

Libro digital, EPUB (Sociología y política, serie Rumbos teóricos // dirigida por Gabriel Kessler).

Traducción de: Hugo Salas // ISBN 978-987-629-669-4

**Autores:**

Alejandro Rost, Fabián Bergero y María Teresa Bernardi

**Título:**

*Periodismo Transmedia. La narración distribuida de la noticia.*

**Editorial:**

Este libro compila parte de los resultados del Proyecto de Investigación código D092 titulado *Narrativas transmedia en periodismo.*

Período: 2013-2016. Secretaría de Investigación. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de Patagonia, Argentina.

*Los jóvenes casi no leen periódicos y acuden a las redes sociales en busca de información.* (6 de diciembre de 2012). Universia España.

Recuperado de <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2012/12/06/986915/jovenes-casi-no-leen-periodicos-acuden-redes-sociales-busca-informacion.html>

Irigaray, F., Ceballos, D., Manna, M. (2012). *2do Foro de Periodismo Digital de Rosario: periodismo digital en un paradigma de transición.*

Ángeles, M. (Ed.). (2003). *Periodismo Digital y Nuevas Tecnologías.* Barcelona, España: Editorial Ariel S.A. Guillamet, J. (Ed.). (2003). *Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental.* Barcelona, España: Editorial Ariel S.A.

Bhaskaran, L. (2007). *¿Qué es Diseño Editorial?* Barcelona, España: Index Books.

**Autor:**

Edgar Jaramillo Salas

**Título:**

Periodismo digital

**Editorial:**

Editorial Quipus'; CIESPAL

Quito - Ecuador

## ANEXO

### Universidad de Panamá

#### Vicerrectoría de Investigación y Postgrado

#### Facultad de Comunicación Social

#### Maestría en Periodismo Digital

La presente encuesta tiene como finalidad recabar información para el trabajo de investigación del proyecto de Intervención de Periodismo Digital, por lo que solicita responder a las preguntas que se le solicita.

1. ¿Sexo de los encuestados?

M

F

2. ¿Qué edad tienes?

\_\_\_\_\_

3. ¿Te gustan los deportes?

SÍ

No

4. ¿Qué deporte te apasiona?

Béisbol

Fútbol

Baloncesto

Boxeo

Automovilismo

Golf

Football Americano

Juegos Olímpicos

Lucha Libre

Otros

5. ¿Por qué te gusta el deporte?
- Divertido
  - Estadísticas
  - Entretenimiento
  - Salud
  - Moda
  - Historia
  - Noticias
6. ¿Utilizas tecnología para ver los eventos deportivos?
- Sí
  - No
7. ¿Qué tipo de tecnología prefieres?
- Página Web
  - Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram & You Tube)
  - Apps
  - Periódicos digitales
  - Televisión en Cable
  - Ninguna
8. ¿Te gustaría contar con otra alternativa de información en materia deportiva?
- Sí
  - No
9. ¿Por qué te gustaría acceder información deportiva?
- Instantaneidad
  - Gratuito
  - Interactuar
10. ¿Por qué prefieres una página Web? ¿Por ser amigable?
- Sí
  - No

# Béisbol

The screenshot shows a web browser window with several tabs open: 'UpInforma - Diario Digital', 'Correo: Carlos Pascaya - O...', 'Admin UpInforma', and '(14) WhatsApp'. The browser address bar shows 'sportsmachine507.com'. The website's navigation menu includes 'BÉISBOL', 'BALONCESTO', 'BOXEO', 'FÚTBOL', 'F. AMERICANO', 'HÍPICA', 'EN 3Y2', and 'OTROS'. A search bar is located on the right side of the menu.

The main banner features the 'SPORTS MACHINE PANAMA' logo with the tagline '¡VIVIMOS EL DEPORTE!' and illustrations of athletes in various sports. Below the banner, a 'DON'T MISS' section highlights a baseball article with the headline 'ASTRONAUTAS APUNTAN CORONARSE EN SERIE DEL CARIBE 2022'. The article text reads: 'La novena panameña iniciará actividad el 28 de enero midiéndose a Puerto Rico en el evento a celebrarse en República Dominicana...'. To the right of the article is an advertisement for 'SEGUROS FEDPA, S.A.' with the slogan 'La Fuerza Protectora' and '100% Panameña'.

Below the advertisement is a Facebook feed. The first post is from 'La Estrella de Panamá' and the second is from 'Bosbol - Panamá 2022'. The Facebook logo is visible at the bottom of the feed.

The Windows taskbar at the bottom shows icons for various applications and the system tray displays the time as 09:43 a.m. on 01/20/22.



# Baloncesto

UpInforma - Diario Digital x Correo: Carlos Pacoys - C. x Admin UpInforma x (24) WhatsApp x Baloncesto - SPORTS MACHINE x

Nivel seguro sportsmachine507.com (seguro) | Baloncesto

BÉISBOL **BALONCESTO** BOXEO FÚTBOL F. AMERICANO HÍPICA EN 3X2 OTROS Search

**SPORTS MACHINE PANAMA**  
¡VIVIMOS EL DEPORTE!

**DON'T MISS**

**Baloncesto**

**MOLINAR GALARDONADO JUGADOR DE LA SEMANA NCAA**

Después de una semana perfecta en casa que llevó al equipo de baloncesto masculino de Mississippi State a la posición exclusiva...

**SEGUROS FEDPA, S.A.**  
"La Fuerza Protectora"  
100% Panameña

FACEBOOK

sportsmachine507.com

Windows taskbar: 09:44 a.m., 01/20/22

# Boxeo

The screenshot shows a web browser window with several tabs open: 'Uplforma - Diario Digital', 'Correo: Carlos Picoya - C...', 'Admin Uplforma', and 'E[4] WhatsApp'. The address bar shows 'No es seguro sportsmachine507.com/vegray/hive'. The website's navigation menu includes 'BÉISBOL', 'BALONCESTO', 'BOXEO', 'FÚTBOL', 'F. AMERICANO', 'HÍPICA', 'EN 3Y2', and 'OTROS'. A search bar is located on the right. The main banner features the 'SPORTS MACHINE PANAMA' logo with the tagline '(VIMOS EL DEPORTE!)' and illustrations of athletes in various sports. Below the banner, a 'DON'T MISS' section highlights a boxing article with the headline: 'MANO DE PIEDRA DURÁN LANZÓ GANCHO A JULIO CÉSAR CHÁVEZ: "CANELO ES MÁS GRANDE"'. A sub-headline reads: 'Una voz autorizada para hablar de boxeo sin duda alguna es uno de los mejores peleadores latinos de todos los tiempos...'. To the right of the article is an advertisement for 'SEGUROS FEDPA, S.A.' with the tagline 'La Fuerza Protectora' and '100% Panameña'. The browser's taskbar at the bottom shows icons for Windows, Edge, Chrome, Firefox, and Word, along with the system tray displaying 'ES', '09:45 a.m.', and '01/26/22'.

# Fútbol

UpInforma - Diario Digital x Correo Carlos Piscoya - C x Admin UpInforma x (14) WhatsApp x

← No es seguro sportsmachine507.com - english/futbol

DESBOL BALONCESTO BOXEO **FÚTBOL** F. AMERICANO HÍPICA EN 3Y2 OTROS Search

## Fútbol




### SE TERMINA LA NOVELA DE NEWTON WILLIAMS CON SU LLEGADA A ECUADOR

Después de todo el revuelo que causó el fichaje de Newton Williams, el jugador puso rumbo hacia Ecuador para firmar con...



**Robinho es condenado a nueve años de prisión por violación en Italia, confirma Tribunal**



**Sancionan al Betis con el cierre "total" de su estadio tras los hechos ocurridos ante el Sevilla**



**SEGUROS FEDPA, S.A.**  
"La Fuerza Protectora"  
100% Panameña

FACEBOOK SportsMachine507 31 de Mayo SportsMachine PANAMA Me gusta esta página DEPORTES

En 3y2 sportsmachine507.com

ENTRADAS RECIENTES

ES 09:45 a.m. 01/20/12




# Hípica

Uphforma - Diario Digital | Correo: Carlos Piscoya | Admin Uphforma | (21) WhatsApp | sportsmachine507.com | Categoría: Hípica



BEISBOL | BALONCESTO | BOXEO | FÚTBOL | F. AMERICANO | **HÍPICA** | EN 3Y2 | OTROS

## Hípica



### LISTO EL ESCENARIO PARA LA SERIE HÍPICA DEL CARIBE

La empresa operadora Camarero Racetrack, Inc. llegará a tiempo a la meta para la organización de la Serie Hípica del Caribe...



**Importantes cambios en la actividad hípica avalan gremios, empresa operadora y la CNC**

**[Fecha Esperada] Haras San Miguel tendrá tradicional subasta**

**SEGUROS FEDPA, S.A.**  
"La Fuerza Protectora"  
100% Panamera

FACEBOOK  
SportsMachine507  
3196 Me gusta | **SPORTSMACHINE PANAMA**  
Me gusta esta página | Compartir

**En 3y2**  
www.sportsmachine507.com

**ENTRADAS RECIENTES**

09:51 a.m. 01/20/22

# En 3 y 2

Uptinforma - Diario Digital | Correo: Carlos Pizcoya | Admin Uptinforma | (1) WhatsApp

Nó es seguro | sportsmachine507.com | categoría: noticias

BEISBOL BALONCESTO BOXEO FÚTBOL F. AMERICANO HÍPICA EN 3Y2 OTROS Search

## En 3y2

# En 3y2

## EN 3 Y 2 DEL MIÉRCOLES 19 DE ENERO DE 2022

¡Descartado! Le soplaron al Marshall que existe preocupación en la fanática por contagio del DT futbolero luego del avistoso en Lima. Dice...

SEGUROS FEDPA, S.A.  
"La Fuerza Protectora"  
100% Panamena

### En 3y2

sportsmachine507.com @sportsmachine507

as deportivas de Panamá

### En 3y2

sportsmachine507.com @sportsmachine507

as deportivas de Panamá

### En 3y2

sportsmachine507.com @sportsmachine507

as deportivas de Panamá

En 3 y 2 del Lunes 17 de enero de 2022

En 3 y 2 del Viernes 14 de enero de 2022

FACEBOOK SportsMachine507 PANAMA

Me gusta esta página DEPOSITO

ENTRADAS RECIENTES

01/20/22