



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

**Máster en Periodismo Digital:
Innovación e Investigación**

**Propuesta de página web para el Campeonato
de España de *Superbike***

Lucía Pérez Leonés

Tutora: Amaia Arribas Urrutia

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de
América y Periodismo**

Curso: 2022-23

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	2
1.1. Justificación del trabajo	2
2. OBJETIVOS	3
2.1. Objetivo general	3
2.2. Objetivos específicos	3
3. FUNDAMENTOS TEÓRICO-ACADÉMICOS	4
3.1. Estado de la cuestión	4
3.1.1. Comunicación corporativa	4
3.1.2. Comunicación corporativa en el entorno digital	5
3.1.3. Diseño web: la construcción de un sitio web desde el diseño	6
3.2. Marco contextual	9
3.2.1. Historia del motociclismo	9
3.2.2. Historia del motociclismo en España	10
3.2.3. Campeonato de España de Superbike	11
3.2.4. Análisis de contenido de Campeonatos de motociclismo	12
4. PLAN DE TRABAJO	15
4.1. Temporalización del trabajo	15
4.2. Preproducción	19
4.2.3. Producción	19
4.2.3.1. Prototipo	19
4.2.3.2. Página Web	19
5. CONCLUSIONES	19
6. ANEXOS	20
Anexo 1. Menús - Análisis de páginas webs de distintos Campeonatos	20
Anexo 2. Prototipado web	23

Resumen

El motociclismo es un deporte popular y con un gran nivel en España en todas las disciplinas. Las competiciones de velocidad, son, entre otras, unas de las más seguidas en este deporte. El Campeonato de España de Superbike es una de las competiciones más importantes a nivel nacional y una puerta a competiciones a nivel mundial. Por ello, es relevante que un Campeonato de estas magnitudes pueda contar con su propia página web donde recoge toda la información relevante, de manera visual y fácil de navegar para todos sus públicos.

Abstract

Motorcycling is a popular sport with a high level in Spain in all disciplines. The speed competitions are, among others, one of the most followed in this sport. The Spanish Superbike Championship is one of the most important competitions at national level and is a gateway to world level competitions. Therefore, it is relevant that a Championship of this magnitude can have its own website where all the relevant information is collected, in a visual and simple way for all its audiences. It is also easy to navigate.

Palabras clave

Página web, motociclismo, ESBK, Campeonato de España de Superbike

Keywords

Website, motorcycling, ESBK, Spanish Superbike Championship

1. Introducción

1.1. Justificación del trabajo

La elección de este trabajo se debe a la relación de mis dos grandes pasiones: el motociclismo y el periodismo. Y sobre todo, por la ausencia de una página web oficial del propio Campeonato de España de Superbike. Considero que es importante que todo Campeonato deba tener su propia web dirigida a sus públicos, donde poder mostrar y ofrecer su producto y sea una puerta de entrada para los seguidores que están y los que llegan.

El Campeonato de España de Superbike es una gran e importante competición en España, un país con grandes triunfos y estrellas en este deporte. Actualmente, la información referente al Campeonato de España de Superbike se encuentra y se sube en la página oficial de la Real Federación Española de Motociclismo (www.rfme.com), contenido como horarios, normativa, resultados y en la sección de noticias, noticias, junto con otras competiciones más vinculadas a la Federación. Por ello, creo que una propuesta de una web que integre todos los contenido informativos, de entretenimiento, que identifiquen y hablen del propio Campeonato, es decir, una web que enfoque un contenido más amplio y dedicado solo y exclusivamente a ESBK y sus categorías.

En la actualidad es importante que un Campeonato pueda aprovechar una web para abarcar y nutrir al usuario de distintos tipos de contenidos, desde lo más informativo (noticias, reportajes, contenido interactivo y que acerca a los seguidores a los pilotos, etc.) como corporativo propiamente dicho, como la historia del Campeonato, su normativa, patrocinadores, etc. Esto, junto a las redes sociales, puede impulsar el interés de los aficionados, dotar de una mejor imagen al Campeonato e incluso atraer a nuevos seguidores.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Construir una página web accesible y fácil de utilizar apropiada para el Campeonato de España de Superbike.

2.2. Objetivos específicos

1. Crear una comunidad online en una web para los aficionados al motociclismo.
2. Proporcionar contenido actualizado y relevante en la web de motociclismo sobre noticias, eventos y tendencias en el mundo del motociclismo para seguidores, medios de comunicación y patrocinadores.
3. Integrar contenido multimedia en la página web que enriquezca la experiencia del usuario.
4. Incorporar un diseño sencillo, accesible y atractivo en la página web.

3. Fundamentos teórico-académicos

3.1. Estado de la cuestión

3.1.1. Comunicación corporativa

La comunicación corporativa es la que representa a una empresa u organización, es decir, la que se encarga de definir su identidad e imagen tanto para sí misma, como para sus públicos (Aced, 2013; Capriotti, 1999). Por tanto, supone una parte importante de la empresa y se debe cuidar mucho y trabajar en ella. Para Capriotti la comunicación corporativa es una mezcla entre “*Hacer*” y “*Comunicar*”, es decir, una combinación entre lo que hace realmente la empresa, el producto, y la manera de comunicarlo (Capriotti, 1999).

Una buena comunicación corporativa se traduce en una buena imagen de marca (Aced, 2013). Esto sumado al cambio tecnológico experimentado supone una nueva manera de abordar y gestionar las comunicaciones (Costa, 2006). Para que esto sea así se debe cuidar todos los aspectos de la organización, para Costa, los “puntos cardinales” de una empresa son su imagen, identidad, cultura y comunicación. Para Cristina Aced son 3 los aspectos importantes que una empresa debe definir y diferenciar: identidad, imagen y reputación.

Identidad corporativa

La identidad corporativa es lo que define tu empresa (Aced, 2013). Y la empresa se define según lo que hace y su comportamiento (Capriotti, 2009). Por tanto, es cómo se define la propia empresa. Dentro de la identidad corporativa se encuentran lo que para Capriotti es la “**cultura corporativa**” y la “**filosofía corporativa**”, lo que se traduce en tres aspectos importantes a definir por una empresa: **misión, visión y valores** (Aced, 2013).

Imagen corporativa

A diferencia de la identidad corporativa, la imagen es cómo se percibe la misma. Es decir, qué visión tienen los públicos de tu organización (Aced, 2013).

Dentro del mundo de la Comunicación corporativa será muy importante destacar también la **Comunicación Interna** y la **Comunicación Externa**. Para algunos autores

como Costa, la Comunicación Corporativa se divide en estas dos tipos de Comunicación y para Capriotti ambas están integradas, aunque con definición o matices diferentes, dentro de la “*Acción Comunicativa*”, el “*Hacer Saber*”, y “*Conducta Comunicativa*”, “*Saber Hacer*”(Costa, 2007, p. 17; Capriotti, 1999).

Comunicación Externa

Es la comunicación destinada a los agentes externos, a tu público, cómo vendes tu empresa, tu producto, lo que ofreces. De esta manera vendes tu empresa y lo que ofreces, es decir, que es importante lo que vendes (*Acción*) y la manera que lo vendes (*Conducta*) (Capriotti, 1999). En este caso sería la destinada a los usuarios que te consumen, a los que llegas y también a los medios de comunicación.

3.1.2. Comunicación corporativa en el entorno digital

Con internet todo ha cambiado, no solo la manera de comunicar sino también el papel de los usuarios (Aced, 2013). Cristina Aced, habla de “medios sociales”, es decir, los medios en la red y esto engloba tanto lo que ahora puede ser un medio digital, un blog, etc., como las redes sociales (X, Facebook...). Por tanto, ahora las empresas utilizan internet como ventana al mundo para darse a conocer, volcando en la web todos lo que puedan identificarles como empresa, sus contenidos y estableciendo relaciones con sus públicos. (Marín Dueñas; Lasso de la Vega González; Mier-Terán Franco, 2016).

También ha cambiado el papel de los usuarios, es decir, del público al que va dirigida la información. Ahora los usuarios tienen un papel importante, están activos, existe una interacción constante. Todo estos cambios y avances han hecho que cualquier empresas encuentren en internet un espacio para ellos (Marín Dueñas; Lasso de la Vega González; Mier-Terán Franco, 2016).

La digitalización y la introducción de las empresas en el entorno digital ha hecho que sea el consumidor quién adquiera un rol tan activo e importante para las marcas o empresas. Las estrategias de comunicación o marketing que desarrollan las empresas tiene como foco y activo importante el usuario, es decir, que van dirigidas al usuario y es el usuario el que tiene el poder de darle valor o importancia a tu marca o todo lo contrario. Son ellos, el público, quién las difunde y quien le da fuerza. Por eso es tan importante mantener buenas relaciones o un buen feedback con nuestro público objetivo. De la mano de este nuevo estilo de comunicación o marketing también está la

publicidad que ayuda a difundir y potenciar los valores de marca (Tur-Viñes; Monserrat-Gauchi, 2014).

La llegada de las redes sociales supuso también un cambio importante, en la manera de comunicarnos y comunicarnos. Son una herramienta que han otorgado mucho poder a los consumidores y con las que se puede llegar a potenciar los valores e identidad de una marca (Buenaño et al, 2015). Además, de ser una vía directa para llegar a los usuarios y crear un feedback entre ellos y la marca (Bernal, 2021).

3.1.3. Diseño web: la construcción de un sitio web desde el diseño

Para que una página web sea efectiva hay que tener en cuenta distintos factores relacionados con el diseño y enfocados a nuestro público, es decir, que se debe crear un sitio web destinado al usuario que es quién va a entrar a consumir el contenido y navegar por la web. En internet lo que ofreces y su consumo son diferentes, por lo tanto, hay que tener en cuenta variables específicas para optimizar el sitio, como puede ser la usabilidad, la accesibilidad o la arquitectura de la información (Ortiz, 2012). Para la construcción y desarrollo de la página web en base a todo lo anteriormente dicho el mejor método será el **Diseño Centrado en el Usuario** (Hassan et al, 2004).

Usabilidad, accesibilidad y arquitectura de la información

Muchos académicos han hablado sobre la **usabilidad**, sus principios claves o los elementos más importantes a tener en cuenta para diseñar una web. Guillermo Franco define la usabilidad como “palabra que describe la facilidad de uso” (Franco, 2007). Jacob Nielsen, uno de los primeros en definir y utilizar este término la relaciona con la calidad a la hora de medir la facilidad o navegabilidad de una web. Además, Nielsen menciona pautas para un mejor diseño de una página web como la accesibilidad. Sin embargo, recalca la importancia de que el sitio web tenga de base un contenido de calidad, con una actividad constante, un tiempo de carga mínimo y fuera, entre otros, fácil de utilizar (Ortiz, 2012). También Krug (2006) añade y comparte la importancia de un buen diseño web, de que el usuario tenga una buena experiencia al navegar y, entre otras, la accesibilidad y la arquitectura de la información (Ortiz, 2012). Según la definición ofrecida por la ISO sobre la usabilidad, ésta tiene dos atributos medibles objetiva y subjetivamente, el primero según la eficacia y la eficiencia del usuario en el sitio web, y la segunda la satisfacción dada según las dudas en su exploración por la web (Hassan et al., 2004).

La usabilidad en una página web se puede medir a través de ciertos criterios como son los que menciona Beltré Ferreras en “Aplicación de la usabilidad al proceso de desarrollo de páginas web”:

Tabla 1: relación de atributos medibles de la usabilidad

Atributo	Significado	Forma de medir
Facilidad de aprendizaje	Implica cuán rápido y fácilmente los usuarios pueden comenzar a realizar un trabajo productivo con un sistema que usan por primera vez.	Tiempo en el que usuario novel utiliza el sistema antes de alcanzar el nivel de eficiencia que tiene el usuario experto en el uso de la aplicación.
Recuerdo en el tiempo	Capacidad del sistema de permitir al usuario utilizar la aplicación siempre, funcionamiento.	Tiempo requerido para concluir la actividad.
Eficiencia en el uso	Productividad del usuario con el uso del sistema.	Número de tareas por unidad de tiempo en el que el usuario (experto) es capaz de utilizar el sistema.
Tasa de errores	Errores cometidos durante el uso del sistema y cuán fácil el usuario se recupera de ellos, tanto el número como del tipo de errores.	Número de errores que el usuario comete cuando intenta realizar una tarea concreta y cómo se recupera del error.
Satisfacción	La opinión subjetiva que forma el usuario acerca del sistema.	Cuestionarios de satisfacción que llenan los usuarios.

Fuente: Beltré Ferreras, 2008. Aplicación de la usabilidad al proceso de desarrollo de páginas web.

La **accesibilidad**, anteriormente mencionada, se basa en que tu página web sea accesible para todas las personas (Ortiz, 2012). Incluyendo personas con algún tipo de discapacidad tanto física, como intelectual y personas extranjeras, que puedan disponer de dispositivos de lectura o similares en sus ordenadores que les ayude con la lectura de la página (De Lugo et al., 2017). Esta característica es imprescindible si lo que se pretende es buscar una experiencia positiva para el usuario (Ortiz, 2012). Mientras que la **arquitectura de la información** se centra en el diseño, la estructura de la página y

los contenidos de la propia página con el fin de facilitar la navegación y la búsqueda de información al usuario (Hassan et al., 2004).

Para que una web sea accesible se pueden seguir ciertos **criterios de accesibilidad**, teniendo en cuenta a todas las personas, los siguientes principios están sacados del estudio “Desarrollo de experiencias de aprendizaje virtual accesible. Atención a las necesidades de personas con discapacidad visual” de Ivory Mogollón de Lugo, Claudia Medina Narváez y Karl Correa Rivero en 2017:

1. **Perceptible.** Es decir, que toda la información de tu web y lo que la componen sean captados perfectamente por el usuario.
2. **Operable.** Construir la página de manera que sea accesible para todos, dispositivos especiales incluidos (personas con algún tipo de discapacidad física o intelectual).
3. **Comprensible.** Diseño comprensible y limpio. Es decir, que haya un buen contraste y sea legible. Así como, el recorrido por la página sea intuitivo y fácil.

Además, será importante también que el contenido como imágenes, enlaces, tablas o cualquier contenido esté bien explicado, sea legible y esté bien señalado (De Lugo et al., 2017).

Diseño de la página web

Para la construcción de la página es necesario que sigamos varios pasos para su puesta en marcha, según el estudio “Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información” de Yusef Hassan & Francisco J. Martín Fernández y Ghzala Iazza.

1. Planificación

En este apartado se desarrollarán los objetivos que se quieren conseguir en el proyecto (Hassan et al., 2004).

2. Diseño

En este apartado se centra en todo el diseño de la página. Para ello se deberán definir el público o tipos de público a los que está dirigido la página, es decir, el público objetivo. También se deberá pensar el “diseño conceptual”, es decir, la

estructura. El “diseño visual y la definición del estilo” de la página , cómo se verá visual y estéticamente la página en función los colores, imágenes, distribución de los contenidos, etc. Aquí también será importante pensar en el diseño en función de la accesibilidad. Y por último, el “diseño de contenidos”, es decir, que exista una estructura y un estilo común conforme a los contenidos similares (Hassan et al., 2004).

3. Prototipado

Esta parte del trabajo es la de realizar prototipo previos para la web que vas a crear. Según Floría Cortes (2000) puede haber distintas clases de prototipados y pueden o no parecerse al producto final, es decir, al resultado final de la web. Estos se clasificarían según el nivel de funcionalidad (vertical y horizontal) o de fidelidad (alta fidelidad o baja fidelidad):

- Prototipado Horizontal: donde se plasmará la parte visual de la web. Aunque no refleja la funcionalidad real o final de tu web.
- Prototipado horizontal: También se plasmará la parte visual, y en este caso si tendrá un funcionalidad parecida al producto final.
- Prototipado de alta fidelidad: muy similar al resultado final de la web.
- Prototipado de baja fidelidad: muy alejado del resultado final de cómo quedará la página web.

4. Evaluación

La fase final es la evaluación, que según Yusef Hassan, Francisco J. Martín Fernández y Ghzala Iazza, se puede hacer por dos tipos de métodos: el heurístico o un test de usuarios.

3.2. Marco contextual

3.2.1. Historia del motociclismo

La historia del motociclismo comienza con la fabricación de las primeras motocicletas, en 1885 Daimler y Maybach inventaron lo que se considera la primera motocicleta de la historia, la *Reitwagen* (De la Torre, 2022; Romero, 2020). Sin embargo, algunos autores

como Juan Pedro de la Torre en su libro “Eso no estaba escrito en mi libro de historia del motociclismo” consideran que la Hildebrand y Wolfmüller que construyeron en 1894 es la que debería considerarse como la primera motocicleta de la historia por sus características. Esta moto fue construida por una sociedad ubicada en Alemania propiedad de Heinrich y Wilhelm Hildebrand, Alois Woldmüller y Hans Geinsenhof (De la Torre, 2022).

Con la llegada de las motocicletas a todo el mundo llega la competición, las primeras carreras que se disputaron comenzaron en Europa. Más concretamente en Francia, se trataba de carreras por trazado urbano, es decir, caminos que poco a poco fueron extendiéndose por el resto de países (Romero, 2020). Para ver algo similar a las carreras de velocidad que hay hoy en día tenemos que ir hasta 1903 dentro de la *Gordon Bennet Cup* en Dublín, donde se disputó una carrera de motociclismo dividida por categorías, en este caso según el peso. Y a raíz de esta primera carrera, se empezaron a preparar las primeras competiciones internacionales como las conocemos hoy en día y a desarrollar los primeros reglamentos, en lo que jugó un papel importante la creación de la *Fédération Internationale des Clubs Motocyclistes* (De la Torre, 2022).

Pero si hay que ubicar el inicio de la competición, es, sin duda, la prueba celebrada en la isla irlandesa de Isla Man en 1907, Isla Man TT (Tourist Trophy). El lugar perfecto para realizar las carreras que no se podían celebrar en la ciudad debido a las limitaciones de velocidad de las carreteras (De la Torre, 2022). El TT de la Isla de Man se ha convertido, desde sus inicios, en una de las pruebas más famosas y exigentes del motociclismo, siendo una competición cuyo trazado son las carreteras de la isla, por lo tanto, también se considera una de las pruebas más peligrosas (Romero, 2020).

3.2.2. Historia del motociclismo en España

En España, mientras los primeros Campeonatos de Velocidad comienzan a celebrarse en Europa, lo que más se practica es el *dirt track*. Esta modalidad se empezó a practicar en 1929. La industria de la motocicleta en España, es decir, de la creación de motos nacionales, alejada de Europa, no empieza a desarrollarse hasta después de la Guerra Civil. Y durante esta época, con el franquismo instaurado en el país, las competiciones y carreras están completamente politizadas, como todos los deportes, incluso muchos de los pilotos son militares (De la Torre, 2022).

Uno de los pasos importantes para desarrollar y regular la competición en España fue la creación de la Real Federación Española de Motociclismo (RFME) en 1923. Con el estallido de la Guerra y el régimen franquista en España los deportes y deportistas se vieron politizados pretendiendo inculcar y transmitir los valores del régimen. Controlando desde los órganos del Gobierno, creación de una Delegación específica para los deportes, las federaciones y sus deportes (González Aja, 2011)

El motociclismo en España empezó a popularizarse a partir de 1950 con la llegada de la fabricación de motocicletas en España, con marcas tan importantes como Derbi o Bultaco. También con las competiciones y la figura de los pilotos que triunfaron en ellas como es el caso de Ángel Nieto. Nieto ha sido uno de los mejores pilotos del motociclismo, reconocido a nivel mundial, llegando a ganar 12+1 títulos mundiales. Los primeros circuitos en España no eran como los circuitos de velocidad donde corren ahora los pilotos (Circuit Ricardo Tormo de Valencia, Circuito de Jerez Ángel Nieto de Jerez o el Circuit Barcelona-Catalunya de Barcelona), sino que eran trazados más urbanos y no eran fijos como los mencionados anteriormente. Según señaló González Aja, el primer trazado fijo fue el Circuito de Montjuic, que se utilizó en competiciones nacionales y mundiales, así como el Jarama en Madrid. Hasta la construcción de los circuitos que existen actualmente en España, y el resto del Mundo, trazados mundialistas y utilizados también en competiciones nacionales.(González Aja y De la Torre, 2022).

3.2.3. Campeonato de España de *Superbike*

El Campeonato de España de Superbike (ESBK), es una competición de velocidad que organiza la Real Federación Española de Motociclismo (RFME) y que reúne a miles de pilotos de nacionalidades diferentes para competir en las distintas pruebas de velocidad que se hacen en los circuitos de España y Portugal.

Actualmente el Campeonato cuenta con un total de 6 categorías, Moto4, la menor de las categorías, PreMoto3, *Supersport300*, *Supersports Next Generation* (dentro de esta categoría también corren y clasifican *Superstock600*), *BeOn Junior Cup* y *Superbike*, la máxima categoría, dentro de esta categoría también clasifican los pilotos de *Superstock1000*.

El Campeonato de España de Superbike es uno de los campeonatos de motociclismo de velocidad con un mayor número de nacionalidades y donde muchos pilotos, nacionales

e internacionales, vienen a competir para prepararse para el salto a otros campeonatos a nivel mundial, como puede ser MotoGP.

Actualmente ESBK recorre los distintos circuitos de España donde se celebran competiciones internacionales también como el Circuito de Jerez Ángel Nieto, el Ricardo Tormo de Cheste y el Circuit de Barcelona-Catalunya. Trazados que además se utilizan en pruebas mundialistas. Pero también otros circuitos nacionales como el de Navarra. Además, de contar con un circuito internacional al correr en el Circuito de Estoril en Portugal (TodoCircuito 2018; Quintiá, 2023, De la Torre,2023,).

43.2.4. Análisis de contenido de Campeonatos de motociclismo

Además, para la puesta en marcha de una web de estas características será necesario el análisis de páginas web similares para poder tomar estructuras de ejemplo y poder realizar una web efectiva tanto para el Campeonato como para los usuarios.

Para este análisis de contenido se han escogido un total de 6 Campeonatos que cuentan con su página web. Como son las páginas del Campeonato del Mundo de MotoGP, el Campeonato del Mundo de *Superbikes*, el *JuniorGP*, la Red Bull Rookies Cup, Mundial de Motocross y El Campeonato británico de Superbike (BSB).

Tabla 2. Matriz de análisis de estructura web

	MotoGP	WorldSBK	Red Bull Rookies Cup	JuniorGP	MXGP	BSB
Página de Inicio	<p>Pág.Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Visual -Menús -Noticias -Videos -Calendario -Entradas -Noticias o reportajes -Pilotos -Iconos de redes sociales -Patrocinadores 	<p>Pág Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Visual -Menús -Contenido informativo (Noticias) -Iconos de redes sociales -Patrocinadores 	<p>Pág.Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Visual -Carrusel de noticias (visual, imagen) -Noticias -Tabla resultados -Patrocinadores -Formulario <i>Newsletter</i> 	<p>Pág.Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Visual -Carrusel de secciones (visual, imagen) -Carrusel de circuitos-calendario -Noticias -Patrocinadores -Iconos de redes sociales 	<p>Pág.Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Visual -Diseño diferente -No ocupa toda la pantalla - Menú Principal -Suscripción -Lupa de búsqueda -Calendario (cuenta atrás -Noticias -Revista -Clasificaciones 	<p>Pág.Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Carrusel de noticias -Menús -Calendario -Clasificación/resultados -Galería de Fotos -Patrocinadores -Iconos de redes sociales

					-Contenido de redes -iconos de redes sociales -Patrocinadores -Publicidad del propio campeonato (<i>merchandising</i>)	
Menú*	Pág Inicio 3 menús: -Principal -Superior -Lateral desplegable	Pág Inicio 3 menús: -Principal -Superior derecho -Lateral desplegable	Pág Inicio 2 menús: -Principal y lateral desplegable (mismo contenido) -Lateral superior izquierdo desplegable - Red Bull	Pág Inicio Menú principal desplegable	Pág. Inicio Menú principal desplegable por apartados -menú específico de noticias (dividido por categorías) en la página de inicio	Pág. inicio 2 Menús: -Principal -Superior derecho (incluye apartado desplegable en una opción)
Sección de Noticias o Actualidad	Sí Incluye apartados: - Noticias - Reportajes - Mercado de pilotos (noticias relacionadas a este tema) - Comunicados Oficiales	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Sala de Prensa	No. Dentro de la sección de Noticias, hay espacio para los comunicados oficiales. Abierto a todos.	No	No	Sí . Apartado para las solicitudes y acceso de la prensa en el campeonato.	No Espacio informativo para acreditarse como prensa	No
Espacio Corporativo	Sí . - Racing Together - Enlace a otra página → en el	Sí , espacio pequeño “ Glosario ”.	Sí . - Espacio corporativo de Red Bull en el menú desplegable	No.	No -Sobre la FIM -Sobre Infront Moto racing	Sí Ubicación: menú ed final de página.

	logo FIM - Dorna Sports , te redirige a la página de Dorna Sports. (menú del final de cada página)		izquierdo			Introducción a Bennetts BSB: - BSB - Superbike - Formato del evento - Reglas y puntos
Presencia de los patrocinadores	Presencia en la parte inferior de todas las páginas.	Presencia en la parte inferior de todas las páginas. Apartado específico en el menú principal → “Sponsors”	Sí. Parte inferior de las páginas “Bikes” y “News & Media” . -Espacio único a Red Bull y sus bebidas (menú desplegable parte superior izquierda)	Sí. Parte inferior de todas las páginas. -Apartado específico de Partners .	Presencia de los patrocinadores en todas las páginas Apartados: - Socios y proveedores	Presencia de los patrocinadores en todas las páginas Apartado → Partners
Ofrecen Fotos y/o vídeos	Sí . Vídeos de contenido propio.	Sí *Dentro del <i>Videopass</i> (suscripción) ofrecen cantidad de vídeos de contenido propio. - Vídeos gratuitos	Sí - carreras completas de todas las temporadas -No vídeos realizados por ellos como contenido	Sí - Fotos - Vídeos	Sí - Fotos	Sí - Fotos
Fotos y Vídeos para el uso	Derechos de uso	Derechos de uso	Derechos de uso	Derechos de uso		Derechos reservados.
Coherencia en los contenidos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Iconos de Redes Sociales	Sí. Final de cada página	Sí. Final de cada página	No	Sí. Final de cada página	Sí. Final de cada página	Sí. Presentes al inicio u final de cada página
Acceso o registro a la página	-Registro -Suscripción	-Registro -Suscripción	Registro	Registro	No es necesario ver los contenidos. -Opción de suscripción	No es necesario.

					a newsletter.	
Responsive	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Emisión	Sistema propio de emisión de carreras Videopass					

Elaboración propia

4. Plan de trabajo

4.1. Temporalización del trabajo

- **Revisión bibliográfica.** Fase de revisión de documentos académicos y oficiales a través de los buscadores académicos Google Scholar, Scopus y Dialnet.
- **Preproducción.** Desarrollo teórico del Estado de la cuestión para mi Trabajo de Fin de Máster a partir de los documentos académicos revisados. También, contacto con la Federación de Motociclismo de España y Campeonato de España de Superbike. Realización de contenido previo a la página como el análisis de otras webs y prototipo web previos. Y visita a la 2º Ronda en el Circuit Ricardo Tormo de Valencia para conocer y recoger contenido propio
- **Producción.** Realización de la página web.
- **Entrega TFG.** Entrega del Trabajo de Fin de Máster.

FEBRERO

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18

19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

MARZO

L	M	X	J	V	S	D
				1 Revisión bibliográfica	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ABRIL

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4 Preproducción	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

MAYO

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

JUNIO

L	M	X	J	V	S	D
					1 ESBK	2 ESBK

					Valencia	Valencia
3 Producción	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

JULIO

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8 Entrega TFM	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

4.2. Preproducción

La preproducción es el tiempo invertido en realizar el estado de la cuestión y el marco contextual.

4.2.3. Producción

Después de la consulta de material académico a través de diferentes artículos académicos, así como el análisis de otras webs similares y la puesta en contacto con la Real Federación Española de Motociclismo y el Campeonato de España de Superbike se ha realizado una página web del Campeonato.

4.2.3.1. Prototipo

Anterior a la construcción de la página en el servidor web Wordpress.es se ha realizado un prototipo horizontal de la primera idea de la página, es decir, una prototipo que muestra la idea estética de la web, sin la funcionalidad. Tanto del aspecto visual de la página, como de la idea del menú.

4.2.3.2. Página Web

URL: <https://esbktfm.wordpress.com/>

5. Conclusiones

Una vez concluido mi Trabajo de Fin de Máster considero que tras el trabajo realizado durante este tiempo he conseguido hacer una página sencilla e intuitiva, además de los espacios e información necesaria para completar una página web de un Campeonato. El contacto con la Federación Española de Motociclismo y el Campeonato de España de Superbike, así como la oportunidad de poder acudir a un fin de semana de carreras me ha servido para poder ver como funciona el Campeonato y sacar contenido propio para utilizar en la página web.

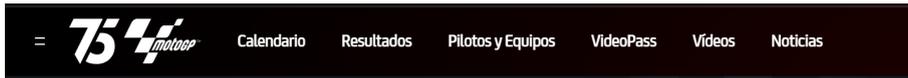
También señalar que la página sea intuitiva, así como la parte visual, más allá de la parte estética, es para que todo el mundo pueda identificar la información y las distintas secciones, y así hacer más fácil el viaje por la web.

6. Anexos

Anexo 1. Menús - Análisis de páginas webs de distintos Campeonatos

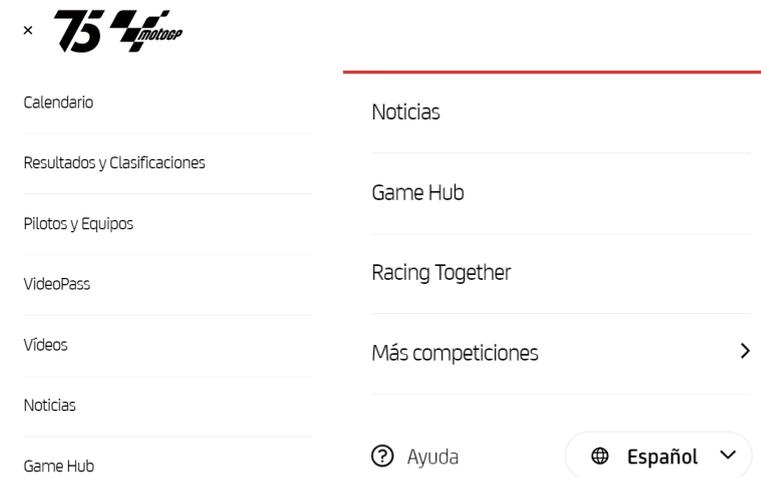
MotoGP

1. Menú principal MotoGP



Menú principal de la página web de MotoGP. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

2. Menú principal desplegable MotoGP



Menú principal desplegable de la página web de MotoGP. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

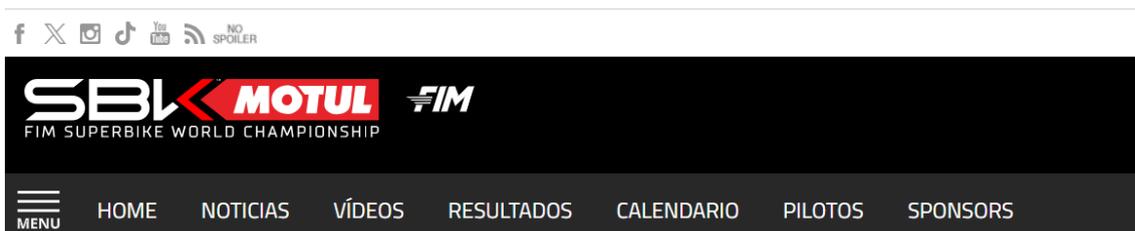
3. Menú superior MotoGP



Menú superior de la página web de MotoGP. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

WorldSBK

1. Menú principal WorldSBK



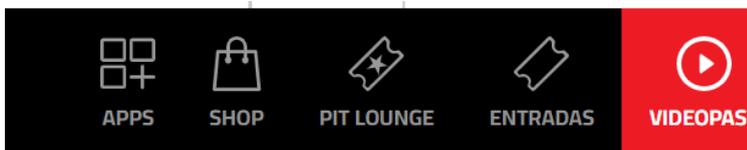
Menú principal de la página web del WorldSBK. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

2. Menú principal desplegable WorldSBK



Menú principal desplegable de la página web de *WorldSBK*. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

3. Menú superior WorldSBK



Menú superior de la página web de *WorldSBK*. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

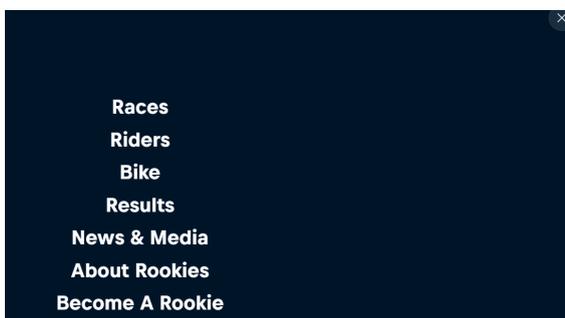
Red Bull Rookies Cup

1. Menú principal



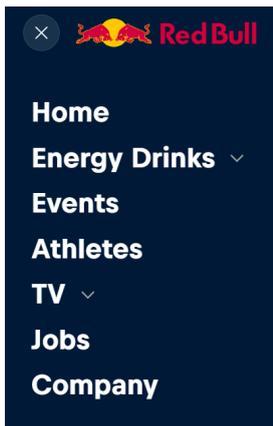
Menú principal de la página web de la *Red Bull Rookies Cup*. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

2. Menú principal desplegable



Menú principal desplegable de la página web de la *Red Bull Rookies Cup*. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

3. Menú desplegable superior izquierdo - Sobre Red Bull



Menú desplegable superior izquierdo de la página web de la *Red Bull Rookies Cup*. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

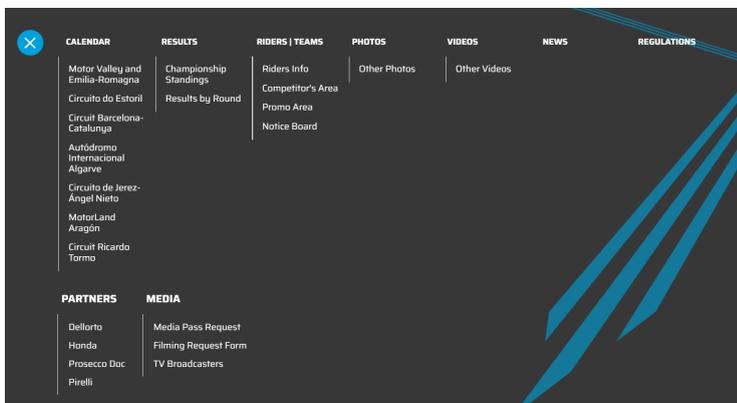
JuniorGP

1. Menú principal



Menú principal de la página web del *JuniorGP*. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

2. Menú principal desplegable



Menú principal desplegable del *JuniorGP*. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

MXGP

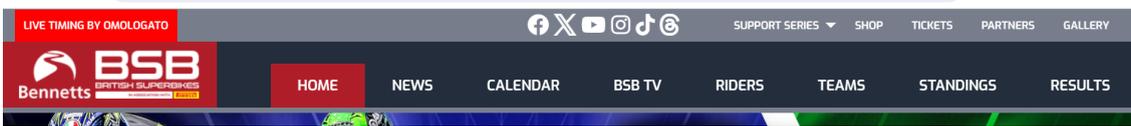
1. Menú MXGP



Menú principal página MXGP. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

British Superbike

1. Menú principal *British Superbikes*



Menú página British Superbike. Imagen: Captura de pantalla de elaboración propia.

Anexo 2. Prototipado web

1. Prototipo de la página de inicio.



Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

2. Prototipado 1 página de noticias



NOTICIAS



Habr  ESBK en Valencia

La segunda prueba del Campeonato de España de Superbikes se celebrará el 1 y 2 de junio en Valencia. [..]

LEER MÁS



Entrevista a Borja G mez

Cuerpo de texto



Asfalto: rodamos por la historia de Tito Rabat

Cuerpo de texto

Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

3. Prototipo 2 página de noticias



NOTICIAS



Habr  ESBK en Valencia

La segunda prueba del Campeonato de España de Superbikes se celebrará el 1 y 2 de junio en Valencia. [..]

LEER MÁS



Asfalto: rodamos por la historia de Tito Rabat

Cuerpo de texto

Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

4. Prototipo página de Calendario.



Descarga aquí el calendario completo



Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

5. Prototipado página de resultados.



Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

6. Prototipado página de Clasificación

The screenshot shows the ESBK website's classification page. At the top, there is a navigation menu with links for Noticias, Calendario, Resultados, Clasificación, Fotos, Prensa, ESBK, App, and Contacto. The main header features the ESBK logo and the text 'Campeonato de España de Superbike'. Below this, the word 'CLASIFICACIÓN' is prominently displayed. The central part of the page contains a table with the following data:

Posición	Piloto	Puntos	4/4/2024	30/5/2024	4/7/2024	25/7/2024	29/8/2024
			7/4/2024 ESBK Jerez	2/6/2024 ESBK - Circuit Val	7/7/2024 ESBK - Circuito Estoril	28/7/2024 ESBK - Bar-Cat	1/9/2024 ESBK - Circuito Estoril II
1	RIOS MALDONADO, JESUS	50	25 25				
2	OLIVARES RODRIGUEZ, PABLO	36	20 16				
3	ALOMAR BOVER, PEDRO	33	13 20				

At the bottom of the page, there are four red buttons labeled '2023', '2022', '2021', and '2020' for navigating between years.

7. Prototipado página de Galería

The screenshot shows the ESBK website's gallery page. It features the same navigation menu and header as the classification page. The main heading is 'FOTOS'. Below the heading, there are three large images of motorcycle races at different circuits. Each image is accompanied by a title and a 'GALERIA' button:

- CIRCUITO DE JEREZ ÁNGEL NIETO 2024** (with 'GALERIA' button)
- CIRCUITO RICARDO TORMO VALENCIA 2024** (with 'GALERIA' button)
- CIRCUITO DE ESTORIL PORTUGAL 2024** (with 'GALERIA' button)

Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

8. Prototipado página de Prensa



Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

9. Prototipado página de ESBK (Historia del Campeonato)



Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

10. Prototipado página de App - Cambiado a página de DIRECTO



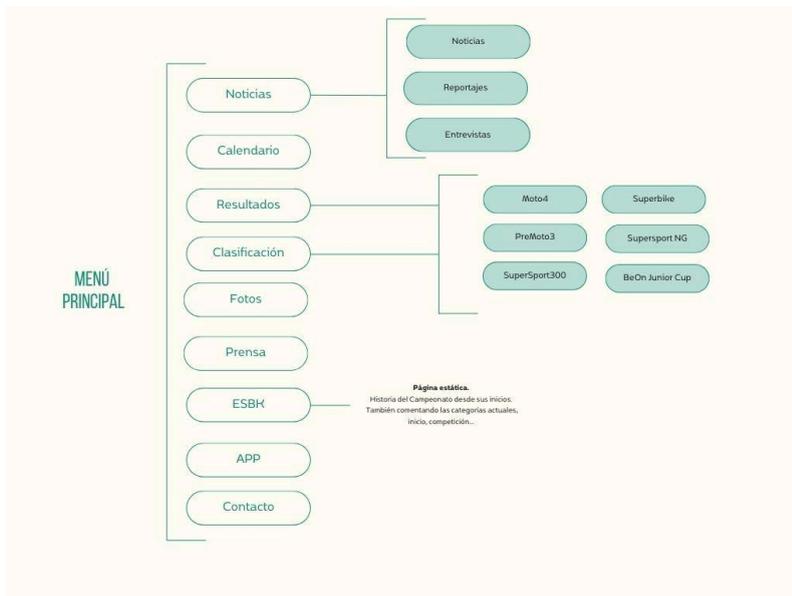
Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

11. Prototipado página de Contacto



Imagen: Elaboración propia a través de Canva.

12. Prototipo inicial organización del menú principal



BIBLIOGRAFÍA

Aced, C. (2013). *Relaciones Públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital..* Editorial UOC.

Apolo Buenaño, D., Altamirano Barriga, M. V., Vásconez Cadena, M.I., Cevallos Darquea, M.I. (2015). Usuarios, clientes y consumidores digitales: consideraciones para su abordaje desde el marketing y la comunicación corporativa. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/22919>

British Superbike. (s.f.). Britishsuperbike.com. <https://www.britishsuperbike.com/>

Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. <https://bit.ly/3VSPYTF>

Capriotti, P. (1999). *Comunicación corporativa: una estrategia de éxito a corto plazo. . Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo. 13, 30-33.* http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf

Carbone, G. (2006). Entrevista con Joan Costa. Reflexiones sobre la comunicación corporativa. <https://core.ac.uk/download/pdf/327097653.pdf>

De La Torre, J.P. (2022). *Eso no estaba escrito en mi libro de Historia del Motociclismo*. Almuzara.

De la Torre, J.P. (2023, 7 de febrero). RFME: 100 años haciendo carrera (I). *Motociclismo.es*. https://www.motociclismo.es/deporte/rfme-100-anos-haciendo-carreras-i_271896_102.html

Franco, G. (2007) *Cómo escribir para la web: Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción ‘online’*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23880>

González Aja, T. (2011). From Dictatorship to Democracy in Spain: The Iconography of Motorcyclist Angel Nieto. *History of sport*, 28 (2), 240-252. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09523367.2011.537913>

JuniorGP. (s.f.). *Fimjuniorgp.com*. Recuperado el 24 de abril de 2024. <https://www.fimjuniorgp.com/>

Marín Dueñas, P.P., Lasso de la Vega González. C., Mier-Terán Franco. J.J. (2015) La eficacia de la web corporativa en las pequeñas y medianas empresas: un análisis de la usabilidad web.

<https://pdfs.semanticscholar.org/6e14/2f1952f7e8a298c338b97be215dcc3049f13.pdf>

MotoGP. (s.f.). *motogp.com*. Recuperado el 24 de abril de 2024.
<https://www.motogp.com/es>

MXGP. (s.f.). *Mxgp.com*.. <https://www.mxgp.com/>

Ortiz, D.C. (2012). La usabilidad como recurso de gestión de contenidos web: una aproximación para la optimización de portales web corporativos.
https://revistas.uptc.edu.co/index.php/educacion_y_ciencia/article/view/3193

Quintiá, A. (2023, 2 de febrero). La RFME cumple 100 años de historia en 2023.
Motorsport.

<https://es.motorsport.com/otros-motos/news/100-aniverasio-rfem-motociclismo-espana/10427272/>

RedBull Rookies Cup. (s.f.) *Redbull.com*. <https://www.redbull.com/int-en/rookiescup>

RFME. (s.f.). *rfme.com*. ESBK - Campeonato de España de Superbike.
<https://rfme.com/campeonatos/campeonato-de-espana-de-superbike>

Romero Cala, M. (2020). El fenómeno de Ana Carrasco: influencia de la participación de las mujeres en el motociclismo y el tratamiento periodístico
<https://idus.us.es/handle/11441/102200>

TodoCircuito. (2028, 17 de diciembre). Nace ESBK: El Campeonato de España de Superbike
Cetelem. *TodoCircuito*.
<https://www.todocircuito.com/noticias/19347-nace-esbk:-el-campeonato-de-espana-de-superbike-cetelem.html>

Tur-Viñes, V, Montserrat-Gauchí. J. (2015) El Plan Estratégico de Comunicación. Estructura y Funciones. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199532731046.pdf>

WorldSBK. (s.f.). *Worldsbk.com*. <https://www.worldsbk.com/es>

Yusef Hassan & Francisco J. Martín Fernández & Ghzala Iazza. (2004). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información. http://eprints.rclis.org/8998/1/Dise%C3%B1o_Web_Centrado_en_el_Usuario_Usabilidad_y_Arquitectura_de_la_Informaci%C3%B3n.pdf