

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE APRENDIZAJES, LENGUAS Y COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Trabajo de titulación:

REPORTAJE AUDIOVISUAL SOBRE LA MUJER EN EL AUTOMOVILISMO  
Y SU DESAFÍO CONTRA LOS ESTEREOTIPOS COMUNICACIONALES DE  
GÉNERO.

AUTORA: ARIEL ALEJANDRA HEREDIA NAVARRETE

DIRECTORA: JIMENA LEIVA

JULIO, 2025

QUITO, ECUADOR

**Agradecimientos:**

*Este camino estuvo lleno de altos y bajos, el cual veía lejana la meta y ahora que estoy a un paso de cruzarla, quiero agradecer a quienes formaron parte de este lindo trayecto.*

*A Dios y a los Ángeles, quienes guiaron mi camino, me protegieron y siempre pude sentir esa compañía en cada paso que di. A Carlos Andrés, quien, a pesar de dejarnos antes de tiempo, me ayudó a continuar con la frente en alto, y estar presente en las cosas que tenía muchas dudas.*

*A mis profesores, de quienes no solo aprendí conocimiento relacionado a una profesión, sino que aprendí con ellos sobre la vida. A cada uno lo aprecio tanto, por todo lo que nos brindaron.*

*A las mujeres que son parte de este trabajo, quienes demuestran esa lucha por la igualdad y fueron tan amables en compartirme su historia y conocimientos.*

*A mis amigas, quienes sin duda hicieron que la etapa universitaria la disfrute tanto, y ser un gran apoyo para mí. Son un rayo de sol en mi vida; y sin duda cada sonrisa que terminó en carcajada o una lágrima en llanto, valió la pena, porque teníamos la compañía de la otra.*

*A mis niños, mis pequeños de cuatro patas: Martín, Bruno y Nina, quienes dan alegría, amor y lealtad a mi vida. Quienes muestran su amor incondicional y cada uno tiene su historia propia. Gracias por estar conmigo hasta altas horas de la noche, compartiéndome su calor y su mirada de que todo estará bien.*

*A mi mamá, la mujer guerrera que ha sido desde siempre. Gracias mamá, por ser mi pilar, por ser mi fuerza y lucha en todo este trayecto. Por ser mi compañera desde que llegue a este mundo, y nunca soltarme ni dejarme sola, porque el amor nunca faltó, y todo lo que soy yo es gracias a usted. Lo logramos mamá, porque este triunfo es suyo y mío, las risas, cosquillas, y los abrazos largos me daban la señal de que estamos seguras. Le amo infinitamente, autora de todas las cosas que deseo visibilizar para que todo sea más justo como mujeres.*

**Dedicatoria:**

*A Gisella Heredia, la mujer más valiente que conozco.*

*A Doménika Arellano, Paola Cevallos y Francesca Cozzaglio, las admiro y respeto.*

*A las mujeres que sueñan alto y buscan igualdad, lo vamos a lograr.*

## Índice de contenidos

Resumen.....	7
Introducción .....	8
Capítulo I .....	10
1. Antecedentes.....	10
1.1. Primeras mujeres en el automovilismo .....	10
1.1.1. La Fórmula 1 y su incremento de audiencia en redes sociales .....	11
1.1.2. Iniciativas para aumentar la participación de la mujer en el automovilismo y en redes sociales del deporte.....	12
1.1.2.1. W Series y F1 Academy.....	13
1.2. Marco teórico .....	14
1.2.1. Discurso de odio y discriminatorio .....	14
1.2.2. Estereotipo .....	16
1.2.3. Comunicación y género .....	17
1.2.3.1. Estereotipo de género.....	20
1.2.4. Teoría de los grupos silenciados .....	22
1.2.5. Ley Orgánica de Comunicación.....	24
Capítulo II.....	26
2. Pre- Producción.....	26
2.1. Tema y propósito.....	26

2.1.1. Justificación .....	26
2.1.2. Sinopsis .....	27
2.2. Investigación previa .....	27
2.2.1. Cronograma.....	32
2.3. Enfoque narrativo.....	33
2.3.1. Arco argumental.....	33
2.3.1.1. Inicio.....	33
2.3.1.2. Desarrollo.....	34
2.3.1.3. Cierre.....	34
2.4. Guion técnico .....	34
2.4.1. Descripción de lugares .....	34
2.4.2. Insumos de trabajo .....	35
2.4.3. Planos.....	35
2.5. Pre guion .....	35
2.5.1. Archivos.....	35
2.6. Construcción de guion .....	36
Capítulo III.....	37
3. Postproducción.....	37
3.1. Validación de producto.....	38
Conclusiones.....	40
Recomendaciones .....	42

Referencias..... 43

Anexos ..... 46

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo analizar los comentarios discriminatorios que surgen del discurso de odio hacia la mujer en redes sociales, específicamente en TikTok e Instagram, dado que el deporte, y en este caso el automovilismo, históricamente es dominado por hombres. Con base en la información recabada, se realizaron entrevistas a mujeres pilotas para contar con su voz y experiencia propia, así como a mujeres con enfoque de género y biológico para comprender mejor los conceptos investigados.

A partir de esto, se produjo un reportaje audiovisual sobre la experiencia de una mujer piloto en el automovilismo y las formas en que es atacada en redes sociales, abordando los discursos de odio que se generan en ese entorno. También se cuestionaron los estereotipos que a lo largo de la historia se han visto normalizados y parte del día a día de la sociedad. Este trabajo permitió visibilizar las problemáticas que enfrentan las mujeres dentro del automovilismo, especialmente en el área digital.

La investigación aportó herramientas para evidenciar como las redes sociales reproducen los discursos discriminatorios y reflexionar sobre la violencia simbólica que se ejerce desde estos estereotipos y comentarios. Es fundamental escuchar las voces de las propias deportistas para entender la dimensión real del conflicto. De esta forma, se reafirma la necesidad de generar espacios seguros e inclusivos dentro y fuera de la pista.

**Palabras clave:** *Automovilismo, pilotas, mujeres, Fórmula 1, karting, estereotipos de género, discriminación, reportaje, redes sociales y discurso de odio.*

## Introducción

El automovilismo tomó más fuerza y reconocimiento alrededor del mundo en los últimos años. La cantidad de espectadores sigue aumentando gracias a estrategias comunicacionales que se implementaron a lo largo de este tiempo. Sin embargo, al ser un espacio históricamente masculinizado, la participación de las mujeres dentro de esta disciplina recibió mucho apoyo; al contrario, reciben comentarios discriminatorios y se refuerzan estereotipos de género.

Esta investigación y reportaje audiovisual tienen como finalidad visibilizar la realidad de las mujeres en un deporte que desde siempre tuvo el estereotipo de ser solo para hombres. A través de este producto se busca que el público pueda cuestionarse sobre estos comentarios y estereotipos marcados en la sociedad, y entender por qué es necesaria la inclusión y representatividad de las mujeres en el deporte.

En ese contexto, se analiza de dónde provienen los comentarios discriminatorios difundidos en redes sociales, que buscan silenciar y excluir a la mujer. Además, se explica la polarización ante las iniciativas que la categoría más reconocida del automovilismo, la Fórmula 1, implementó como forma de inclusión y espacio para que las mujeres desarrollen más sus habilidades en el deporte. La metodología que se implementó en esta investigación fue cualitativa, con el fin de entender el trasfondo de este fenómeno social, como lo son la difusión de comentarios negativos y discursos de odio que refuerzan estereotipos de género y la normalización de estos dentro de la sociedad. Por medio de entrevistas a tres pilotas de karting destacadas del Ecuador, Doménika Arellano, Paola Cevallos y Francesca Cozzaglio, se confirmó que persiste este fenómeno social, y desde sus experiencias lo relatan.

Se desarrolló el contexto histórico del surgimiento del automovilismo y su asociación con la figura masculina. Sumado a eso, la cifra que indica que solo cinco mujeres han llegado a la categoría máxima del deporte, la Fórmula 1, a lo largo de la historia, refuerza las teorías. Esta situación se comprendió con mayor profundidad por medio de enfoques como los discursos de odio y discriminación, los estereotipos, especialmente los de género, la comunicación y el género, la teoría de los grupos silenciados, y su relación con la Ley Orgánica del Ecuador.

Tras recabar esta información, se inició la postproducción como forma de organización y enfoque del reportaje audiovisual, donde se incluyó el acercamiento a estos espacios, como pistas de karting, campeonatos y fuentes expertas con perspectiva de género y sexo biológico. Finalmente, tras la recolección de todas las tomas, entrevistas, imágenes y videos de archivo, se realizó una edición de 15 minutos con 35 segundos, en la que se muestra esta problemática en tres partes: inicio, desarrollo y conclusión. Luego fue publicado para que más personas puedan visibilizar estos tipos de discursos de odio por medio de redes sociales que hemos normalizado históricamente.

## Capítulo I

### 1. Antecedentes

El automovilismo existe desde hace más de un siglo y medio, y hasta el día de hoy ha ganado mayor reconocimiento como deporte. Esta disciplina incluye competencias en vehículos a motor, por lo que surgió a finales del siglo XIX. Durante su evolución, se desarrollaron diferentes áreas dentro del mismo deporte, como la Fórmula 1, el rally, las carreras de resistencia, las carreras de GT, el turismo, el karting e IndyCar (Pro., S.f).

La categoría que recibe más apoyo desde sus inicios, y que sigue creciendo hoy en día, es la Fórmula 1. Históricamente, fue construida a partir de la diferencia sexual y, por lo tanto, se construyeron los estereotipos, como el espacio, el cual lo público se asignaba a los hombres y lo privado a las mujeres. A pesar de los obstáculos, las mujeres lucharon por involucrarse en el deporte, desafiando las barreras y los estereotipos de género que limitaron su presencia frente al volante.

#### 1.1. Primeras mujeres en el automovilismo

Según el portal Infobae (Coronel, 2019), fueron 15 pioneras las que lucharon por la igualdad de género en un deporte que, desde sus inicios, ha estado sujeto a un dominio total por hombres. Un ejemplo destacado es Bertha Benz, quien fue la primera mujer y persona en la historia en conducir un triciclo motorizado a larga distancia, diseñado por su esposo. Benz no solo realizó esta hazaña, sino que también demostró a su pareja que su invento podía ser un "éxito financiero", marcando el inicio de una nueva etapa tecnológica.

Otra representante importante fue Dorothy Levitt, quien estableció un récord mundial femenino de velocidad al volante de un Napier a principios de 1905. Levitt intentó fomentar el

interés de más mujeres por el automovilismo y la velocidad, compartiendo sus conocimientos por medio de varios libros, siendo uno de los más conocidos "La mujer y el automóvil: un manual amigable para todas las mujeres que compiten en automovilismo o desean hacerlo".

Como se mencionó previamente, una de las categorías más importantes que impulsó esta disciplina es la Fórmula 1, y la primera mujer en competir en esta área fue María Teresa de Filippis en 1958. Por otro lado, Lella Lombardi fue la única mujer en sumar puntos en la misma categoría en 1975.

### **1.1.1. La Fórmula 1 y su incremento de audiencia en redes sociales**

El mundo del automovilismo conlleva altos costos, especialmente la Fórmula 1, lo que convierte este deporte en una disciplina lujosa que no muchas personas pueden permitirse costear su asistencia, dado que las carreras no llegan a todas las partes del mundo, por lo que muchos optan mirar por medio de una plataforma o red social. En la década de 1970, el deporte no podía transmitirse en varios lugares debido a las dificultades para establecer acuerdos de transmisión en vivo. Sin embargo, con el paso del tiempo, el automovilismo evolucionó y permitió que más personas puedan disfrutar de un Gran Premio en vivo por medio de una plataforma.

La Fórmula 1 se ha convertido en el deporte con la mayor cuota de audiencia de la historia (Informe de Actividades, FIA 2021) y no había atraído a una audiencia tan grande en mucho tiempo. La Fórmula 1 siempre ha tenido éxito a gran escala, pero fue solo la temporada pasada cuando la audiencia acumulada alcanzó los 87,4 millones de espectadores. (Palermo & Delaine, 2023)

Según Palermo y Delaine (2023), desde 2017, el deporte experimentó una evolución en sus estrategias de comunicación, lo que permitió enfocar y atraer la atención de públicos más jóvenes que los tradicionales seguidores de la F1. Estas nuevas formas de cautivar más aficionados buscan ofrecer a aquellos, sin acceso a las carreras en vivo, una manera de mantenerse informados día a día sobre su equipo, los resultados o su deportista favorito. Esto se logra mediante una comunicación más dinámica en su red social de Instagram, TikTok e incluso X, donde realizan publicaciones constantes de lo que está sucediendo en la carrera e invitan al público, por medio de la misma red social, en ser redireccionados a la página web de la Fórmula 1 para votar por su piloto favorito de la carrera.

El tratamiento de redes sociales en el automovilismo logró romper fronteras y llegar a distintos rincones del mundo por medio de la tecnología, difundiendo información sobre este deporte, lo que permitió ampliar su audiencia en las plataformas digitales y atraer la atención de más marcas interesadas en convertirse en auspiciantes. También fue notable la creciente participación de mujeres en esta disciplina, impulsada en mayor medida por la interacción generada a través del manejo de redes sociales por parte de las escuderías de Fórmula 1. Según Forbes Ecuador (Adgate, 2024), el CEO de la F1, Stefano Domenicali, indicó que en 2022 el público femenino digital representaba el 40% de la audiencia del deporte, lo que significó un aumento del 8% en comparación con 2017.

### **1.1.2. Iniciativas para aumentar la participación de la mujer en el automovilismo y en redes sociales del deporte**

La empresa estadounidense Liberty Media, encargada de medios de comunicación, entretenimiento y deportes, fue la protagonista del cambio en estrategias comunicacionales que

implementó la Fórmula 1 en 2017. El objetivo era, como se mencionó previamente, atraer más aficionados digitales y también que asistan a los Grandes Premios, para que más marcas pudieran invertir en los equipos y en el deporte. Con el objetivo de crear espacios más inclusivos dirigidos a las mujeres, se establecieron iniciativas que promuevan la participación equitativa. Como señala Brad Adgate (2024), "...las redes sociales, el popular programa de Netflix Drive to Survive (Conduce para sobrevivir) y las iniciativas destinadas a promover la participación de las mujeres en este deporte ayudaron a aumentar el interés entre las mujeres jóvenes, incluyendo blogueras, reporteras y programas diseñados para promover a las mujeres pilotas."

#### **1.1.2.1. W Series y F1 Academy**

La W Series, creada por un expiloto y empresario, fue un campeonato que duró tres años (2019, 2021, 2022), la temporada de 2020 fue cancelada por la pandemia de COVID-19. Este campeonato femenino de automovilismo fue anunciado en octubre de 2018 con el propósito de incluir a las mujeres en el deporte que se consideraba únicamente para hombres. El comunicado mencionaba que, las mujeres pueden competir por igual que los hombres, por sus habilidades en esta disciplina. Esta competencia buscaba equipar a las mujeres a un nivel superior que la F3 en cuestión de competitividad y aprendizaje, con el fin de mejorar y competir contra los pilotos de F1, según lo mencionó el expiloto David Coulthard (Motor, 2018).

Sin embargo, la competencia no se pudo sostener por falta de recaudación de fondos, por lo que se cortó abruptamente en la temporada de 2022. Además, recibió algunas críticas cuando se dio el anuncio, donde corredoras como Pippa Mann y Charlie Martin expresaron su decepción por crear una categoría donde las mujeres fueran aisladas y no incluidas (Edmondson, 2018).

Tras la caída de la W Series, surgió en 2023 la F1 Academy, creada por el Grupo Fórmula 1 en colaboración con Liberty Media. Esta academia tiene el objetivo de desarrollar el talento femenino para competir en las altas categorías del automovilismo, como la Fórmula 1. También se buscó que las escuderías principales de la Fórmula 1 pudieran aliarse y tener su escudería en la categoría para mujeres entre 16 y 25 años. Hasta ahora, la última mujer en la F1 fue la piloto italiana Giovanna Amati en 1992.

## **1.2. Marco teórico**

### **1.2.1. Discurso de odio y discriminatorio**

La investigación se enfoca en los comentarios que evidencian discursos de odio y discriminatorios en redes sociales hacia la mujer, en el ámbito del automovilismo. Teun van Dijk (2014), analista de discurso, define al discurso como “... una forma de interacción social en la sociedad y, al mismo tiempo, como la expresión y reproducción de la cognición social. [... as a form of social interaction in society and at the same time as the expression and reproduction of social cognition] (p.12). Los discursos no funcionan únicamente como palabras, sino que las ideas, creencias, y conocimientos de cada uno, se mantienen o difunden de forma colectiva, moldeando lo que pensamos dentro de la sociedad.

Los discursos de odio, según Viejo Otero (2020) son tales formas de expresarse que discriminan en “... función de raza, color, idioma, religión o creencias, nacionalidad u origen nacional o étnico, al igual que la ascendencia, edad, discapacidad, sexo, género, identidad de género y orientación sexual” (p.32). Estas maneras específicas buscan perpetuar la subordinación social, eso quiere decir, se manifiestan roles de poder donde el control o autoridad desde el privilegio configuran el dominio hacia un individuo. Incluso, promueven e incitan la violencia en

contra de un grupo vulnerable, buscando que la respuesta del sujeto afectado sea de miedo, aislamiento o intimidación (UNICEF, s.f). Las personas que históricamente tuvieron o tienen la idea de que el automovilismo es solo para hombres, se incomodan de la presencia de las mujeres en estos espacios, difundiendo discursos de odio y comentarios discriminatorios hacia ellas, e incluso lo hacen de forma verbal llegando a amenazar “si me rebasas de parto el carro”.

En cuanto el discurso discriminatorio, según Argenot et al., (2019), lo definen como aquel que busca excluir o segregar a una persona o grupo de personas del ejercicio de sus derechos. Estos discursos se diferencian del discurso de odio en que no atentan directamente contra la vida o integridad física de la víctima.

Contrarrestar el discurso de odio en línea, la aparición y difusión del discurso del odio en las plataformas digitales es un fenómeno en evolución y se necesitan esfuerzos colectivos para comprender su importancia y sus consecuencias, así como para desarrollar respuestas efectivas. (Torres, 2019)

A estos conceptos se asocian los discursos sociales, los cuales preservan memorias colectivas que reflejan intereses comunes y normas de conducta, determinando qué es lo que se debe decir y qué no, en una comunidad. En esta investigación es importante determinar qué constituye un discurso discriminatorio en cuestión de género, dado que existen numerosos comentarios publicados en redes sociales, con el fin de menospreciar a la mujer en el automovilismo o reafirmar normas estructuradas socialmente según el género. Esto hace que los discursos que antes, por la época, eran normalizados, en la actualidad vuelvan a surgir con más fuerza. Todos estos discursos reproducen la idea socialmente construida, impidiendo

que las personas se cuestionen de estos estereotipos y promuevan romper estas barreras comunicacionales, distorsionando la comunicación.

### 1.2.2. Estereotipo

El tipógrafo Fermin Didot acuñó este término de “estereotipo” en 1798 para describir un método o proceso de imprenta. Pero 124 años después, el concepto fue usado en ciencias sociales para describir cuando una persona tiene una percepción sobre algo. Teniendo este contexto, el estereotipo, según Cook y Cusack (2009) es una visión que una persona tiene sobre algunos grupos, atribuyendo características únicas y generalizando los roles que los miembros deben cumplir por pertenecer a aquel grupo. “Se cree que una persona, por el solo hecho de pertenecer a él, actuará de conformidad con la visión generalizada o preconcepción existente acerca del mismo.” (p.31)

Los estereotipos son imágenes mentales que ayudan a las personas a darle un significado, entender características y roles de la sociedad en la que nos encontramos. Uno de los estereotipos más recurrentes que el libro *Gender stereotyping: Transnational legal perspectives* menciona, es sobre el estereotipo de género ante la fuerza de los hombres, por lo que así un hombre no tenga fuerza física, por el hecho de ser hombre se le considera automáticamente parte del grupo estereotipado "los hombres son fuertes". Esto se reafirma con el orden social que es definido por la comunicación, lo cual incentiva y naturaliza estos tipos de estereotipos que separan a las personas según su sexo y género. Bajo el enfoque de esta investigación, el automovilismo es un deporte que tiene muchos estereotipos históricamente, el más frecuente es que es un espacio solo para hombres, dado que es una disciplina arriesgada, de fuerza física, pública y su instrumento, es un vehículo. La sociedad se encargó de distribuir roles de género específicos: la fuerza se

asigna al hombre, mientras que la debilidad o delicadeza se atribuye a la mujer, los cuales es importante de dejar de promoverlos ni naturalizarlos, en este caso en las redes sociales, un espacio donde se observa aún más que las audiencias digitales no se cuestionan de estos estereotipos y siguen haciendo uso de ellos.

Este estereotipo de género, el cual se explicará en el siguiente punto, es relacionado con el deporte mencionado y hasta la actualidad se mantiene, como se señaló antes, en redes sociales se visualiza aún más. De cierta forma, gracias a esta imagen mental impregnada en la audiencia, hace que la participación de la mujer en el deporte, tanto como pilota o espectadora, sea incómoda para otros que se mantienen con el estereotipo de “el automovilismo solo es para hombres”. A esto se agrega que no hay suficiente reconocimiento cuando hay mujeres en el deporte, ya que los medios de comunicación y las redes sociales hablan muy poco sobre estos temas que son relevantes. Por último, surge una disputa de si los programas que se han realizado para mujeres dentro de la disciplina son realmente inclusivos o las excluye, estimulando más al estereotipo del automovilismo, en que incluso en la parte técnica y elementos, los hombres tienen mejor equipo mientras que las mujeres reciben equipo inferior.

### **1.2.3. Comunicación y género**

Desde siglos pasados, el género se construyó con base de símbolos y creencias que una sociedad otorga al sexo biológico de mujeres y hombres. Como señala Judith Butler (1990): “El género es una construcción cultural; en consecuencia, no es ni el resultado causal del sexo ni tan aparentemente fijo como el sexo. La distinción entre sexo como un hecho biológico y género como una interpretación cultural de ese sexo ya no puede mantenerse.” (p.54), el género femenino y masculino son solo imaginarios que la sociedad elaboró y que la comunicación

difunde estos roles de género. Butler recalca que hoy por hoy se debería separar lo biológico de lo cultural, como por ejemplo que por mucho tiempo se dio este estereotipo de al ser mujer, debe usar rosado y al ser hombre, el azul. No son ideas con lo que nacemos, sino que dependiendo de nuestro contexto y la información que recibimos, construimos esta idea de género asignando roles en la sociedad.

Del mismo modo, Pierre Bourdieu (1998), en *La dominación masculina*, reflexiona sobre cómo se ha estructurado el género en torno a la mujer dentro de un orden social simbólico que legitimó la superioridad del hombre y asignó roles estrictos a cada sexo.

El orden social funciona como una inmensa máquina simbólica que tiende a ratificar la dominación masculina en la que se apoya: es la división sexual del trabajo, distribución muy estricta de las actividades asignadas a cada uno de los dos sexos, de su espacio, su momento, sus instrumentos; es la estructura del espacio, con la oposición entre el lugar de reunión o el mercado, reservados a los hombres, y la casa, reservada a las mujeres, o, en el interior de esta, entre la parte masculina, como del hogar, y la parte femenina, como el establo, el agua y los vegetales; es la estructura del tiempo, jornada, año agrario, o ciclo de vida, con los momentos de ruptura, masculinos, y los largos períodos de gestación, femeninos. (p.22)

A la mujer se le atribuían tareas privadas o que no requerían fuerza física, mientras que, al hombre se le permitía ocupar espacios públicos y de poder. Esta lógica aún persiste, y se puede evidenciar en plataformas como TikTok e Instagram, donde se reproducen comentarios sexistas hacia mujeres que participan en deportes como el automovilismo. Comentarios como: “¿Cuántas veces te has chocado?”; “¿Tienes OnlyFans?”; “F1 Academy es lo más aburrido que

hay”; o frases como “tu lugar es en la cocina”, siguen promoviendo el estereotipo de género en contra la mujer, menosprecia su rendimiento y destrezas dentro del deporte, y difunde un discurso de odio y discriminatorio poniendo roles de género según el sexo de la persona. En los últimos años, se creía que a las mujeres ya se les da más espacio en lugares que previamente no eran vistas o más plazas de liderazgo, pero aún persisten problemáticas que, en las redes sociales toman más poder y como una broma, normalizan que la mujer deba acostumbrarse a los comentarios porque un grupo de personas no está de acuerdo con su participación.

Como sociedad, hemos crecido en un entorno donde apenas hace un siglo las mujeres comenzaron a cuestionar el supuesto orden social que las relegaba a espacios privados y subordinados. Este orden, naturalizado durante siglos, se sostenía en normas impuestas sin ser problematizadas. Aunque actualmente las mujeres han conquistado mayor visibilidad y derechos, la brecha de género persiste.

El ámbito deportivo es un claro ejemplo, históricamente concebido como exclusivo para los hombres debido a su asociación con la fuerza, la competencia y la guerra, cualidades estereotipadamente masculinas. Tal como afirma Joan Scott (1990), “el género debe entenderse como una forma primaria de relaciones significantes de poder” [... Gender is a primary way of signifying relationships of power] (p.42). lo que implica que estas desigualdades no son naturales, sino construidas social y culturalmente. También se fabrican por el poder, de qué género tiene poder sobre otro para persuadir, la cual está llena de signos y significados dependiendo de la cultura y contexto.

Por otro lado, Pedersen y su equipo, en el libro *Strategic Sport Communication* (2020), explican que dentro del ámbito comunicacional deportivo existe una clara diferencia en el

tratamiento según el sexo. Mientras que los comentarios hacia atletas hombres suelen enfocarse en su fuerza, destreza o desempeño, aquellos que están dirigidos a las mujeres tienden a centrarse en su apariencia física o emociones.

El tema de la comunicación y el género sigue siendo objeto de debate sobre si realmente está incluyendo a las mujeres o no. Algunos opinan que la creación de programas exclusivos para mujeres, en realidad, las aísla totalmente, impidiéndoles enfrentarse a los hombres en un entorno de trabajo verdaderamente igualitario.

#### **1.2.3.1. Estereotipo de género**

Al tener ambos conceptos sobre estereotipo y género, se puede entender que el estereotipo de género es aquella construcción social y cultural sobre mujeres y hombres. Hay esta división por sexo, enfocada en las distintas funciones físicas de cada uno, como biológicas, sexuales y sociales (Cook & Cusack, 2009). A pesar de que al estereotipo se lo asume como algo negativo, no lo es en ciertos aspectos. Cuando alguien no se cuestiona y no reflexiona, le da un mal uso al estereotipo, por lo que ignoran distintas cualidades y habilidades que una persona puede tener por ser parte de un grupo y, colocándolas en estos mismos, creando las jerarquías de género.

Las autoras mencionan que los estereotipos de género suelen guiarse por las capacidades intelectuales y cognitivas. Por lo tanto, se asume la idea errónea que las mujeres, al ser supuestamente más débiles, no pueden acceder a una posición alta en educación o profesión. Las culturas usan al sexo biológico como un respaldo que, al ser algo natural, no puede cambiarse en

cuestión de comportamiento o asignación de roles a una mujer y un hombre, considerando que estos son “inmutables”.

La cuestión es que el género también es la identidad de cómo cada persona se autoidentifica y siente, no solo con lo físico, sino con otras partes que son construidas como la cultura. El género varía mucho según el contexto histórico o el lugar, en donde los roles que estaban acostumbradas a verse con normalidad están cambiando, pero hay esta polarización, dado su regreso, al ser consolidados en redes sociales e incluso en productos audiovisuales que tiene bastante público. Por esta razón, el deporte también moldeó construcciones sociales y estereotipos alrededor del físico del hombre y la fuerza que tiene, excluyendo a las mujeres históricamente.

En este caso, como se mencionó, el principal estereotipo de género es por la fuerza, generalizando y otorgando ese rol a la mujer de ser más débil que el hombre. A pesar de que exista diferencias físicas entre ambos sexos, como: la gran cantidad de testosterona que producen los hombres y las mujeres tienen más cantidad de estrógenos, no es justificación para reforzar la idea del estereotipo de género de quién es más fuerte o débil. Cada cuerpo es distinto y las habilidades físicas se pueden desarrollar dependiendo del entrenamiento o instrumentos que tengan. Continuar con estos estereotipos sin cuestionarlos, promueve que se naturalice de forma injusta este mismo en redes sociales y se enfoquen en ello, sin siquiera valorar o enfocarse en el rendimiento de la atleta mujer.

#### 1.2.4. Teoría de los grupos silenciados

La teoría de los grupos silenciados (TMG) se acuñó en 1975 por el equipo antropológico de Edwin Ardener y Shirley Ardener (Barkman, 2018), quienes tuvieron pensamientos y dudas sobre por qué existía la exclusión hacia la mujer o por qué sus voces estaban silenciadas, específicamente en estudios antropológicos. Esta teoría es importante que sea parte de la investigación dada su conexión con el tema de exclusión de mujeres y la comunicación. Los autores tomaron como base para la definición total de la TMG, el principio de Marshall McLuhan, quien mencionaba que el medio es el mensaje, por ende, los grupos pueden ser silenciados por la naturaleza del discurso, además el medio es aquel encargado de estructurar todo lo que le rodea. (McLuhan, 1964).

Además, la teoría se planteó tras la experiencia de uno de sus autores, Edwin, quien experimentó que había grupos dominantes y subordinados en la escuela, así la teoría además de enfocarse en el feminismo y género, analizaba también otras características. Los hermanos Ardener afirmaban que esta teoría abarca cualquier relación que cumple un rol dominante y subordinado.

La teoría de los grupos silenciados dispone de tres principios los cuales explicaré con base en el tema de la mujer en el automovilismo y los discursos discriminatorios que recibe tras su participación; dominio, aquel grupo que domina, en este caso los hombres, son quienes tienen el privilegio de crear términos y perciben el mundo distinto al grupo subordinado, las mujeres; la aceptabilidad, en este contexto, las ideas o expresiones del grupo subordinado, mujeres, suelen ser ignoradas por el grupo dominante dado que, no son aceptadas del todo por ellos, el lenguaje es aquel que nombra las experiencias; la subordinación, empieza a usar el lenguaje del

grupo dominante, convirtiéndose en bilingües para poder hablar como ambos grupos, pero la voz de las mujeres no son tomadas en cuenta, tal como sucede en redes sociales cuando se trata de noticias de mujeres en el automovilismo, donde no hay tanta atención y, desviándonos un poco del tema, quienes suelen explicarlo son hombres. E incluso, las mujeres no reciben tanto apoyo económico de auspiciantes o visualizaciones.

Si bien se menciona que hay tres principios, hay uno más, el cual no suele ser mencionado explícitamente por los autores, dado que no aparece frecuentemente. Este principio denominado resistencia y cambio, es donde el grupo subdominante, las mujeres, busca resistir y generar cambios entendiendo que es posible lograrlo, además la teoría proporciona herramientas para poder luchar contra el silenciamiento de las mujeres en el automovilismo. El ejemplo sería las iniciativas que buscan la inclusión de mujeres en el deporte, al mismo tiempo que las estrategias en redes sociales y plataformas para que más público pueda acogerlas, como la nueva serie de F1 Academy en Netflix. Esta teoría permite entender cómo las formas de los medios de comunicación muestran dominación, pero también surgen las formas de resistir a estos mismos como visibilizar las historias y realidades de grupos que históricamente fueron marginalizados o silenciados y cuestionar los discursos que el grupo dominante apoya.

Muchos de los comentarios discriminatorios surgen de esta incomodidad a la resistencia, que las mujeres participen y tengan un rol dentro del automovilismo. Esta audiencia busca excluir o menospreciar por medio de estereotipos de género hasta el punto de querer silenciarlas.

### 1.2.5. Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) se promulgó en 2013 y continúa vigente hasta la actualidad. Esta ley generó controversia, ya que, algunos sostenían que limitaba el trabajo periodístico, mientras que otros consideraban que, aunque regula el ámbito comunicacional, garantiza la libertad de expresión y un manejo adecuado de la información.

Resulta importante mencionar uno de los artículos de la LOC, dado que gran parte de los comentarios discriminatorios y su difusión masiva se originan en redes sociales. Incluso algunos medios de comunicación contribuyen a ello, ya que no aplican una perspectiva de género ni profundizan en los contenidos relacionados con mujeres atletas o con mujeres que participan en espacios comúnmente estereotipados como masculinos.

En Ecuador, el artículo 8 de la LOC establece:

“Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador.” (2013/2024)

Sin embargo, enfocándonos en Ecuador, no hay una total cobertura de noticias periodísticas de deporte de mujeres. Los cinco medios de comunicación más consumidos hasta agosto de 2024 en el país, dentro de su página web no se encuentra el mismo contenido que tiene los atletas que las atletas. Incluso, en cuestión de un censo exacto de cuántas mujeres son atletas no hay. Podríamos comparar la cantidad de hombres que la Fórmula 1 tiene hasta el día de hoy,

según el sitio ESPN (2025) a lo largo de la historia de esta categoría tuvo 781 pilotos, mientras que únicamente cinco mujeres fueron parte de la F1. La F1 Academy aumentó sus asientos para mujeres que las dos temporadas pasadas, ahora son 18 chicas compitiendo en esta categoría.

Porque es importante señalar estos datos, porque nos ayuda a comprender más la necesidad de que más mujeres se unan al deporte y poco a poco conseguir romper la brecha de género. Asimismo, tal como se expuso antes, según el artículo de la LOC, los medios de comunicación deberían promover contenido que sea de valor y mostrar los derechos de individuos. En este caso, sino hay una cobertura, refuerza el estereotipo de que incluso en espacios de periodismo deportivo se le excluye a la mujer, el silencio mediático también nos dice algo, por ejemplo, no visibilizan a las mujeres deportistas y desenvolvimiento.

## Capítulo II

### 2. Pre-Producción

#### 2.1. Tema y propósito

El tema para el reportaje audiovisual es sobre la mujer en el automovilismo y su desafío contra los estereotipos comunicacionales de género y su título “Ellas también corren: la carrera no es entretenida por mis errores sino por mis victorias”, con el objetivo de producir el reportaje sobre la experiencia de una mujer piloto en el automovilismo y las formas en que es atacada en redes sociales, abordando los discursos de odio que se generan en ese entorno.

##### 2.1.1. Justificación

La elección de realizar un reportaje audiovisual de 15 minutos responde a la necesidad de exponer la información recopilada en el marco teórico. El formato permitirá mostrar de manera más explícita los discursos discriminatorios que se recolectaron mediante, capturas de pantalla de los comentarios en redes sociales, como TikTok e Instagram. El producto busca evidenciar la desigualdad de género y cómo, hasta la actualidad, las mujeres no son completamente aceptadas en el mundo de este deporte. Para fundamentar esta realidad, se aplicará una metodología periodística que incluirá entrevistas a tres mujeres pilotas ecuatorianas, con el objetivo de documentar sus testimonios.

Este reportaje audiovisual pretende alcanzar una amplia difusión para que más personas comprendan estos discursos discriminatorios que, si bien un sector de la sociedad intenta combatir, una gran parte lo normaliza. Incluso las mujeres se han acostumbrado a sobrellevar

comentarios negativos sobre su desempeño como atletas en el automovilismo o en otros roles, como el de ingenieras en este campo.

### **2.1.2. Sinopsis**

Las mujeres en el automovilismo, en cualquier función dentro de esta disciplina, han sido objeto de juicios sociales y reciben comentarios de exclusión debido a estereotipos construidos a lo largo de décadas. Estos prejuicios establecen que los hombres son quienes pertenecen a todo lo relacionado con autos y motores, mientras que las mujeres, según estas construcciones sociales, no forman parte de este universo. Aunque existen iniciativas para incluir a las mujeres en este ámbito, surge la interrogante: ¿se trata realmente de inclusión o de una forma sutil de segregarlas del deporte?

### **2.2. Investigación previa**

El guion y las preguntas se fundamentarán en el marco teórico recopilado, el cual explora las razones que originan los discursos discriminatorios hacia las mujeres en deportes tradicionalmente estereotipados como exclusivos para hombres, tal como ocurre en el automovilismo. Entre los principales aprendizajes que motivaron el abordaje de esta temática se encuentra la persistencia de estos comentarios en la actualidad, así como los mecanismos que las mujeres desarrollan para sobrellevar estos mensajes negativos, consecuencia de una sociedad que no se cuestiona y naturaliza estas conductas discriminatorias.

Ver Anexo 1

- **Identificación de fuentes**

Para las fuentes principales, que son testimonios, se escogió a tres entrevistadas ecuatorianas. Además, se usará los temas y textos colocados en el marco teórico, estadísticas y datos relevantes para la investigación.

- **Fuentes principales**

Las entrevistadas serán tres, dos de ellas fueron pilotas de karting, Paola Cevallos y Francesca Cozzaglio; y la tercera continúa en el deporte y se encuentra en la cúspide de su carrera, Doménika Arellano. Además, se entrevistará a dos fuentes de expertas, una de ellas abordará el tema de género y la otra entrevistada sobre el tema biológico de la mujer, en relación con el rendimiento físico ante un hombre.

- **Doménika Arellano**

Doménika Arellano es una pilota ecuatoriana de 16 años quien se destaca tanto a nivel nacional como internacional en el karting. Vinculada desde temprana edad al mundo del automovilismo, y con el respaldo de sus padres, logró integrarse activamente en este deporte. Entre sus logros más notables figura el subcampeonato Sudamericano de Karting en 2019. Además, compitió en la histórica pista de Le Mans, Francia, lo que la convirtió en la primera mujer ecuatoriana en alcanzar este hito.

Otro de sus destacados logros incluye su participación en el programa FIA Girls On Track - Rising Star, una iniciativa que busca promover la participación femenina en esta

disciplina. Arellano fue seleccionada entre más de 115 participantes a nivel mundial y logró posicionarse entre las cuatro mejores finalistas del programa.

Actualmente, Arellano aspira a llegar a la Fórmula 1 y continúa sumando logros que la consolidan como una de las grandes promesas del automovilismo femenino en Ecuador.

- **Paola Cevallos**

Paola Cevallos formó parte del primer equipo creado específicamente para la participación femenina en competencias automovilísticas, iniciativa que se concretó hace cuatro años. Fue reconocida como una destacada promesa del automovilismo ecuatoriano, siguiendo los pasos de pioneras como Rosita Montenegro y Francesca Cozzaglio, quienes se distinguieron por ser las primeras mujeres en conducir karts en competencias oficiales en Ecuador.

Durante su trayectoria deportiva, Cevallos integró las filas del equipo Karting Pro Team, donde demostró notables habilidades que le permitieron rivalizar con pilotos experimentados. Su participación en este equipo marcó un importante precedente para la inclusión de mujeres en el ámbito competitivo del karting nacional.

- **Francesca Cozzaglio**

Cozzaglio es una de las pilotos más destacadas de Ecuador. Su trayectoria incluye el mérito de ser la única ecuatoriana que ha clasificado al Mundial de Karting en Emiratos Árabes Unidos, logro que la posicionó como la mejor pilota de Latinoamérica. Durante el periodo en que ella compitió, el estereotipo sobre las mujeres en el automovilismo era aún más marcado que en la actualidad. A pesar de esto, Cozzaglio rompió barreras al convertirse en la primera mujer en

ganar la clasificación general de los 600 km de Yahuarcocha, una de las competencias más emblemáticas de este deporte en Ecuador.

La pilota ecuatoriana extendió su participación internacional a países como Venezuela, España y Estados Unidos, representando siempre a su país. Además, logró fusionar su pasión deportiva con su formación profesional al estudiar ingeniería.

- **Vanessa Vanegas**

Docente en la Universidad Politécnica Salesiana e investigadora en comunicación con enfoque en temas de movimiento social, ecología política y género desde los feminismos populares.

- **Sara Silva**

Entrenadora y propietaria de un centro de alto rendimiento. Una fuente para entender también la parte física del cuerpo humano de una mujer y de un hombre. Dado que varios comentarios discriminatorios surgen de este tema.

- **Fuentes secundarias**

Los temas de distintos textos y autores de donde se obtendrá esta información para el contexto dentro del reportaje audiovisual son: historia de la Fórmula 1 y el automovilismo; discursos de odio y discriminatorios, textos de Waldron y de Pierre Bourdieu; estereotipo y estereotipo de género; comunicación y género, libro *Strategic sport communication* de Petersen; teoría de grupos silenciados y la LOC.

Además, se incluirá algunas estadísticas como:

- A lo largo de la historia de la F1, hubo 781 pilotos, mientras que únicamente cinco mujeres fueron parte de la misma categoría.
- A pesar de que la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador exige a los medios de comunicación difundir contenidos con enfoque de derechos, las mujeres en el deporte aún siguen invisibilizadas.
- El CEO de la F1, Stefano Domenicali, indicó que en 2022 el público femenino representaba el 40% de la audiencia del deporte, lo que significó un aumento del 8% en comparación con 2017.
- "La F1 estima que el 42 % de su base de 750 millones de aficionados tiene menos de 35 años. El porcentaje de fanáticas ha aumentado aproximadamente al 41 %, desde el 37 % en 2018" (Times, 2024).
- "TikTok es el canal en el que más aumentaron sus seguidores las escuderías y la Fórmula 1 durante la pasada campaña. [...] Sin embargo, en Instagram, el canal que logró mejores resultados con más de dos millones de views por publicación" (Blinkfire, 2024).
- Según el informe de We Are Social (Social, 2025), el 54,6% corresponde a los usuarios hombres en redes sociales, mientras que el 45,4% es de mujeres a nivel mundial y en Ecuador sucede lo mismo (DataReportal, 2025). Además, esto varía según la zona, donde algunos pueden acercarse un poco más el porcentaje de la mujer al hombre, mientras que en otros la cantidad de usuarios masculinos es significativamente mayor.

- **Consentimiento**

Es fundamental respetar los principios éticos de las personas, en específico de las protagonistas que constituirán el rostro del reportaje audiovisual. Por lo tanto, se entregará y expresará un consentimiento donde se explique explícitamente el propósito del uso de su imagen. Se aclarará que la información otorgada no será tergiversada ni malinterpretada en el momento de la edición. Además, se mencionará que su participación será voluntaria y, en caso de no sentirse cómodas, podrán retirarse sin ningún problema.

En el caso de Doménika Arellano, se otorgará un consentimiento tanto para ella por su participación como para sus padres, debido a su minoría de edad. Se aclarará que se utilizará su imagen y testimonio para mostrar la problemática que se investiga en este producto.

Ver Anexo 2

### 2.2.1. Cronograma

**Tabla 1**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>FECHA</b>
Estructura de cuestionario para entrevista y pre-guion	19/05 a 23/05
Entrevistas	27/05 a 10/06
Inicio de realizar guion	11/06
Inicio de edición	13/06

*Nota: Esta tabla muestra las actividades que se realizarán en una determinada fecha.*

### **2.3. Enfoque narrativo**

El enfoque narrativo del reportaje audiovisual se concibe desde una visión testimonial y observacional. El proyecto buscará capturar momentos significativos del deporte del karting y, como complemento, incorporará material audiovisual proporcionado por cortesía de las entrevistadas para ilustrar su desarrollo y trayectoria en esta disciplina deportiva. También se usará la voz en off para comentar sobre la investigación, análisis e interpretación de lo que se observa ante los comentarios discriminatorios sobre la mujer en el automovilismo.

La referencia visual principal para este reportaje proviene de las producciones deportivas de Netflix, específicamente la serie "F1: Drive To Survive". Aunque dicha producción cuenta con varias temporadas, el concepto se construye a partir de la estética y el tratamiento visual que implementan tanto en las secuencias deportivas como en los segmentos de entrevistas donde los protagonistas comparten sus testimonios y experiencias personales.

#### **2.3.1. Arco argumental**

##### **2.3.1.1. Inicio**

En esta parte se planea abordar la historia del automovilismo y contextualizar por qué el deporte, desde sus inicios, fue estereotipado únicamente para hombres. También se explorará la presencia de la mujer en este ámbito deportivo y las categorías que en los últimos años fueron creadas para "incluir a las mujeres". Además, se analizarán las razones detrás de los comentarios negativos hacia las mujeres en redes sociales, donde se incluirán capturas que evidencien estos mensajes y su cantidad, como manifestación de la exclusión femenina en este deporte.

### **2.3.1.2. Desarrollo**

En el desarrollo se mostrarán las entrevistas con las fuentes principales, cuyos testimonios son fundamentales. Se presentarán sus respuestas a las preguntas formuladas con base en el marco teórico. Además, se profundizará en los programas creados específicamente para la mujer en el automovilismo y se analizará la opinión de las entrevistadas sobre estos espacios, determinando si los perciben como una desventaja o como entornos excluyentes. También se incluirán, a lo largo de la información relatada y mediante voz en off, datos estadísticos relevantes sobre el tema.

### **2.3.1.3. Cierre**

En conclusión, se explicará la interpretación de los resultados tras analizar, con base en las teorías del marco teórico, los comentarios negativos y discursos discriminatorios presentes en redes sociales como Instagram y TikTok, junto con los testimonios de las tres entrevistadas. Este análisis mostrará la realidad que muchas mujeres en el deporte han tenido que normalizar y con la cual han aprendido a convivir, en un contexto donde se busca igualdad debido a las capacidades similares que ambos sexos poseen.

## **2.4. Guion técnico**

### **2.4.1. Descripción de lugares**

Se planea realizar las entrevistas en el lugar que las participantes acepten, siempre que este cuente con un espacio limpio en cuanto a objetos de fondo, con el fin de que el testimonio tenga todo el protagonismo y no existan factores que distraigan a la audiencia. Asimismo, se efectuarán tomas en el Kartódromo 2 Hemisferios, ubicado en el sector de la Mitad del Mundo.

También se incluirán escenas complementarias tomadas de la pista de uso público Speedway EC, situada en la República de El Salvador, sector La Pradera y en el local de la Plaza de las Américas, Experiencia GP.

#### **2.4.2. Insumos de trabajo**

Los recursos que se utilizarán para el rodaje y la edición del reportaje audiovisual serán: iPhone 13 pro Max y 16 para la grabación, trípodes, iluminación manual y micrófonos.

#### **2.4.3. Planos**

**Plano general horizontal:** Enfoque en lugares como la pista de karting y clips de archivo pertenecientes a distintas categorías del automovilismo.

**Plano medio y plano medio corto horizontal:** Enfoque que se le dará a las entrevistadas mientras comentan sobre su testimonio o conocimiento relacionado con la teoría.

**Movimiento balanceo:** Se usó este movimiento para escenas específicas de los karts en movimiento, de esta forma conseguir tomas que enfoquen el paso del vehículo, e incluso algunas de ellas en cámara lenta.

### **2.5. Pre guion**

#### **2.5.1. Archivos**

Las escenas de archivo se obtendrán de sitios que permiten el uso de contenido libre de derechos, tales como Pexels Videos, Pixabay Videos, Videvo, Coverr y Mixkit. Se seleccionarán escenas específicas de Fórmula 1 para su uso durante la narración de la historia, con el objetivo

de establecer una relación con el automovilismo y evidenciar la predominancia masculina en este deporte.

## **2.6. Construcción de guion**

Para la construcción del guion se realizó en conjunto a la parte teórica de la investigación, usando las teorías mencionadas. Además, se sustentó con datos y fuentes testimoniales y expertas en el tema.

A partir de las entrevistas que se obtuvo, se realizó una fusión de lo teórico como una narración y complementándose con el testimonio de cada una de las entrevistadas.

Ver Anexo 3

## Capítulo III

### 3. Postproducción

Se obtuvo las tomas con los planos para el reportaje audiovisual y una vez concluido, se escogió qué escenas serían parte del reportaje, adicional al material que fue enviado por las pilotas entrevistadas.

El proceso de edición y elaboración del producto final se realizó tras la construcción del guion, el cual se complementó con los testimonios obtenidos de las entrevistadas. Se escogió las partes que se consideran más precisas para el tema del reportaje. Una vez revisado el guion, se grabó la narración que iría en voz en off, la cual acompañaba a los relatos con el contexto de la teoría recabada previamente en el marco conceptual.

La edición del audio se hizo en el programa de Adobe Audition. Mientras que lo visual y el reportaje audiovisual, se editó en Cap Cut Pro, con referencia visual de la serie documental en Netflix “Drive To Survive”.

- **Resultado**

El reportaje audiovisual tiene una duración de 15:27 minutos, el cual resultó ser un producto ágil para observar y no perderse en el contenido.

[Link reportaje audiovisual YouTube](#)

### 3.1. Validación de producto

Por otro lado, se realizó una validación de producto, donde se envió a cinco personas el enlace del producto audiovisual junto a un formulario de su opinión en escala de 5, desde nada satisfecho a totalmente satisfecho en cinco categorías obligatorias por llenar, edición; calidad de contenido; calidad de imágenes, planos, encuadres, etc.; calidad de audio y tiempo. A base de los resultados, se realizó los últimos cambios del producto audiovisual previo a su publicación en YouTube.

Calificación promedio total, en escala del 1 a 5, la cual respondieron cinco personas.

**Tabla 2**

	EDICIÓN	CALIDAD DE CONTENIDO	CALIDAD DE IMÁGENES, PLANOS, ENCUADRES, ETC.	CALIDAD DE AUDIO	TIEMPO
PROMEDIO TOTAL	<b>4,60</b>	<b>4,40</b>	<b>4,60</b>	<b>4,60</b>	<b>4,80</b>

*Nota: Esta tabla muestra la calificación promedio total de los cinco encuestados.*

La primera persona en calificar es periodista y community manager, su puntaje fue: edición, 4/5; calidad de contenido, 3/5; calidad de imágenes, planos, encuadres, etc., 3/5; calidad de audio, 5/5 y tiempo, 4/5.

La calificación de la segunda persona, egresada de la carrera de periodismo en la USFQ, fue: edición, 4/5; calidad de contenido, 4/5; calidad de imágenes, planos, encuadres, etc., 5/5; calidad de audio, 5/5 y tiempo, 4/5.

La persona número tres, estudiante de comunicación a punto de egresar de la PUCE, asignó el siguiente puntaje: edición, 5/5; calidad de contenido, 5/5; calidad de imágenes, planos, encuadres, etc., 5/5; calidad de audio, 4/5 y tiempo, 5/5.

El cuarto evaluador, quien es psicólogo clínico y fotógrafo, otorgó la siguiente calificación: edición, 5/5; calidad de contenido, 5/5; calidad de imágenes, planos, encuadres, etc., 5/5; calidad de audio, 5/5 y tiempo, 5/5.

La última encuestada, estudiante de comunicación a punto de egresar de la PUCE, brindó la siguiente calificación: edición, 5/5; calidad de contenido, 5/5; calidad de imágenes, planos, encuadres, etc., 5/5; calidad de audio, 4/5 y tiempo, 5/5.

## Conclusiones

En la actualidad hay el falso pensamiento de que estamos avanzando como sociedad. Tras investigar la teoría, recopilar testimonios de mujeres que viven esta problemática, como lo son estos comentarios discriminatorios en redes sociales, estamos viviendo un retroceso en relación con la perspectiva de género, y como se promueven los estereotipos en redes sociales como TikTok e Instagram, menospreciando el rendimiento y participación de la mujer en el automovilismo. Sin embargo, mujeres que están en el deporte mencionan que se sienten más poderosas tras recibir estos tipos de comentarios, con la fuerza mental y física de demostrar que ellas pueden tener un rendimiento de excelencia en espacios masculinizados.

El reportaje audiovisual, al ser publicado y compartido, es un producto de visibilización e invitación a cuestionarse sobre estos estereotipos de género que en nuestra cultura y espacio deportivo han estado perforados históricamente. También mostrar sobre los comentarios que siguen circulando en redes sociales y que muchos toman de broma estos mismos, replicándolos.

Aunque existen iniciativas destinadas a fomentar la participación femenina en el automovilismo, como la F1 Academy, la realidad evidencia que dichas acciones aún no logran garantizar condiciones equitativas. Las mujeres no reciben el mismo nivel de equipamiento ni las oportunidades necesarias para alcanzar las máximas categorías, como la Fórmula 1. A esto se suma la falta de datos oficiales sobre la participación de pilotos en Ecuador, lo que dificulta un análisis profundo de la presencia femenina en categorías como el karting. A pesar de ser mixtas, estas competencias siguen marcadas por comentarios discriminatorios que refuerzan barreras simbólicas. Un ejemplo reciente fue la 2.<sup>a</sup> Válida Copa País 4T, realizada en Quito, donde solo

una mujer compitió entre aproximadamente 40 participantes, lo que pone en evidencia la persistente desigualdad de género en el automovilismo nacional.

## Recomendaciones

Reforzar y desarrollar políticas públicas que permitan analizar de forma integral la situación de las mujeres en el automovilismo, ofreciendo respaldo institucional a quienes deciden participar en un deporte históricamente masculinizado. Estas políticas deben alinearse con el artículo correspondiente de la LOC y garantizar espacios, tanto físicos como digitales, que promuevan discursos orientados a la equidad de género y al respeto hacia las pilotas que se destacan profesionalmente.

Incluir de manera permanente la presencia femenina en la agenda de los medios de comunicación, priorizando la participación de mujeres con formación profesional y enfoque de género en la elaboración de contenidos deportivos. Esta representación no solo contribuirá a desmontar estereotipos, sino que también evitará que las mujeres sean retratadas desde una óptica sexista o superficial.

Promover campañas educativas en redes sociales que reconozcan a las mujeres como atletas por mérito propio, valorando sus habilidades y desempeño en igualdad de condiciones. Estas campañas deben incentivar la participación de los usuarios para replicar mensajes positivos, combatir la violencia simbólica y transformar el discurso digital en un espacio de respeto e inclusión.

## Referencias bibliográficas

Adgate, B. (11 de 03 de 2024). *Forbes Ecuador*. Obtenido de La razón por la cual las carreras de

Fórmula 1 están ganando popularidad entre las mujeres:

<https://www.forbes.com.ec/negocios/la-razon-carreras-formula-1-estan-ganando-popularidad-mujeres-n49152>

Barkman, L. L. (2018). Muted group theory: A tool for hearing marginalized voices. *Priscilla Papers*, 3-7.

Blinkfire. (29 de 02 de 2024). *Hacia el pit lane de la temporada 2024 de F1: Análisis de redes sociales y patrocinio*. Obtenido de Blinkfire Analytics: <https://patrocinio-en-redes.blinkfire.com/2024/02/29/hacia-el-pit-lane-de-la-temporada-2024-de-f1-analisis-de-redes-sociales-y-patrocinio/>

Bourdieu, P. (1998). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Butler, J. (1990). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.

Cook, R. J., & Cusack, S. (2009). *Gender stereotyping: Transnational legal perspectives*. Philadelphia. : University of Pennsylvania Press.

Coronel, D. (08 de Marzo de 2019). *Las 15 mujeres que hicieron historia en el automovilismo*. Obtenido de Infobae: <https://www.infobae.com/america/deportes/2019/03/08/las-15-mujeres-que-hicieron-historia-en-el-automovilismo/>

DataReportal. (01 de 2025). *Digital 2025: Ecuador*. Obtenido de <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ecuador>

Digital, E. (27 de 06 de 2025). *ESPN*. Obtenido de F1 celebra 75 años: Los 75 mejores pilotos de la historia: [https://www.espn.com.mx/deporte-motor/f1/nota/\\_/id/15173929/f1-75-anos-aniversario-ranking-75-pilotos](https://www.espn.com.mx/deporte-motor/f1/nota/_/id/15173929/f1-75-anos-aniversario-ranking-75-pilotos)

Ecuador, A. N. (2013/2024). *Ley Orgánica de Comunicación*. Registro Civil.

Edmondson, L. (11 de 10 de 2018). *ESPN*. Obtenido de W Series splits opinion among female racing drivers: [https://www.espn.in/f1/story/\\_/id/24956094/w-series-splits-opinion-female-racing-drivers](https://www.espn.in/f1/story/_/id/24956094/w-series-splits-opinion-female-racing-drivers)

McLuhan, M. (1964). *Entendiendo los medios: Las extensiones del hombre*. Cambridge: MIT Press.

Motor, A. (10 de 10 de 2018). *AS.com*. Obtenido de W Series: al fin nace el campeonato de mujeres piloto: [https://as.com/motor/2018/10/10/mas\\_motor/1539154380\\_025322.html](https://as.com/motor/2018/10/10/mas_motor/1539154380_025322.html)

Otero, P. V. (2020). *Guía para entender el discurso del odio*. San Sebastián: Eskura Zentroa – Ayuntamiento de San Sebastián.

Palermo, A., & Delaine, G. (2023). Formula One on social networks: a successful strategy. *Zer*, 14.

Pedersen, P. M. (2020). *Strategic sport communication*. Champaign, IL: Human Kinetics.

Scott, J. W. (1990). *Gender and the politics of history*. New York: Columbia University Press.

Social, W. A. (07 de 02 de 2025). *We Are Social*. Obtenido de Digital 2025: La guía esencial del estado global de lo digital : <https://wearesocial.com/es/blog/2025/02/digital-2025-la-guia-esencial-del-estado-global-de-lo-digital/>

Times, F. (09 de 05 de 2024). *F1 races to sign up more fans*. Obtenido de FT.com:

<https://www.ft.com/content/43a953ec-a1ce-45f3-8d18-6476f59127d1>

Torres, N. y. (04 de 2019). *Los discursos de odio como amenaza a los derechos humanos*.

Obtenido de Universidad de Palermo – CELE (Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información):

[https://www.palermo.edu/Archivos\\_content/2019/cele/Abril/Los-discursos-de-odio\\_Torres-y-Taricco.pdf](https://www.palermo.edu/Archivos_content/2019/cele/Abril/Los-discursos-de-odio_Torres-y-Taricco.pdf)

UNICEF. (s.f). *Cómo hablar con tus hijos e hijas sobre el discurso de od*. Obtenido de UNICEF:

<https://www.unicef.org/parenting/es/c%C3%B3mo-hablar-con-tus-hijos-e-hijas-sobre-el-discurso-de-odio>

van Dijk, T. A. (2014). *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. Cambridge:

Cambridge University Press.

## **Anexos**

### **Anexo 1**

#### **Formato entrevista:**

La entrevista se realizará de forma semiestructurada, la cual tendrá un banco de preguntas, pero con base en el desarrollo de la conversación surgirá otras preguntas en ese momento.

#### **Propósito de la entrevista:**

El tema para el reportaje es sobre la mujer en el automovilismo y su desafío contra los estereotipos comunicacionales de género y su título “Las mujeres en el automovilismo y su lucha constante contra el estereotipo”, con el objetivo de producir el documental sobre la experiencia de una mujer piloto en el automovilismo y las formas en que es atacada en redes sociales, abordando los discursos de odio que se generan en ese entorno.

**Entrevistadora:** Ariel Heredia

**Entrevistadas:** Doménika Arellano, Paola Cevallos y Francesca Cozzaglio; se realizará las mismas preguntas.

#### **Preguntas:**

1. Desde tu experiencia, ¿qué piensas acerca de las iniciativas como la W Series o la F1 Academy entorno a la inclusión de mujeres en el automovilismo?

2. ¿Qué acciones crees que deberían tomar los equipos, federaciones o redes sociales frente a los comentarios negativos o discriminatorios que invalidan la participación de las mujeres en el automovilismo?
3. ¿Cómo consideras que los comentarios discriminatorios pueden limitar la inclusión e igualdad de las mujeres en el automovilismo?
4. ¿Cómo te ha afectado emocionalmente recibir críticas o rechazo por el factor de ser mujer en el automovilismo?
5. ¿Cómo crees que correr solo con mujeres afecta mostrar que tienes la misma fuerza y rendimiento que los hombres en el automovilismo?
6. ¿Qué estrategias has usado para conseguir auspiciantes, considerando que las mujeres en el automovilismo suelen enfrentar menos apoyo económico?
7. ¿Cómo ha sido tu experiencia en un deporte estereotipado solo para hombres?

### **Fuente de experta**

Entrevistada: Vanessa Vanegas

### **Preguntas:**

1. Con el crecimiento de la información y la visibilidad en redes sociales, ¿crees que los mensajes en contra de las mujeres en el automovilismo han aumentado o disminuido?  
¿Por qué?
2. ¿Cómo crees que se puede promover la inclusión de mujeres en el automovilismo sin caer en discursos que romantizan su esfuerzo o minimizan su lucha?

3. ¿Qué estrategias comunicacionales consideras efectivas para romper el estereotipo de que el automovilismo o el mundo motor es exclusivo para hombres?
4. ¿Qué acciones o narrativas podrían incentivar un mayor consumo del deporte practicado por mujeres?
5. ¿Por qué crees que aún persiste la tendencia a comentar sobre el físico de las mujeres en lugar de valorar su rendimiento en el automovilismo?
6. ¿Qué papel juegan los medios de comunicación en reforzar o desmontar los estereotipos de género en deportes como el automovilismo?

## **Anexo 2**

### **CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA GRABACIÓN AUDIOVISUAL**

**Ariel Heredia, Facultad de Comunicación, PUCE**

Yo, \_\_\_\_\_, como responsable de otorgar la autorización y parte de las instalaciones de \_\_\_\_\_, declaro haber sido informado/a por Ariel Heredia, estudiante de octavo semestre de la carrera de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), sobre el proyecto académico que realiza en el marco de su trabajo de titulación.

El proyecto consiste en la elaboración de un reportaje audiovisual con fines estrictamente educativos y no comerciales, cuyo tema central aborda la participación de las mujeres en el automovilismo y las barreras sociales que enfrentan, como los comentarios negativos en redes sociales.

Como parte del contenido visual, la estudiante solicita permiso para grabar tomas generales de las instalaciones, la pista de karting y el entorno relacionado, con el fin de ambientar visualmente el reportaje. Las grabaciones se realizarán en la fecha acordada, sin afectar el normal funcionamiento del lugar ni interferir en sus actividades.

Con pleno conocimiento de lo anterior, manifiesto que:

- Autorizo la presencia de la estudiante para grabar contenido audiovisual en los espacios previamente acordados.
- Comprendo que el material captado será utilizado únicamente en el contexto del proyecto académico mencionado y será publicado en una red social.
- No se recopilará ni difundirá información confidencial, ni se hará uso del nombre comercial del lugar sin previa autorización adicional.
- Entiendo que no se trata de una reproducción exacta ni total del funcionamiento del lugar, sino de un recurso visual de apoyo.

Este consentimiento se otorga de forma libre y voluntaria, sin compensación económica de por medio, y con la intención de apoyar un proyecto académico que busca visibilizar una temática social relevante.

Firma del responsable: \_\_\_\_\_

Nombre completo: \_\_\_\_\_

Cargo o función: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Ariel Heredia, Estudiante de Comunicación – PUCE

## CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

### PARA REPORTAJE AUDIOVISUAL

Yo, \_\_\_\_\_, declaro que he sido informada por Ariel Heredia, estudiante de octavo semestre de la carrera de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), sobre el objetivo y las características del proyecto académico en el que se solicita mi participación.

El proyecto consiste en la realización de un reportaje audiovisual como trabajo de titulación, cuyo eje temático es la participación de las mujeres en el automovilismo y las barreras que enfrentan, entre ellas los comentarios negativos en redes sociales.

Como parte de esta investigación, se realizará una entrevista en la que se abordarán temas relacionados con mi experiencia y perspectiva en torno a esta temática.

Con pleno conocimiento de lo anterior, declaro lo siguiente:

- Autorizo participar voluntariamente en la entrevista.
- Acepto que mi imagen, voz y opiniones sean utilizadas en el material audiovisual con fines estrictamente académicos y no comerciales.
- Asimismo, solicito que cualquier edición del contenido grabado o registrado durante la entrevista se realice de forma íntegra y responsable, sin alterar el sentido, contexto ni contenido de las respuestas dadas.
- Que se garantice el respeto a mi integridad y dignidad.
- Puedo abstenerme de responder cualquier pregunta que considere incómoda, tengo derecho a retirarse de la entrevista en cualquier momento.

- Autorizo el uso de mi nombre e identidad en el reportaje, salvo que se indique lo contrario.

Este consentimiento se otorga sin recibir compensación económica y con la finalidad de contribuir a una investigación universitaria sobre una temática social relevante.

Firma de la entrevistada: \_\_\_\_\_

Nombre completo: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

**Anexo 3**

**"ELLAS TAMBIÉN CORREN:** La carrera no es entretenida por mis errores, sino por mis victorias"

Guion para titulación

Género Minidocumental

Autora: Ariel Heredia

**ACLARACIÓN:** Este guion está construido a base de testimonios e información que se obtuvo de las entrevistadas. Además, la otra información fue recabada de una base teórica sostenida por la investigación.

**NO HAY DIÁLOGO INVENTADO.**

### **PRESENTACIÓN DE PERSONAJES**

**Doménika Arellano:** 16 años. Pilota profesional ecuatoriana. Es una de los testimonios esenciales por su rendimiento en el deporte, además que hoy por hoy es una de las mejores pilotos de ambos géneros del país. Al ser tan joven, es importante escuchar su historia sobre su proceso dentro de un deporte estereotipado para hombres y como ella sobrellevó la situación y comentarios por ser mujer.

**Paola Cevallos:** 26 años. La segunda mujer en ser parte del deporte en Ecuador y destacarse. El testimonio de Paola es relevante porque son distintas generaciones con Dómenika, además de que, al ser la segunda mujer, conocer, ¿cómo manejo de igual forma, comentarios discriminatorios ante su participación en el karting?

**Francesca Cozzaglio:** 30 años. La primera mujer ecuatoriana en llegar a un mundial de karting, y destacarse entre hombres que dominaban el deporte. Contar con la perspectiva de ella sobre iniciativas modernas es fundamental, para tener distintas opiniones sobre comentarios que cada una recibió en redes sociales y en persona.

**Vanessa Vanegas:** Docente e investigadora en comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana enfocada en temas de movimiento social, ecología política y género desde feminismos populares. Desde la fuente de experta, nos comentará sobre el tras fondo que hay en los comentarios discriminatorios y como las redes sociales hace que esto aumente. La entrevista tiene este enfoque de género y contexto histórico de las luchas del feminismo y de la exclusión a las mujeres en espacios públicos.

**Sara Silva:** Fuente de experta, quien es entrenadora y nos conversa desde el lado biológico de la mujer, además es propietaria de un centro de alto rendimiento, un gimnasio. Ella nos contará sobre la fuerza que hay entre un hombre y una mujer y el proceso que conlleva, dado que varios comentarios en contra de la mujer también se enfocan en lo físico.

1 INICIA FONDO NEGRO

Se dispersa el fondo y empieza con *fade in* la siguiente escena.

2 EXT. PISTA DE KARTING - DÍA

Se escucha la voz de una mujer mientras continúa la toma.

**OFF VOZ DE VÉRONICA BALSECA**

Por la experiencia de mi hija mismo, lo que pasa es que este mundo lo veo que es netamente de hombres, casi siempre salimos con este mito ¿no?

3 FONDO NEGRO

Aparece en letras un poema relacionado a la mujer

**SONIDO DE LETRAS**

TEXTO DE POEMA:

Quiero disculparme con todas las mujeres  
a las que he llamado bonitas  
antes de haberlas llamado inteligentes o valientes...

-Rupi Kaur

4 EXT. PISTA DE KART Y ESPACIO DE F1 - TARDE

**OFF VOZ ARIEL**

La adrenalina, la velocidad, la estrategia,  
la exigencia física y el riesgo fueron,  
durante mucho tiempo, características asociadas  
exclusivamente a los hombres. Pero ¿realmente lo son?

**SONIDO DE KART**

Hoy, el automovilismo despierta un  
interés creciente. Sus distintas categorías  
reúnen públicos diversos,  
y no solo hombres. Muchas mujeres empiezan a mostrar

más interés por el deporte, también lo practican y se destacan, rompen estereotipos y ocupan un lugar en la pista.

5 INT. HABITACIÓN DE DESCANSO DE PILOTO - DÍA

TOMA DE DOMÉNKA SONRIENDO

6 INT. HABITACIÓN BLANCA - DÍA

TOMA DE PAOLA CEVALLOS SONRIENDO

7 INT. HABITACIÓN DE JUEGOS EN CASA - DÍA

TOMA DE FRANCESCA SONRIENDO

**CONTINÚA OFF VOZ ARIEL MIENTRAS ESCENA 5, 6 Y 7 PASAN**

No se trata solo de adaptarse físicamente, también hay una exigencia mental. A eso se suma la carga social: durante años, a las mujeres se las ha juzgado por tener las mismas pasiones que los hombres.

8 EXT. PISTA DE KARTING - DÍA

Tomas de personas corriendo en un kart, se enfoca una chica con casco quien está a punto de subirse al kart.

9 CAPTURAS DE PANTALLA

Aparecen comentarios negativos sobre la mujer en Instagram y TikTok, con subtítulos de su traducción

**CONTINÚA OFF VOZ ARIEL MIENTRAS ESCENA 8 y 9 PASAN**

Las redes sociales, que en teoría deberían ser espacios abiertos y democráticos, reflejan con claridad cuánto cuesta todavía aceptar a una mujer en la Fórmula 1 y en el automovilismo.

10 INT. HABITACIÓN DE DESCANSO DE PILOTO - DÍA

Doménka Arrellano entrevistada

DÓMENKA

Hola soy Doménka Arellano, soy piloto profesional

Y tengo 16 años...

Hago lo que es karting en categoría senior. También suelo correr de vez en cuando Shifter, también corro en Automovilismo, en lo que es un Nissan March en la categoría de 1600 en la pista de Yaguarcocha.

De ahí estamos viendo para practicar en lo que es Fórmula 4 en Panamá.

#### 11 INT. HABITACIÓN BLANCA - DÍA

Paola Cevallos se presenta

PAOLA

Yo fui la segunda mujer en el Ecuador en ser piloto de Karting y realicé el deporte durante 12 años..

Comencé a los 10 años, competí en campeonatos nacionales, también me fui a un campeonato Sudamericano y eventualmente subí a la categoría de D2 que tiene 2 marchas.

#### 12 INT. HABITACIÓN DE JUEGOS EN CASA - DÍA

Francesca Cozzaglio se presenta

FRANCESCA

Hola soy Francesca Cozzaglio, soy ingeniera industrial, mamá y corredora de karting.

Corro karting desde que tengo 10 años, la verdad es que pausé un poco por el tema de la pandemia, tuve dos hijos y entre ellos ya he vuelto a correr, entonces ha sido super interesante llevarlos a ese mundo.

Estuve supermetida desde chiquitita cuando no había categorías aquí en Quito, nos tocaba viajar a las provincias a poder correr así que fue como, realmente ha sido como más que un hobby, una dedicación.

#### 13 TOMAS DE ESPACIO AMBIENTADO A F1 MIENTRAS TRANSCURRE OFF VOZ

##### **OFF VOZ ARIEL**

La Fórmula 1 es la categoría con mayor reconocimiento y apoyo desde sus inicios. Al nacer hace más de 130 años, en un contexto distinto, donde el automovilismo se pensó solo para hombres. Surgió el estereotipo.

Si alguien pregunta quién es el mejor piloto de la historia, es probable que tengas una respuesta o al menos una opinión. Pero si la pregunta cambia a "¿quién es la mejor pilota?", la respuesta ya no resulta tan clara.

#### 14 FOTOGRAFÍAS DE ARCHIVO DE MARÍA TERESA DE FILIPPIS

##### **OFF VOZ ARIEL**

La primera mujer en correr en la Fórmula 1 fue María Teresa de Filippis, italiana. Debutó el 18 de mayo de 1958 y compitió en cinco Grandes Premios. En Bélgica se convirtió en la primera mujer en terminar una carrera completa.

Lo hizo en una época donde no se cuestionaban los roles de género. Su presencia en la pista no solo fue un hecho histórico: fue un acto de valentía.

#### 15 VIDEOS DE ARCHIVO DE FÓRMULA 1

##### **OFF VOZ MIENTRAS PASAN LOS VIDEOS**

Cada una de estas pilotas ha enfrentado estereotipos y ha demostrado que puede competir al mismo nivel que los hombres. Todas comparten un objetivo: alcanzar la igualdad, obtener reconocimiento por su esfuerzo y llegar a la Fórmula 1.

En los últimos años, han surgido dos iniciativas relacionadas con la categoría más alta del automovilismo: la W Series y la F1 Academy.

#### 16 TOMA PLANO MEDIO DE FRANCESCA

##### FRANCESCA

Creo que todos los que se sientan en un kart, así sea de alquiler, sueñan con llegar a la F1.

#### 17 TOMA DE PLANO MEDIO DE DOMÉNKA

##### DOMÉNKA

¿Mis planes a futuro? La verdad quisiera ser parte de la F1 Academy... al estar allá esperar, lograr y dar mejores resultados y llegar a la F1 como todos los pilotos del mundo.

18 VIDEOS DE ARCHIVO Y SACADO DE REDES SOCIALES DE LA F1 ACADEMY

**CONTINÚA OFF VOZ MIENTRAS PASAN LOS VIDEOS**

Pero cabe preguntarse ¿esto representa una verdadera inclusión o solo una forma distinta de segregar?

Son pasos importantes, sí. Permiten que más mujeres entren al mundo del automovilismo profesional. Pero también plantean un reto: lograr que su presencia se vea como algo natural, sin prejuicios ni discriminación.

19 INT. TOMA ESCENA DE VANESSA PLANO MEDIO

VANESSA

Uno de los espacios donde se evidencia y se pone claramente estos discursos de odio, sexistas, misóginos, machistas contra las mujeres, es el espacio de redes sociales digitales, ¿no? Yo veo que en un momento dado el espacio digital fue concebido como un espacio de democratización para visibilizar las voces de sujetos y sujetas históricamente marginalizado, pero al mismo tiempo en este momento tenemos un ecosistema caracterizado por muchísima violencia y discurso de odio con estas características de odio que son anti-género.

20 INT. TOMA DE DOMÉNKA PLANO MEDIO

DOMÉNKA

Hay gente que todavía no está lista no es capaz de ver a una mujer corriendo contra hombres en un deporte catalogado para hombres... Gracias a que soy mujer, soy más visibilizada porque yo resalto entre toda la cantidad de pilotos. Pese a eso si me han llegado distintos comentarios que nada que ver, y también alguna vez me llegaron hasta amenazar "si me vas a arrebasar te parto el carro", y cosas así feas que poco a poco he ido entendiendo que no debo tomarle importancia...

21 INT. TOMA DE PAOLA PLANO MEDIO

PAOLA

Creo que los comentarios discriminatorios sí forman tu cosmovisión. Cuando yo estaba haciendo karting era difícilísimo porque claro, todo mi equipo era de hombres y yo entrenaba junto a muchísimos hombres y se burlaban, así como cuando no hacía los tiempos, no era lo suficientemente rápida, porque era la única chica.

22 INT. TOMA DE FRANCESCA PLANO MEDIO

FRANCESCA

Yo les estaba ganando, y me decían por qué no iba al ballet, no tenía coherencia lo que me están diciendo. Si había uno de hacer de menos no, es como eres mujer no lo logres, o se te va a hacer más difícil, o es que porque eres mujer te ayudan en la pista. Me pasó en Argentina que estábamos en una reunión de pilotos... Y en la reunión dijeron "bueno como tenemos una mujer y ella no puede, entonces le vamos a ayudar en la pista", y fue como que "no necesito la ayuda, gracias"; y había comentarios super groseros que un piloto dijo "si la Francesca gana la clasificación me corto las bolas" y literalmente gané.

23 INT. VIDEOS DE ARCHIVO DE PERSONAS TECLEANDO O NAVEGANDO EN REDES SOCIALES

**OFF VOZ MIENTRAS PASAN LOS VIDEOS**

Los discursos sociales preservan memorias colectivas que reflejan intereses compartidos y normas de conducta. Son estos discursos los que establecen qué se puede decir y qué no dentro de una comunidad.

En esta investigación, resulta clave identificar qué caracteriza un discurso discriminatorio en torno al género. Las redes sociales, lejos de ser espacios seguros, están llenas de comentarios que menosprecian.

24 EXT. TOMAS DE MUJERES EN KART

**CONTINÚA OFF VOZ MIENTRAS PASAN LOS VIDEOS**

Según Pedersen y su equipo, en el libro Strategic Sport Communication, la cobertura deportiva varía según el sexo

del atleta. Mientras a los hombres se los valora por su fuerza o desempeño, a las mujeres se las describe con base en su apariencia o emociones.

25 INT. TOMA PLANO MEDIO DE DOMÉNKA

DOMÉNKA

Existe el tema de que una mujer es más débil que un hombre y que normalmente cuando tú conoces a un coach hombre, dicen ya este porque es fuerte va a ayudarme a mejorar más que la mujer, porque a las mujeres nos ven muy débiles o esa es la imagen que nos han planteado al mundo, pero no es así, hay mujeres que tienen mucha experiencia que demuestran que son muy buenas en lo que hacen en los múltiples deportes, porque les ha tocado esforzarse a veces un poco más que los hombres.

26 EXT. TOMA PLANO MEDIO DE SARA

SARA

En mi medio la fuerza obviamente es muy notoria, sin el sistema de pesas, el chico al tener un mayor porcentaje de testosterona, esta hormona que tiene varias cualidades, pero en sí una de ellas es la fuerza, tiene muchas más ventajas sobre una chica que tiene una porción menos de testosterona y nosotras tenemos más estrógenos, como un sentido de más emociones, muchas otras cualidades, pero la fuerza no. La diferencia radica en que, si una mujer con una dedicación, con disciplina, con constancia y un objetivo en mente puede llegar a tener unas características a base de su sacrificio y su entrega parecido al chico, pero no por su genética.

27 INT. TOMA FRANCESCA PLANO MEDIO

FRANCESCA

Creo que hoy en día me he dado cuenta ya siendo más adulta, digamos, en que hay mucho de este parte sexual comparado con la mujer y el automovilismo. NO es que sea, que lindo que desempeño, sino que sexy esa mujer en el carro, ¿me entiendes? Entonces creo que va ahí, hay un tema de imposibilitar a la persona de decir como que las mujeres no

lo logran hacer y que cuando lo logran hacer es como, no nos dan el mérito que nos merecemos, sino como que ah qué sexy, y es como que NO es lo que estoy logrando.

28 INT. TOMA DE VANESSA HABLANDO EN PLANO MEDIO

VANESSA

En efecto, claro, toda la tendencia que tiene que ver con los roles de género directamente la mujer está para verse bonita, para lucirse etc. entonces mucho del periodismo deportivo tiende a centrarse en estos aspectos en lugar de centrarse en aspectos que tendrían que ver en el mundo deportivo como el rendimiento, su preparación, desempeño etc.

29 TOMA DE KART EN KARTDROMO

VANESSA

Para mí es fundamental que una estrategia de comunicación que intente superar todas estas desigualdades de género sean gestionadas primero por mujeres y segundo que nos den estas posibilidades de contar estas narrativas desde nuestras propias voces.

30 FONDO NEGRO CON TEXTO DE DATOS

"A lo largo de la historia de la F1, hubo 781 pilotos, mientras que únicamente cinco mujeres fueron parte de la misma categoría.

"A pesar de que la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador exige a los medios de comunicación difundir contenidos con enfoque de derechos, las mujeres en el deporte aún siguen invisibilizadas."

"En los últimos años, la Fórmula 1 ha vivido una transformación en su audiencia. Según Stefano Domenicali, CEO del deporte, en 2022, 4 de cada 10 espectadores eran mujeres. Hace apenas cinco años, esa proporción era de solo 3 de cada 10."

"La evolución no solo ha sido en género, también en edad. De los 750 millones de aficionados que tiene actualmente la F1

en todo el mundo, alrededor de 3 de cada 4 tienen menos de 35 años.”

“Además, hoy más de 4 de cada 10 fanáticos son mujeres, una cifra que sigue creciendo desde 2018, cuando apenas se alcanzaban poco menos de 4 en cada 10.”

“Según el informe de *We Are Social*, por cada 10 personas que usan redes sociales en el mundo, aproximadamente 5 son hombres y 4 son mujeres. Esta tendencia también se refleja en Ecuador, donde la presencia masculina en redes sigue siendo ligeramente mayor que la femenina.”

31 TOMA DE PISTA DE KART DE TRANSICIÓN MAX 5S

32 INT. TOMA PLANO MEDIO DE PAOLA

**SE COLOCA FOTOS DE PAOLA HACIENDO KARTING**

PAOLA

La verdad para mí el karting lo es todo, me fascina... es estereotipado para los hombres y la mayoría de los que están ahí hoy en día igual son hombres, pero nunca me sentí diferente, claro que había los comentarios, pero, igual salía y competía hacía exactamente las mismas cosas, e igual me llevaba bien con mi equipo. Todos piensan que el más rápido siempre va a ser un hombre, eso también a mí me daba ganas de seguir siempre, porque yo decía ahí, yo también puedo ser la más rápida siempre.

33 INT. TOMA PLANO MEDIO DE DOMÉNKA

**SE COLOCA FOTOS DE DOMÉNKA HACIENDO KARTING**

DOMÉNKA

En cuestión de físico, me chocaban en pista y como me hacía sentir eso, me daba poder, me sentía más fuerte, ¿por qué? Porque eso significaba que les daba miedo, y que me tengan temor me empoderaba aún más, decía les tengo que ganar, si es que ellos me chocan, si es que ellos no me quieren ver ganar, no me va a importar, ¿por qué? Porque yo tengo que demostrar que yo soy mejor que ellos, pese a que ellos me están haciendo un mal a mí.

34 INT. TOMA PLANO MEDIO FRANCESCA

**SE COLOCA FOTOS DE DOMÉNKA HACIENDO KARTING**

Me gusta mucho que en el karting realmente durante todas las categorías mantiene a los hombres y a las mujeres mezclados y que entonces realmente, yo he podido constatar que les puedes ganar a los hombres, no solo una carrera, sino campeonatos enteros, mundiales y en general.

35 EXT. TOMAS DE MUJERES EN KART Y F1 ACADEMY

**OFF VOZ ARIEL MIENTRAS PASAN LOS VIDEOS**

La W Series fue cancelada de forma abrupta por falta de financiamiento.

En cambio, la F1 Academy, creada en 2023, sigue vigente y ha ganado visibilidad, especialmente tras el estreno de su serie en Netflix.

A pesar de ello, las cifras muestran que la brecha de apoyo sigue presente.

Hasta junio de 2025, la cuenta oficial de F1 Academy en Instagram tiene cerca de 993 mil seguidores... mientras que la cuenta principal de la Fórmula 1 supera los 35 millones.

36 INT. TOMA PLANO MEDIO DE DOMÉNKA

DOMÉNKA

Habido esta pregunta de ¿por qué no hay una mujer en la f1? Y más fácil de explicarlo es así, ahorita no te podría decir la cantidad exacta, pero de unos 100 hombres hay una mujer... La idea de estas categorías de la W Series y la F1 Academy es invitar a más chicas a incursionar en este deporte, inspirarlas y que más chicas intenten llegar a la categoría más alta que es la Fórmula 1.

37 INT. TOMA PLANO MEDIO DE PAOLA SOBRE F1 ACADEMY

PAOLA

Creo que los programas que hay ahorita, si son lo que yo soñaba de chiquita, pero a la vez no siento que son

programas tan bien diseñadas. La F1 Academy es un programa increíble porque ya les lleva un poco más cerca de la F1, pero aun así están compitiendo en carros de F3, entonces siguen lejos, y la que gana tampoco es como, apenas en esta primera temporada la que gana se fue a correr en GB3 y ella está atrás.

¿Cómo por qué siempre todos los pilotos de F1 deben ser hombres? Si es que hay campeonatos nacionales en cada país y en muchos ellos ganan mujeres y ese es el punto más alto del karting para pasar de nivel.

38 INT. TOMA PLANO MEDIO DE FRANCESCA SOBRE F1 ACADEMY

FRANCESCA

¿De qué manera vas a querer demostrar que las mujeres pueden competir contra los hombres, poniéndolas solo mujeres?, Entonces ya se vuelve como que imposible de nuevo. Creo que es un tema difícil, pero lo que sí espero es que tenga un futuro.

39 INT. TOMA PLANO MEDIO DE VANESSA SOBRE LA INICIATIVA

No solamente basta abrir condiciones de igualdad para practicar el deporte, sino también abrir espacios que puedan ser como, si se quiere de una alguna forma transicional, por un lado, que sea como una puerta de entrada al momento de transición y que efectivamente luego se compita en igualdad de condiciones y con los equipamientos y los temas profesionales lo que amerita el deporte.

Por otro lado, mucha gente, en cambio, puede pensar que es un Pinkwashing, dar la apariencia de efecto placebo e ilusorio de estamos incluyendo a las mujeres, pero realmente no les estamos dando las condiciones estructurales necesarias para practicar.

40 EXT. TOMAS DE KART Y PISTA, FOTOS DE LAS PILOTAS Y TOMAS DE ELLAS MIENTRAS TRASCURRE OFF VOZ

**OFF VOZ ARIEL MIENTRAS PASAN LOS VIDEOS**

Como explica Bourdieu, sociólogo francés, desde las primeras sociedades se asignó a la mujer un rol ligado al hogar y lo privado, mientras que al hombre se le dio lo público y lo productivo.

Ese modelo todavía influye. Cuesta romper con la idea de que ciertos espacios, como el automovilismo, no son para mujeres.

Comentarios como "deberías estar cocinando", "seguro se chocan" o "tienes OnlyFans", son más comunes de lo que deberían. No son chistes: son parte del problema.

Pero lo cierto es que ellas están ahí, compitiendo, entrenando y demostrando que pueden.

Porque correr no es cuestión de género, sino de capacidad, constancia y decisión.

41 INT. TOMA PLANO MEDIO DE DOMÉNKA DESPEDIDA

DOMÉNKA

El mensaje que quiero transmitir es que la gente tiene que soñar en alto, soñar muy fuerte, así sean sueños muy locos que dices capaz y no puede pasar, pero sí. Si puede pasar, nada es imposible, solo es cuestión de buscar la manera de ver diferentes maneras para cumplir las metas.

42 INT. TOMA PLANO MEDIO DE PAOLA DESPEDIDA

PAOLA

Creo que los deportes son vida, y cualquier cosa que te mueva no importa si eres hombre o mujer debes hacerlo, hacerlo bien, hacer lo que te gusta y no dejar que te limite los comentarios o lo que dicen en redes sociales.

43 INT. TOMA PLANO MEDIO DE FRANCESCA DESPEDIDA

FRANCESCA

Eres la primera mujer en el karting aquí en Ecuador, ¿cuéntame tu experiencia?

Se me hace la piel de gallina, escucharte lo que dices, porque ha sido un trabajo largo, bien emocionado que me definió por mucho tiempo, yo no fue hasta que entre a la universidad como a los 20 baños que empecé a encontrar otro camino, otro patrón.

Me molestaban cuando seas mamá, no va a correr, no vas a venir a la pista. Ahora ha sido como una meta más y una realización... Anécdota con la hija.

44 INT. TOMA PLANO MEDIO DE VANESSA DESPEDIDA

VANESSA

Primero que las admiro muchísimo, y segundo que sigan luchando, que por más adverso que puede ser el camino, ellas pueden ser pilotas tanto de sus autos como lo son pilotas de sus vidas. Así que pueden llevar sus vidas y sus pasiones deportivas a donde ellas quieran hacerlo y por supuesto también hay que politizar estas luchas.

45 TOMAS DE TODAS LAS ENTREVISTADAS EN MIENTRAS SE NARRA EL CIERRE.

**OFF VOZ ARIEL MIENTRAS PASAN LOS VIDEOS**

No se trata de si una mujer puede correr. Ya lo hacen.

Se trata de si el automovilismo, sus audiencias y sus estructuras están dispuestos a avanzar al mismo ritmo.

Porque no es la mujer la que debe adaptarse al deporte. Es el deporte el que debe abrirse a todos los cuerpos, todas las mentes, todas las pasiones.

46 TOMAS DE KART RESTANTES EN EFECTO BLUR PARA CRÉDITOS Y NOMBRES

**FIN**