



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras Grado de Periodismo

***Be The One* una revista deportiva femenina especializada**

TRABAJO DE FIN DE GRADO PROFESIONAL
Proyecto creativo individual

María Robles García

Tutora: Dunia Etura Hernández

Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América y
Periodismo

Curso: 2024-2025

ÍNDICE

1. Introducción
2. Objetivos
3. Fundamentos teórico-académicos
 - 3.1 La desigualdad en el deporte de élite
 - 3.2 Las mujeres deportistas en el periodismo deportivo
 - 3.3 Diseño editorial y maquetación
 - 3.3.1 Las revistas deportivas
 - 3.3.2 Las revistas deportivas especializadas en deporte femenino
4. Plan de trabajo
 - 4.1 Descripción del trabajo
 - 4.1.1 La revista
 - 4.1.2 Primer Tomo
 - 4.1.3 Nombre (*Naming*)
 - 4.1.4 Herramientas
 - 4.1.5 Público Objetivo
 - 4.2 Diseño editorial
 - 4.2.1 Identidad visual
 - 4.2.2 Maquetación
 - 4.2.3 Impresión
 - 4.3 Secciones
 - 4.3.1 Generales
 - 4.3.2 Específicas
 - 4.4 Colaboraciones
 - 4.5 Calendario de ejecución
 - 4.6 Visión de futuro
5. Conclusiones
6. Referencias
7. Anexos
 - 7.1 Entrevistas
 - 7.2 La Revista

“BE THE ONE” Una revista deportiva femenina especializada

Resumen

El papel de las mujeres en el periodismo deportivo se ha visto relegado a un segundo plano durante la historia. Sin embargo, en los últimos años se ha producido un crecimiento significativo de los roles femeninos dentro del panorama deportivo, ya no solo como deportistas, sino también en funciones fundamentales como dirección, ingeniería, arbitraje o el periodismo. *Be The One* nace como una revista deportiva especializada en el deporte femenino, con el objetivo principal de darles a las mujeres ese foco mediático del que han sido históricamente excluidas. Un primer número sobre la Fórmula 1 Academy, acercará al lector a la categoría femenina de motor que impulsa a las jóvenes promesas hacia las máximas competiciones como la Fórmula 1, donde actualmente solo compiten hombres. Todo ello, promoviendo la igualdad de género en línea con la Agenda 2030, con una maquetación moderna y participativa.

Palabras Clave

Periodismo deportivo, Fórmula 1 femenina, Deporte femenino, Diseño editorial, Igualdad de género

“BE THE ONE” a sports magazine specializing in women's sport

Abstract

The role of women in sports journalism has historically been relegated to the background. However, in recent years, there has been a significant growth in women's roles within the sports landscape, not only as athletes, but also in key roles such as management, engineering, refereeing, and journalism. Be The One was born as a sports magazine specializing in women's sports, with the primary objective of giving women the media spotlight from which they have historically been excluded. A first issue on the Formula 1 Academy will bring readers closer to the women's motorsports category that propels promising young talents toward top competitions such as Formula 1, where currently only men compete. All of this, promoting gender equality in line with the 2030 Agenda, with a modern and participatory layout.

Keywords

Sports journalism, Women's Formula 1, Women's sport, Editorial design, Gender equality

1. Introducción

Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) se encuentra dentro de la modalidad profesional de los TFG del Grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid, que consiste en el desarrollo de un proyecto profesional en cualquier ámbito de la comunicación. Se ha optado por la realización de una revista física que enmarcará el papel de la mujer en lo más alto de la cuna del deporte de élite, dedicando cada número de la revista a un deporte en específico, estableciendo para este TFG una primera edición especializada en el nuevo formato de motor Fórmula 1 Academy.

Durante años, las mujeres se han visto relegadas a un segundo plano en muchos de los deportes que existen en el panorama deportivo, una consecuencia del sesgo de género que impone el machismo de la sociedad y de los distintos momentos históricos que han formado parte en el mundo (Clupik, 2023).

En el deporte de élite ha crecido significativamente la presencia femenina en las últimas décadas tanto en participación y visibilización dentro de los equipos como en los mandos. Una historia que con poca fortuna inicialmente, hizo de las mujeres alzar la voz y se posicionaran como óptimas para cualquier tipo de deporte. Obteniendo grandes números y manifestando su postura con firmeza con sus innumerables actuaciones (Vilanova & Soler, 2024).

A pesar de seguir enfrentando desigualdades de salarios, cobertura mediática y oportunidades en los altos cargos, han conseguido destacarse en multitud de disciplinas, desde los Juegos Olímpicos hasta los grandes torneos internacionales o continentales.

Como señaló Olga Carmona, jugadora del Real Madrid y la Selección Española de fútbol, en una entrevista con Griñán (2024), “somos presente y futuro de un deporte que no parará de crecer”.

Las revistas deportivas, sin embargo, no han tenido esta evolución y no se encuentran tiradas especializadas en deporte femenino fácilmente, suelen formar parte de las ediciones masculinas o como mucho de alguna edición especial. Ante esta oportunidad y considerando la falta de publicaciones especializadas, se ha identificado un nicho que no solo podría contribuir a cerrar la brecha existente, sino que también permite aplicar los conocimientos periodísticos y de diseño adquiridos a lo largo de los cuatro años de formación universitaria.

El objetivo fundamental es visibilizar y promover el crecimiento de las mujeres en el deporte, destacando sus logros y su evolución en disciplinas que históricamente

han sido dominadas por hombres. A través de un contenido especializado y estratégicamente pensado para ser atractivo para las nuevas generaciones, con entrevistas exclusivas a personas que tienen que ver con el deporte en distintas ramas específicas, y un enfoque analítico práctico de cara a la evolución de los distintos formatos deportivos, la revista busca posicionarse como un referente en el periodismo deportivo femenino, brindando una plataforma que amplifique y explique las historias de estas atletas o de la misma evolución del deporte con el paso del tiempo, además de su impacto en la industria y en la publicidad, creando posibles campañas que darían juego y visibilidad a las mismas.

Además, la revista pretende fomentar la equidad de género en el deporte promoviendo iniciativas que permitan el acceso a mayores oportunidades, patrocinios y apoyo institucional. Cumpliendo con los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030.

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible es uno de los planes de acción a largo plazo establecidos por todos los Estados miembros de la ONU desde el año 2015. Con el fin de obtener los resultados esperados, se proponen un total de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, también llamados ODS. Entre ellos se encuentran proteger el planeta, erradicar la pobreza, la salud y bienestar de todos los ciudadanos, la igualdad de género... entre otros 12 objetivos a mayores.

La igualdad de género no solo es un derecho humano fundamental, sino que es uno de los fundamentos esenciales para construir un mundo pacífico, próspero y sostenible. Se han conseguido algunos avances durante las últimas décadas, pero el mundo está lejos de alcanzar la igualdad de género para 2030. (Moran, M 2024)

Esto establece la ONU como objetivo número 5 en la agenda 2030, ya que las mujeres y las niñas constituyen la mitad de la población mundial. Este objetivo está dentro del ámbito deportivo en base a un acceso igualitario a la práctica deportiva, una mayor visibilización, equidad salarial e incremento de número de mujeres en cargos directivos.

Por ello y gracias a un formato moderno, la publicación no solo ofrecerá reportajes y entrevistas interactivas en distintos formatos y datos estadísticos

detallados, sino que también explorará ángulos poco abordados, como la participación de los propios lectores.

Asimismo, la revista aspira a crear una comunidad comprometida y una red de apoyo entre aficionados, deportistas, equipos y patrocinadores, generando un espacio donde el deporte femenino reciba la atención y el reconocimiento que merece.

El primer tomo, centrado en la Fórmula 1 Academy, arrancará como la *pole position* para mostrar la evolución de las mujeres en el automovilismo y sentará las bases editoriales y de diseño para futuras ediciones que tratarán otras disciplinas, consolidando así un medio de comunicación factible, interactivo¹ y acorde a la posición actual de todas las generaciones que impulse el protagonismo de las mujeres en el deporte.

2. Objetivos

2.1. Objetivos generales:

Crear una revista especializada en deporte femenino con el fin de dar visibilidad a deportistas femeninas que no cuentan con un espacio mediático propio.

Poner en práctica los conocimientos, destrezas y competencias adquiridas en los cuatro años de estudio del Grado en Periodismo.

2.2. Objetivos específicos del primer tomo:

- Investigar el impacto de la Fórmula 1 Academy en el automovilismo.
- Estudiar su historia y sus inicios dentro del mundo del motor hasta su actual formato.
- Visibilizar a pilotos que han dado pie a que suceda un cambio dentro de la categoría de motor.
- Diseñar y maquetar un prototipo de revista que sea gráficamente atractivo y accesible para todas las generaciones.
- Realizar entrevistas exclusivas para aportar valor único al contenido con distintos profesionales del sector de multitud de áreas del automovilismo.

1. Se incorporará un código QR que permitirá acceder a la entrevista audiovisual, con el fin de complementar y enriquecer la información presentada al lector.

- Promover la representación de las mujeres en el mundo del automovilismo a través de la revista.

3. Fundamentos teórico-académicos

3.1. La desigualdad en el deporte de élite

La RAE reconoce el deporte como la “actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas” sin hacer referencia a ningún tipo de condicionamiento por género.

Sin embargo, desde los inicios, la desigualdad ha estado presente en gran parte de las competencias deportivas, así como en los distintos puestos de trabajo dentro de los diversos estamentos del ámbito deportivo.

Según Guttmann (2004), aún persistía la idea de que las mujeres eran físicamente frágiles y emocionalmente delicadas, lo que justificaba su exclusión del ámbito deportivo. Además, se las consideraba 'demasiado vigorosas' para lo que se entendía como su naturaleza femenina.

Siendo una realidad presente y que se ve reflejada en los números establecidos por las distintitas federaciones, la historia demuestra que las mujeres han tenido que abrirse paso en un mundo de desigualdades con mucha lucha y superación constante, ante una sociedad que no las veía en igualdad de condiciones.

Los Juegos Olímpicos es uno de los eventos multideportivo más importante y grande del mundo. Los deportistas ponen en juego todos sus entrenamientos durante más de 4 años para conseguir esa ansiada medalla, esto es así desde hace 130 años, cuando en 1896 se celebraron los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna en Atenas.

Desde ese entonces la realidad ha cambiado desde que el presidente Pierre de Coubertin, imbuido de la misoginia existente en la sociedad victoriana en 1912 afirmaba que “los Juegos Olímpicos deben estar reservados a los hombres. ¿Es posible aceptar que las mujeres participen en todas las pruebas? No... Entonces ¿por qué autorizarlas a hacerlo en algunas y prohibírselo en otras?” (De Coubertin, 1912).

Además de denigrarlas y apartarlas a un segundo plano afirmaba que “las mujeres sólo tienen una labor en el deporte: coronar a los campeones con guirnaldas” (De Coubertin, 1912).

Mientras que en el año 1900 solo 22 mujeres participaron en los Juegos Olímpicos de París, en el año 2024, en París un total de 5250 mujeres fueron participes de los juegos de 10500 atletas de 206 países y con un alcance global de casi 5.000 millones de personas. (Comité Olímpico Internacional [COI], 2024).

En Londres 2012, fueron los primeros Juegos en los que las mujeres participaron en todos los deportes. Un incremento bastante visible que hace que la presencia femenina sea ahora la mitad de la competencia.

A pesar de que la alta competición ha estado históricamente asociada al ámbito masculino, en los últimos años se ha registrado un crecimiento sostenido en la participación femenina lo que conlleva un gran avance. Así lo acredita un informe del Consejo Superior de Deportes (CSD) en el año 2015, en el que se constata un aumento del 25 % en las licencias de alta competición. Sin embargo, de las más de 3.501.757 de licencias, solo 753.760 corresponden con licencias femeninas, lo que indica que, a pesar del avance, la brecha sigue siendo abismal.

El fútbol es el deporte con mayor número de licencias federativas, representando el 25,98 % del total, seguido por el baloncesto con un 10,16 %. En este último, las mujeres concentraban el mayor número de licencias, con un total de 130.549, lo que equivale al 36,69 % del total de licencias en baloncesto y representa un incremento del 17% respecto al año 2001. No obstante, a pesar de ser el deporte más practicado por mujeres en términos absolutos, no es el que presenta una mayor proporción femenina en relación con los hombres. En este sentido, destacan la gimnasia, con un 90,40 % de participación femenina; el voleibol, con un 73,52 %; y la hípica, con un 69,15 % (Consejo Superior de Deportes, 2015).

En posiciones más globales, el mundo deportivo ha aumentado en participación femenina en 1991 se vivió la inauguración de la Copa Mundial Femenina de la FIFA, que fue un paso significativo en el fútbol femenino (*La Voz de Galicia*, 2023). Algunas ligas como la WNBA en el baloncesto americano, o la Liga F en el fútbol español, han logrado que sus atletas logren profesionalizarse y obtener unos salarios competitivos además de mejoras en las condiciones (CSD, 2021).

Este crecimiento alcanzó un punto importante con el último Mundial de Fútbol Femenino, donde se evidenció una auténtica revolución tanto en lo deportivo como en lo mediático. El mundial de los récords con victoria española supuso un símbolo de progreso, pero que quedará manchado por el presidente de la Federación Luis Rubiales, que besó sin consentimiento a la jugadora Jenni Hermoso durante la

ceremonia de premiación, lo que generó un debate público sobre la cultura institucional del fútbol y la necesidad de multitud de cambios estructurales (*El Mundo*, 2023).

Un comunicado posterior de la protagonista a través de sus redes sociales comentaba, “me sentí vulnerable y víctima de una agresión, un acto impulsivo, machista, fuera de lugar y sin ningún tipo de consentimiento por mi parte” (Hermoso, 2023).

A su vez, el liderazgo femenino se ve incrementado con un gran número de mujeres en roles importantes, como el arbitraje, dirección o coordinación de equipos, aunque aún en una clara minoría (Otamendi, 2023).

Sin embargo y a pesar de la evidente evolución en muchos de los deportes, el mundo del motor se ha visto en clara minoría, ya que siempre se ha considerado un mundo de hombres.

3.2. Las mujeres deportistas en el periodismo deportivo

El periodismo deportivo es el área del periodismo que estudia, analiza, informa y ofrece una interpretación de lo que sucede en cada ámbito deportivo a la audiencia, de modo que no solo se centra en el deporte en sí, sino todo lo que lo engloba. Con el objetivo principal de hacer llegar a la ciudadanía información veraz y rápida que además de entretener, enriquece sus conocimientos deportivos.

El periodismo deportivo ha vivido en las últimas décadas un notabilísimo desarrollo en sus estructuras, canales y modos de producir contenidos, y ha cobrado un creciente protagonismo hasta afianzarse en el momento actual como la tipología informativa de mayor alcance social en una buena parte de los países tanto europeos como americanos. (Rojas Torrijos, 2014, p. 178)

El periodismo deportivo se ha visto desarrollado por y para hombres. Siendo esta una realidad que en muchas ocasiones cuesta creer la brecha de género en los medios persiste. A pesar de los avances generados en los últimos años, el periodismo deportivo sigue siendo un espacio mayoritariamente masculinizado.

Un estudio realizado por la *Universitat Pompeu Fabra*, en el que se analizaron las portadas de los cuatro diarios deportivos más leídos en España (*Marca*, *As*, *Mundo Deportivo* y *Sport*) durante el periodo 2010-2015, concluía que “el deporte continúa

existiendo por, para y sobre los hombres” (Gómez-Colell, Medina-Bravo & Ramon, 2017, p. 799)

Además, el Consejo Superior de Deportes (CSD) presentó datos basados en un estudio diagnóstico realizado por Heidy Sofía Ríos Urdaneta y Clara Sainz de Baranda Andújar, bajo la coordinación del propio CSD. Este estudio analiza la representación de las mujeres en las noticias deportivas transmitidas por televisión y radio en España durante el periodo 2011-2021, excluyendo el año 2020 debido a la pandemia. Para ello, se examinaron un total de 1.023 programas televisivos y 285 programas radiales, que incluyeron 4.380 noticias televisivas y 787 noticias radiales.

Según Ríos Urdaneta y Sainz de Baranda Andújar (2023), la participación de las deportistas en las noticias de televisión representa un 8,2% y en radio un 15%. La cobertura deportiva por ello es bastante escasa y las mujeres se ven supeditadas a la información deportiva masculina en la mayoría de las ocasiones.

Las deportistas solo aparecen en los titulares de las distintas informaciones deportivas en poco más del 18% de las de radio y en tan solo un 10% de las noticias en televisión, y normalmente suele ser debido a que el deporte es en equipo o mixto.

Dentro del propio estudio, se estipula que como en el ámbito masculino, el fútbol ocupa la mayor información sobre deporte practicado por mujeres. Un 57% de las noticias es sobre deportistas federadas en fútbol, y generalmente en posiciones privilegiadas y equipos de renombre, le sigue el baloncesto con un 9% y el tenis, con menos de un 5% entre otros muchos deportes.

El mismo tratamiento informativo en la televisión se ofrece en la radio donde el fútbol acapara un 55,53% del total de las noticias.

Sin embargo, y a pesar de estos datos tan diferenciales, el deporte femenino ha experimentado bastantes cambios, gracias principalmente a las marcas y a la exposición de las propias deportistas en redes sociales, por lo que se puede comenzar a hablar de un cambio generacional.

Un informe de la Asociación del Deporte Español (ADESP) del año 2023, se reconoce este cambio y que nos encontramos ante un nuevo escenario deportivo.

Teresa Rivero (2023) afirma que “hoy podemos decir que estamos ante un cambio de era, hemos entrado en un círculo virtuoso y el deporte femenino ya genera interés. Vemos a deportistas en muchas disciplinas, la audiencia responde y las marcas apoyamos” (p. 9).

“Estamos viendo cómo la mujer está consiguiendo la conquista social en muchos ámbitos y espacios, entre ellos, está el deporte. Hay más conciencia social, hay más deportistas, hay más afición. Las deportistas de hoy son el espejo en el que se miran las niñas que serán nuestras futuras campeonas” (Hidalgo, 2023, p. 10).

3.3. Diseño editorial y maquetación

El diseño editorial es una forma de poder representar el periodismo de manera visual, lo que contribuye a una mejor percepción de la información con ayuda de los métodos visuales.

Según Vince Frost exdirector de arte de la revista *Zembla*, “el diseño editorial es el diseño de publicaciones periódicas: revistas impresas que salen a la venta en más de una ocasión y que, por lo general, tienen una apariencia y transmiten unas sensaciones características y únicas” (Frost 2014 p.8).

El diseño y material editorial dota de personalidad y expresión de quien la compone y hace que el contenido sea atrayente para las personas que lo consumen.

Con la llegada de la digitalización, fueron apareciendo muchos más softwares y hardware para la ayuda y la facilitación de la composición y maquetación tanto del texto como de los formatos fotográficos.

Como afirma Zeldman (2003 p.17), "el contenido precede al diseño. Diseñar en ausencia de contenido no es diseño, es decoración."

La maquetación, por su parte, constituye el proceso técnico mediante el cual se manifiestan los aspectos creativos, con ello se distribuyen los distintos elementos audiovisuales empleados dentro del espacio generado o necesario por el diseñador. Este proceso debe responder siempre a una serie de criterios, como es la estética, la funcionalidad y la legibilidad.

Los componentes clave del diseño editorial y la maquetación según Leonardo Guerrero Reyes (2016 p.15-18):

Antes de empezar a realizar una publicación, los elementos imprescindibles deben tener un orden lógico, además de una composición y forma de transmitir únicos en función de lo que se quiera representar. Dentro del texto a agregar, influye mucho la cantidad de información que se quiera recabar, y aunque no sea para un público general, se deben emplear terminología y palabras clave entendibles.

El texto ha de ser claro y conciso, una publicación con mucho texto no va a llamar la atención del lector. Se recomienda hacer uso de tipografías nuevas y diferentes.

Las imágenes aplicadas deben ser del tema que se está hablando, se necesita que se represente el contenido que no se puede expresar con las palabras. Dentro del propio contenido se puede dar uso a las imágenes de distinto tipo, entre ellas, encontramos las fotografías, los iconos, y las imágenes vectoriales. “La manera más clara de saber cuándo usar una imagen es pensar como el lector” (Guerrero 2016 p.31).

Para poder generar un contenido correcto y de manera que atraiga al lector se debe plantear la idea definiendo los objetos y el tipo de publicación, ya sea un libro, una revista o mismamente un periódico. Además, es importante saber el público al que va dirigido, ya que eso determinará el éxito de la publicación.

3.3.1. Las revistas deportivas

Durante el siglo XIX las revistas deportivas españolas comenzaron a implementarse en el panorama de la comunicación de la época. Influenciados por el periodismo anglosajón y francés, a pesar de que Estados Unidos fue la pionera de las revistas deportivas, estas generaron un boom bastante referencial a los deportes líderes o característicos del momento. (López de Aguilera Clemente, 2008).

Alguna de las principales y más reconocidas son las lanzadas en Estados Unidos, *The Sporting News* (1886), fue clave dentro del periodismo deportivo ya que amplió la cobertura periodística más allá del beisbol hacia 1940 (Gletschier, 2021).

En Francia, *L'Équipe* el periódico más famoso de Francia creado en 1946 durante la Segunda Guerra Mundial, lanzó su primera revista como suplemento especializado con diferentes deportes.

Existe un vacío significativo en las revistas deportivas que aborden disciplinas más allá del fútbol. Esto se debe a que el fútbol domina los medios por su popularidad, seguimiento y rentabilidad, lo que limita la diversidad y pluralidad en el ámbito deportivo editorial.

A partir de estos ejemplos internacionales, el análisis se centrará en el caso español.

- *Los Deportes* es la primera revista española conocida lanzada entre el año 1897 y 1910, fue una de las pioneras en su género e ilustraba deportes desde el automovilismo, aviación y demás deportes del momento.

- *Don Balón* es una revista semanal española que comenzó sus tiradas en el año 1975 en la que principalmente se trataban temas relacionados con el mundo del fútbol. Cesó su publicación en papel, para pasarse a la edición digital en el año 2011, hasta la actualidad.

- *Relevo* sería una de las últimas incorporaciones en las revistas españolas, cerrado en mayo del año 2025, con solo dos tiradas, el periódico digital nacido en el año 2022 consiguió en el año 2024 una revista sobre la Eurocopa, y como ellos dicen “entendemos que hay un movimiento cada vez más importante que pretende recuperar en nuestro día a día espacios analógicos, ajenos a la tiranía de las notificaciones del móvil” (*Relevo*, 2024)

La segunda tirada, algo más general, llamada “*Relevo Mag*” es un objeto de colección para los amantes de todos los deportes, mezclada con un estilo “lifestyle”, mezclaba los deportes masculinos y femeninos con las últimas tendencias culturales.

- *Panenka* fundada en el año 2011, se ha caracterizado por ofrecer una visión alternativa del fútbol. Con más de 140 números se han consolidado como una referencia de periodismo de calidad.

- *Libero* con un enfoque narrativo y cuidado, esta revista fundada en el año 2012 deja atrás la polémica y la tertulia y se centra en lo más destacado del fútbol.

3.3.2. Las revistas deportivas especializadas en deporte femenino

Las revistas han ocupado un papel fundamental dentro de la historia del deporte, ayudando a crear y construir referentes deportivos. Sin embargo, en lo que respecta al deporte femenino, tradicionalmente ha sido relegado a un segundo plano en la cobertura mediática. A pesar de que con los años se ha intentado remediar esta situación, las publicaciones dedicadas exclusivamente a la mujer siguen siendo escasas. Algunas de las publicaciones más destacadas en España serían:

- Revista *DMUJER* (2010-2011) y *Mujer y Deporte* (2024) ambas lanzadas por el Consejo Superior de deportes (CSD) han buscado dar

visibilidad a las mujeres y ofrecer múltiples informaciones acerca del deporte femenino a nivel local en distintas ciudades de España, han realizado ediciones específicas de algunas localidades españolas, como Málaga, Gijón o Sevilla entre otras. Además, *Mujer y Deporte* se centra en las propias mujeres implicadas dentro del ámbito deportivo, incluyendo entrevistas y reportajes para contar las historias de las protagonistas.

- *Sport Life Mujer* es otra revista española dedicada a las mujeres deportistas fundada en 1999 y continua hasta la actualidad, no se centra en un deporte en específico, si no que da consejos sobre salud, nutrición y fitness, además presenta diversas propuestas de ocio y entrevistas a múltiples deportistas femeninas. Tiene edición tanto en físico como en digital.

Actualmente, no existen publicaciones especializadas exclusivamente en la Fórmula 1 Academy, lo que evidencia una notable falta de cobertura mediática específica en este ámbito.

4. Plan de trabajo

4.1. Descripción del trabajo

4.1.1. La Revista:

Be The One (B.T.O) es una revista femenina especializada en múltiples áreas deportivas. Centrada en la esencia del deporte y la evolución de las mujeres en las distintas disciplinas deportivas.

4.1.2. Primer tomo:

Para el trabajo de fin de grado nos centraremos en una de las disciplinas deportivas más seguidas en la actualidad: la Fórmula 1. En particular, abordaremos su versión femenina, la Fórmula 1 Academy, la cual lleva tres años en su formato actual y ha experimentado una transformación significativa que ha supuesto un cambio notable en el papel de la mujer dentro del mundo del automovilismo.

4.1.3. Nombre de la revista (*naming*)

En este caso el nombre “BE THE ONE” está inspirado en que hay que ser “la indicada” para triunfar en un deporte. El nombre es breve, fácil de recordar y sencillo de pronunciar.

4.1.4. Herramientas empleadas

Para poder lograr mi objetivo, he necesitado hacer uso de varias herramientas para desarrollar la revista.

A continuación, aparecerá una pequeña lista con las herramientas utilizadas y para que las he empleado:

1. CANVA: Diseño y esquema general de la revista.
2. MICROSOFT TEAMS: Realización de una de las entrevistas para la revista.
3. ADOBE INDESING: Diseño y maquetación de la revista completa.
4. ADOBE PREMIER: Edición de las entrevistas grabadas (Nikon D3300)
5. PHOTOSHOP: Edición de imágenes, convertir jpg a png y editar errores generales, y uso de inteligencia artificial (IA).
6. GOOGLE DRIVE: Para la adquisición de fotografías ofrecidas por los colaboradores.

4.1.5. Público Objetivo

La revista se dirige a mujeres deportistas, jóvenes aficionadas, profesionales del ámbito deportivo y personas interesadas en el deporte femenino, no existe un rango de edad específico, pero si está orientada principalmente a un público de entre 16 y 35 años.

4.2. Diseño editorial

El diseño editorial no solo cumple con el papel fundamental de atraer al lector o el público principal, sino que es una de las herramientas esenciales para comunicar el mensaje del proyecto y poder estructurar de manera clara los contenidos, de manera que resulten dinámicos y representativos.

Es por ello por lo que el conjunto del diseño debe posicionarla como una propuesta innovadora dentro del panorama editorial deportivo.

4.2.1. Identidad visual

Colores clave: Negro (#000000), fucsia (#ff00ff), blanco (#ffffff). Generan un gran contraste visual, modernidad en el formato y fuerza simbólica.

Tipografías:

Titulares: Gotham Condensed. Transmite modernidad, solidez y claridad. Permite destacar titulares de forma impactante sin ocupar demasiado espacio. Cuerpo: Poppins. Su estilo limpio y neutral hace que tenga una alta legibilidad tanto en papel como en pantalla.

Estética: Equilibrio entre lo técnico y moderno, mezclado con imágenes para resaltar el orden y la claridad.

4.2.2. Maquetación

El diseño empleado no corresponde a ningún bloque en específico ya que se opta por emplear bloques visuales diferentes correspondientes a cada sección, para no saturar se hará uso de espacios en blanco para permitir una lectura más cómoda.

4.2.3. Impresión

Para la impresión, será en formato A4 con un archivo con una resolución de 300 ppp, en modo de color CMYK. Papel couché con un gramaje entre 90-135 g/m² para el interior y 200-300 g/m² para la portada. La encuadernación será grapada.

4.3. Secciones

La revista contará con varias secciones, algunas ocuparán una posición general y aparecerán en el resto de los tomos, sin embargo, existirán secciones específicas de cada deporte, es por ello por lo que se dividirán en:

4.3.1. Secciones generales:

- ◇ Historia: A través de reportajes se expondrá la historia de la mujer en el deporte específico a tratar en el tomo desde los primeros años hasta la actualidad.
- ◇ Cronología: Timeline que servirá de ayuda a la hora de poner en perspectiva la situación de la mujer a lo largo del tiempo.
- ◇ Jefazas: Las mujeres no solo compiten, también mandan. En esta sección daremos foco a esas mujeres líderes dentro de los ámbitos deportivos a tratar.

- ◇ Con voz propia: Entrevistas con expertos, periodistas o personas referentes del ámbito de la información y deportistas.
- ◇ Animadas y poderosas: Sección dedicada a homenajear a personajes femeninos de la animación que representan los valores, desafíos y poderes reales de las mujeres en el deporte. En este caso se hablará de “Penélope Glamour”.
- ◇ Archivo olvidado: Imágenes de mujeres deportistas que tuvieron una gran repercusión para que el panorama actual.
- ◇ Publicidad: Un espacio para marcas que apuestan por el deporte femenino y lo impulsan desde dentro.
- ◇ Posters: 2 posters relacionados con el formato actual.

4.3.2. Secciones específicas

- ◇ Motor en Femenino: Reportaje sobre la creación y desarrollo de la F1 Academy.
- ◇ *Pole position*: Perfiles de pilotos destacadas de la temporada.

4.4. Colaboraciones

Para el proyecto me quise adentrar de lleno en el mundo de la Fórmula 1 y contar con especialistas del tema, que me pudieran ofrecer una visión de futuro clara en base a la competición actual.

Es por ello por lo que contacté y realicé una entrevista a:

- **Jorge Peiró:** Periodista especializado en la Fórmula 1, hasta su cierre jefe de la sección de Fórmula 1 de Relevo.
- **Pablo Lorente:** Periodista especializado en Fórmula 1 y presentador de la sección BOXBOX en Dazn.
- **Neus Santa María:** directora de Carreras de varias competiciones automovilísticas de alto nivel, como la International GT Open, Euroformula o nada más y nada menos que la F1 Academy

- **Laura Camps:** piloto profesional de automovilismo y entrenadora de carreras, actualmente corre en monoplazas en India y estuvo en la academia de Ferrari en Italia.

4.5. Calendario de ejecución

- 8 de octubre de 2024 – Elección del tutor.
- 18 de noviembre de 2024 – Exposición del tema a la tutora.
- 10 de diciembre de 2024 – Primera entrega con bibliografía preliminar, índice, objetivos, plan de trabajo y esbozo de la introducción.
- 10 de febrero de 2024 – Segunda entrega con índice finalizado, introducción desarrollada, y objetivos y metodología refinados.

2025 . MARZO

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
31					1 ESQUEMA GENERAL DE LA REVISTA	2
3	4 CREACIÓN SECCIONES REVISTA	5	6	7	8	9
10	11	12 TUTORÍA	13	14	15	16 PREPARACIÓN ENTREVISTA
17	18	19 BUSQUEDA DE INSPIRACIÓN Y TIPOGRAFÍAS PARA EL DISEÑO DE LA REVISTA	20	21 CREACIÓN ESQUEMA DE LA PORTADA	22	23
24	25 ENTREVISTA JORGE PEIRÓ	26	27 EDICIÓN ENTREVISTA	28 DISEÑO DE ESTRUCTURA DE LA REVISTA	29	30 PREPARACIÓN ENTREVISTA

2025 . ABRIL

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
	1 ENTREVISTA PABLO LORENTE	2	3 EDICIÓN ENTREVISTA	4	5	6
7 PREPARACIÓN ENTREVISTA	8 ENTREVISTA NEUS SANTAMARÍA	9	10 EDICIÓN ENTREVISTA	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22 BUSQUEDA DE IMÁGENES	23 BUSQUEDA DE IMÁGENES	24 BUSQUEDA DE IMÁGENES	25	26	27
28	29 TRABAJO DE CAMPO REALIZADO	30				

2025 . MAYO

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
			1 EDICIÓN REVISTA	2 EDICIÓN REVISTA	3 EDICIÓN REVISTA	4
5 TRABAJO DE CAMPO REALIZADO CON REVISIONES	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15 PREPARACIÓN ENTREVISTA	16 ENTREVISTA LAURA CAMPS	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28 TUTORÍA	29	30	31	

2025 . JUNIO

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
						1 EDICIÓN REVISTA
2 EDICIÓN REVISTA	3 EDICIÓN REVISTA	4 EDICIÓN REVISTA	5 EDICIÓN REVISTA	6 EDICIÓN REVISTA	7 EDICIÓN REVISTA	8 EDICIÓN REVISTA
9 EDICIÓN REVISTA	10 ENTREGA FINAL PARA LA PRIMERA CONVOCATORIA	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20 ENTREGA FINAL	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

4.6. Visión de futuro

El proyecto presenta una gran posibilidad de dar visibilidad a las deportistas, aprovechar el auge del deporte femenino haría que esta revista se encontrara en un nicho de crecimiento.

La digitalización de la revista potenciaría la presencia online y crearía un público consolidado en redes sociales.

A raíz de la revista y para globalizarse de manera que a los lectores les llame la atención su compra, se podría crear un podcast en el que se traten temas de importancia de cada deporte y revista.

La alineación con marcas y deportistas sería un gran escaparate de ventas.

Por lo que respecta al futuro, este puede ser incierto, pero si se realizan los métodos adecuados, puede conllevar una gran audiencia.

5. Conclusiones

Después de finalizar este Trabajo de Fin de Grado, se han alcanzado las siguientes conclusiones generales en base a los objetivos planteados.

El objetivo general, que era crear una revista deportiva centrada en la evolución y formatos deportivos de las mujeres en el deporte femenino, ha sido logrado y cumple con las expectativas iniciales.

Respecto a los objetivos específicos, se ha investigado el gran impacto que está teniendo la Fórmula 1 Academy dentro del automovilismo a lo largo de la historia, ya que ha impulsado la visibilidad y el desarrollo del talento femenino, ofreciendo las mismas oportunidades que a los pilotos hombres.

Se ha conseguido dar voz a las diferentes mujeres que están presentes en todas las áreas de la Fórmula 1 y que trabajan en el sector del motor. En esta revista, se ha realizado una entrevista a las dos caras de la moneda, a la directora de carreras y a una futura piloto de la academia Ferrari. Además de a diferentes periodistas que ofrecen una visión diferente y en cómo ha evolucionado el formato dentro de los medios de comunicación.

Se ha diseñado y maquetado un prototipo de revista gráficamente atractiva y accesible para todas las generaciones.

Con todo el cómputo global realizado, se ha conseguido promover a la representación de la mujer deportista dentro de un medio de comunicación, y ofrecer así, una visión periférica de la cobertura que realizan los medios tradicionales.

En cuanto a las limitaciones que se han encontrado en la realización del proyecto, ha sido principalmente la obtención de las entrevistas, principalmente en el área de las pilotos, ya que muchas tienen restringido realizar entrevistas si no eres medio oficial.

Este trabajo ha supuesto una oportunidad para consolidar y aplicar de manera práctica las competencias adquiridas durante el Grado de periodismo, integrando conocimientos de redacción periodística, diseño editorial, análisis crítico, periodismo deportivo y perspectiva de género.

6. Referencias

- Abaitua, J. A. M. (2017). Etiquetas SGML. Universidad de Deusto. <https://paginaspersonales.deusto.es/abaitua/konzeptu/sgml/etiqueta.htm>
- ADESP. (2023, 13 de marzo). ADESP presenta el estudio sobre deporte femenino más completo que se ha hecho en España en los últimos años. Asociación del Deporte Español. <https://adesp.es/adesp-presenta-el-estudio-sobre-deporte-femenino-mas-completo-que-se-ha-hecho-en-espana-en-los-ultimos-anos/>
- Andreu Gomis, F. D. (2022). Manual de identidad visual corporativa para la marca ficticia La Carmencita [Trabajo de fin de grado, Universidad Miguel Hernández]. Repositorio Institucional UMH. <https://dspace.umh.es/bitstream/11000/26793/1/TFGAndreu%20Gomis%20C%20Francisco%20Diego.pdf>
- Biblioteca Nacional de Cataluña. (s.f.). *La Campana de Gràcia: setmanari republicà d'humor, literatura, art i política*. Europeana. https://www.europeana.eu/es/item/1087/https___catalonica_bnc_cat_cataloncahub_lod_oai_arca_bnc_cat_10000012033_ent0
- Comité Olímpico Internacional (COI). (2024). Factsheet: Women in the Olympic Movement. <https://olympics.com>
- Consejo Superior de Deportes. (s.f.). *Materiales on-line publicados por el Consejo Superior de Deportes en relación con los Programas Mujer y Deporte*. Recuperado el 5 de mayo de 2025, de <https://www.csd.gob.es/es/mujer-y-deporte/multimedia/materiales-line-publicados-por-el-consejo-superior-de-deportes-en-relacion-con-los-programas-7>
- Consejo Superior de Deportes. (2024, 20 de diciembre). *La revista 'Mujer y Deporte' del CSD homenajea en su último número del año a las deportistas que han anunciado su retirada profesional en 2024*. <https://www.csd.gob.es/es/la-revista-mujer-y-deporte-del-csd-homenajea-en-su-ultimo-numero-del-ano-las-deportistas-que-han-anunciado-su-retirada>
- Consejo Superior de Deportes. (2021, 15 de junio). El CSD aprueba la profesionalización del fútbol femenino. <https://www.csd.gob.es/es/el-csd-aprueba-la-profesionalizacion-del-futbol-femenino-0>

- Consejo Superior de Deportes. (2015). *Situación de la mujer en el panorama deportivo español e internacional* (Actualización de datos a junio de 2016). Subdirección General de Mujer y Deporte. <https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2021-06/Situacion%20de%20la%20Mujer%20en%20el%20panorama%20deportivo.pdf>
- Clupik. (2023, 8 de marzo). El deporte femenino en España: historia, avances y retos. Clupik. <https://clupik.com/blog/deporte-femenino-espanol/>
- Clancy, R. (2025a, 8 de marzo). *Cómo Hannah Schmitz se convirtió en el modelo que nunca tuvo en F1*. <https://es.motorsport.com/f1/news/hannah-schmitz-modelo-seguir-mujer-formula1/10701394/>
- Clancy, R. (2025b, 8 de marzo). *La batalla con las mujeres piloto que Susie Wolff se niega a abandonar*. Motorsport.com. <https://es.motorsport.com/f1-academy/news/batalla-mujeres-piloto-susie-wolff-niega-abandonar/10701342/>
- De Buen Unna, J. (2014). *Diseño editorial y maquetación: Del papel a la pantalla*. Gustavo Gili. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8ZMXEQAAQBAJ>
- El Mundo. (2023, 20 de agosto). Rubiales besa en la boca a Jenni Hermoso durante la celebración del Mundial de España. <https://www.elmundo.es/deportes/futbol/futbol-femenino/mundial/2023/08/20/64e24081e9cf4a85348b456d.html>
- Fernández Blanco, E. (2021). *Diseño y maquetación de una revista cultural ficticia* [Trabajo de fin de grado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio DOCTA-UCM. <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/ae9a1284-8f73-4956-9e20-761230468e3a/content>
- Guttmann, A. (2004). *Women's sports: A history*. Columbia University Press.
- Cruz, Á. (2016, 10 enero). Pierre de Coubertin: ¿Era un machista? Diario AS. https://as.com/opinion/2016/01/10/blogs/1452431960_1130601.html
- Grado En Educación Primaria/mención En Educación Física, T. F. (s/f). IGUALDAD DE GÉNERO EN LA EDUCACIÓN FÍSICA Y EL DEPORTE. Uva.es. Recuperado el 5 de mayo de 2025, de

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/70056/TFGL3963.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Guerrero Reyes, L. (2016). El diseño editorial. Guía para la realización de libros y revistas). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado 7 de mayo de 2025 <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/ae9a1284-8f73-4956-9e20-761230468e3a/content>
- Gómez-Colell, E., Medina-Bravo, P., & Ramon, X. (2017). La presencia invisible de la mujer deportista en la prensa deportiva española: Análisis de las portadas de Marca, As, Mundo Deportivo y Sport (2010-2015). Estudios sobre el mensaje periodístico, 23(2), 793–810. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58016>
- Gómez Rincón, J. (2021). El diseño gráfico en la construcción de imaginarios deportivos: El caso del fútbol en España. Materiales para la Historia del Deporte, 19(1), 1–20. https://polired.upm.es/index.php/materiales_historia_deporte/article/view/4136/4329
- Galán, M. (2025, 9 de enero). *Maria Teresa de Filippis, la pionera que desafió a la F1*. Motorsport.com. <https://es.motorsport.com/f1/news/filippis-primera-mujer-formula1-pionera/7147796/>
- Galán, M. (2025, 26 de marzo). *Lella Lombardi, la mejor piloto de la historia de la F1*. Motorsport.com. <https://es.motorsport.com/f1/news/lella-lombardi-pilota-formula1/4714088/>
- Griñán, M. (2024, 12 enero). Olga: “Somos presente y futuro de un deporte que no parará de crecer”. Diario AS. <https://as.com/futbol/femenino/olga-somos-presente-y-futuro-de-un-deporte-que-no-parara-de-crecer-n/>
- Harrington, A. (2025, 7 de marzo). *Claire Williams regresa en un papel muy diferente al mundo de la F1*. Motorsport.com. <https://es.motorsport.com/f1/news/claire-williams-regresa-formula1-netflix-drive-to-survive/10701220/>
- Hermoso, J. [@Jennihermoso]. (2023, agosto 25). Me sentí vulnerable y víctima de una agresión, un acto impulsivo, machista, fuera de lugar y sin ningún tipo de consentimiento por mi parte [Tweet]. X. <https://x.com/Jennihermoso/status/1695149241889403233>

Las deportistas solo están presentes en un 8,2% de las noticias de televisión y un 15% de radio. (s. f.). CSD - Consejo Superior de Deportes.

https://www.csd.gob.es/test.php/es/las-deportistas-solo-estan-presentes-en-un-82-de-las-noticias-de-television-y-un-15-de-radio?utm_source=

La Voz de Galicia. (2023, 22 de agosto). ¿Y ahora qué? ¿Qué pasa con el fútbol femenino? La Voz de Galicia.

<https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/deportes/2023/08/22/pasa-futbol-femenino/00031692656123555728506.htm>

Legado María de Villota. (s.f.). *María de Villota*. Recuperado el 8 de mayo de 2025, de <https://www.legadomariadevillota.com/acerca-de>

López de Aguieta Clemente, C. (2008). El nacimiento de la prensa del motor en España. Las primeras revistas del automóvil / The birth of the motor press in Spain. The first car magazines. Revista Latina de Comunicación Social, (63), 445–452A. <https://www.proquest.com/docview/664782308>

Marañón, M. (2025, 4 de mayo). *¿Qué es la F1 Academy? La categoría femenina de pilotos de Fórmula 1 para 2025*. DAZN. <https://www.dazn.com/es-ES/news/motor/que-es-f1-academy-categoria-femenina-pilotos/rv9au0289p441gu51sp42keb8>

Otamendi, M. (2023, 23 de mayo). Liderazgo Femenino en el Deporte: Acceso, Visibilidad y Empoderamiento como los grandes obstáculos a superar. Asociación Española de Mujer, Ejecutivas y Deporte (AEMED). <https://www.aemed.org/2023/05/23/columna-liderazgo-femenino-en-el-deporte-acceso-visibilidad-y-empoderamiento-como-los-grandes-obstaculos-a-superar-por-marian-otamendi/>

Relevo. (2024, junio 18). *Nace Relevo la revista: una mezcla de deporte y cultura*. <https://www.relevo.com/mas-deportes/nace-relevo-revista-mezcla-deporte-20240618163644-nt.html>

Rodríguez, B. G. (2023). La figura de la mujer en el motorsport. Uva.es. Recuperado el 5 de mayo de 2025, de https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/64077/TFG_F_2023_105.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Redacción Sport Life. (2019, 14 de mayo). *20 años de Sport Life en 20 portadas*. Sport Life. https://www.sportlife.es/noticias/20-anos-de-sport-life-en-20-portadas_205076_102.html

- Rubio, J. (2018, 15 de noviembre). *La especial relación de la familia De Villota con los Sainz.* El Confidencial. https://www.elconfidencial.com/deportes/formula-1/2018-11-15/carlos-sainz-maria-de-villota-f1_1649650/
- Rodríguez Teijeiro, D., Martínez Patiño, M. J., & Mateos Padorno, C. (2009). Identidad y estereotipos de la mujer en el deporte: Una aproximación a la evolución histórica. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 5(14), 1–22. <https://doi.org/10.5232/ricyde2009.01401>
- Morán, M. (2024, 26 enero). Igualdad de género y empoderamiento de la mujer - Desarrollo Sostenible. Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Rojas Torrijos, J. L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*, 4, 177–190. <https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.09>
- Consejo Superior de Deportes. (2023). *Informe Deporte Femenino (QL+QT)*. https://drive.google.com/file/d/1F_L41r-MJHb0PvUfkM9u0OoArOfB8SII/view
- Ríos Urdaneta, H. S., & Sainz de Baranda Andújar, C. (2023). *Tratamiento de las mujeres en el deporte en radio y televisión* [Informe]. Consejo Superior de Deportes. https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2023-03/20230308_Estudio_MujerRadioTV.pdf
- Sporting News Holdings Limited. (2021, 3 mayo). Historia. Sporting News Holdings. <https://sportingnewsholdings.com/es/history/>
- Thinking Heads. (s.f.). *Susie Wolff*. Recuperado el 8 de mayo de 2025, de <https://thinkingheads.com/conferenciantes/susie-wolff/>
- Vista de La presencia invisible de la mujer deportista en la prensa deportiva española. Análisis de las portadas de «Marca», «As», «Mundo Deportivo» y «Sport» (2010-2015. (s. f.). <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/58016/52201>
- Vilanova, A., & Soler, S. (2024). *Avances y retos de la igualdad de género en el deporte*. Papeles de Sociedad, 40. Funcas. https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2025/01/PS40_Vilanova-y-Soler.pdf
- Zeldman, J. (2003). *Designing with Web Standards*. New Rider

7. Anexos

7.1. Entrevistas

Anexo 1. Entrevista Laura Camps (transcripción textual, 2025)

1- Me podrías hacer una pequeña introducción de quién eres y cómo has hecho para que tu carrera profesional esté ligada a la Fórmula

Soy Laura Camps, y soy piloto profesional de automovilismo.

Actualmente corro en monoplazas en India y estoy buscando alguna otra opción en GT sobre todo aquí en España y en Europa. En mi palmarés lo más destacable aparte de algunos podios y buenos resultados en el karting español. Destaca sobre todo por mi estancia en Italia porque estuve en la academia de jóvenes pilotos de Ferrari y también estuve corriendo en el karting internacional de Italia. Además, fui piloto de pruebas de fórmula cuatro en Iron Dames durante el año 2022. Conozco el mundo de la Fórmula 1 principalmente por la estancia en Italia, me hizo verlo todo más de cerca.

2- ¿Cómo piloto, como has visto la evolución de la Fórmula 1 Academy desde su llegada a las grandes categorías del motor?

Siendo realista no me gusta mucho la evolución que tiene o que parece que va a tener, al menos desde mi punto de vista, porque si miramos un poco con la ganadora del primer año que es Marta García no se ha visto ningún tipo de ayuda de parte de la categoría principal que es la Fórmula 1.

Sí que es verdad que cuando ganas te financian el asiento un año, pero no te garantizan que van a seguir trabajando contigo ... No te dan una vía rápida sino una vía un poco más asequible.

3- ¿Crees que la Fórmula 1 Academy es el camino adecuado para impulsar a más mujeres hacia la Fórmula 1?

Sí que es verdad que pienso que es una buena manera de impulsar a las mujeres hacia la Fórmula 1 pero no creo que sea en la actualidad el programa mejor marcado. Es verdad que te ayudan mucho, sobre todo en la exposición, pero no creo que sea lo más adecuado tener un campeonato solo para mujeres. Al final en todas las categorías del motor no te separan por sexo, no te separan por género, una vez

que te pones el casco eres un piloto más y para querer competir a un nivel tan alto como la de la Fórmula 1 tienes que correr contra rivales de ese mismo nivel, sino será muy difícil que se produzca una competición mixta.

4- ¿Qué ajustes o mejoras crees que debería implementar la F1 Academy para sea más eficaz?

Yo no creo que la F1 Academy sea poco eficaz. Al contrario, realmente genera mucho por toda la exposición que están teniendo. Pero para mí sería más importante intentar ayudar un poco más en la carrera de estos deportistas.

Al final cuando tú hablas con estas chicas la mayoría te van a decir que no tienen presupuesto. Y no estoy diciendo que se encarguen de ese presupuesto porque al final es elevado el coste de los monoplazas, pero sí que es verdad que las escuderías que apuestan por esas carreras deportivas de las niñas a las que luego ayudan para que entren en la F1Academy, con las academias, sobre todo, sí que está siendo muy top, ayudan un montón que las a intentar darles una buena carrera deportiva.

5- ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan los pilotos de la F1 Academy para ascender a categorías superiores en las que principalmente son hombres los que pilotan los monoplazas?

Es bastante fácil de responder ya sea para las chicas de la F1 Academy o cualquier otra categoría o persona. La principal barrera es la financiación porque es un mundo extremadamente caro y cada vez los costes son más elevados y cuesta muchísimo intentar encontrar esa suma de dinero para competir. Eso en primera instancia, luego también es bastante complicado que sin contactos que estén en este mundo puedas llegar a tener la oportunidad o que te dejen competir en categorías más más competentes.

6- ¿Crees que el apoyo de la Fórmula 1 y los equipos está siendo suficiente para consolidar la F1 Academy?

Yo creo que está muy bien el apoyo de la Fórmula 1 y que los equipos estén ayudando, pero quizá no es todo lo que se podría hacer. Al final este mundo se trata de trabajar duro y al final cuando tú trabajas duro por una cosa y la manifiestas, lo tienes todo de cara.

Las academias son para impulsar estas, pero no te garantizan un futuro.

7- ¿Qué impacto puede tener la alianza con los equipos de F1, ahora que cada uno apadrina a una piloto?

Yo creo que el impacto es muy grande. Al final cuando tú tienes a una escudería detrás es una cosa totalmente diferente, siempre y cuando esa escudería decida seguir apostando por ti. Por ejemplo, como ha pasado con Bianca Bustamante pasan los dos años de F1Academy y McLaren ya no apuesta por ella. Y esto es lo cruel de este deporte.

Pero sí que es verdad que hay otras escuderías que sí que lo hacen. Entonces está muy bien, pero si ellos no ven que tú tienes potencial, estas fueran, como pasa con el caso de los pilotos masculinos.

8- ¿Cómo ayudaría la llegada de más patrocinadores al desarrollo y evolución general de la categoría?

La visibilidad, sobre todo visibilidad y resultados.

Cuando tú tienes resultados y además visibilidad te va todo rodando.

9- ¿Podríamos ver en el futuro una mujer en la parrilla de F1 gracias a la F1Academy? ¿En qué plazo cree que esto podría ocurrir?

Un plazo no sabría decir. La verdad es que no lo sé porque está bastante complicado.

Pero yo creo que a raíz de la F1Academy sí que pueda ocurrir algún caso especial. Porque al final Susie Wolff tiene su poder y hará todo posible por lograr lo que ella no consiguió. Pero no lo harán porque sea enchufe, lo harán porque se lo ha merecido. Se lo ha trabajado. Eso es lo primordial, ¿No? Que te merezcas estar ahí.

Anexo 2. Entrevista Jorge Peiró (Transcripción textual, 2025)

1. ¿Cómo evalúas el impacto de la F1 Acedemy en el poco tiempo que llevan en el ojo público?

Bueno, creo que la Academy es una gran propuesta, y ahora aún más con Susie Wolff muy involucrada en la dirección. En general, pienso que se ha

deshinchado, porque comenzó con mucha fuerza en 2023, en su primera edición, que ganó la española Marta García. Continuó una temporada más el año pasado, con la participación de otra piloto española, Nerea Martí. Sin embargo, este año no hay pilotos nacionales, y eso también influye.

Creo que al principio nos ilusionó mucho a todos; seguimos la competición con interés y pasión. Pero con el paso de las temporadas —esta ya es la tercera—, la emoción ha ido disminuyendo. Empezó muy fuerte, pero ahora parece que tiene menos seguimiento.

2. ¿Cuál crees que es el camino adecuado para impulsar a las mujeres hacia la F1?

Es una gran iniciativa darles una competición, porque al final se les da visibilidad, y eso es muy importante. No sé cuánta ahora, pero sí es verdad que antes había más. Aun así, sigue siendo una muy buena propuesta, aunque creo que todavía se puede mejorar.

La idea de juntar a las pilotos más rápidas —o, al menos, a las que más patrocinadores llevan— me parece muy interesante, aunque también ha estado un poco desequilibrado en ese sentido, como ya sabes.

Ofreciéndolas un calendario corto con unas cuantas carreras donde compiten entre ellas con tranquilidad, sin tanta presión externa a mi modo de ver es muy buena idea, pero, sin duda, hay aspectos que se pueden seguir mejorando.

3. ¿Existe una gran diferencia en el nivel de competitividad entre las distintas categorías del motor, como puede ser la F2 o la F3?

Hay mucha gente que cree que, en el tema físico, las mujeres están por detrás, pero yo creo que eso no se ha demostrado de forma clara. Es decir, si es así o no, aún no lo sabemos con certeza.

Por ejemplo, un caso que puede ayudarnos a reflexionar es el de Jessica Hawkins, piloto reserva de Aston Martin. No he hablado mucho con ella, pero hizo unos test y, sin embargo, no se publicaron los tiempos. Nadie sabe si fue rápida o no, porque los equipos no revelan esos datos. Y claro, sin referencias concretas, no tenemos forma de comparar su rendimiento con el de otros pilotos. No hay baremos objetivos.

En cuanto al aspecto físico, yo creo que una mujer, evidentemente, puede trabajar su condición como cualquier otro piloto: fortalecer el cuello, el abdomen, el core... como lo hacen ellos en su día a día. Pero la gran pregunta es si podrían aguantar tantas vueltas seguidas, porque la Fórmula 1 es físicamente muy exigente.

Sabemos que los pilotos sufren muchísimo: en circuitos como Singapur, pierden kilos, se deshidratan y algunos llegan incluso al borde del desmayo. Ahora bien, yo creo que las mujeres podrían alcanzar ese mismo nivel físico, sin duda. Es cuestión de entrenamiento y preparación.

El problema es que no se les ha dado la oportunidad real de demostrarlo. Hacer un test de 15 vueltas no es lo mismo que correr una carrera completa de 60 vueltas. ¿Cómo respondería una mujer en esas condiciones? No lo sabemos, simplemente porque no se ha probado.

4. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan los pilotos de la F1 Academy para ascender a categorías superiores en las que principalmente son hombres los que pilotan los monoplazas?

Se culpa muchas veces a los medios de comunicación por la falta de visibilidad, y no es del todo injusto.

Pero te pongo un ejemplo concreto: en Relevo, a mí me faltan manos para cubrir toda la Fórmula 1, que al final es lo que más visitas genera, lo que interesa y da clics. Y eso es lo que manda.

Si ya nos cuesta llegar a cubrir bien la F2, la F3, los rallies u otras categorías, imagínate lo difícil que es dar espacio a la F1 Academy. Simplemente no llegamos. Entonces, sí, hay una falta de visibilidad por parte de los medios, pero también hay que preguntarse por qué ocurre eso.

Tal vez se deba a que se cree que un piloto hombre vende más. Es una pregunta que muchos nos hacemos y que no tiene una respuesta clara. ¿Por qué no se apuesta igual por una chica como Doriane Pin o Nerea Martí? No lo sé. A veces parece que todo se reduce a lo de siempre: si no se apuesta por ellas, si no hay visibilidad, si no hay inversión ni confianza por parte de los equipos o los patrocinadores... entonces, claro, es muy difícil avanzar.

No creo que sea porque no sean rápidas. Sinceramente, no lo sé, porque no tienen tantas oportunidades como para demostrarlo. Pero sí está claro que falta

confianza en ellas, desde todos los frentes: desde los medios, desde los equipos, desde los patrocinadores. Y eso es algo que hay que cambiar.

5. ¿Crees que si la Fórmula 1 les diera esa confianza se podría llegar a una Fórmula 1 mixta?

Yo, en este tema, soy pesimista. Y te lo dejo claro desde el titular: *yo creo que nunca lo veré.*

Lo veo complicado porque cada año estamos en lo mismo, en ese bucle de "ojalá, ojalá, ojalá llegue", pero no se ven avances reales.

La F1 Academy, como ya he dicho, es una gran propuesta. Pero al final no parece un trampolín real para llegar a la Fórmula 1. Está ahí, estable, sin terminar de despegar. No quiero decir que esté olvidada, pero sí que no se le da la visibilidad que realmente merece. Es un escaparate, sí, pero no tan grande ni tan potente como debería ser.

Y así, claro, es difícil ver avances. No es que las mujeres sean más lentas, ni más débiles —porque no lo son—. El problema no está ahí. El problema está en la falta de oportunidades. Y eso es, precisamente, lo que seguimos viendo temporada tras temporada.

6. ¿Cómo ayudaría la llegada de más patrocinadores al desarrollo y evolución general de la categoría?

Por desgracia, la Fórmula 1 es un deporte muy politizado. No se trata simplemente de tener a los 20 pilotos más rápidos del mundo en la parrilla. Si hubiera 20 mujeres que fueran las más rápidas, probablemente no estarían ahí. No interesa.

Si a la Fórmula 1 le interesa tener un piloto africano, lo va a tener: hará todo lo posible por conseguirlo. Si le interesa un piloto con raíces israelíes o argelinas, como ocurrió con Hadjar. Si le interesa tener a un piloto sudamericano, como Checo Pérez o Colapinto, lo impulsará. Así funciona.

Hay muchas circunstancias que no se pueden controlar. El coche, sí, tiene que ser rápido. Pero detrás hay intereses de patrocinadores, políticos, sociales y sobre todo geográficos, que influyen muchísimo.

Claro que hacen falta buenos resultados y tiempos, pero también hace falta marketing. Es lo que te sube al coche. Uno puede ser rápido, puede ser fuerte, pero

eso a veces no basta. Y lo que realmente marca la diferencia es que haya interés en colocar a ciertos pilotos.

Te pongo un ejemplo: si a alguien le interesara posicionar a una piloto africana con una estrategia de marketing potente, probablemente lo lograrían. En el caso de Bianca Bustamante, se habla mucho de su imagen, de que "vende" bien, de que tiene muchos seguidores. Eso, sin duda, le ayuda a tener visibilidad y a captar marcas. Pero también le acarrea críticas, muchas veces injustas. Hay gente en redes sociales que la reduce a su físico o a su popularidad, sin valorar su trabajo.

Y sí, claro que hace falta ser rápida. Pero en este deporte también hay que tener ese "algo más": encajar en lo que interesa. Porque no siempre gana solo el talento.

7. ¿Podríamos ver en un futuro a una mujer en la Fórmula 1 o en categorías como la F2 o F3?

Sí... ¿por qué no? Hay pilotos muy rápidas.

En 2023, por ejemplo, ganó Marta García, y Nerea Martí hizo muy buen papel al año siguiente. Las menciono también por poner en valor lo nuestro, lo nacional. Otras pilotos como Sophia Flörsch, que también han estado cerca de ascender de categoría podrían perfectamente luchar por un puesto.

Yo estoy convencido de que, si una piloto demuestra que merece estar ahí, hay que apoyarla. Si da los resultados, si tiene el nivel, debe tener su sitio. Ojalá podamos verlas pronto, porque el talento está, pero falta que llegue esa verdadera oportunidad.

Anexo 3. Entrevista a Pablo Lorente (Transcripción textual, 2025)

1. ¿Cómo evalúas el impacto de la F1 Acedemy en el poco tiempo que llevan en el ojo público?

El año pasado solo ofrecíamos un resumen, pero ahora en DAZN emitimos en directo todas las carreras de la F1 Acedemy: desde la clasificación del viernes hasta la carrera del domingo. En 2023 contamos con una piloto española, Nerea Martí, que estuvo luchando por los primeros puestos. Este año no hay representación nacional, aunque compite Maya Weug, nacida en España, que, aunque corre con otra bandera, habla perfectamente español.

Actualmente, el impacto en España es menor por la falta de una piloto local, pero a nivel global la F1 Academy está creciendo notablemente. Al estar integrada en el ecosistema de la Fórmula 1, su visibilidad es mucho mayor. Desde el año pasado, los equipos están más involucrados: no solo patrocinan, sino que compiten directamente. Las escuderías llevan los colores oficiales de equipos como Ferrari, Mercedes o Red Bull.

Gracias a esta integración, las pilotos ganan visibilidad y presencia en redes sociales. Poco a poco, la F1 Academy se está consolidando como una plataforma clave para el futuro del automovilismo femenino.

2. ¿Cuál crees que es el camino adecuado para impulsar a las mujeres hacia la F1?

Creo que se ha avanzado mucho en visibilidad, como comentaba antes, pero otra cosa es que la F1 Academy se haya consolidado como un verdadero trampolín hacia la Fórmula 1. Las dos últimas campeonas, como Abbi Pulling y Marta García, no han dado el salto natural a la F3, sino que han tenido que continuar en categorías regionales, como la Fórmula Regional Europea o británica. Hoy en día, aún no existe una vía directa de acceso desde la Academy hacia la F3, F2 o F1.

Además, para que eso cambie, hace falta mucho más trabajo desde la base. Actualmente, la mayoría de las pilotos que compiten en karting son chicos, y solo un pequeño porcentaje son chicas. Si de miles de chicos solo unos pocos llegan a la F1, con muchas menos niñas compitiendo desde pequeñas, las posibilidades de que una mujer llegue a lo más alto son aún más reducidas. Es esencial fomentar la participación femenina desde las categorías más tempranas si queremos ver un cambio real.

3. ¿Existe una gran diferencia en el nivel de competitividad entre las distintas categorías del motor, como puede ser la F2 o la F3?

Sí, hay diferencias claras, sobre todo en experiencia, exigencia técnica y nivel de pilotaje. Cada salto de categoría representa un reto mayor y más competitivo.

En la Fórmula 1 Academy hay mucha diferencia de competitividad, los primeros años hay siempre 4/5 pilotos que son mucho mejores que las demás entonces todavía falta mucha evolución y falta mucho trabajo en el sentido de que todas estén más igualadas por arriba.

4. ¿Crees que si la Fórmula 1 les diera esa confianza se podría llegar a una Fórmula 1 mixta?

Es indispensable que la Fórmula 1 brinde su apoyo a este proyecto, y en ese sentido, la implicación de Susie Wolff resulta fundamental. De hecho, han circulado rumores, aunque ya han sido descartados, sobre una posible candidatura suya a la presidencia de la Fórmula 1. No sé si eso llegará a suceder o no, pero cuando el río suena, es señal de que Susie Wolff es una persona con mucho poder e influencia dentro del *paddock*, al igual que Toto Wolff. Su participación en la F1 Academy aporta una sensación de que esto va en serio, de que no se trata solo de “otra fórmula femenina” más creada simplemente para quedar bien.

Creo que la Academy puede tener una progresión importante en el tiempo, siempre y cuando siga convenciendo a los equipos de Fórmula 1 para que inviertan en ella. En el momento en que los equipos de Fórmula 1 dejen de apostar por esta iniciativa, el futuro de la Academy estará en riesgo. Por eso, el respaldo continuo y sólido de la Fórmula 1 y sus equipos es clave para que esta plataforma crezca y se consolide como un camino real para las pilotos.

5. ¿Podríamos ver en un futuro a una mujer en la Fórmula 1 o en categorías como la F2 o F3?

Súper difícil. Tendrían que pasar muchos años y, sobre todo, habría que trabajar mucho en la base, en la cantera. Hoy en día, la mayoría de los niños que empiezan en el karting son chicos, y el número de niñas es todavía muy reducido. Para que alguna llegue a lo más alto, necesitamos que muchas más niñas comiencen a competir desde pequeñas. Solo así aumentan las probabilidades reales de que alguna con talento y oportunidades logre escalar hasta la F1.

Por capacidades, yo creo que sí pueden llegar. De hecho, ya ha habido mujeres compitiendo en F3 y en categorías previas. ¿Llegará alguna a la Fórmula 1? No lo sé, porque ahora todo es mucho más complicado. El automovilismo actual está hiperprofesionalizado desde edades muy tempranas, y los equipos tienen muy claro a quién apostar y a quién no. Es un entorno muy exigente.

Pero también pienso que, si una piloto tiene el talento, si es rápida y consistente, va a tener opciones. Al final, cuando alguien se pone el casco, no importa si es chico o chica: lo único que cuenta es el rendimiento. Si funciona en pista, los

equipos la van a querer. Solo hace falta tiempo, estructura y compromiso para que eso ocurra.

Anexo 4. Entrevista a Neus Santa María (Transcripción textual, 2025)

1. ¿Cómo ha evolucionado la presencia femenina en el automovilismo durante estos años que llevas en el sector?

He visto una evolución muy positiva, especialmente en los últimos años. Cada vez hay más mujeres ocupando roles técnicos y de responsabilidad: desde mecánicas e ingenieras hasta jefas de equipo. En la F1 Academy, por ejemplo, la mayoría del staff somos mujeres. Eso es algo que, cuando comencé, era impensable. Sin embargo, todavía cuesta ver mujeres en cargos realmente altos, como directores deportivos o jefes de campeonato. Da la sensación de que seguimos estando relegadas a puestos de prensa, marketing o relaciones públicas. Es como si a las mujeres se nos permitiera estar cerca del motor, pero no al mando.

2. ¿Crees que esto se debe a una cuestión generacional?

Totalmente. La gente joven tiene otra mentalidad. Valora más la capacidad que el género. Para mí es irrelevante si el trabajo lo hace un hombre o una mujer, mientras sea bueno en lo que hace. Pero aún hay muchos cargos importantes ocupados por personas mayores que no han cambiado el chip. Directores de carrera, responsables de campeonatos... muchos siguen sin ver la necesidad de integrar más mujeres. Y cuando se lo haces notar, incluso se molestan. No entienden que haya una falta estructural, no lo ven.

3. ¿Has experimentado situaciones de discriminación por ser mujer?

Sí, muchas. Algunas muy directas y otras más sutiles, pero igual de dañinas. He tenido que demostrar constantemente que sé de lo que hablo solo por ser mujer. Me han preguntado si estoy en este mundo porque tengo un novio piloto. He oído comentarios de jefes que decían que una compañera era menos válida por ir maquillada o por llevar el pelo arreglado. Como si la imagen tuviera algo que ver con tu profesionalidad. Es agotador. Y duele más cuando esos comentarios vienen de gente con la que trabajas codo a codo.

4. ¿Qué papel crees que está jugando la F1 Academy en este cambio?

Un papel crucial. Desde el primer día ha sido muy criticada, como si fuera un capricho o una acción de marketing, pero ha sido todo lo contrario. Yo he notado el impacto especialmente entre las niñas y adolescentes que vienen a ver las carreras. Por primera vez, tienen referentes reales, cercanos. Ver a chicas compitiendo o liderando equipos les demuestra que también pueden estar ahí. Y no solo como pilotos, sino como ingenieras, mecánicas o lo que quieran. La F1 Academy ha creado un espacio seguro, un entorno donde las mujeres no se sienten extrañas por amar este deporte.

5. ¿Qué aspectos crees que deberían mejorar en la F1 Academy?

Uno de los puntos más débiles es el tiempo de *test*. Comparado con otros campeonatos, es muy limitado, y eso dificulta que las pilotos se adapten y crezcan al ritmo necesario. También creo que la norma de permitir solo dos años en la categoría es injusta. Muchas chicas llegan directamente del karting, y el primer año es de pura adaptación. Deberían tener al menos tres temporadas para desarrollarse. Además, la carga mediática que soportan es brutal. A veces tienen más horas de entrevistas y fotos que de tiempo en pista. Son chicas de 16 años que vienen a competir, no a hacer de *influencers*.

6. ¿Hay riesgo de que se dé más peso a la imagen que al rendimiento deportivo?

Sí, y lo hemos vivido. El año pasado, algunas pilotos prácticamente no estaban con sus equipos porque estaban haciendo cosas para los medios o para sus escuderías de F1. Algunas sienten que están ahí para quedar bien en la foto, más que para competir. Eso ha generado rechazo en varias chicas, que ahora evitan las cámaras lo máximo posible. Quieren ser tomadas en serio como deportistas, no como imagen de marca. Este año se ha equilibrado un poco más, pero aún queda camino.

7. ¿Cómo viven las pilotos el tema del patrocinio? ¿Es más difícil para ellas que para los chicos?

Sin duda. Muchas necesitan traer patrocinadores propios para poder correr, pero no es tan fácil. No pueden aceptar cualquier patrocinador: debe ser compatible con los del equipo de F1 y con el *sponsor* principal del campeonato. He visto a compañeras cambiarse de ropa cinco veces al día porque tienen que cumplir con todas las marcas que las apoyan. Y eso que tener visibilidad en Fórmula 1 debería facilitar encontrar sponsors, pero luego todo tiene que pasar tantos filtros que acaba siendo muy complicado.

8. ¿Crees que veremos pronto a una mujer en la Fórmula 1?

Yo sí lo creo, pero no tan pronto como algunos dicen. Hay quien habla de cinco años, pero me parece muy optimista. Yo diría que en menos de 20 años veremos a una mujer compitiendo en F1, pero para que eso pase tiene que venir desde la base. Desde una niña que hoy tiene 6 años, que empiece en karting, que tenga una formación sólida, que compita y gane. Subir a alguien solo para quedar bien no funciona. Si no está preparada, la presión y la crítica la destrozarán. Hemos visto lo que les ha pasado a Tatiana Calderón o Sophia Flörsch: todo lo que hacen es analizado con lupa.

9. ¿Qué le dirías a una mujer que quiere trabajar en el automovilismo, aunque no sea como piloto?

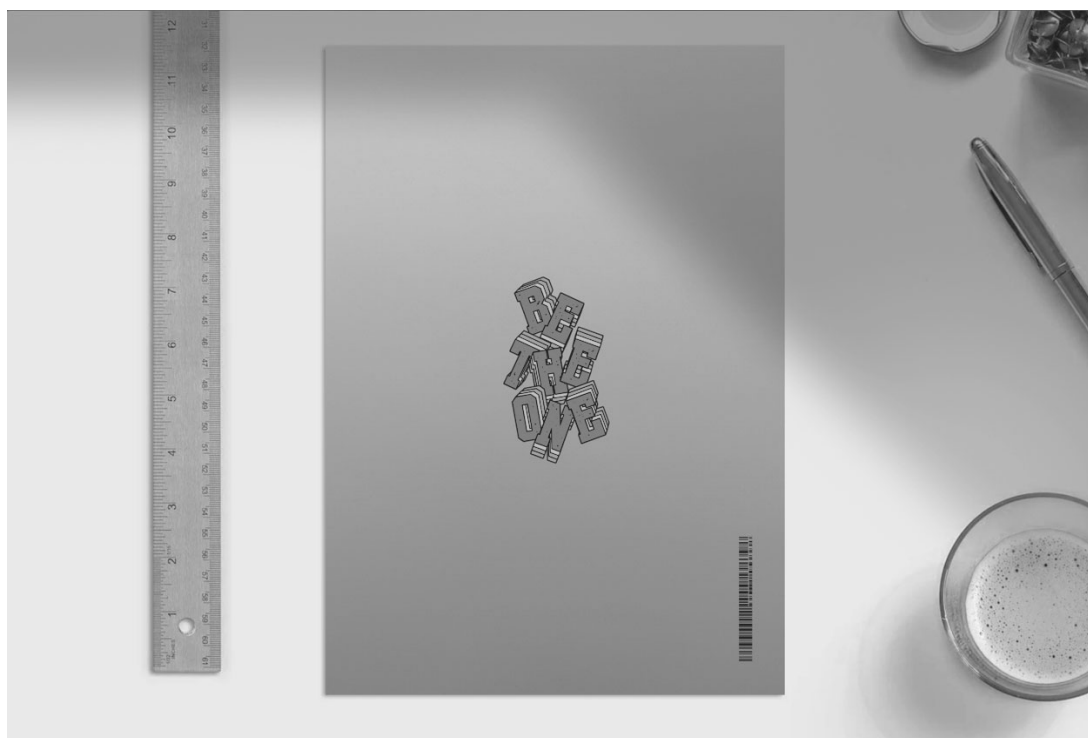
Que no se cierre puertas. Que hable, pregunte, se acerque a los *paddocks*, que no tenga miedo a decir que le interesa este mundo. A veces pensamos que hay trabajos inalcanzables, pero solo necesitas conocer a la persona adecuada, hacer las preguntas correctas y demostrar tu pasión. No hace falta tener 18 años ni venir del karting. Si te apasiona este deporte, siempre hay una forma de formar parte de él. Lo importante es que no dejes que nadie te haga sentir que no perteneces.

7.2. La revista

Anexo 5. Portada edición número 1.



Anexo 6. Contraportada edición número 1.



Anexo 7. Páginas 2 y 3.



Anexo 8. Páginas 4 y 5.



Anexo 9. Páginas 6 y 7.

Fuente: THE RACE

Fuente: F1 ACADEMY

Fuente: EL MUNDO

La piloto Susie Wolff a bordo de un monoplaza de la escudería Williams.

Mujeres al volante: una historia de lucha en la F1

La presencia femenina en la Fórmula 1 ha sido, históricamente, escasa. Pero no inexistente. Algunas mujeres lograron abrirse paso en la categoría reina del automovilismo, enfrentándose a prejuicios, barreras estructurales y una visibilidad siempre pendiente.

Pioneras en la pista

En 1958, María Teresa de Filippis se convirtió en la primera mujer en competir en la F1, al volante de un Maserati 250F durante el Gran Premio de Mónaco. Solo disputó tres carreras, pero su presencia marcó un antes y un después. Años más tarde, en 1975, Lella Lombardi hizo historia al convertirse en la única mujer que ha puntuado en una carrera de F1, tras terminar sexta en el Gran Premio de España. Su resultado sigue siendo un referente.

El intento del siglo XXI

En tiempos más recientes, varias mujeres han estado cerca de competir, aunque sin lograr debutar oficialmente en una carrera. La más destacada fue Susie Wolff, quien en 2014 fue nombrada piloto de pruebas de Williams y participó en sesiones libres de Gran Premio. Aunque no corrió oficialmente, rompió barreras en el paddock.

En España, dos nombres destacan:

- María de Villota, piloto de pruebas del equipo Marussia en 2011, fue una figura prometedora del automovilismo español. Su carrera se truncó tras un grave accidente en 2012. Falleció un año después, pero dejó huella: fue mentora de Carlos Sainz Jr.
- Carmen Jordá, nombrada piloto de desarrollo por Lotus-Renault (2015-2016), generó controversia por sus resultados deportivos, pero aún así logró abrirse camino hasta el entorno de la F1.

Anexo 10. Páginas 8 y 9.

Fuente: RTVE

María De Villota, piloto de la escudería Marussia

Fuente: EL MUNDO

Una vista general del paddock de la F1 Academy durante los preparativos previos a la Ronda 5 de la F1 Academy en el circuito urbano de Singapur Bay, el 19 de septiembre de 2024, en Singapur. (AFP/Contrasto/Formula 1 via Getty Images)

Más allá del volante

La representación femenina en Fórmula 1 no solo ha sido escasa en la pista. También en los boxes y despachos, las mujeres han tenido que pelear su espacio.

Una figura clave es Hannah Schmitz, jefa de estrategia del equipo Red Bull Racing. Su trabajo ha sido fundamental en las victorias de Max Verstappen. Ella misma lo resumió así:

"Cuando empecé, casi no quería que la gente pensara en mí como una mujer. No intentaba ser un hombre, simplemente quería que mi género no influyera en cómo se valoraba mi trabajo."

Otra referente fue Claire Williams, directora del equipo Williams Racing entre 2013 y 2020. Su liderazgo marcó una etapa diferente en la escudería británica, y hoy continúa aportando como analista en medios y en la serie Drive to Survive de Netflix.

Durante años, la participación femenina en la Fórmula 1 fue mínima y esporádica. Pero en 2023 surgió la F1 Academy, una categoría creada por la propia F1 para formar y promover talento femenino con el objetivo de que, a futuro, lleguen a competir en la máxima categoría.

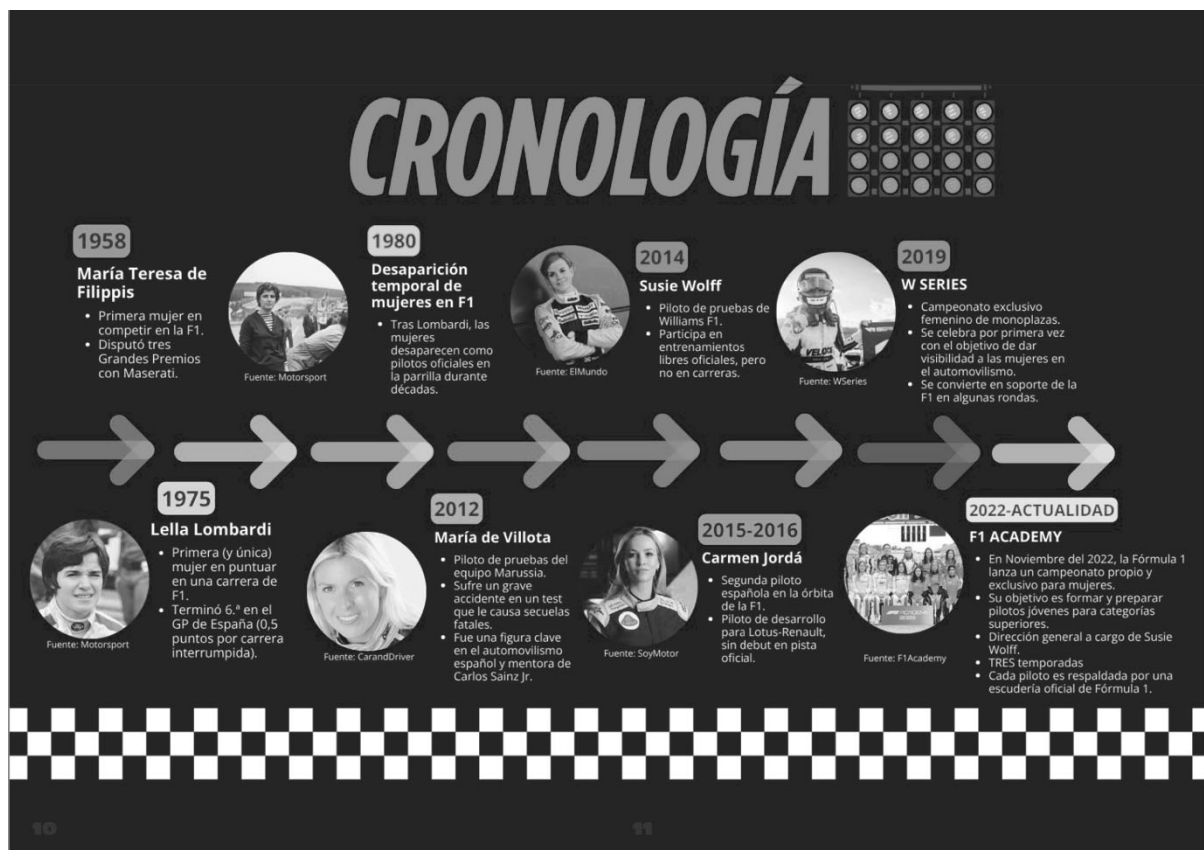
La primera temporada arrancó con 15 pilotos distribuidas en cinco equipos, compitiendo con monoplazas similares a los de la Fórmula 4. El proyecto está liderado por Susie Wolff, quien busca no solo abrir puertas, sino mantenerlas abiertas.

En 2024, la F1 Academy se integró oficialmente al calendario de F1, y cada piloto ahora está respaldada por una escudería de la parrilla. Entre las más destacadas están Marta García, ganadora inaugural, Abbi Pulling, Léna Bühler y Hamda Al Qubaisi.

La F1 Academy no es el destino final, pero sí el paso más sólido hacia una verdadera inclusión femenina en el automovilismo profesional.

El futuro empieza ahora: F1 Academy

Anexo 11. Páginas 10 y 11.



Anexo 12. Páginas 12 y 13.



Anexo 13. Páginas 14 y 15.

JEFAZAS



Fuente: F1 Academy

Desde los inicios del formato, Susie Wolff ha sido la directora de la F1 Academy, desempeñando un papel fundamental en su creación, desarrollo y consolidación como una plataforma clave para impulsar el talento femenino en el automovilismo. Su liderazgo ha sido decisivo para establecer asociaciones estratégicas con escuderías de Fórmula 1 y marcas relevantes, abriendo oportunidades reales para que jóvenes pilotos avancen en su carrera profesional. Wolff ha comentado abiertamente que "Te pueden emparejar con una marca increíble o con un equipo de F1. Y si eres lo suficientemente buena, la escudería podría continuar contigo más adelante en tu carrera deportiva. Y ahora ves que algunos equipos también han fichado a chicas jóvenes que ya están en el karting y las preparan para la F1 Academy. Eso ha tenido un gran impacto. Pero también hemos sido muy proactivos en el mundo del karting. Es mi mundo" (Wolff, 2025).

Antes de asumir este rol, Susie Wolff tuvo una destacada trayectoria como piloto profesional, siendo una de las pocas mujeres en acercarse a la Fórmula 1 como piloto de pruebas para Williams. Tras su retiro como piloto, continuó su carrera en el automovilismo desde una posición ejecutiva, destacándose como directora del equipo Venturi Racing en la Fórmula E. Su experiencia tanto dentro como fuera de la pista le ha proporcionado una perspectiva única sobre los retos y oportunidades para las mujeres en el deporte motor. Como directora de la F1 Academy, Wolff ha trabajado incansablemente no solo para aumentar la visibilidad de las pilotos femeninas, sino también para establecer estructuras de apoyo y desarrollo a largo plazo, abriendo un camino más accesible y profesional para las futuras generaciones.

14

SUSIE WOLFF

15

Anexo 14. Páginas 16 y 17.

JEFAZAS



Fuente: Motorsport

En un entorno tradicionalmente dominado por hombres, Schmitz ha recorrido un camino desafiante. Ella misma ha comentado sobre las dificultades que enfrentó en sus inicios: "Cuando empecé, casi no quería que la gente pensara en mí como una mujer. No era como si intentara ser un hombre, pero mi género no afecta a mi capacidad para hacer mi trabajo" (Schmitz, 2025). Su declaración refleja la lucha constante por ser valorada por sus habilidades, más allá de cualquier estereotipo de género. A lo largo de los años, Schmitz ha roto barreras y ha inspirado a muchas jóvenes interesadas en el automovilismo y la ingeniería, demostrando que el talento, la preparación y la determinación son los verdaderos motores del éxito en la alta competencia.

En un entorno tradicionalmente dominado por hombres, Schmitz ha recorrido un camino desafiante. Ella misma ha comentado sobre las dificultades que enfrentó en sus inicios: "Cuando empecé, casi no quería que la gente pensara en mí como una mujer. No era como si intentara ser un hombre, pero mi género no afecta a mi capacidad para hacer mi trabajo" (Schmitz, 2025). Su declaración refleja la lucha constante por ser valorada por sus habilidades, más allá de cualquier estereotipo de género. A lo largo de los años, Schmitz ha roto barreras y ha inspirado a muchas jóvenes interesadas en el automovilismo y la ingeniería, demostrando que el talento, la preparación y la determinación son los verdaderos motores del éxito en la alta competencia.

16

HANNAH SCHMITZ

17

Anexo 15. Páginas 18 y 19.

CON VOZ PROPIA

LAURA CAMPS

**PILOTO PROFESIONAL
FORMADA EN LA ACADEMIA DE LA ESCUDERIA
FERRARI**

**"FORMULA PARA
LA LLEGADA A
LA FORMULA 1:
CONSTANCIA
+ TRABAJO
= EXITO"**

Fuente: Cortesía de Laura Camps



**LAURA CAMPS: MÁS ALLÁ DEL CASCO, UNA VOZ
CRÍTICA CON LA F1 ACADEMY**

Piloto profesional y exmiembro de la Ferrari Driver Academy, Laura Camps habla con franqueza sobre el presente y el futuro de las mujeres en el automovilismo de alto nivel

Laura Camps es piloto profesional de automovilismo y una de las jóvenes promesas del panorama internacional. Actualmente compite en monoplasas en India mientras explora nuevas oportunidades en el mundo de los GT, especialmente en España y Europa. Su trayectoria incluye podios destacados en el karting español y una etapa clave en Italia, donde formó parte de la prestigiosa academia de jóvenes pilotos de Ferrari y compitió en el exigente karting internacional. En 2022, fue piloto de pruebas de Fórmula 4 con el equipo Iron Dames. Su paso por Italia le permitió acercarse al universo de la Fórmula 1, una experiencia que marcó profundamente su visión del deporte

19 y su proyección profesional.

¿Cómo piloto, como has visto la evolución que tiene o que parece que va a tener, al menos desde mi punto de vista, porque si miramos un poco con la ganadora del primer año que es Marta García no se ha visto ningún tipo de ayuda de parte de la categoría principal que es la Fórmula 1. Si que es verdad que cuando ganas te financian el asiento un año, pero no te garantizan que van a seguir trabajando contigo... No te dan una vía rápida sino una vía un poco más asequible.

Anexo 16. Páginas 20 y 21.



**"Una vez te pones
el casco eres un
piloto más"**

Fuente: Cortesía de Laura Camps

¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan los pilotos de la F1 Academy para ascender a categorías superiores en las que principalmente son hombres los que pilotan los monoplasas?

Es bastante fácil de responder ya sea para las chicas de la F1 Academy o cualquier otra categoría o persona. La principal barrera es la financiación porque es un mundo extremadamente caro y cada vez los costes son más elevados y cuesta muchísimo intentar encontrar esa suma de dinero para competir. Eso en primera instancia, luego también es bastante complicado que sin contactos que estén en este mundo puedas llegar a tener la oportunidad o que te dejen competir en categorías más más competentes.

¿Crees que la Fórmula 1 Academy es el camino adecuado para impulsar a más mujeres hacia la Fórmula 1?

Sí que es verdad que pienso que es una buena manera de impulsar a las mujeres hacia la Fórmula 1 pero no creo que sea en la actualidad el programa mejor marcado. Es verdad que te ayudan mucho, sobre todo en la exposición, pero no creo que sea lo más adecuado tener un campeonato solo para mujeres. Al final en todas las categorías del motor no te separan por sexo, no te separan por género, una vez que te pones el casco eres un piloto más y para querer competir a un nivel tan alto como la de la Fórmula 1 tienes que correr contra rivales de ese mismo nivel, sino será muy difícil que se produzca una competición mixta.

Fuente: Cortesía de Laura Camps



**IRON DAMES
WOMEN DRIVERS BY DESIGN**

Fuente: Cortesía de Laura Camps

¿Qué ajustes o mejoras crees que debería implementar la F1 Academy para sea más eficaz?

Yo no creo que la F1 Academy sea poco eficaz. Al contrario, realmente genera mucho por toda la exposición que están teniendo. Pero para mí sería más importante intentar ayudar un poco más en la carrera de estos deportistas. Al final cuando tú hablas con estas chicas la mayoría te van a decir que no tienen presupuesto. Y no estoy diciendo que se encarguen de ese presupuesto porque al final es elevado el coste de los monoplasas, pero sí que es verdad que las escuderías que apuestan por esas carreras deportivas de las niñas a las que luego ayudan para que entren en la F1 Academy, con las academias, sobre todo, sí que está siendo muy top, ayudan un montón que las a intentar darles una buena carrera deportiva.

Fuente: Cortesía de Laura Camps

Anexo 17. Páginas 22 y 23.



Fuente: Cortesía de Laura Camps

¿Crees que el apoyo de la Fórmula 1 y los equipos está siendo suficiente para consolidar la F1 Academy?

Yo creo que está muy bien el apoyo de la Fórmula 1 y que los equipos estén ayudando, pero quizá no es todo lo que se podría hacer. Al final este mundo se trata de trabajar duro y al final cuando tú trabajas duro por una cosa y la manifiestas, lo tienes todo de cara. Las academias son para impulsar estas pero no te garantizan un futuro.

¿Qué impacto puede tener la alianza con los equipos de F1, ahora que cada uno apadrina a una piloto?

Yo creo que el impacto es muy grande. Al final cuando tú tienes a una escudería detrás es una cosa totalmente diferente, siempre y cuando esa escudería decida seguir apostando por ti. Por ejemplo, como ha pasado con Blanca Bustamante pasan los dos años de F1Academy y McLaren ya no apuesta por ella. Y esto es lo cruel de este deporte.

¿Cómo ayudaría la llegada de más patrocinadores al desarrollo y evolución general de la categoría?

La visibilidad, sobre todo visibilidad y resultados. Cuando tú tienes resultados y además visibilidad te va todo rodando.

¿Podríamos ver en el futuro una mujer en la parrilla de F1 gracias a la F1Academy? ¿En qué plazo cree que esto podría ocurrir?

Un plazo no sabría decir. La verdad es que no lo sé porque está bastante complicado. Pero yo creo que a raíz de la F1Academy sí que pueda ocurrir algún caso especial. Porque al final Susie Wolff tiene su poder y hará todo posible por lograr lo que ella no consiguió. Pero no lo harán porque sea enchufe, lo harán porque se lo ha merecido. Se lo ha trabajado. Eso es lo primordial, ¿No? Que te merezcas estar ahí.



A NETFLIX SPORTS SERIES

**F1:
THE ACADEMY**

ONLY ON
NETFLIX | 28 MAY

23



"Tener a una escudería detrás lo cambia todo... pero si no ven potencial, te dejan fuera. Así de duro es este deporte."

Fuente: Cortesía de Laura Camps

Anexo 18. Páginas 24 y 25.



CON VOZ PROPIA

PABLO LORENTE

DAZN

"HAY QUE SEGUIR REMANDO PARA CONSEGUIRLO"



Fuente: Instagram @pablolorentefm



Fuente: Instagram @pablolorentefm

"La Fórmula 1 es una de las mayores pasiones de mi vida. Trabajar en esto es un privilegio"

Pablo Lorente estudió Comunicación Audiovisual y pronto descubrió su vocación en el periodismo deportivo. Tras formarse en RNE y especializarse en motor, llegó a DAZN, primero con MotoGP y luego con Fórmula 1, su gran pasión. Hoy gestiona el canal lineal de F1, apoya en producción y presenta el programa previo BOX BOX, combinando técnica y entretenimiento.

1. ¿Cómo evalúas el impacto de la F1 Academy en el poco tiempo que llevan en el ojo público?

El año pasado solo ofrecíamos un resumen, pero ahora en DAZN emitimos en directo todas las carreras de la F1 Academy: desde la clasificación del viernes hasta la carrera del domingo. En 2023 contamos con una piloto española, Nerea Martí, que estuvo luchando por los primeros puestos. Este año no hay representación nacional, aunque compite Maya Weug, nacida en España, que aunque corre con otra bandera, habla perfectamente español.

Actualmente, el impacto en España es menor por la falta de una piloto local, pero a nivel global la F1 Academy está creciendo notablemente. Al estar integrada en el ecosistema de la Fórmula 1, su visibilidad es mucho mayor. Desde el año pasado, los equipos están más involucrados: no solo patrocinan, sino que compiten directamente. Las escuderías llevan los colores oficiales de equipos como Ferrari, Mercedes o Red Bull.

Gracias a esta integración, las pilotos ganan visibilidad y presencia en redes sociales. Poco a poco, la F1 Academy se está consolidando como una plataforma clave para el futuro del automovilismo femenino.

25

Anexo 19. Páginas 26 y 27.



Fuente: Instagram @pablolorentefm

La F1 Academy aún no es un trampolín directo

¿Cuál crees que es el camino adecuado para impulsar a las mujeres hacia la F1?

Creo que se ha avanzado mucho en visibilidad, como comentaba antes, pero otra cosa es que la F1 Academy se haya consolidado como un verdadero trampolín hacia la Fórmula 1. Las dos últimas campeonas, como Abbi Pulling y Marta García, no han dado el salto natural a la F3, sino que han tenido que continuar en categorías regionales, como la Fórmula Regional Europea o Británica. Hoy en día, aún no existe una vía directa de acceso desde la Academy hacia la F3, F2 o F1.

Además, para que eso cambie, hace falta mucho más trabajo desde la base. Actualmente, la mayoría de las pilotos que compiten en karting son chicos, y solo un pequeño porcentaje son chicas. Si de miles de chicos solo unos pocos llegan a la F1, con muchas menos niñas compitiendo desde pequeñas, las posibilidades de que una mujer llegue a lo más alto son aún más reducidas. Es esencial fomentar la participación femenina desde las categorías más tempranas si queremos ver un cambio real.

¿Existe una gran diferencia en el nivel de competitividad entre las distintas categorías del motor, como puede ser la F2 o la F3?

Sí, hay diferencias claras, sobre todo en experiencia, exigencia técnica y nivel de pilotaje. Cada salto de categoría representa un reto mayor y más competitivo.

26

En la Fórmula 1 Academy hay mucha diferencia de competitividad, los primeros años hay siempre 4/5 pilotos que son mucho mejores que las demás entonces todavía falta mucha evolución y falta mucho trabajo en el sentido de que todas estén más igualadas por arriba.

¿Podríamos ver en un futuro a una mujer en la Fórmula 1 o en categorías como la F2 o F3?

Súper difícil. Tendrían que pasar muchos años y, sobre todo, habría que trabajar mucho en la base, en la cantera. Hoy en día, la mayoría de los niños que empiezan en el karting son chicos, y el número de niñas es todavía muy reducido. Para que alguna llegue a lo más alto, necesitamos que muchas más niñas comiencen a competir desde pequeñas. Solo así aumentan las probabilidades reales de que alguna con talento y oportunidades logre escalar hasta la F1.

Por capacidades, yo creo que sí pueden llegar. De hecho, ya ha habido mujeres compitiendo en F3 y en categorías previas. ¿Llegará alguna a la Fórmula 1? No lo sé, porque ahora todo es mucho más complicado. El automovilismo actual está hiperprofesionalizado desde edades muy tempranas, y los equipos tienen muy claro a quién apostar y a quién no. Es un entorno muy exigente.

Pero también pienso que, si una piloto tiene el talento, si es rápida y consistente, va a tener opciones. Al final, cuando alguien se pone el casco, no importa si es chico o chica: lo único que cuenta es el rendimiento. Si funciona en pista, los equipos la van a querer. Solo hace falta tiempo, estructura y compromiso para que eso ocurra.



Fuente: Instagram @pablolorentefm

27

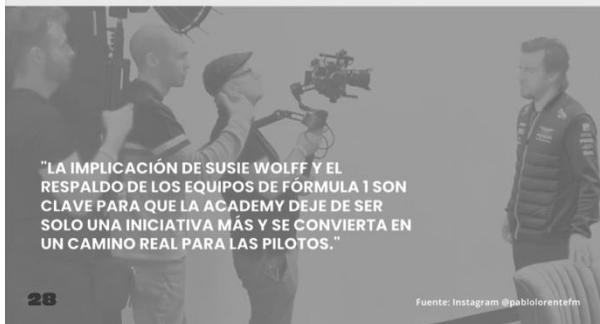
Anexo 20. Páginas 28 y 29.

¿Crees que si la Fórmula 1 les diera esa confianza se podría llegar a una Fórmula 1 mixta?

Es indispensable que la Fórmula 1 brinde su apoyo a este proyecto, y en ese sentido, la implicación de Susie Wolff resulta fundamental. De hecho, han circulado rumores, aunque ya han sido descartados, sobre una posible candidatura suya a la presidencia de la Fórmula 1. No sé si eso llegará a suceder o no, pero cuando el río suena, es señal de que Susie Wolff es una persona con mucho poder e influencia dentro del paddock, al igual que Toto Wolff. Su participación en la F1 Academy aporta una sensación de que esto va en serio, de que no se trata solo de "otra fórmula femenina" más creada simplemente para quedar bien. Creo que la Academy puede tener una progresión importante en el tiempo, siempre y cuando siga convenciendo a los equipos de Fórmula 1 para que inviertan en ella. En el momento en que los equipos de Fórmula 1 dejen de apostar por esta iniciativa, el futuro de la Academy estará en riesgo. Por eso, el respaldo continuo y sólido de la Fórmula 1 y sus equipos es clave para que esta plataforma crezca y se consolide como un camino real para las pilotos.



Fuente: DAZN



"LA IMPLICACIÓN DE SUSIE WOLFF Y EL RESPALDO DE LOS EQUIPOS DE FÓRMULA 1 SON CLAVE PARA QUE LA ACADEMY DEJE DE SER SOLO UNA INICIATIVA MÁS Y SE CONVIERTA EN UN CAMINO REAL PARA LAS PILOTOS."

28

Fuente: Instagram @pablolorentefm

TOMMY HILFIGER



29

Fuente: IA

Anexo 21. Páginas 30 y 31.

CON VOZ PROPIA

JORGE PEIRÓ

RELEVO

"SE ESTA A TIEMPO
DE HACER UN
CAMBIO
PARA QUE
VALGA LA PENA
Y SEA UN
ESCAPARATE
COMO TOCA"



Fuente: Instagram @jotapeiro

**"NO SE TRATA
SOLO DE SER
RÁPIDO, SINO DE
QUE INTERESE QUE
ESTÉS AHÍ"**

Fuente: Instagram @jotapeiro

**Siempre a una curva de la noticia, con el oído en el
paddock y la mirada en la bandera a cuadros**



Valenciano de nacimiento, Jorge Peiró comenzó su trayectoria en medios locales de la Comunidad Valenciana. Ha pasado por Las Provincias, la Agencia EFE, TRECE TV y El Chiringuito. Actualmente es una de las firmas más reconocidas del medio deportivo Relevé, especializado en automovilismo.

¿Cómo evalúas el impacto de la FI Academy desde su lanzamiento?

La Academy me parece una gran propuesta, y ahora más aún con Susie Wolff muy implicada en la dirección. Empezó con mucha fuerza en 2023, con Marta García como campeona de la primera edición. Al año siguiente estuvo Nerea Martí, otra española con muy buen nivel. Pero este año no hay representación nacional, y eso también se nota.

La competición nos ilusionó mucho al principio; la seguimos con interés y pasión. Pero esta tercera temporada ha perdido algo de fuelle. Comenzó fuerte, pero ahora parece que el seguimiento es menor.

FUENTE: INSTAGRAM @JOTAPIERO

31

Anexo 22. Páginas 32 y 33.

¿Existe una gran diferencia de competitividad respecto a categorías como F2 o F3?

Hay mucha gente que cree que físicamente las mujeres están por detrás, pero eso no se ha demostrado. No tenemos aún la certeza porque no se han dado las condiciones para comprobarlo. El caso de Jessica Hawkins, piloto reserva de Aston Martin, es buen ejemplo. Hizo unos test, pero no se publicaron tiempos. No sabemos si fue rápida o no, porque los equipos no revelan esos datos. Y sin referencias, no hay forma objetiva de valorar su rendimiento. Físicamente, una mujer puede prepararse igual que cualquier piloto: cuello, abdomen, core... pero falta la oportunidad de demostrarlo en carrera real. Un test de 15 vueltas no es lo mismo que un GP de 60. ¿Podrían aguantar? Yo creo que sí. Pero no lo sabemos, porque no se ha probado.

¿Cuál sería el camino adecuado para impulsar a las mujeres hacia la Fórmula 1?

Darles una competición es una gran iniciativa porque les da visibilidad, y eso es clave. Antes había más atención que ahora, pero sigue siendo una propuesta necesaria. Aun así, creo que hay margen de mejora. La idea de reunir a las pilotos más rápidas —o a las que más apoyo llevan detrás— tiene sentido, aunque a veces ese equilibrio se ha perdido. Un calendario corto con carreras entre ellas, sin tanta presión externa, es una buena base. Pero hay aspectos que mejorar: más proyección, más acceso a medios y más apoyo real.



Fuente: Instagram @jotapeiro

Cada año decimos 'ojalá',
pero no hay avances reales

¿Cuáles son las principales barreras para ascender desde la FI Academy a categorías superiores dominadas por hombres?

Una de las grandes barreras es la visibilidad. Y sí, a menudo se culpa a los medios. En parte es justo, pero también hay que entender el contexto. Por ejemplo, en Relevé, a veces no damos abasto solo con la Fórmula 1, que es lo que más visitas genera. Si ya cuesta cubrir bien la F2, la F3, los rallies... imagina lo difícil que es llegar a la FI Academy. ¿Se apuesta más por los hombres porque venden más? Puede ser. ¿Por qué no se apoya igual a una chica como Doriane Pin o Nerea Martí? Es una pregunta sin respuesta clara. Si no se les da visibilidad, si no hay inversión ni confianza desde los equipos o patrocinadores, es difícil avanzar. No creo que sea un tema de talento. No sabemos si son más lentas o no, porque simplemente no tienen tantas oportunidades para demostrarlo.

¿Crees que llegaremos a ver una Fórmula 1 verdaderamente mixta?

Soy pesimista. Y te lo digo así: yo creo que nunca lo veré. Cada año estamos igual: "ojalá, ojalá, ojalá", pero no hay avances reales. La FI Academy está ahí, pero no parece un trampolín hacia la Fórmula 1. No diría que está olvidada, pero sí infravalorada. Es un escaparate, pero no con la proyección que debería tener. No es un problema de capacidad. Las mujeres no son menos rápidas ni menos fuertes. El problema es de oportunidades. Y eso sigue sin cambiar.

¿Qué papel juegan los patrocinadores en todo esto?

La Fórmula 1 está muy politizada. No es solo una cuestión de tener a los 20 más rápidos del mundo en la parrilla. Si hubiera 20 mujeres rapidísimas, probablemente no estarían ahí. No interesa.

"EL TALENTO ESTÁ, PERO SIN
OPORTUNIDADES REALES, LA
F1 SIGUE SIENDO TERRITORIO
EXCLUSIVO"

JORGE PEIRO SOLER
REPORTER
F1 Fuente: Instagram @jotapeiro

32

33

Anexo 23. Páginas 34 y 35.

Si se quiere un piloto africano, se buscará. Si interesa uno con raíces israelíes o argelinas, como Hadjar, o uno sudamericano, como Checo Pérez o Colapinto, se apostará por él. Hay intereses políticos, sociales y geográficos que condicionan.

Hace falta ser rápido, sí, pero también tener marketing. El marketing es lo que te sube al coche. Un piloto puede ser muy bueno, pero si no interesa comercialmente, no sube. Pongo el ejemplo de Bianca Bustamante. Tiene muchos seguidores, buena imagen... y eso le ayuda, claro. Pero también le genera críticas injustas: que si solo está ahí por su aspecto, que si vende más por redes... Hay gente que la reduce a eso. Y no es justo. El talento cuenta, pero también cuenta ese "algo más". Porque en este deporte no siempre gana solo el talento.

¿Veremos a una mujer en F1, F2 o F3 próximamente?

Sí... ¿por qué no? Hay mujeres muy rápidas. En 2023 Marta García ganó la primera edición de la F1 Academy. En 2024, Nerea Martí hizo un gran papel. Y luego tienes a Sophia Flörsch, que también ha estado cerca. Si una piloto demuestra que tiene nivel, hay que apoyarla. Si rinde, si es competitiva, debe tener su sitio. Ojalá las veamos pronto, porque el talento está ahí. Lo que falta es que llegue de verdad la oportunidad.



34

Fuente: LasProvincias



35

Fuente: IA

Anexo 24. Páginas 36 y 37.

CON VOZ PROPIA

NEUS SANTAMARÍA

**DIRECTORA DE CARRERAS
F1 ACADEMY**

"LO BUENO QUE HA
TENIDO LA F1 ACADEMY
ES QUE HA DADO UN

**ESPACIO
SEGURO**

**A TODAS ESAS
CHICAS QUE LES
GUSTA EL
AUTOMOVILISMO"**

Fuente: Instagram @Neusantamaria



Fuente: Instagram @Neusantamaria

"Aún nos preguntan si estamos aquí por un novio piloto": Neus Santamaría y su lucha en el automovilismo

¿Cómo ha evolucionado la presencia femenina en el automovilismo durante estos años que llevas en el sector?

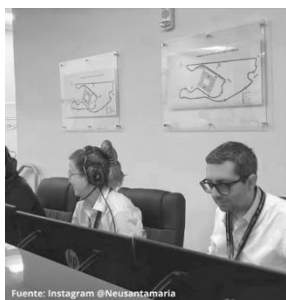
He visto una evolución muy positiva, especialmente en los últimos años. Cada vez hay más mujeres ocupando roles técnicos y de responsabilidad: desde mecánicas e ingenieras hasta jefas de equipo. En la F1 Academy, por ejemplo, la mayoría del staff somos mujeres. Eso es algo que, cuando comencé, era impensable. Sin embargo, todavía cuesta ver mujeres en cargos realmente altos, como directores deportivos o jefes de campeonato. Da la sensación de que seguimos estando relegadas a puestos de prensa, marketing o relaciones públicas. Es como si a las mujeres se nos permitiera estar cerca del motor, pero no al mando.

¿Crees que esto se debe a una cuestión generacional?

Totalmente. La gente joven tiene otra mentalidad. Valora más la capacidad que el género. Para mí es irrelevante si el trabajo lo hace un hombre o una mujer, mientras sea bueno en lo que hace. Pero aún hay muchos cargos importantes ocupados por personas mayores que no han cambiado el chip. Directores de carrera, responsables de campeonatos... muchos siguen sin ver la necesidad de integrar más mujeres. Y cuando se lo haces notar, incluso se molestan. No entienden que haya una falta estructural, no lo ven.

37

Anexo 25. Páginas 38 y 39.



Fuente: Instagram @Neusantamaria

¿Qué papel crees que está jugando la FI Academy en este cambio?

Un papel crucial. Desde el primer día ha sido muy criticada, como si fuera un capricho o una acción de marketing, pero ha sido todo lo contrario. Yo he notado el impacto especialmente entre las niñas y adolescentes que vienen a ver las carreras.

Por primera vez, tienen referentes reales, cercanos. Ver a chicas compitiendo o liderando equipos les demuestra que también pueden estar ahí. Y no solo como pilotos, sino como ingenieras, mecánicas o lo que quieran. La FI Academy ha creado un espacio seguro, un entorno donde las mujeres no se sienten extrañas por amar este deporte.

¿Has experimentado situaciones de discriminación por ser mujer?

Sí, muchas. Algunas muy directas y otras más sutiles, pero igual de dañinas. He tenido que demostrar constantemente que sé de lo que hablo solo por ser mujer. Me han preguntado si estoy en este mundo porque tengo un novio piloto. He oído comentarios de jefes que decían que una compañera era menos válida por ir maquillada o por llevar el pelo arreglado. Como si la imagen tuviera algo que ver con tu profesionalidad. Es agotador. Y duele más cuando esos comentarios vienen de gente con la que trabajas codo a codo.

38



Fuente: Instagram @Neusantamaria



Fuente: Instagram @Neusantamaria

¿Qué aspectos crees que deberían mejorar en la FI Academy?

Uno de los puntos más débiles es el tiempo de test. Comparado con otros campeonatos, es muy limitado, y eso dificulta que las pilotos se adapten y crezcan al ritmo necesario. También creo que la norma de permitir solo dos años en la categoría es injusta. Muchas chicas llegan directamente del karting, y el primer año es de pura adaptación. Deberían tener al menos tres temporadas para desarrollarse. Además, la carga mediática que soportan es brutal. A veces tienen más horas de entrevistas y fotos que de tiempo en pista. Son chicas de 16 años que vienen a competir, no a hacer de influencers.

¿Hay riesgo de que se dé más peso a la imagen que al rendimiento deportivo?

Sí, y lo hemos vivido. El año pasado, algunas pilotos prácticamente no estaban con sus equipos porque estaban haciendo cosas para los medios o para sus escuderías de F1. Algunas sienten que están ahí para quedar bien en la foto, más que para competir. Eso ha generado rechazo en varias chicas, que ahora evitan las cámaras lo máximo posible. Quieren ser tomadas en serio como deportistas, no como imagen de marca. Este año se ha equilibrado un poco más, pero aún queda camino.

39

Fuentes: Instagram @Neusantamaria



Anexo 26. Páginas 40 y 41.



Fuentes: Instagram @Neusantamaria

¿Crees que veremos pronto a una mujer en la Fórmula 1?

Yo sí lo creo, pero no tan pronto como algunos dicen. Hay quien habla de cinco años, pero me parece muy optimista. Yo diría que en menos de 20 años veremos a una mujer compitiendo en F1, pero para que eso pase tiene que venir desde la base. Desde una niña que hoy tiene 6 años, que empiece en karting, que tenga una formación sólida, que compita y gane. Subir a alguien solo para quedar bien no funciona. Si no está preparada, la presión y la crítica la destrozarán. Hemos visto lo que les ha pasado a Tatiana Calderón o Sophia Flörsch: todo lo que hacen es analizado con lupa.

¿Qué le dirías a una mujer que quiere trabajar en el automovilismo, aunque no sea como piloto?

Que no se cierre puertas. Que hable, pregunte, se acerque a los paddocks, que no tenga miedo a decir que le interesa este mundo. A veces pensamos que hay trabajos inalcanzables, pero solo necesitas conocer a la persona adecuada, hacer las preguntas correctas y demostrar tu pasión. No hace falta tener 18 años ni venir del karting. Si te apasiona este deporte, siempre hay una forma de formar parte de él. Lo importante es que no dejes que nadie te haga sentir que no perteneces.

40



Fuente: Circuit de Barcelona

Anexo 27. Páginas 42 y 43.

ANIMADAS Y PODEROSAS



Fuentes: Reddit

PENELOPE GLAMOUR

De princesa al volante a piloto imparable,
un camino imparables hacia la grandeza



Fuentes: La Nación



Fuentes: Reddit

Penélope Glamour: elegancia, ruedas y revolución animada

Fue la única mujer en una parrilla de salida dominada por hombres... y supo brillar con luz propia. Con su inconfundible vestuario rosa, sonrisa impecable y un coche equipado con secadores de pelo, Penélope Glamour —Penélope Pitstop en la versión original— no parecía, a simple vista, una competidora feroz. Pero detrás de esa apariencia refinada, habla mucho más que una “dama en apuros”. Había una pionera.

El origen de un ícono

Penélope apareció por primera vez en Wacky Races (Los Autos Locos) en 1968, una de las creaciones más queridas de Hanna-Barbera. Su vehículo, el Compact Pussycat, parecía más un salón de belleza móvil que un auto de carreras. Pero no se dejen engañar: competía con la misma energía y astucia que sus rivales masculinos. Su éxito fue tal, que un año después protagonizó su propia serie, The Perils of Penelope Pitstop (Los peligros de Penélope Glamour). En ella, enfrentaba a su archienemigo Garra Sinistra, quien buscaba apoderarse de su fortuna. Pero Penélope no era una víctima pasiva: encontraba siempre la forma de escapar, demostrando valentía, ingenio y una buena dosis de sentido del humor.

Rompiendo moldes con estilo

En un panorama donde los personajes femeninos eran escasos y casi siempre secundarios, Penélope irrumpió como una excepción. Era femenina, valiente, ingeniosa y autónoma. Su imagen desafió el estereotipo: podía preocuparse por su peinado sin dejar de ser una competidora capaz y decidida.

De la animación a la inspiración

Más que un personaje de dibujos animados, Penélope Glamour se convirtió en un referente para generaciones de niñas que crecieron viendo que sí, las mujeres también podían tener un lugar al volante. Su influencia puede rastrearse en personajes modernos como Sally, de Cars, e incluso en la representación cada vez más fuerte de mujeres en el automovilismo real. Con su mezcla única de elegancia y audacia, Penélope sigue rodando —en la memoria colectiva— como una de las primeras en abrir camino para la inclusión femenina en un mundo de motores y velocidad.



Fuentes: Gallegory

Anexo 28. Páginas 44 y 45.



Fuente: Charlotte Tilbury

Charlotte Tilbury

La Fórmula 1 se basa en muchos aspectos fundamentales, está por una parte la categoría de mecánica, la parte de electrónica, estrategia, comunicación, física... pero una de las principales y que ha llevado a la diferenciación en todas las categorías del motor son los patrocinadores. Desde el famoso Marlboro, ondeando el alerón trasero del coche de Senna en los mundiales de los años... pasando por... de los actuales monoplaques hasta en las categorías más pequeñas con simples patrocinadores locales que con poco aportan algo para poder aparecer en un kart. La situación en la categoría de las chicas sufrió varios cambios de cara a la actualidad y su nuevo formato.

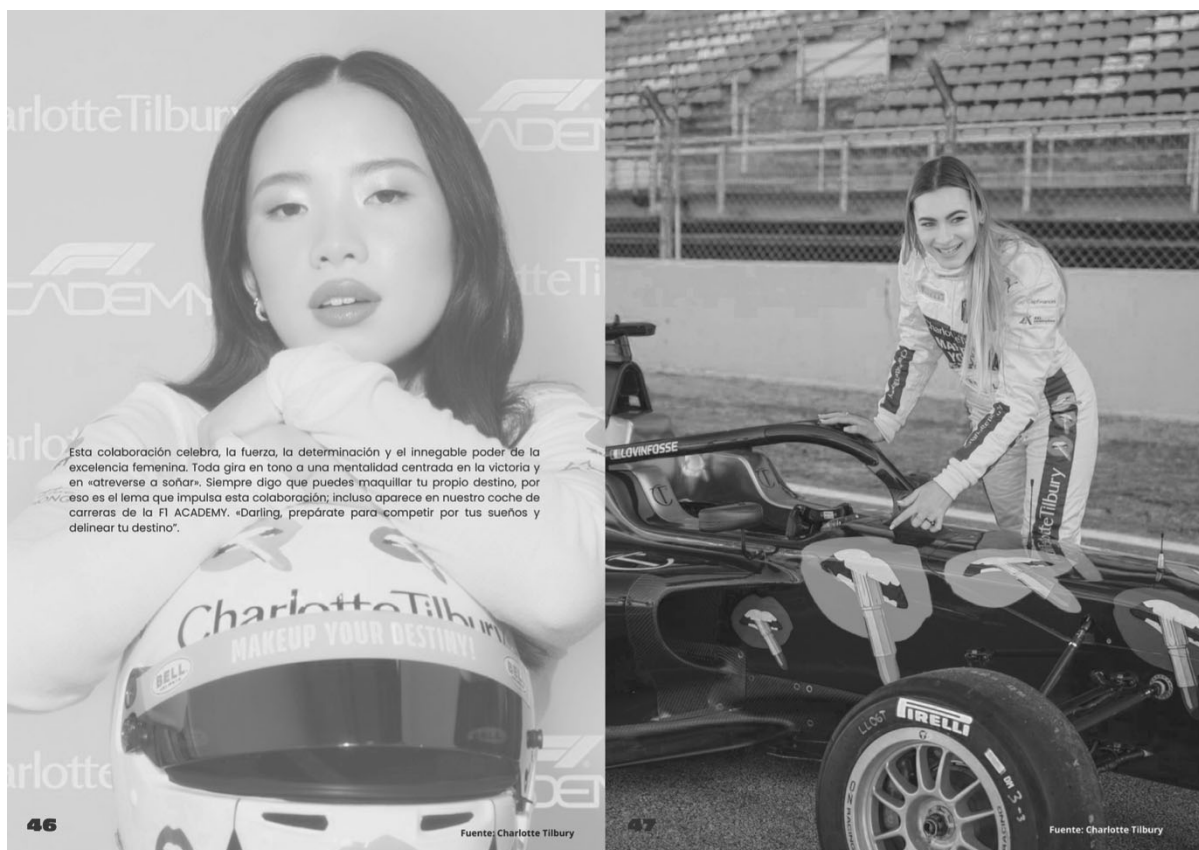


Fuente: Charlotte Tilbury

Uno de los patrocinios principales y más importantes de la F1 Academy ha sido la llegada de la marca de maquillaje y cosméticos fundada por una mujer “Charlotte Tilbury”, esto ayudará a impulsar a las mujeres, objetivo que ambas partes comparten y así conseguir un mayor foco en las pilotos he impulsarlas internacionalmente, según el artículo oficial de Charlotte Tilbury en su presentación oficial establecen que, “en la actualidad, el 40 % de los aficionados a la F1 son mujeres, lo que representa una audiencia total de más de 1500 millones de espectadores en la temporada 2022”

Su fundadora, quien dio nombre a la marca, jefa, presidenta y directora creativa Charlotte Tilbury comentaba: “Los deportes de motor cuentan un enorme número de aficionados, y las pilotos de la F1 ACADEMY están viendo cada vez más representación y diversidad en este deporte. Para desarrollar esta colaboración, usaremos nuestra plataforma internacional para fomentar esta nueva generación de jóvenes e intrépidos pilotos, y abrir este mundo de los deportes de motor, que hasta ahora ha estado principalmente dominado por los hombres, para atraer a aún más mujeres jóvenes con talento.

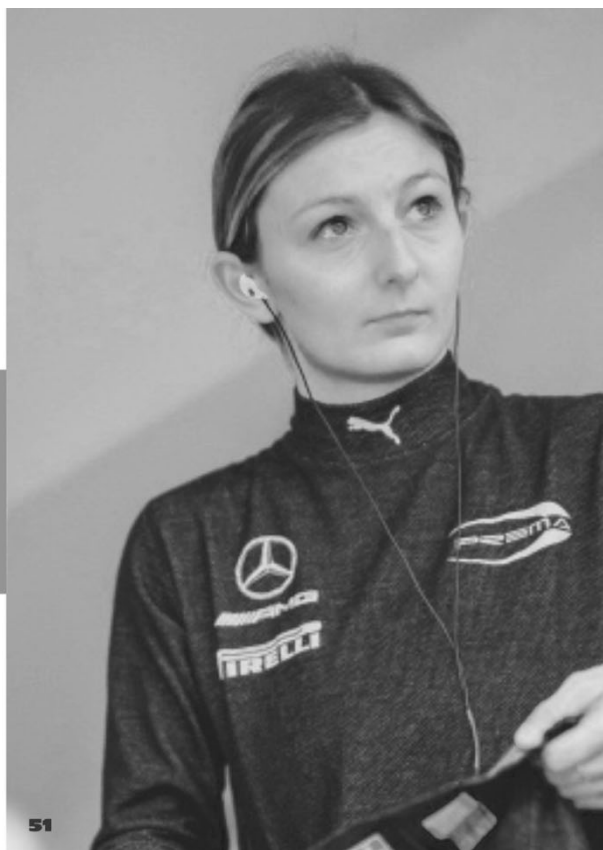
Anexo 29. Páginas 46 y 47.



Anexo 30. Páginas 48 y 49.



Anexo 31. Páginas 50 y 51.



Anexo 32. Páginas 52 y 53.



Anexo 33- Páginas 54 y 55.

