



El efecto Matilda en el podcasting: estudio de caso sobre la brecha de género en los premios iVoox y Ondas

The Matilda effect in podcasting: a case study on the gender gap in the iVoox and Ondas awards

Montes-Rodríguez, María-Inmaculada

Universidad de Málaga (UMA)

imontes@uma.es



Forma de citar este artículo:

Montes-Rodríguez, M. I. (2025). El efecto Matilda en el podcasting: estudio de caso sobre la brecha de género en los premios iVoox y Ondas. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 12(24), raeic122406. <https://doi.org/10.24137/raeic.12.24.6>

Resumen:

A pesar de que las mujeres tienen cada vez más peso y presencia en la industria del *podcasting*, su reconocimiento parece seguir siendo invisible. Mediante el análisis cuantitativo de dos de los premios nacionales más distinguidos del sector, iVoox y Ondas Globales del Podcast, este estudio exploratorio se propone determinar si se da el llamado efecto Matilda, es decir, una discriminación o brecha de género al galardonar el trabajo de las *podcasters*. Los resultados muestran que los contenidos vencedores creados o producidos exclusivamente por mujeres representan apenas el 16%, sin existir una evolución temporal progresiva al alza. Además, ellas son más galardonadas en temáticas vinculadas tradicionalmente con lo femenino como Psicología o Familia,

mientras que su presencia es escasa o nula en los premios dedicados a áreas como Deporte o Tecnología e incluso en aquellos que reconocen funciones técnicas. Este trabajo pone de manifiesto que, si bien se vislumbra una mejora tímida e irregular, el panorama actual es de marginación e invisibilización de las mujeres dentro de los galardones de la industria del *podcasting*, dando lugar a un panorama masculinizado de referentes y modelos de éxito que influirá en las nuevas generaciones del sector y en los contenidos generados.

Palabras clave: podcasting, mujeres, brecha de género, premios iVoox, premios Ondas, efecto Matilda

Abstract:

Despite the fact that women have an increasing weight and presence in the podcasting industry, their recognition seems to remain invisible. Through the quantitative analysis of two of the most distinguished national awards in the sector, iVoox and Ondas Globales del Podcast, this exploratory study aims to determine whether the so-called “Matilda effect” is present, that is, if there is a discrimination or gender gap when it comes to awarding the work of female podcasters. The results show that the winning content created or produced exclusively by women represents only 16%, with no progressive upward evolution over time. In addition, women are more awarded in subjects traditionally linked to the feminine, such as Psychology or Family, while their presence is scarce or null in awards dedicated to areas such as Sports or Technology, and even in those that recognize technical functions. This paper shows that, although a timid and irregular improvement can be glimpsed, the current panorama is one of marginalization and invisibilization of women within the podcasting industry awards, giving rise to a masculinized panorama of references and models of success that will influence the new generations of the sector and the content generated.

Keywords: podcasting, women, gender gap, iVoox awards, Ondas awards, Matilda effect

1. INTRODUCCIÓN

Nacido a principios de los 2000, el *podcasting* disparó su popularidad durante la pandemia por Covid-19, consolidándose como “uno de los medios con mayor impacto cultural y proyección económica” (Pedrero-Esteban, 2023, p. 39). Con un 44% de oyentes, España es uno de los seis países donde más se consume este formato (Labiano, 2024). La consolidación de la industria del *podcasting*, acompañada de la *plataformización* y la formalización de una cultura profesional en torno a este medio, ha disparado el interés y la creación de programas, que en 2022 superaron los 80.000 en español (Observatorio iVoox, 2023).

Aunque las mujeres han formado parte de esta *podcastfera* desde sus inicios (Joho, citado en Piñeiro-Otero, 2021), las voces femeninas han quedado relegadas a un segundo plano. Si bien el perfil del *podcaster* español es hombre (58%) (iVoox, 2023), el éxito de los programas conducidos y producidos por mujeres es palpable dentro de esta industria considerada un territorio masculino: solamente en 2021, más de 27.600 pódcast¹ del catálogo de iVoox —un 43%— fueron creados por mujeres, “triplicando el número de las *podcasters* en la última década” (Rueda, 2022).

No obstante, durante el exponencial crecimiento del pódcast acaecido durante el confinamiento se produjo una “eclosión de contenidos feministas o con enfoque de género” (Piñeiro-Otero, 2021, p. 239) ya que permitían amplificar “las voces de las mujeres” y “abordar temáticas y enfoques excluidos o marginados en los medios de comunicación tradicionales” (Piñeiro-Otero, 2024, p. 52). Todo ello convergiendo en el tiempo con la cuarta ola feminista, que se sirve de este formato para expandir la lucha y llegar al público más allá del ámbito académico.

La necesidad de encontrar su propia voz y salir del segundo plano al que habían quedado relegadas tanto en los medios de comunicación tradicionales —prensa, radio, televisión— como en la *podcastfera*, o dar visibilidad a temas que resultan marginales

¹ Dadas las diferentes grafías de pódcast, se opta por seguir las recomendaciones de la Real Academia Española (<https://www.rae.es/observatorio-de-palabras/podcast>). No obstante, cuando se trate del nombre de un programa, de un premio o de la categoría de galardones, se mantendrá la grafía original, lo que puede implicar que se escriba sin tilde o en mayúscula.

han convertido a los programas conducidos por mujeres en un fenómeno social de masas durante los últimos años.

Al margen de este reconocimiento por parte de la audiencia, otro criterio para identificar lo exitoso (Gastón-Vera, 2022) y la calidad de estos programas son los premios recibidos, sobre todo en una industria que cristaliza su profesionalización. En este sentido, pódcast creados por mujeres como *Estirando el chicle*, *Deforme Semanal*, *Ideal Total*, *Saldremos Mejores*, *Malas personas*, *A solas con... Vicky Martín Berrocal*, *Se regalan dudas* o *El podcast de Cristina Mitre*, entre otros, han sido galardonados también por la crítica.

2. MARCO TEÓRICO

Este reconocimiento de las mujeres en el sector, sin embargo, no parece alcanzar la paridad, al igual que ocurre en otros ámbitos profesionales del panorama nacional e internacional. Esta situación está ligada al llamado efecto Matilda. Descrito por primera vez por Matilda Joslyn Gage en su ensayo *Woman as an Inventor* (1883) y acuñado un siglo después por Margaret W. Rossiter (1993), este fenómeno vinculado al género hace referencia a aquellas “mujeres que han sido ignoradas, a las que se les ha negado crédito o de otro modo se las ha dejado de lado” (Rossiter, 1993, p. 325).

Un marco teórico utilizado en la literatura (Knobloch-Westerwick & Glynn, 2011; Knobloch-Westerwick, Glynn & Huge, 2013) para explicar el efecto Matilda ha sido la teoría de congruencia de rol (Eagly & Karau, 2002) que, a su vez, se basa en la teoría del rol social (Eagly, 1987) y del constructo de los roles de género —creencias consensuadas y compartidas sobre las características de mujeres y hombres—. Según esta teoría, las expectativas sobre cómo se comportan hombres y mujeres influirían en la percepción de sus logros. Así, algunas cualidades prescritas al género femenino —como la preocupación por el bienestar de los demás— derivan de normas sociales transmitidas a través de la cultura y la comunicación.

La invisibilización consciente y sistemática en el reconocimiento de las mujeres que plantea el efecto Matilda se ha estudiado atendiendo a la entrega de galardones en áreas como el cine, el teatro, la publicidad, la traducción o la ciencia, entre otras. La

literatura académica sobre este aspecto permite poner el foco en situaciones de discriminación, de estereotipos, de desequilibrio de poder y de brecha o sesgo de género en distintas industrias culturales.

En la cinematográfica, a nivel nacional, McGowan y Yáñez-Martínez (2022) midieron cuantitativamente la presencia de las mujeres en los premios Goya entre 1987 y 2021, observando que no existe paridad entre géneros. Esta investigación describía una exclusión femenina, con excepciones puntuales en categorías tradicionalmente feminizadas como *Maquillaje y Peluquería* o *Dirección de Vestuario*, en la que en muchos casos la participación de las mujeres en candidaturas, nominaciones y premios era escasa o testimonial tanto a nivel global como en categorías específicas.

Resultados similares obtuvieron Meliveo-Nogués y Cristófol-Rodríguez (2022), quienes infirieron una escasa representación femenina —19,04%— en los premios Goya en las categorías de *Mejor Dirección* y *Mejor Dirección Novel* entre 2000 y 2020. En la misma línea se sitúan las cifras del estudio de Ruiz-Del-Olmo y Hernández-Carrillo (2021), centrado en 20 ediciones del Festival de Málaga: una media del 20% de directoras y del 30% de guionistas fueron premiadas, subrayando la falta de reconocimiento de las mujeres. A ello se suma que, en este palmarés, ellas son “mayoría en los oficios tradicionalmente feminizados del cine: organización, vestuario, peinado y maquillaje” (Torres-Martín et al., 2025, p. 194).

En el plano audiovisual internacional, Rodríguez-Martelo et al. (2021) analizaron los premios Oscar otorgados a mujeres entre 2000 y 2020, observando un sesgo de género en la concesión de galardones: mientras que las categorías destacadas o con mayor visibilidad solían estar dominadas por hombres, ellas sobresalían en aquellas consideradas secundarias o asociadas a roles altamente feminizados dentro del sector.

También el teatro muestra una disparidad en la entrega de reconocimientos. Martínez-Sánchez (2024) analizó, desde una perspectiva de género, los premios Max desde su creación en 1998 y mostró, por un lado, que de un total de 336 personas galardonadas, solamente 94 eran mujeres —un 27,97% del total—; y, por otro lado, que las categorías con mayor número de varones galardonados correspondían a cargos prestigiosos dentro

de las artes escénicas, mientras que aquellas con más mujeres premiadas eran puestos desempeñados históricamente por ellas, como el vestuario o la coreografía

En el plano literario, el acceso de las escritoras al reconocimiento sigue siendo desigual (Losada-Casanova, 2019; Palomares, 2022; Romanos, 2022) y, aunque actualmente reciben más premios, sus cifras continúan estando muy por debajo de las de ellos. Los suplementos culturales siguen la misma tendencia: atendiendo a García-Borrego et al. (2022), las mujeres están infrarrepresentadas en las clasificaciones de los suplementos culturales españoles, en los que se seleccionan solo un 25,3% de sus libros.

Este techo de cristal también ha sido analizado desde el mismo prisma, y con conclusiones similares, en los ámbitos de la traducción editorial, académica y profesional (Fernández, 2017; Botella-Tejera, 2024); en la industria publicitaria española (Alvarado-López & Martín-García, 2020) o en el fotoperiodismo (Bernárdez-Rodal & Moreno-Segarra, 2017).

Por último, la disparidad en la condecoración femenina ha sido constante en los premios otorgados por instituciones científicas. La literatura muestra que, tanto galardones internacionales (Lincoln et al., 2012) como nacionales (González-Orta, 2015), presentan un sesgo de género en el reconocimiento de pares. Destaca el estudio de Meho (2021), quien analizó esta desigualdad en los 141 premios internacionales de investigación más prestigiosos a nivel mundial desde 2001 a 2020.

Según sus resultados, a pesar de que el reconocimiento de las científicas incrementó con los años —pasando de una media anual del 6% en el periodo 2001-2005 al 19% entre 2016-2020—, las mujeres siguen siendo discriminadas: entre 2001 y 2020, estos premios fueron recibidos 3.040 veces por 2.011 hombres y 405 veces por 262 mujeres (Meho, 2021, p. 978). De hecho, menos del 12% de todos los Premios Nobel de Química, Economía, Fisiología/Medicina y Física han recaído en científicas (Meho, 2021, p. 986).

En la industria del *podcasting*, a pesar de que las mujeres cada vez tienen más peso y presencia, su reconocimiento parece seguir siendo invisible como en el resto de los ámbitos expuestos. A pesar de que el pódcast se ha erigido como una herramienta de visibilización, la literatura española apenas ha contemplado el estudio de este formato

desde una perspectiva de género (García-Marín et al., 2023), lo que supone ya cierto silenciamiento del fenómeno. Además, a pesar de que sus contenidos abordan un amplio catálogo de temáticas, sus contenidos siguen encasillándose y considerándose como productos de nicho (Montes-Rodríguez et al., 2025), ligados a estereotipos de género al igual que ocurre en otras industrias culturales.

2.1. OBJETIVOS

La finalidad de la que parte este estudio es analizar desde la perspectiva de género la presencia y el reconocimiento de mujeres —efecto Matilda— entre las personas ganadoras en dos de los premios más distinguidos de la industria del *podcasting*: los iVoox y los Ondas Globales del Podcast, para determinar si existe discriminación o brecha de género. Para ello, se plantean los siguientes objetivos:

- **O1:** Describir el palmarés de las ediciones de estos premios desagregando los datos por género para examinar la ratio de mujeres que son galardonadas en comparación con hombres y con equipos mixtos.
- **O2:** Evaluar la evolución temporal de los premios seleccionados para comprobar si existe un cambio en el número de mujeres galardonadas a lo largo de los años.
- **O3:** Desgranar en qué categorías son galardonadas las mujeres en comparación con los hombres y los equipos mixtos para discernir en qué áreas temáticas o funciones son ellas más premiadas.

3. METODOLOGÍA

Para abordar este tema, se optó por realizar un estudio exploratorio desde un enfoque metodológico cuantitativo mediante el análisis estadístico de los datos recolectados, ya que permite analizar de forma reducida un gran conjunto de información para “lograr una interpretación más sencilla” de la misma (Wimmer & Dominck, 1996, citados en Igartua, 2006). Sin embargo, en esta interpretación se ha tendido a utilizar al varón como modelo y generalizar sus conclusiones al resto de la población (CIREM, 2012), creando una visión androcéntrica del mundo.

Por ello, a pesar de que la metodología cuantitativa se vincula con el enfoque positivista y, para algunas teóricas feministas, con estructuras de poder como el heteropatriarcado y el neoliberalismo (Luxán-Serrano & Legarreta-Iza, 2019), en este estudio se aboga por un uso sin sesgos de la misma. Desde los estudios feministas se han desarrollado investigaciones cuantitativas sin sobregeneralizar y buscando información diferenciada por género y/o sexo (Castañeda-Salgado 2019), lo que permite evidenciar la inequidad y la inexistencia de paridad, así como “interpretar la realidad desde otra visión más justa e igualitaria” (Adá-Lameiras et al., 2023, p. 95).

En el análisis se han considerado los dos principales premios otorgados en el mundo de la industria del *podcasting*, cuyo reconocimiento viene respaldado por las plataformas que los impulsan:

- Premios iVoox: nacidos en 2018 cuando la plataforma iVoox —una de las principales del mercado— permitió a la audiencia galardonar sus pódcast favoritos, otorgándoles visibilidad y reconocimiento. Si bien en ese año solamente se otorgó un galardón, en 2019 se ampliaron a ocho, cada uno de los cuales contó con un ganador/a y dos finalistas. Tras siete años de consolidación en los que variaron el número de programas condecorados, actualmente se premian 14 categorías: *Historia y creencias, Misterio, Crímenes reales, Actualidad y sociedad, Ciencia, Cultura, Humor, Cine, Videojuegos y aficiones, Deporte, Música, Bienestar y familia, Mente y psicología y Empresa y tecnología*. En 2024 entregaron tres premios adicionales con un jurado propio: *Mejor podcast revelación, Mejor podcast de marca y Mejor podcast del año*.
- Premios Ondas Globales del Podcast: promovidos por PRISA Audio y Cadena SER en colaboración con Spotify. En 2021 lanzaron su primera edición con la meta de dar visibilidad a la industria y reconocer el trabajo de sus profesionales. Otorgados por un jurado de expertos/as del sector del audio en España y Latinoamérica, se entregan 15 galardones divididos en tres secciones: General —*Mejor podcast de ficción, Mejor podcast narrativo de no ficción, Mejor podcast conversacional, Mejor branded podcast, Mejor podcast experimental, Mejor podcast internacional de habla no española, y Mejor podcast en lengua cooficial*

del Estado—; Específica —Mejor realización y diseño sonoro, Mejor guion, Mejor producción, Mejor episodio, Mejor actor o actriz de ficción sonora, y Mejor anfitrión o anfitriona— y dos premios especiales —Podcast revelación y Trayectoria en la industria del podcast en España y Latinoamérica—. En la tercera edición de 2024 se añadió el premio a Mejor videopodcast.

Dado que este estudio pretende analizar el palmarés de estos dos galardones seleccionados como muestra, se recopilaron en primer lugar todos los datos disponibles en abierto sobre los contenidos premiados en sus respectivas webs². Al tener como finalidad el examen de la presencia de mujeres entre las personas ganadoras, finalistas o con mención especial, en el caso de los Premios iVoox se seleccionaron tanto los programas vencedores como los finalistas y, para reducir las categorías, se agruparon bajo la etiqueta de “General” aquellas referidas a áreas temáticas —*Actualidad y sociedad, Bienestar y familia, Ciencia, Cine, Cultura...*—; mientras que bajo “Específica” se aglutinaron las de *Mejor podcast de marca, Mejor podcast el año y Mejor podcast revelación*.

No obstante, también se analizaron los premios otorgados a mujeres dentro de las categorías temáticas incluidas bajo la etiqueta “General” de los Premios iVoox. Por su parte, en los Premios Ondas del Podcast se tuvieron en cuenta tanto los ganadores como los ganadores *ex aequo* y las menciones especiales; además, se mantuvieron las tres categorías marcadas por los propios galardones: “General”, “Específica” y “Especial”.

Posteriormente, se realizó un volcado general a Excel y se catalogaron los ítems atendiendo al tipo de premio —iVoox u Ondas—, la categoría del mismo —General, Específica o Especial—, la posición —ganador, mención especial o finalista— y el año. A continuación, se descartaron las categorías específicas que distinguían por género —si bien se mantuvieron las de *Mejor anfitrión o anfitriona* y *Mejor actor o actriz* ya que incluían a ambos géneros— y aquellas que no premiaban a un pódcast en concreto, sino a una entidad.

² <https://premios.ivoox.com/> y <https://podcast.premiosondas.com/>

Finalmente, el total de entradas que conforman la muestra de este estudio ascendía a 270.

Una vez tratados los datos, se incorporó la variable de género a cada pódcast premiado según estuviera conducido o creado por hombres, por mujeres o por ambos (mixto). Para detectarlos, se tuvieron en cuenta las descripciones de cada uno de los pódcast en las principales plataformas de audio, en sus páginas webs —si tenían— y en la información recogida en la web *Podcast & Radio*³. En aquellos pódcast en los que había personas colaboradoras o, en el caso de ser ficción, actores y actrices, se tuvo en cuenta a la persona o personas que lo habían creado, presentado, dirigido o producido.

Completados todos los campos, se cuantificaron los galardones otorgados a mujeres, a equipos mixtos y a hombres según el tipo de premio, el año, la categoría y la posición; y se calcularon los porcentajes correspondientes. En el caso de que el premio se otorgase a varias personas de distinto género —equipos mixtos—, se consideró que había presencia femenina, pero teniendo en cuenta que el galardón no se recibió en solitario.

4. RESULTADOS

4.1. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

A pesar de que no se puede realizar una comparación exhaustiva entre los Premios iVoox y los Premios Ondas Globales del Podcast dadas las diferencias entre ambos — como el número de ediciones o las categorías en las que se dividen—, se pueden esbozar algunas líneas generales.

Como se observa en la Tabla 1, de la muestra completa de 270 entradas, los hombres — con 188 galardones, un 69,63% del total— son más reconocidos que las mujeres en solitario —con 43 premios, un 15,92% del cómputo global— y que los equipos mixtos — 39 galardones, un 14,44%—. Esto supone que ellos son cuatro veces más premiados que ellas y casi cinco veces más que los pódcast mixtos. No obstante, las *podcasters* son más reconocidas en solitario que cuando forman parte de equipos mixtos.

³ <https://www.podcastradio.es>

Tabla 1. Descripción de la muestra

	Hombres		Mixtos		Mujeres		Total
	n	%	n	%	n	%	n
Premios iVoox	152	75,62%	24	11,94%	25	12,44%	201
Premios Ondas	36	52,17%	15	21,74%	18	26,09%	69
Total premios	188	69,63%	39	14,44%	43	15,93%	270

Fuente: Elaboración propia

En términos porcentuales, en los Premios iVoox —donde se entregan un mayor número de reconocimientos ya que suponen el 74,44% del total— encontramos una amplia diferencia entre los podcast conducidos por hombres (75,62%) y los realizados por mujeres (12,44%) o por equipos mixtos (11,94%). En los Premios Ondas del Podcast, aunque se otorgan menos galardones —un 25,56% del cómputo global— y ellos son más premiados que ellas, la cifra de contenidos protagonizados por hombres cae hasta un 52,17% y aumenta el porcentaje de reconocimientos tanto en los podcast conducidos por mujeres (26,09%) como en los mixtos (21,74%).

4.2. PREMIOS IVOOX

El análisis del palmarés de los Premios iVoox muestra una clara desigualdad de género entre las personas galardonadas: como se recoge en la Tabla 1, del total de 201 podcast que recibieron este reconocimiento desde 2019 hasta 2024, 152 están conducidos por hombres (75,62%) y 49 (24,38%) tienen en sus equipos presencia femenina. De estos 49 podcast, 25 son conducidos en solitario por mujeres (12,44%) y 24 son mixtos (11,94%). Por tanto, más de tres cuartos de los contenidos premiados tienen como protagonista solamente la voz masculina. Además, ellos son seis veces más premiados que ellas y que los programas con equipos mixtos; mientras que las *podcasters* en solitario solamente consiguen un premio más que los podcast mixtos.

4.2.1. Ganadores y finalistas

De este total de 201 podcast premiados, 71 fueron ganadores. Como se observa en la Tabla 2, 56 de los programas vencedores estaban protagonizados por hombres (78,87%), frente a ocho por mujeres (11,27%) y siete mixtos (9,86%). Esto quiere decir que los podcast narrados por ellos son siete veces más premiados como ganadores que

los conducidos por mujeres en solitario y ocho veces más que los mixtos. Ellas, por su parte, consiguen un galardón más que los equipos en los que intervienen hombres y mujeres.

Tabla 2. Distribución de los pódcast premiados por iVoox atendiendo a la posición y al género de las personas que los producen

	Hombres		Mixtos		Mujeres		Total
	n	%	n	%	n	%	n
Ganador/a	56	78,87%	7	9,86%	8	11,27%	71
Primer finalista	51	78,46%	7	10,77%	7	10,77%	65
Segundo finalista	45	69,23%	10	15,38%	10	15,38%	65

Fuente: Elaboración propia

Como primer/a finalista encontramos un total de 65 premios, de los cuales 51 eran pódcast narrados por hombres (78,46%), siete por ellas en solitario (10,77%) y siete mixtos (10,77%). Atendiendo a estos datos, la diferencia se amplía: los pódcast conducidos por ellos son siete veces más galardonados en esta posición que los conducidos por ellas y que los mixtos —entre los cuales no existen diferencias pues obtienen el mismo número de premios—.

Por último, como segundo/a finalista figuran 65 galardones. De ellos, 45 programas estaban capitaneados por hombres (69,23%), 10 por mujeres (15,38%) y 10 por equipos mixtos (15,38%). La brecha se reduce levemente en este caso: los contenidos narrados por hombres son 4,5 veces más premiados que los de mujeres y los mixtos —los cuales de nuevo obtienen el mismo porcentaje de galardones—.

4.2.2. Evolución temporal

Para este análisis se tuvieron en cuenta los premios iVoox otorgados desde 2019, pues en 2018 solamente hubo un galardón. Atendiendo a la evolución temporal recogida en la Tabla 3, destaca, por un lado, que hasta 2021 el total de premios otorgados ascendía a 24; mientras que a partir de esa fecha el número aumentó a 42, a excepción de 2023 que fue de 45. Teniendo esto en cuenta, los pódcast conducidos por hombres fueron más premiados a lo largo de todo este periodo temporal que los narrados por mujeres o los mixtos, incluso cuando en 2022 aumentaron el número de galardones totales.

Tabla 3. Distribución de los pódcast premiados por iVoox atendiendo al año y al género de las personas que los producen

	Hombres		Mixtos		Mujeres		Total
	n	%	n	%	n	%	n
2019	18	75,00%	4	16,67%	2	8,33%	24
2020	19	79,17%	0	0,00%	5	20,83%	24
2021	18	75,00%	2	8,33%	4	16,67%	24
2022	30	71,43%	7	16,67%	5	11,90%	42
2023	33	73,33%	7	15,56%	5	11,11%	45
2024	34	80,95%	4	9,52%	4	9,52%	42

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, los pódcast conducidos por hombres experimentaron un incremento de premios a lo largo de los años analizados, pasando de 18 o 19 entre 2019 y 2021 a 30 galardones, 33 y 34 en 2022, 2023 y 2024 respectivamente. Sin embargo, los pódcast narrados por mujeres apenas notaron variación: solamente aumentaron los contenidos galardonados en 2020, cuando pasaron de dos —en 2019— a cinco. El resto de años se movieron entre los cuatro y cinco premios. Los contenidos considerados como mixtos sí vieron cómo pasaban de dos galardones en 2021 a siete en 2022 y 2023.

En términos porcentuales, el año en el que más se premiaron los contenidos conducidos por hombres fue 2024 (80,95%), fecha en la que, junto a 2019, las mujeres fueron menos galardonadas (9,52%) obteniendo la misma cifra que los pódcast mixtos. Destaca también la cifra de estos últimos en 2020, cuando no recibieron ningún reconocimiento. Por su parte, los contenidos en solitario de ellas, aunque siempre en cifras menores a las de ellos, obtuvieron mayor reconocimiento ese mismo año con un 20,83% del total de premios otorgados.

Por otro lado, los programas conducidos por los *podcasters* fueron nueve veces más premiados que los de mujeres en 2019, una diferencia que se redujo en los dos años siguientes —2020 y 2021— a cuatro veces más. Sin embargo, a partir de 2022 esta brecha volvió a ampliarse a seis. Es significativo que en la última edición de 2024 la desigualdad vuelve a términos similares a los de 2019: los pódcast narrados por ellos son 8,5 veces más premiados que los de ellas.

Respecto a la diferencia con los contenidos elaborados por equipos mixtos, éstos fueron más reconocidos que los pódcast de mujeres en solitario durante tres años: 2019 —dos veces más—, 2022 y 2023 —1,4 veces más en ambos casos—. En el resto de fechas —2020, 2021 y 2024— son los pódcast conducidos por ellas los que obtienen mayor reconocimiento. Si los comparamos con los programas conducidos por hombres, éstos son cuatro veces más premiados que los mixtos a excepción de tres años. En 2021 esta brecha con los contenidos protagonizados exclusivamente por ellos aumentó hasta nueve veces más, cifra similar a la de la edición de 2024 —8,5 veces más—.

4.2.3. Premios según las categorías

En cuanto a la distribución por categorías que se recoge en la Tabla 4, de los seis premios entregados en la Específica —que engloba Mejor pódcast de marca, Mejor pódcast el año y Mejor pódcast revelación— cuatro fueron para hombres (66,67%), ninguno para mujeres y dos para contenidos conducidos por equipos mixtos (33,33%). Los contenidos protagonizados por ellos son, por tanto, reconocidos el doble que aquellos con intervención femenina.

Tabla 4. Distribución de los pódcast premiados por iVoox atendiendo a la categoría y al género de las personas que los producen

	Hombres		Mixtos		Mujeres		Total
	n	%	n	%	n	%	n
Específica	4	66,67%	2	33,33%	0	0,00%	6
General	148	75,90%	22	11,28%	25	12,82%	195

Fuente: Elaboración propia

Del total de 195 galardones de la categoría General, 148 fueron otorgados a hombres (75,90%), 25 a mujeres (12,82%) y 22 a pódcast mixtos (11,28%). Según estas cifras, ellos son hasta seis veces más premiados que ellas y casi siete veces más que los contenidos de equipos mixtos. En este caso, los programas en solitario de las *podcasters* obtienen tres galardones más que los contenidos con participación mixta.

Dentro de esta categoría, encontramos distintas áreas temáticas que han sido analizadas en la Tabla 5. Así, destaca que, de un total de 16 ámbitos, solamente en uno de ellos (*Bienestar y familia*) las mujeres obtienen mayor número de premios que los

hombres: 10 programas conducidos en solitario por ellas fueron galardonados (55,56%) frente a los cuatro narrados por ellos (22,22%) y los cuatro mixtos (22,22%). No obstante, la diferencia entre ambos es más reducida —2,5 veces más— que en otras áreas en las que los varones son más premiados que ellas.

También sobresalen las categorías *Crímenes reales* y *Mente y psicología*, en las cuales tanto hombres como mujeres recibieron cuatro galardones respectivamente (44,44%) —mientras que los equipos mixtos obtuvieron solamente uno (11,11%)—.

Tabla 5. Distribución de los pódcast de la categoría general premiados por iVoox atendiendo al área temática y al género de las personas que los producen

	Hombres		Mixtos		Mujeres		Total
	n	%	n	%	n	%	n
Actualidad y sociedad	13	72,22%	4	22,22%	1	5,56%	18
Bienestar y familia	4	22,22%	4	22,22%	10	55,56%	18
Ciencia	4	44,44%	5	55,56%	0	0,00%	9
Ciencia y Cultura	8	88,89%	1	11,11%	0	0,00%	9
Cine	9	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	9
Crímenes reales	4	44,44%	1	11,11%	4	44,44%	9
Cultura	9	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	9
Deporte	17	94,44%	1	5,56%	0	0,00%	18
Empresa y tecnología	17	94,44%	0	0,00%	1	5,56%	18
Historia y creencias	17	94,44%	0	0,00%	1	5,56%	18
Humor	8	88,89%	1	11,11%	0	0,00%	9
Mente y psicología	4	44,44%	1	11,11%	4	44,44%	9
Misterio	6	66,67%	3	33,33%	0	0,00%	9
Música	14	77,78%	1	5,56%	3	16,67%	18
Ocio	8	88,89%	0	0,00%	1	11,11%	9
Videojuegos y aficiones	6	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	6

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, se ha de subrayar que en la mitad de las áreas temáticas —*Ciencia*, *Ciencia y Cultura*, *Cine*, *Cultura*, *Deporte*, *Humor*, *Misterio* y *Videojuegos y aficiones*— las narradoras de pódcast no son galardonadas en solitario. No obstante, en cinco de estas categorías sí se premiaron contenidos con intervención femenina e, incluso, en *Ciencia* los pódcast más reconocidos fueron los mixtos (55,56%). Aun así, en los ámbitos de *Cine*, *Cultura* y *Videojuegos y aficiones* sólo fueron premiados contenidos conducidos únicamente por hombres.

Por último, en el resto de áreas temáticas encontramos también diferencias significativas. En *Empresa y tecnología* o *Historia y creencias* los varones son hasta 17 veces más reconocidos que las mujeres —94,44% de los primeros frente a 5,56% de las segundas—. En *Actualidad y sociedad*, ellos son 13 veces más premiados que ellas; en *Ocio*, ocho veces más; y en *Música* los pódcast de hombres son casi cinco veces más galardonados que los de las mujeres.

4.3. PREMIOS ONDAS

En el caso del palmarés de los Premios Ondas Globales del Podcast, de un total de 69 programas que recibieron este galardón entre 2022 y 2024, 36 están conducidos por hombres (52,17%) y 33 (47,83%) son equipos con presencia femenina. De esta última cifra, 18 son contenidos realizados solamente por mujeres (26,09%) y 15 son equipos mixtos (21,74%). En esta ocasión la brecha se reduce, pero ellos siguen siendo dos veces más reconocidos que ellas o que los pódcast mixtos.

4.3.1. Ganadores y menciones especiales

Como se observa en la Tabla 6, de 59 pódcast ganadores, 29 están protagonizados por hombres (49,15%), 17 son pódcast de mujeres en solitario (28,81%) y 13 de equipos mixtos (22,03%). En esta ocasión, los contenidos elaborados por equipos con presencia femenina —ya sea en solitario o en equipos mixtos— obtienen un premio más (30) que los elaborados únicamente por varones (29).

Por otro lado, con Mención especial encontramos siete pódcast narrados por hombres (70%), uno por mujeres (10%) y dos mixtos (20%).

Tabla 6. Distribución de los pódcast premiados con un Ondas atendiendo a la posición y al género de las personas que los producen

	Hombres		Mixtos		Mujeres		Total
	n	%	n	%	n	%	n
Ganador/a	29	49,15%	13	22,03%	17	28,81%	59
Mención especial	7	70,00%	2	20,00%	1	10,00%	10

Fuente: Elaboración propia

Atendiendo a estas cifras, los podcast narrados por hombres son más premiados que los narrados por mujeres tanto como ganadores/as —1,7 veces más— como con mención especial —siete veces más—. La diferencia con los programas de equipos mixtos se amplía hasta dos veces más en el caso de los ganadores/as y se reduce al hablar de las menciones especiales —3,5 veces más—.

4.3.2. Evolución temporal

Para este análisis, reflejado en la Tabla 7, se ha de tener en cuenta que los Premios Ondas Globales del Podcast solamente cuentan con tres ediciones, por lo que no existe una evolución temporal palpable. Por otro lado, destaca que el total de galardones otorgados varía en los tres años: en 2022 fueron 26, en 2023 descendieron a 22 y en 2024, bajó a 21.

Tabla 7. Distribución de los podcast premiados con un Ondas atendiendo al año y al género de las personas que los producen

	Hombres		Mixtos		Mujeres		Total
	n	%	n	%	n	%	n
2022	14	53,85%	5	19,23%	7	26,92%	26
2023	10	45,45%	8	36,36%	4	18,18%	22
2024	12	57,14%	2	9,52%	7	33,33%	21

Fuente: Elaboración propia

Teniendo esto en cuenta, los podcast premiados conducidos por hombres pasaron de 14 en 2022 (53,85%) a 10 en 2023 (45,45%), para volver a subir en 2024 con un total de 12 —ampliándose la diferencia a un 57,14% del cómputo global—. Los contenidos narrados por las *podcasters* también experimentaron un descenso, bajando de siete en 2022 (26,92%) a cuatro en 2023 (18,18%). En 2024 volvieron a ser siete los podcast premiados conducidos por mujeres (33,33%). El caso contrario se ha dado en los contenidos considerados mixtos: aumentaron de cinco galardones en 2022 (19,23%) a ocho en 2023 (36,36%), descendiendo a dos podcast premiados en 2024 (9,52%).

El año en el que más programas conducidos solamente por mujeres se reconocieron fue 2024 (33,33%), si bien esta cifra sigue estando por debajo de la de ellos. Ese mismo periodo se registra también el dato más alto de premios otorgados a contenidos narrados únicamente por hombres (57,14%). La mayor diferencia se dio en el año 2023:

ellos fueron 2,5 veces más reconocidos que ellas. Esa cifra fue de dos veces más en 2022 y se redujo a 1,7 en 2024.

Los pódcast mixtos, por su parte, fueron más galardonados en 2023 (36,36%), único año en el que este dato superó al de los contenidos narrados por mujeres en solitario. Respecto a la desigualdad entre los contenidos de equipos mixtos y los conducidos en solitario por ellas, 2023 fue el año donde los primeros fueron dos veces más premiados. En 2022 y en 2024, los programas protagonizados únicamente por mujeres fueron 1,4 y 3,5 veces más reconocidos, respectivamente.

4.3.3. Premios según las categorías

En cuanto a la distribución por las categorías General, Específica y Especial recogida en la Tabla 8, del total de 29 premios en la primera de ellas, 15 fueron otorgados a hombres (51,72%), ocho a mujeres (27,59%) y seis a pódcast mixtos (20,69%). Ellos fueron casi dos veces más reconocidos que ellas y 2,5 veces más que los equipos mixtos.

Tabla 8. Distribución de los pódcast premiados con un Ondas atendiendo a la categoría y al género de las personas que los producen

	Hombres		Mixtos		Mujeres		Total
	n	%	n	%	n	%	n
General	15	51,72%	6	20,69%	8	27,59%	29
Específica	14	58,33%	4	16,67%	6	25,00%	24
Especial	7	43,75%	5	31,25%	4	25,00%	16

Fuente: Elaboración propia

De los 24 premios de la categoría Específica, 14 fueron para hombres (58,33%), seis para mujeres (25%) y cuatro para contenidos de equipos mixtos (16,67%). Ellos fueron 2,3 veces más galardonados que ellas y 3,5 veces más que los mixtos. No obstante, tanto en la categoría General como en la Específica, los programas realizados en solitario por mujeres fueron 1,3 y 1,5 veces más premiados que los mixtos.

Por último, en la categoría Especial se premiaron siete contenidos protagonizados por hombres (43,75%), cuatro por mujeres (25%) y cinco mixtos (31,25%). En este caso, la brecha es más reducida que en las categorías General y Específica: ellos fueron 1,75 y 1,4 veces más galardonados que ellas y que los equipos mixtos, respectivamente.

Mientras que los mixtos fueron 1,25 veces más premiados que los elaborados en solitario por mujeres.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Este estudio sobre el efecto Matilda en la industria del *podcasting* es de interés para comprender cómo se sientan las bases de los galardones otorgados en este sector, el cual eclosionó a partir de 2020 a raíz del confinamiento por Covid-19 en un contexto, además, marcado por un cariz de lucha y reivindicación de la igualdad de género en plena cuarta ola feminista (Asensi-Rodríguez & Martínez-Rolán, 2024). Su valor reside en mostrar con cifras la desigualdad existente en el formato del pódcast donde, a diferencia de otros ámbitos, sus figuras están tomando las riendas de los micrófonos y promoviendo un acceso, una participación y una representación más equitativa de las mujeres en los medios de comunicación.

Así, esta investigación exploratoria se proponía analizar la presencia de mujeres entre las personas condecoradas en dos de los principales galardones de la industria: iVoox y Ondas Globales del Podcast. Para ello, el primer objetivo (O1) marcaba estudiar el palmarés de los premios seleccionados, desagregando los datos por género para examinar cuántas mujeres son galardonadas en comparación con los hombres o con los equipos mixtos. En los dos casos analizados los resultados evidencian la existencia de un notable efecto Matilda: el *podcasting* es un entorno masculinizado a la hora de reconocer el trabajo femenino al igual que otros analizados previamente por la academia, pues los pódcast vencedores con participación exclusivamente femenina en su creación o producción representan apenas el 16%.

En el caso de los Premios iVoox —donde más de tres cuartos de los contenidos galardonados están conducidos por equipos únicamente masculinos—, la brecha de género en el porcentaje de personas vencedoras guardan relación con el hecho de que la población votante es la propia audiencia y, según constata el *III Informe anual del consumo y la creación de podcasts en español*, el perfil de la persona oyente de pódcast en España es el de hombre (55,2%), quien apenas se acerca a escuchar contenido realizado por mujeres (Vila-Galán, 2023).

La desigualdad de género se acorta en los Premios Ondas del Podcast —a pesar de que su trayectoria temporal es menor—, donde ellas son más galardonadas en comparación con los iVoox. Esto podría vincularse a que los galardones son otorgados por un jurado de personas expertas —tanto hombres como mujeres— del mundo del audio en España y Latinoamérica quienes, probablemente, sean más conscientes del desequilibrio de género e imparciales al otorgar el reconocimiento.

Aun así, el escaso número de premiadas no debería poder explicarse por bajos índices de mujeres en la industria ya que, si bien el perfil de la persona podcaster española es hombre, son numerosas las figuras femeninas que participan y que incluso lideran grandes proyectos: María Jesús Espinosa de los Monteros —Directora General de PRISA Audio—, Cristina Delgado—responsable de YouTube Podcast para España y Portugal—, Ana Ribera —editora jefa de PRISA Audio— o Isabel Salazar —Country Manager en España de Podimo—, entre otras, ocupan altos cargos y son algunas de las personas más influyentes en el sector (Forbes, 2024).

El segundo objetivo planteado (O2) consistía en examinar la evolución temporal de los premios seleccionados para evaluar si ha existido un cambio en el número de mujeres galardonadas a lo largo del tiempo. A pesar de que en algunas fechas el porcentaje de las *podcasters* premiadas ha crecido, no existe una evolución progresiva al alza del número de galardones concedidos a pódcast narrados por ellas: mientras que en los Premios iVoox esta tendencia ha sido descendente con el paso de los años, los Premios Ondas del Podcast han experimentado una subida abrupta en la última edición. Aun así, es preocupante que, desde las primeras ediciones que ya contaban con un cariz muy masculinizado, apenas haya habido avances en pro del balance, sino que se continúa perpetuando el efecto Matilda.

En este sentido, si bien se trata de un estudio exploratorio, podemos subrayar que la población está en construcción ya que, al menos en el caso de los Ondas, el periodo temporal cuenta solamente con tres ediciones —no se ha incluido la de 2025 ya que al realizar este artículo no se conocía el palmarés—. Esto no permite obtener una evolución temporal evidente y, a pesar de tener una perspectiva de la realidad actual,

se recomienda volver a analizar este fenómeno en el futuro para constatar si ha habido alguna transformación.

El tercer objetivo (O3) planteaba desgranar en qué categorías son galardonadas las mujeres en comparación con los hombres y los equipos mixtos para discernir en qué áreas temáticas o funciones son ellas más premiadas. Al igual que ocurre en otros ámbitos como el cine (McGowan & Yáñez-Martínez, 2022; Torres-Martín et al., 2025) o el teatro (Martínez-Sánchez, 2024), y a pesar de que los pódcast narrados por mujeres abarcan un amplio abanico de temáticas (Montes-Rodríguez et al., 2025), las *podcasters* reciben premios en áreas encasilladas y vinculadas tradicionalmente con “lo femenino” —tales como *Psicología*, *Bienestar* o *Familia* (Cook & Cusack, 2009; Bernárdez-Rodal, 2015)—; mientras que no se reconoce su trabajo en campos masculinizados como *Economía*, *Tecnología*, *Deportes* o *Videojuegos*.

Esta tendencia podría explicarse utilizando la teoría de congruencia de rol mencionada anteriormente para contextualizar el efecto Matilda: el *podcasting* estaría creando una barrera sesgada para las mujeres al premiarlas con mayor frecuencia en categorías vinculadas con los convencionalismos que se les asignan a ellas y, con esta división estereotipada en la entrega de galardones, la industria perpetuaría la transmisión de normas y creencias prescritas por el género. Esto podría ocasionar una disminución de la motivación de aquellas *podcasters* dedicadas a contenidos que versan sobre temáticas histórica y socialmente vinculadas a los hombres, lo que favorecería la desigualdad y dificultaría su reconocimiento profesional.

Por otro lado, son escasos los premios otorgados a mujeres en solitario para reconocer su trabajo en funciones técnicas relacionadas con el guion, la realización y el diseño sonoro o la producción. Esta situación puede generar una falta de figuras femeninas referentes que limiten las inclinaciones de las jóvenes profesionales del audio por este sector al entenderlo como masculinizado, al igual que ocurre en otros campos como los videojuegos (Santana-Rodríguez, 2020). Este aspecto resulta clave pues, como señalan Núñez-Domínguez y Vera-Balanza (2020, p. 124), la existencia de modelos de referencia para las nuevas generaciones “generan una genealogía propia que saca de la

excepcionalidad no solo sus propias trayectorias profesionales, sino la participación de las mujeres”.

El efecto Matilda en el *podcasting* supone una marginación actual del talento femenino al no reconocer con premios el ejercicio de su trabajo, lo cual está armando un panorama masculinizado de referentes y modelos de éxito que, con toda probabilidad, influirá en las jóvenes profesionales del *podcasting*, viéndose abocadas a un techo de cristal con inferioridad de condiciones o posibilidades al, por ejemplo, acceder a proyectos de mayor calado e importancia, optar a puestos de responsabilidad y de toma de decisiones o, simplemente, crear contenidos con perspectiva de género y/o feministas. No en vano, esta masculinización de la industria acentúa incluso el actual auge de misoginia que se da en la llamada *manosfera* española (García-Mingo & Díaz-Fernández, 2022).

El panorama actual de invisibilización del trabajo de las mujeres dentro de la industria del *podcasting* no se corresponde con el peso femenino en la misma, acreditado por las cifras de escucha o el éxito de programas conducidos por mujeres. A pesar de eclosionar en un contexto en el que la movilización feminista en España avanzaba y venía de enfrentar grandes hitos como el Tren de la Libertad, el caso de La Manada, el *#MeToo* o la Huelga Internacional de Mujeres del 8 de marzo de 2018, entre otros, las bases de los premios del pódcast no se vieron influenciadas por la defensa de la igualdad de género a la hora de reconocer a las *podcasters*, perpetuando una brecha de género en la concesión de galardones que, de momento, no parece tener visos de cerrarse.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adá-Lameiras, A., Rodríguez-Castro, Y., & Martínez Román, R. (2023). Análisis, con perspectiva de género, de los contenidos digitales: propuesta metodológica. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 10(Especial), 83-107. <https://doi.org/10.24137/raeic.10.e.6>

Alvarado-López, M. C., & Martín-García, N. (2020). Techos de cristal en la industria publicitaria española: profesionales femeninas tras las campañas galardonadas en los

Premios a la eficacia de la comunicación comercial (2002-2018). *Profesional De La información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.14>

Asensi-Rodríguez C., & Martínez-Rolán, X. (2024). Feminismo en la era digital: Movilización, resistencias y la contrarreacción antifeminista en redes sociales. Una aproximación a la cuarta ola. *Gender on Digital. Journal of Digital Feminism*, 2, 95-116. <https://revistas.uvigo.es/index.php/GOD/article/view/5895/3850>

Bernárdez-Rodal, A. (2015). *Mujeres en medio(s). Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Editorial Fundamentos

Bernárdez-Rodal A., & Moreno-Segarra I. (2017). Sesenta años del premio de fotoperiodismo Word Press Photo of the Year: una visión con perspectiva de género. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 22, 282-303. <https://doi.org/10.5209/CIYC.55979>

Botella-Tejera, C. (2024). La mujer en la traducción audiovisual en España: un recorrido por el mundo académico y el profesional. *Cadernos De Tradução*, 44(esp. 1), 1–17. https://doi.org/10.5007/2175-7968.2024.e95599_

Castañeda-Salgado, M. P. (2019). Perspectivas y aportes de la investigación feminista a la emancipación. En AA. VV., *Otras formas de (des)aprender: Investigación feminista en tiempos de violencia, resistencias y decolonialidad* (pp. 19-40). Hegoa -Universidad del País Vasco.

CIREM. (2012). *Guía Práctica de la Inclusión de la Perspectiva de Género en los Contenidos de la Investigación*.

Cook, R. J. & Cusack, S. (2009). *Estereotipos de género: perspectivas legales transnacionales*. Universidad de Pensilvania.

Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum

- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573–598. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>
- Fernández, F. (2017). De la profesionalización a la invisibilidad: las mujeres en el sector de la traducción editorial. *TRANS: Revista De Traductología*, 16, 49–64. <https://doi.org/10.24310/TRANS.2012.v0i16.3211>
- Forbes (2024). 50 Best In Podcasting 2024. *Forbes*. <https://bit.ly/3zB9IU5>
- Gage, M. J. (1883). Woman as an Inventor. *The North American Review*, 136(318), 478–489. <http://www.jstor.org/stable/25118273>
- García-Borrego, M., Gómez-Calderón, B., & García-Cardona, J. (2022). La (in)visibilización de la mujer en la prensa especializada en literatura: un análisis de la presencia de las escritoras en los suplementos culturales españoles. *Profesional De La información*, 31(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.19>
- García-Marín, D., Terol-Bolinches, R. & Oliveira, M. (2023). Estudios sobre pódcast: evolución, temas y perspectivas en la publicación científica en España y Portugal (Dialnet y RCAAP). *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (62), 11–30. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.01>
- García-Mingo, E. & Díaz-Fernández, S. (2022). *Jóvenes en la Manosfera. Influencia de la misoginia digital en la percepción que tienen los hombres jóvenes de la violencia sexual*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación Fad Juventud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7221159>
- Gastón-Vera, P. (2022). *Periodismo de humor en televisión: análisis histórico, fórmulas y estructuras de éxito (1990-2015)* (Tesis doctoral). Universidad de Zaragoza.
- González-Orta, L. (2015). *Las mujeres en los premios científicos en España (2009-2014)*. Unidad de Mujeres y Ciencia. Secretaría de Estado de I+D+i. <https://bit.ly/41ucTZ8>
- Igartua, J.J. (2006) *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación*. Editorial Bosch.

Knobloch-Westerwick, S., & Glynn, C. J. (2011). The Matilda Effect—Role Congruity Effects on Scholarly Communication: A Citation Analysis of Communication Research and Journal of Communication Articles. *Communication Research*, 40(1), 3-26.

<https://doi.org/10.1177/0093650211418339>

Knobloch-Westerwick, S., Glynn, C. J., & Huge, M. (2013). The Matilda Effect in Science Communication: An Experiment on Gender Bias in Publication Quality Perceptions and Collaboration Interest. *Science Communication*, 35(5), 603-625.

<https://doi.org/10.1177/1075547012472684>

Labiano, R. (2024). España sigue siendo uno de los países con mayor consumo de pódcast (44%). *Digital News Report España 2024*. <https://bit.ly/4cFSSlm>

Lincoln, A. E., Pincus, S., Koster, J. B., & Leboy, P. S. (2012). The Matilda Effect in science: Awards and prizes in the US, 1990s and 2000s. *Social Studies of Science*, 42(2), 307-320. <https://doi.org/10.1177/0306312711435830>

Losada-Casanova, E. (2019). *Literatura, mujeres y premios. Una historia triste*. Asociación Colegial de Escritores (ACE). <https://bit.ly/4irolua>

Luxán-Serrano, M., & Legarreta-Iza, M. (2019). Metodologías cuantitativas desde una perspectiva feminista: una aplicación a través de las Encuestas de Empleo del Tiempo. En AA. VV., *Otras formas de (des)aprender: Investigación feminista en tiempos de violencia, resistencias y decolonialidad* (pp. 93-110). Hegoa -Universidad del País Vasco.

Martínez-Sánchez M. (2024). ¿Quién gana los Premios Max? Análisis con perspectiva de género de los premios de las artes escénicas. *Pygmalion. Revista de teatro general y comparado*, 15, 137-156.

<https://revistas.ucm.es/index.php/PYGM/article/view/93959>

McGowan N., & Yáñez-Martínez B. (2022). Ni nominadas ni ganadoras: las mujeres en los Premios Goya (1987-2021). *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, 22(2), 131-154. <https://doi.org/10.5209/arab.79909>

Meho, L. I. (2021). The gender gap in highly prestigious international research awards, 2001–2020. *Quantitative Science Studies*, 2(3), 976–989.

https://doi.org/10.1162/qss_a_00148

Meliveo-Nogués, P. & Cristófol-Rodríguez, C. (2022). Directoras de cine galardonadas en Premios Goya entre 2000 y 2020. Una aproximación de género a la situación de la mujer en la industria cinematográfica española. En L. Mañas-Viniegra, P. E. Rivera-Salas, & M. J. Cerdá-Bertoméu (coords.) *Mediaciones comunicativas* (pp. 259-272). Thomson Reuters-Aranzadi.

Montes-Rodríguez, M. I., García-Borrego, M., & Meléndez-Malavé, N. (2025). Temáticas en los podcast españoles conducidos por mujeres: de la política y la familia al trabajo y las emociones. (2025). *Miguel Hernández Communication Journal*, 16, 21-41. <https://doi.org/10.21134/qezfwg81>

Núñez-Domínguez, T., & Vera-Balanza, M. T. (2020). Directoras de cine argentinas y españolas. Una década re-creando imaginarios. *Cuadernos.Info*, 46, 96–128. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1459>

Observatorio iVoox (2003). III Informe anual del consumo y la creación de podcasts en español (2023). <https://bit.ly/4bvXpFJ>

Palomares, L. (2022). *Escritura y precariedad: un análisis con perspectiva de género* (Trabajo de Final de Máster). Universitat Oberta de Catalunya. <https://bit.ly/4i8W6AB>

Pedrero-Esteban, L. M. (2023). La consolidación del podcast en España: parámetros para el reconocimiento de una nueva industria cultural. *Cuadernos de Periodistas*, 46. <https://bit.ly/45Uja11>

Piñeiro-Otero, T. (2021). “Escúchanos, hermana”. Los podcasts como prácticas y canales de activismo feminista. *Revista Inclusiones*, 8, 231-54. <https://bit.ly/3PU1MTY>

Piñeiro-Otero, T. (2024). Ondas feministas: el uso del podcast para el acceso y activismo de género. *Revista In_Mujeres. Monografías feministas*, 3, 50-55. <https://bit.ly/4cP4iU4>

Rodríguez-Martelo, T., Maroto-González, I., & Fontenla-Pedreira, J. (2021). La brecha de género en los Oscar: análisis de los premios concedidos a mujeres entre el 2000 y el 2020. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 8(16), 51-71. <https://doi.org/10.24137/raeic.8.16.4>

Romanos, A. (2022). *Las mujeres en la literatura, lejos de la igualdad de género*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://bit.ly/4ib9qV9>

Rossiter, M. W. (1993). The Matthew Matilda Effect in Science. *Social Studies of Science*, 23(2), 325-341. <https://doi.org/10.1177/030631293023002004>

Rueda, M. (2022). Podcast con voz de mujer. iVoox. <https://bit.ly/4hcwEch>

Ruiz-Del-Olmo, F. J., & Hernández-Carrillo, C. (2021). La presencia de la mujer en los filmes galardonados a lo largo de las 20 ediciones del Festival de Málaga de Cine en Español. *Cadernos Pagu*, 62, e216212. <https://doi.org/10.1590/18094449202100620012>

Santana-Rodríguez, N. (2020). Género, gamers y videojuegos. Una aproximación desde el enfoque de género al consumo de videojuegos y la situación de las jugadoras en el sector. Cátedra Telefónica de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria. <https://bit.ly/3CRpmNe>

Torres-Martín, J.-L., Castro-Martínez, A., & Meliveo-Nogués, P. (2025). Producción cinematográfica española y brecha de género: Análisis del Festival de Cine de Málaga (1998-2024). *Revista Prisma Social*, 48, 178–202. <https://revistaprismasocial.es/article/view/5688>

Vila-Galán, C. (15 de julio de 2023). “Nosotras escuchamos a chicos, ¿por qué ellos no a nosotras?”: el problema del sesgo de género en el ‘podcast’. *El País*. <https://bit.ly/3TOOIjV>