

Transparencia voluntaria en la Universidad española: Estudio de la web en la efeméride del 8-Marzo, Día Internacional de las Mujeres¹

Anna Amorós-Pons

Universidade de Vigo

**Silvia Alende-Castro**

Universidade de Vigo

<https://dx.doi.org/10.5209/hics.105883>

XXXXXXXXXX • XXXXXX

ES Resumen. El estudio reflexiona sobre la transparencia institucional voluntaria o proactiva en la Universidad española a través del portal web. Se analiza la visibilidad informativa que ha tenido la conmemoración del *Día Internacional de las Mujeres* en el *website* de las Universidades el 8 de marzo de 2025. Se realiza un estudio comparativo entre universidades públicas y privadas, atendiendo a la presencia en su web de noticias específicas del tema, diferencias de matiz informativo y programación de actividades institucionales respaldadas por alguna entidad en materia de igualdad de género de la institución. Investigación de carácter exploratorio que opta por el análisis de contenido cualitativo y cuantitativo, abarcando la totalidad de las universidades españolas.

Palabras clave: transparencia voluntaria; Universidad; portal web; 8 Marzo-Día Internacional de las Mujeres; España.

ENG Voluntary Transparency in Spanish Universities: A Website Analysis on the Occasion of March 8th, International Women's Day

Abstract. The study reflects on voluntary or proactive institutional transparency in Spanish universities through their official websites. It analyzes the informational visibility given to the commemoration of International Women's Day on March 8, 2025, across university websites. A comparative study is conducted between public and private universities, focusing on the presence of topic-specific news, differences in the tone and scope of information, and the programming of institutional activities supported by gender equality units or offices within the institutions. This is an exploratory study employing both qualitative and quantitative content analysis, covering the entirety of Spanish universities.

Keywords: voluntary transparency; University; web portal; March 8-International Women's Day; Spain.

Sumario: 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Metodología. 4. Resultados. 4.1. Estudio de la difusión. 4.2. Tipo de formatos de difusión. 4.3. Estudio de la narrativa web. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Amorós-Pons, A. y Alende-Castro, S. (2025). Transparencia voluntaria en la Universidad española: Estudio de la web en la efeméride del 8-Marzo, Día Internacional de las Mujeres. *Historia y Comunicación Social* 30(2), 499-508.

1. Introducción

El acceso de la ciudadanía a la información ha cambiado en los últimos años, sobre todo debido a la evolución tecnológica. Como explica Guichot (2023a), se pueden vincular internet y la web con la exigencia de una mayor información a las administraciones y es la *eAdministración* la fase avanzada de la gestión administrativa telemática (Negroponte, 2000). El favorecer este acceso a la Administración digital establece una nueva

¹ El artículo está enmarcado en las líneas de investigación del Grupo PT1 (Salud, sexualidad y género) de la UVigo, donde se lleva a cabo el proyecto con ref. PID2023-148750OB-I00 (IP: M. Lameiras e Y. Rodríguez)

relación bidireccional (Araguás, 2012; Guichot, 2023b) entre Administración y ciudadanía, donde la transparencia (Blanes, 2022; Villoria *et al.*, 2023) afecta positivamente en la confianza.

Ante los distintos modelos de transparencia existentes, se entiende que esta es pasiva cuando el individuo solicita información a la Administración porque esta no está en acceso público y la institución se la facilita cumpliendo con la normativa legal ante tal requerimiento (Mabillard y Zumofen, 2016). Estos autores apelan también al concepto de transparencia activa, refiriéndose al acto de dar información para cumplir una obligación establecida por Ley, sin previa petición de solicitud por parte de la ciudadanía o de los sujetos interesados. La transparencia activa conlleva en algunos casos lo que algunos autores denominan transparencia proactiva (Darbshire, 2010; Fox, 2007), en el sentido de difundir información adicional de manera voluntaria por iniciativa de la propia institución y que puede ser útil para la sociedad, pero que no está sujeta a las obligaciones que establece el marco jurídico. En esta línea, se contempla la denominada transparencia voluntaria (Gil de la Fuente y Siso, 2024; Martín, 2017), la relacionada con la difusión proactiva de información por parte de un organismo aun cuando no tenga obligación de hacerlo. Se trata de una habilidad que se utiliza a nivel institucional en la Administración para difundir en medios accesibles (como son los portales web) información que no es de obligación por ley, pero que puede ser de interés o relevante, fomentando de este modo en la ciudadanía la idea de democratización del acceso a la información. En este sentido, los *websites* de las universidades son portales idóneos para incentivar en la comunidad académica temáticas de género y, en el caso de estudio que nos ocupa, promover socialmente desde la propia institución actos y actividades vinculadas a la efeméride del 8 de Marzo-Día Internacional de la Mujer. Y aunque esta denominación es correcta, en esta aportación se apuesta por utilizar el concepto de “Mujer” en plural, atendiendo a la variedad, a la diversidad y a las múltiples identidades de las mujeres. De este modo lo contemplan las campañas conmemorativas de este día en algunas universidades, como la Complutense de Madrid (UCM), la de Granada (UGR), Universitat de València (UV), de les Illes Balears (UIB), de Barcelona (UB), de Vigo (UVigo), de Valladolid (UVA), entre otras.

2. Estado de la cuestión

Cuando se aborda la transparencia en la Universidad del Estado español hay que tener en cuenta el marco jurídico en que se enmarca. En primer lugar, referenciar la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (BOE-A-2013-12887). También la propia Constitución española de 1978, en su artículo 20.1.d reconoce como un derecho el “comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión” (BOE-A-1978-31229). En este sentido, los portales web son canales de difusión de información de las decisiones y acciones del gobierno de la institución educativa. Al mismo tiempo como las universidades son administraciones sujetas también a la normativa de la propia Comunidad Autónoma a la que pertenecen, en base al marco legal que se establezca en su territorio, toman como referencia la norma estatal en materia de transparencia, la Ley 19/2013 (LTAIBG). Incluso la normativa actual que regula el sistema universitario español, la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo (BOE-A-2023-7500), en su artículo sobre rendición de cuentas, transparencia e integridad indica que “las universidades deberán contar con un portal de transparencia y garantizar el derecho de acceso a la información que consideren institucionalmente relevante” (art.39.3). Las Universidades contemplan el portal de transparencia como medio de acceder a la consulta de información relativa a la propia institución educativa. La cuestión de la transparencia institucional genera por un lado posibilidades, pero también disfunciones por la protección de datos personales (Díaz, 2023; Guichot, 2018). Ante esta situación la propia CRUE (Conferencia de Rectores y Rectoras de las Universidades Españolas) elaboraba, ante las demandas de privacidad de los sujetos implicados, una Guía de Buenas Prácticas en materia de transparencia y protección de datos personales (2019).

Desde la entrada en vigor de la Ley 19/2013 (LTAIBG), se hallan algunos estudios que abordan el nivel de transparencia en la Universidad española a través de sus portales-web, aunque el marco de análisis abarca solo a las instituciones de carácter público, abordando unas cincuenta universidades (Cousido, *et al.*, 2022: 34-40). También se encuentran contribuciones con una dimensión más internacional sobre la implementación de la transparencia en la Universidad (Barstow y Johnson, 2016: 58-59). Este estudio analiza comparativamente la Universidad española y la británica, en cuanto a la aplicación de la Ley de la Transparencia y la Ley de Acceso a la Información, respectivamente. Sus resultados centran la atención en que en ambos países podrían mejorarse los portales web que, aunque no son obligatorios por ley, sí contribuyen a facilitar la información institucional de una forma más rápida y fácil.

Antes de la aprobación en España de la Ley 19/2013, datan los informes realizados por la Fundación Compromiso y Transparencia (actualmente Fundación Haz). Desde su primer informe (Barrio y Martín, 2012) hace más de una década hasta la actualidad con la publicación del Informe-2024, el panorama sobre la transparencia de la Universidad española presenta datos que precisan ser mencionados. Según la Fundación Haz, a lo largo de estos doce años, las Universidades públicas siempre obtienen mejores resultados que las privadas en cuanto al nivel de transparencia en sus webs, donde “el 96 % de las universidades públicas son transparentes frente al 19 % de las privadas” (Fundación Haz, 2024).

En este último lustro, la plataforma Dyntra Universidades Españolas (DUE) ha realizado tres informes (2019, 2022, 2024) sobre la transparencia en la institución de enseñanza superior. En su último informe, de los setenta y siete centros analizados (cincuenta públicos y veintisiete privados), solo cinco universidades públicas –Burgos (UBU), Huelva (UHU), Murcia (UMU), Valladolid (UVA) y Zaragoza (UZA)– lideran la lista de transparencia institucional (DUE, 2024). Cabe destacar que en este periodo se han dado dos tendencias

muy significativas. Por un lado, una evolución en positivo en el nivel de transparencia conseguido en la Universidad española en general, pasando de un 46.82 % a un 54.21 %. Y, por otro, las universidades de titularidad pública destacan por encima del doble en este cumplimiento frente a los centros privados, con una media del 68.86 % frente a un 27,07 %. Al mismo tiempo el Informe-2024 indica que “existe una diferencia de más de 40 puntos porcentuales entre la media de transparencia de las universidades públicas y privadas” (Dyntra, 2024).

En este sentido, en el caso de la transparencia voluntaria de las universidades españolas, no todas las instituciones están obligadas a difundir determinadas temáticas ni a darle la misma visibilidad en sus portales web. De hecho, en el estudio realizado sobre la presencia de la Conmemoración del Día Internacional de las Mujeres en los *websites* se han detectado desde centros que han organizado una agenda de actividades para todo el mes de marzo hasta otros que, incluso con instancias de igualdad, no hicieron referencia al 8-M, ni abordaron noticias vinculantes con la efeméride, tal como se apunta más adelante en los resultados del estudio.

3. Metodología

Con relación a la transparencia de las universidades españolas en sus *websites* se plantea una cuestión de fondo que ha sido el punto de arranque del estudio: ¿qué visibilidad y presencia informativa ha tenido la conmemoración del Día Internacional de las Mujeres este año 2025 en los portales de las Universidades de España el día 8 de marzo? Una pregunta simple en su planteamiento, pero que directamente se bifurca generando otros interrogantes. En el caso de que la respuesta sea negativa se plantean cuestiones como ¿qué universidades no han contemplado informativamente esta conmemoración?, ¿qué tipo de centros son?, ¿si disponen administrativamente de instancias de igualdad de género, de planes de igualdad o de órganos de gobierno específicos?, etc. Por su parte, una respuesta afirmativa genera interpelaciones como ¿ha sido noticia indistintamente si se trata de una universidad pública o de una privada?, ¿hay diferencias de matiz informativo entre ellas?, ¿qué tipo de calidad informativa y presencia visual ha tenido la noticia?, ¿ha sido información de acceso fácil para la comunidad universitaria y para la sociedad en general?, ¿está respaldada la información por alguna instancia de igualdad de la propia institución académica?, etc. Para abordar estas cuestiones se centra el objeto de estudio en el análisis de los portales de las distintas universidades públicas y privadas del Estado español, con motivo de la efeméride “8-Marzo, Día Internacional de las Mujeres”.

La metodología aplicada para llevar a cabo el estudio es doble y está interrelacionada, basada en la investigación exploratoria (Creswell, 2015; Igartua y Humanes, 2014; Vilches *et al.*, 2011). Por un lado, se lleva a cabo una revisión de la literatura sobre el tema de la transparencia (Wimmer y Dominick, 1996). El material bibliográfico consultado se ha realizado gracias a una búsqueda exhaustiva de fuentes de consulta de diferente naturaleza (monografías especializadas, artículos científicos, informes de especialistas, hemerografía, etc.), en distintas redes y bases de datos bibliográficos en el ámbito de las Ciencias Sociales y de la Comunicación Social (ResearchGate, Academic Search, Dialnet, Redalyc, Scopus, Web of Science, etc.), repositorios (Rebium, Zenodo, etc.) y en distintos buscadores (Google Académico, WorldWideScience, etc.). En el proceso de rastreo de información se utilizaron criterios de palabras claves que se combinaron entre ellas (transparencia en Administración, Universidad, 8-Marzo, Día Internacional de la(s) Mujer(es), unidad de igualdad de género, etc.). La documentación recopilada se selecciona y se cataloga temáticamente (8-Marzo/noticia del día en la Universidad, Día Internacional de la(s) Mujer(es)/agenda universidad, 8-M/Universidad-banner, etc.).

Por otro lado, se realiza una observación exploratoria de sus *websites*, donde se recopila información de cada Universidad de manera individual, para saber si existe por parte de la institución académica transparencia de cara a evidenciar en su web noticias sobre el Día Internacional de las Mujeres, utilizando para ello tres referencias: i) la presencia en su portal de noticia y/o imagen específica sobre dicha conmemoración; ii) la programación de una agenda de actividades o actos enmarcados dentro de esta celebración; y iii) la existencia en la Universidad de alguna entidad, órgano o servicio específico en materia de Igualdad de Género. Previamente se elaboraron unas fichas metodológicas: Ficha 1. *Identificación del centro* (recopila información de la Universidad, ubicación, titularidad, instancias y políticas de igualdad de género, etc.); Ficha 2. *Difusión informativa y formatos* (recopila información del *website* del tipo de noticias, publicidad, imágenes, etc. sobre el tema de estudio) y Ficha 3. *Contenido informativo* (hace referencia a la narrativa web sobre la efeméride en sus portales). Estas albergaban distintos indicadores cada una que se han estructurado en seis dimensiones configurando la ficha metodológica general para el análisis del estudio (Tabla 1): 1. Identificación del centro; 2. Organismos de igualdad o instancias similares; 3. Política de igualdad de género; 4. Difusión informativa; 5. Tipo de formatos; 6. Narrativa web. Esto permite evaluar con precisión la información institucional de las distintas universidades de España en sus portales web, con respecto a la temática de la conmemoración de la efeméride 8-M, Día Internacional de las Mujeres del año 2025.

Tabla 1. Ficha metodológica general del estudio

1.IDENTIFICACIÓN DEL CENTRO
Universidad / Comunidad Autónoma, Ciudad / URL, contacto / Tipo de centro: público, privado (concordataria, cooperativa, sociedad mercantil, fondos de inversión, etc.)
2.ORGANISMOS DE IGUALDAD DE GÉNERO O INSTANCIAS SIMILARES
Vicerrectorado / Dirección / Servicio / Unidad / Oficina
3.POLÍTICAS DE IGUALDAD DE GÉNERO
Planes de Igualdad / Protocolo de prevención / Punto lila
4.DIFUSIÓN INFORMATIVA
Universidad Pública / Universidad Privada
5.TIPO DE FORMATOS (WEBSITE)
Difusión en banner, noticia principal del día y agenda / imagen (cartel, fotografía, vídeo, <i>giff</i>)
Difusión en banner y noticia principal del día / imagen (cartel, fotografía, vídeo, <i>giff</i>)
Difusión en banner y agenda / imagen (cartel, fotografía, vídeo, <i>giff</i>)
Difusión en banner / imagen (cartel, fotografía, vídeo, <i>giff</i>)
Difusión en noticia del día y agenda / imagen (cartel, fotografía, vídeo, <i>giff</i>)
Difusión en noticia del día / imagen (cartel, fotografía, vídeo, <i>giff</i>)
Difusión en agenda / imagen (cartel, fotografía, vídeo, <i>giff</i>)
6.CONTENIDO INFORMATIVO (NARRATIVA WEB)
Mujer e igualdad
Innovación, tecnología e investigación
Institucional y vida universitaria
Oferta académica
Deportes y otras temáticas

Elaboración propia

Una vez realizado el análisis, con los datos obtenidos y la documentación recopilada se plantea como hipótesis de investigación que, en la transparencia voluntaria de las universidades a través de sus *websites* aún existe brecha de visibilidad entre universidades públicas y universidades privadas, con respecto a la información dada sobre la celebración del 8-M, Día Internacional de las Mujeres. Además de la hipótesis, se proponen los siguientes objetivos específicos (OE):

- **OE1.** Presentar un estudio con visión panorámica sobre la transparencia voluntaria o proactiva de la Universidad española en referencia a la información publicada en sus portales sobre la celebración del “8-Marzo”.
- **OE2.** Analizar comparativamente entre universidades públicas y privadas en España la visibilidad informativa de esta efeméride en sus *websites*.
- **OE3.** Identificar las diferencias de matiz informativo (formato de difusión, narrativa web) entre las universidades en la perceptibilidad del “8-Marzo”.
- **OE4.** Determinar la existencia de entidades o servicios específicos en materia de igualdad de género en el sí de la Universidad española.

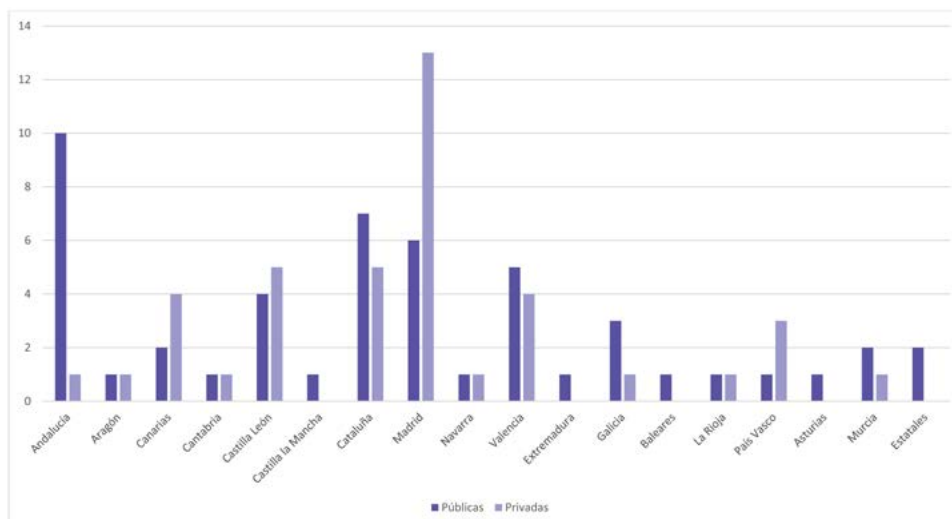
Como método de investigación se opta por el análisis de contenido de tipo cualitativo y cuantitativo (Berger, 1998; Sierra, 1983), pues permite analizar documentos diferentes (textos/noticias, imágenes fijas/cartel/foto, imágenes en movimiento/vídeos/*giff*, etc.) para identificar temas, patrones o tendencias. Los datos recopilados se tratan con el *software* Microsoft Excel, por ser una herramienta avanzada de visualización y diagnosis que facilita la labor comparativa entre las distintas universidades españolas sobre el caso de estudio que se aborda. El día para ejecutar el análisis de los *websites* es la propia jornada de la efeméride, 8 de marzo de 2025. El marco del estudio abarca la totalidad de las universidades españolas públicas y privadas que son noventa y una, cincuenta públicas y cuarenta y una privadas. Para ello se toma como fuentes de referencia el listado de la CRUE y del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

4. Resultados

El Sistema Universitario en España está configurado por universidades públicas y privadas (Rubiralta, 2022). Dentro de esta última hay modalidades de naturaleza distinta (concordatarias, sociedades mercantiles, fondos de inversión, etc.). En total hay noventa y una (Ministerio, 2025; CRUE, 2025), cincuenta públicas y cuarenta y una privadas², distribuidas por las distintas Comunidades Autónomas. En cuatro de ellas —Castilla La Mancha, Baleares, Asturias y Extremadura— solo hay centros públicos (Gráfico 1).

² Estos datos corresponden al periodo de realización del estudio (enero-marzo de 2025).

Gráfico 1. Universidades públicas y privadas en España



Elaboración propia

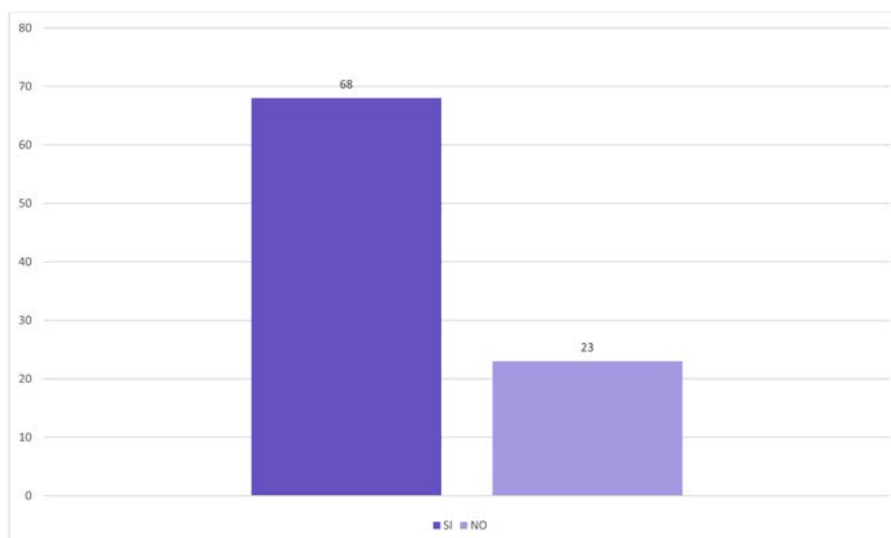
4.1. Estudio de la difusión

Para dar respuesta a la cuestión que se planteaba en esta investigación sobre la visibilidad y presencia informativa de la conmemoración del 8-Marzo (8-M), en los portales web de las Universidades de España, se ha analizado el tipo de difusión realizada por las distintas instituciones. A través del estudio de sus *websites*, se ha llevado a cabo un análisis de contenido de las publicaciones realizadas con el objetivo de evaluar su alcance y relevancia comunicativa. Como difusión se entiende aquel procedimiento que tiene por objeto publicar y dar mayor visibilidad en los portales-web (Torres y Delgado, 2009) a contenidos publicados. A través de este proceso, es posible identificar patrones en la difusión de la información.

En este sentido, del análisis efectuado sobre los *websites* se desprende que, de las noventa y una universidades españolas, en un total de sesenta y ocho se han localizado referencias en sus portales al 8-Marzo, mientras que en otras veinte y tres no se ha localizado en el momento del análisis contenido específico en las portadas de las webs (Gráfico 2). Estas son San Jorge (USJ), Europea de Canarias (UEC), de las Hespérides, de Cantabria (UCN), IE University, Europea Miguel de Cervantes (UEMC), Abat Oliba (UAO), Camilo José Cela (UCJC), Francisco de Vitoria (UFV), Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), ESIC Universidad, Internacional Villanueva (IV), CUNEF Universidad, Internacional de la Empresa (UNIE), de Diseño, Innovación y Tecnología (UDIT), Católica de Valencia (UCV), Internacional Valenciana (VIU), Europea de Valencia, Intercontinental de la Empresa (UIE), Internacional de La Rioja (UNIR), Mondragón (UMON), Euneiz y Católica San Antonio (UCAM).

En términos porcentuales, la difusión de esta efeméride representa un 75 % frente a un 25 % de ausencia. Por tanto, en tres de cada cuatro centros analizados se puede observar un ejercicio voluntario de informar y difundir contenidos sobre la celebración del 8-M. Una práctica que se relaciona con la calidad, el compromiso o la confianza de la comunidad educativa (Gil de la Fuente y Siso, 2024).

Gráfico 2. Visibilidad del 8-M en la Universidad española

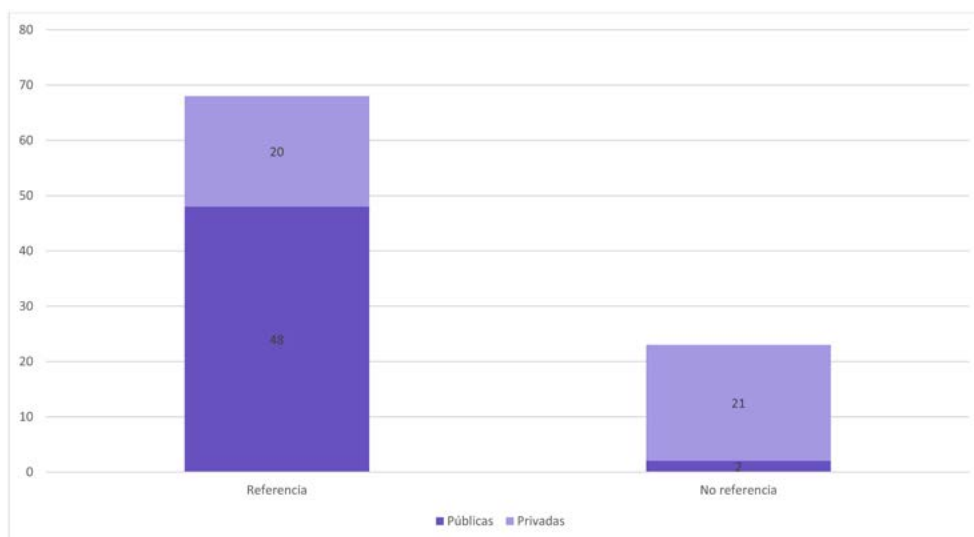


Elaboración propia

En cuanto a qué tipo de universidades han contemplado informativamente esta conmemoración, el estudio se ha detenido en el análisis en relación con su titularidad. De las sesenta y ocho universidades que han realizado menciones, cuarenta y ocho son de carácter público y veinte de propiedad privada. Por su parte, de los veintitrés centros en que no se localizaron visualmente referencias a esta jornada en el día del análisis, dos son públicas, Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) y Universidad de Cantabria (UCN), y veintiuna privadas, Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC), Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) o la Universidad Católica San Antonio (UCAM), entre otras.

En el estudio se observa que la difusión de esta jornada de carácter internacional dedicada a las mujeres tiene mayor peso en centros de carácter público (Gráfico 3). En cuanto a los privados, son más las instituciones que descartaron contemplar contenidos referentes al 8-M que las que optaron por hacerlo.

Gráfico 3. Referencia al 8-M según titularidad de la Universidad



Elaboración propia

En un segundo nivel de análisis, se ha considerado de interés valorar si el tipo de difusión informativa sobre este día se puede relacionar con la existencia —o no— de servicios específicos de igualdad en las universidades. Teniendo en cuenta que la aprobación de la Ley Orgánica 3/2007 (BOE-A-2007-6115) y las posteriores normativas derivadas de la misma han tenido gran importancia en la institucionalización de las políticas de igualdad en la ciencia y la academia española (Pastor *et al.*, 2020).

Desde este enfoque, se ha analizado si las distintas universidades disponían de instancias de atención a la igualdad o de órganos de gobierno específicos en esta materia. En el estudio se detecta que en quince (de las 91 totales) universidades no se ha identificado visualmente ninguna instancia administrativa específica o referida a la atención a la Igualdad, independientemente de que exista alguien que pueda asumir esas competencias sin evidenciarse pública y claramente en su web. Este es el caso de las universidades Europea de Canarias (UEC) —que sin embargo ofrece un Máster en Violencia de Género y Políticas de Igualdad—, de las Hesperides, Europea de Madrid (UEM), Menéndez Pelayo (UIMP), CUNEF Universidad, Internacional de la Empresa (UNIE), la de Diseño, Innovación y Tecnología (UDIT), la Católica de Valencia (UCV), IE University, Europea de Valencia, Internacional de Valencia (VIU) —que también oferta un Máster en Violencia de Género y acreditación como agente de igualdad—, la Intercontinental de la Empresa (UIE), Internacional de La Rioja (UNIR), Euneiz y la Católica San Antonio (UCAM). Se evidencia que en algunos de estos centros se organizan cursos de formación, posgrados y actos donde referencian la diversidad y el género y donde se da información sobre el protocolo contra el acoso.

Sin embargo, hay universidades donde es muy visible la presencia de la Igualdad en los cargos del equipo de gobierno de la institución, pues hay vicerrectorías en cuyo enunciado se contempla la palabra “Igualdad”, lo que implica una apuesta significativa por parte de la institución académica en destacar esta instancia. Nos referimos, por ejemplo, a la Universidad de Alicante (UA), de Valencia (UV), Jaume I (UJI), Illes Balears (UIB), Lleida (UDL), Politècnica de Catalunya (UPC), de Salamanca (USAL), de León (ULE), de Córdoba (UCO), de Granada (UGR), de Málaga (UMA), de Sevilla (US), Carlos III (UCAR), entre otras; y de esta instancia superior se bifurca a áreas o unidades administrativas con cargos de personas responsables.

Se da la circunstancia que en algunas universidades la dependencia del servicio de Igualdad está visible en la portada de la web como acceso directo, como es en la Universitat de Barcelona (UB), en la Oberta de Catalunya (UOC), en la Autònoma de Barcelona (UAB), etc.

En otras universidades el organismo de atención a la igualdad está vinculado a la Rectoría, a través de las Comisiones de Igualdad que preside el máximo representante de la Universidad, el rector/a; por ejemplo, es el caso en la UVigo. Incluso se da la situación de que en algunas existe la figura de la persona delegada del rector/a para esta función, como en la Universidad de Valladolid (UVA), de Girona (UDG), Complutense de Madrid (UCM), la de Castilla La Mancha (UCLM), entre otras.

Bajo el paraguas enunciativo de “Responsabilidad Social o Compromiso Social” es donde se ubican las instancias de Igualdad en la mayoría de las universidades, al igual que su ubicación administrativa está también como Servicios de la Universidad (Unidades, Oficinas de atención). En esta categoría, a modo de ejemplo, se hayan la de la Universidad de Zaragoza (UZA), la de Cantabria (UCN), Europea del Atlántico (UNEATLANTICO), la de Burgos (UBU), etc.

En otros centros la dependencia administrativa de “Igualdad” se incorpora junto a la de Diversidad, Bienestar, Inclusión, Apoyo educativo, albergando asuntos de atención más diversos. Aquí encontramos la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT), La Rioja (UR), Cardenal Herrera-CEU (UCH), Politècnica de València (UPV), Universidad de Vic (UVIC), Rovira i Virgili (URV), Autònoma de Barcelona (UAB), Isabel I (UII), Fernando Pessoa de Canarias (UFPC), Católica Santa Teresa de Jesús de Ávila (UCAV), Castilla La Mancha (UCLM), Politécnica de Madrid (UPM), entre otras.

En la mayoría de las universidades, las instancias de igualdad tienen personal a su cargo (una persona directora, coordinadora, técnicos) y está identificada. Y normalmente esta figura recae en mujeres, pero también se ha detectado que en esta responsabilidad hay hombres; es el caso, por ejemplo, de Fernando Pessoa de Canarias (UFP-C) o Isabel I de Castilla (UII). Aunque también se dan situaciones aisladas, de que en este servicio no aparezca visible en su web una persona identificada en el cargo, siendo el contacto de forma más impersonal, a través de correo electrónico o cumplimentando un formulario, como en la Universitat Ramon Llull (URLL), la Pontificia de Salamanca (UPSA), la de Jaén (UJA), entre otras.

También se da el caso de que aún sin detectarse estos servicios sí se hayan difundido contenidos relativos al 8-M. Por ejemplo, en la Universidad Europea de Madrid (UEM) a través de la publicación de una noticia de cobertura de una ponencia en la que se destaca la igualdad de género en relación con la salud.

Por tanto, se puede ver que esta cuestión no parece tener repercusión directa en la existencia o ausencia de difusión de contenidos sobre el 8-M. Esto refrenda la tesis de estudios anteriores (Pastor *et al.*, 2020) pues, una década después del impulso de políticas de igualdad, estas iniciativas presentan todavía limitaciones y muestran resistencias a un cambio estructural e institucional acorde con la igualdad.

4.2. Tipo de formatos de difusión

Conocidos los parámetros relacionados con la presencia cuantitativa de contenidos sobre el 8-M en los *websites* de las universidades españolas, se plantea el estudio cualitativo de esta difusión para conocer el modo de presentación de los contenidos (Rodríguez *et al.*, 2010). A través del análisis, se da respuesta a cuestiones sobre si el 8-M ha sido noticia indistintamente si se trata de una universidad pública o de una privada, si ha habido diferencias de matiz informativo entre ellas, o bien qué tipo de calidad informativa y presencia visual ha tenido la noticia, o si ha sido información de acceso fácil. Pues bien, con esta intención cabe señalar en primer lugar que se han localizado un total de siete tipologías de publicación distintas. Esta importante variedad demuestra que la estructuración de una web implica capacidad de organización y sistematización de información (Gil de la Fuente y Siso, 2024), de modo que su presentación sea adecuada, comprensible y accesible al usuario.

Así, atendiendo al formato “difusión en *banner*, noticia principal del día y agenda” se aprecia la presencia de contenidos sobre el 8-M en *banners* estáticos o en movimiento (denominados avisos digitales según Camusso, 2010) en la parte superior y principal de la web, así como en noticias principales del día y además en la agenda. En segundo lugar, la opción del formato “difusión en *banner* y noticia principal del día” permite la presencia de contenidos en *banners* estáticos/ movimiento en la parte superior/principal de la página y en noticias principales del día, excluyendo la agenda. Por su parte, la “difusión en *banner* y agenda” constata la presencia de contenidos en *banners* estáticos/o en movimiento en la parte superior y en agenda, pero no como noticia del día. A continuación, la “difusión en *banner*” supone la presencia de contenidos estáticos/ movimiento en este formato en la parte superior/principal de la web, pero no en noticias destacadas ni agenda. En el caso de la “difusión en noticia del día y agenda” se observa la presencia de contenidos como noticia principal del día y agenda. Finalmente, la “difusión en agenda” hace referencia a la presencia de contenidos únicamente en agenda.

Entre las fórmulas de difusión, la más habitual es aquella donde las universidades que publican contenido sobre el 8-M optan por incluirlo en los distintos formatos analizados. El formato “*banner* principal, noticia del día y agenda” se utiliza en casi un tercio de los casos, por ejemplo, en la Universidad de Málaga (UMA), Universidad Politécnica de Cartagena (UPCA) o Universidade da Coruña (UDC). En algo más de un cuarto de los casos, la difusión sobre el 8-M se realiza solo como “noticia del día”, pero no se encuentra ni en *banner* ni en agenda. Es el caso de la Universidad Autónoma de Madrid, Alfonso X El Sabio —en la sección general de noticias— o la Universidad Antonio de Nebrija con un especial sobre la efeméride. En otras universidades, el contenido relativo al 8-M está presente solo en el formato “agenda” de actividades (lectura del manifiesto, mesa redonda, baile, proyección fílmica, teatro, etc.) como es el caso de la Universidad de La Rioja (UR) o la Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA), por ejemplo,

Y con menor frecuencia se encuentran otros formatos de difusión como “*banner* y noticia del día”, tal y como muestra la Universidad de Cádiz (UCA), por ejemplo. Hay centros que optan por incorporarlo a la “agenda” pero situándolo también como “noticia del día”, como sucede con la Universidad de Alcalá (UAH) o la de Miguel Hernández de Elche (UMH); o como “*banner* y agenda” que sería el caso de la Universidad de las Islas Baleares (UIB); o bien únicamente a través de “*banner*” como, por ejemplo, la Universidad de Navarra (UN).

4.3. Estudio de la narrativa web

Además de conocer la presencia cuantitativa del 8-M en las webs universitarias, ha sido de interés analizar el tipo de contenido narrativo ofrecido a través de los *websites* de las universidades en el Día Internacional de las Mujeres-2025. Para ello, se categorizaron las temáticas presentes en los portales y del análisis se desprende la existencia de distintos bloques temáticos comunes. En el caso de “mujer e igualdad”, se encuadran contenidos específicos sobre igualdad de género (planes igualitarios, manifiestos sobre el 8-M, divulgación feminista, integración o convivencia, mujeres de éxito en cada entidad, valores o brecha de género, entre otros), tal y como se ha comentado anteriormente.

En el caso de la temática “Innovación, tecnología e investigación” se hace referencia a contenidos relativos a avances en el campo de la ciencia y de la transferencia de conocimiento, discursos que se han observado por ejemplo en las universidades de Jaén (UJA) o la de Málaga (UMA). Son casos en los que destacan avances en distintas disciplinas (empresa, medicina o salud, entre otras).

En el encuadre “Institucional y vida universitaria” se sitúan contenidos relativos a la actividad institucional, social o cultural, como ocurre en la Universidad de Alcalá (UAH). Hay también contenidos relativos a la oferta de titulaciones, así como de información dirigida al potencial alumnado, caso es el caso de las universidades de Loyola de Andalucía (ULA) y la de Las Palmas de Gran Canaria (UPGC), entre otras. Se trata de publicaciones sobre el acceso a la Universidad, contenido de utilidad sobre fechas o pruebas de exámenes, oferta y promoción de los distintos grados, másteres, cursos o programas de doctorado existentes. Finalmente, también se han categorizado contenidos en “deporte y otras temáticas”, por ejemplo, en la Universidad Fernando Pessoa-Canarias (UFPC).

5. Conclusiones

En esta última década ha habido una evolución en positivo en el nivel de transparencia conseguido en la Universidad española, donde se ha incrementado el grado de transparencia en su portal-web, siendo los centros de titularidad pública los que destacan por encima del doble frente a los centros privados. En cuanto a la transparencia voluntaria referida a la información sobre la efeméride del 8M-Día Internacional de las Mujeres 2025 en los *websites* de las universidades españolas, los resultados del estudio apuntan a las siguientes conclusiones.

En relación con la difusión de contenidos sobre el 8-M, se puede afirmar que la Universidad española concede una importante visibilidad a esta efeméride en su web, el 75 % de los centros (68 de 91) incluye alguna mención, lo que supone un grado considerable de compromiso institucional con la conmemoración de este día. Sin embargo, esta presencia es desigual entre universidades, pues un 25 % (23 centros) no muestran ninguna mención claramente visible. Esto evidencia una disparidad significativa en la visibilidad institucional del evento y en la sensibilidad o prioridad que se le otorga.

En lo relativo a esta visibilidad, se demuestra que hay una mayor implicación por parte de las universidades públicas (48 de 68), lo que sugiere un mayor compromiso institucional y un ejercicio voluntario de transparencia. Asimismo, las universidades en las que no se detecta esta difusión son en su una amplia mayoría privadas (21 de 23). Este dato apunta a una sensibilización institucional distinta en lo relativo a difundir contenidos sobre mujer o temas sobre igualdad de género.

Por otra parte, el hecho de que en quince universidades no se hayan detectado visiblemente en sus *website* instancias específicas de igualdad podría vincularse con una baja consideración, que aún parece persistir, a informar claramente de la existencia de estas áreas administrativas que son necesarias en la Universidad. En este sentido, se ha podido comprobar que la existencia o no de servicios de igualdad parece no tener repercusión directa en la difusión o ausencia de contenidos relativos al 8-M. Ahora bien, esto nos plantea una cuestión ¿puede significar que las diversas políticas de igualdad presentan todavía límites o reticencias a un verdadero cambio estructural e institucional acorde con la igualdad?

Por otra parte, se detectan diferencias notables en la manera en que los contenidos se distribuyen en las webs de las universidades, con una estructura que implica tanto *banners* estáticos o en movimiento como noticias del día y agenda. Destacan varias combinaciones, mostrando patrones y preferencias de difusión de contenido. La combinación más frecuente incluye el uso de un “*banner* principal, una noticia destacada del día y una mención en la agenda”, lo que implica un esfuerzo por integrar la información de forma visible y notable en distintas secciones de la web. El posicionar la información de esta manera puede relacionarse con un intento de hacer asequible y fácilmente conocido los contenidos sobre la citada efeméride.

Ahora bien, a pesar de esto, también se identifican otros patrones, como la difusión solo a través de “noticias del día”, en “*banner* y agenda” o solo en la “agenda”, dependiendo de cada Universidad. Esto puede relacionarse con la ausencia de unos parámetros de publicación claros o constantes para la difusión de este tipo de contenidos.

Finalmente, se observa la existencia de bloques temáticos comunes que integran la narrativa web de las universidades españolas. La difusión del 8-M se encuadra en un discurso digital en el que es notable la presencia de otros contenidos relativos a mujer e igualdad (pioneras en investigación, innovación, premios, etc.), combinados con otros bloques temáticos de información (oferta académica, publicaciones, puertas abiertas, etc.).

Para concluir, la ausencia de menciones al Día Internacional de las Mujeres en un cuarto de los portales sugiere la necesidad de una mayor implicación institucional en promover estrategias integrales de comunicación en el ámbito interno universitario. Pero, también esta no referencia pública a la efeméride nos plantea otra cuestión de fondo más sensible y es si esa falta de campañas puede ir en detrimento de la igualdad a nivel interno en sus centros.

Evidentemente es necesario reforzar el papel de la Universidad como agente de cambio social en materia de igualdad de género, para fomentar y favorecer —no solo en el ámbito académico sino también de cara a la sociedad— la difusión pública y efectiva de contenidos sobre temáticas reivindicativas que son connaturales y de esencia en la Conmemoración del 8-M, Día Internacional de las Mujeres.

6. Referencias bibliográficas

- Araguás Galcerás, Irene (2012). La Administración electrónica en España: de la «administración en papel» a la «e-administración». En: *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política*, vol. 3, n.º 2, pp. 109-139. <https://doi.org/10.7770/rchdcp-V3N2-art425>
- Barrio, Esther y Martín Cavanna, Javier (2012). *Examen de transparencia Informe de transparencia en la web de las universidades españolas 2012*, Madrid: Fundación Compromiso y Transparencia.
- Blanes Climent, Miguel Ángel. (2022). La confianza en las instituciones públicas. En: *Revista Española de la Transparencia*, n.º 14, pp. 17-24. <https://doi.org/10.51915/ret.218>
- Barstow, Robyn y Johnson, Adam (2016): Transparencia en la universidad: una oportunidad para liderar. Los casos de Inglaterra y España. En: *Derecom*, n.º 20, pp. 47-59.
- Berger, Arthur A. (1998). *Media research techniques*, Sage. <https://doi.org/10.4135/9781452243160>
- Camusso, Mariángeles (2010). El discreto encanto de la interfaz publicitaria. En: *La Trama de la Comunicación*, n.º 14, pp. 177-191. <https://doi.org/10.35305/lt.v14i0.14>
- Cousido-González, María-Pilar; Said-Hung, Elias; Moreno-Muñoz, Ignacio (2022). La transparencia en las universidades españolas. A 7 años de la Ley 19/2013. En: *Ius et Praxis* vol. 28, n.º 2, pp. 25-43. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122022000200025>
- Creswell, John W. (2015). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, Londres: Pearson.
- Díaz Lima, David (2023). Transparencia y protección de datos personales en el ámbito universitario ¿avance o retroceso? En: *Revista española de la transparencia* n.º 17 (Extra), pp. 201-224. <https://doi.org/10.51915/ret.311>
- Fox, Jonathan A. (2007). The uncertain relationship between transparency and accountability. En: *Development in Practice*, vol. 17, n.º 4-5, pp. 663-671. <https://doi.org/10.1080/09614520701469955>
- Gil de la Fuente, Sara y Siso Calvo, Brenda (2024). Transparencia y difusión digital de la información en el sector educativo. En: *IBERSID: Revista de Sistemas de Información y Documentación*, vol. 18, n.º 2, pp. 46-64. <https://doi.org/10.54886/ibersid.v18i2.4982>
- Guichot Reina, Emilio (2018). Transparencia y protección de datos en las universidades públicas. En: *Revista española de derecho administrativo*, vol. 193, pp. 85-126.
- (2023a). *El acceso a la información pública en el derecho europeo*, Valencia: Tirant Lo Blanch.
- (2023b). La naturaleza del derecho de acceso a la información pública. En: *Revista Española de la Transparencia*, n.º 18, pp. 17-49. <https://doi.org/10.51915/ret.331>
- Martín Cavanna, Javier (2017). Cómo incentivar la transparencia voluntaria por medio de instituciones independientes. En Troncoso Reigada, A. (dir.) (2017). *Comentario a la ley de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*. Madrid: Civitas, pp. 408-439.
- Mabillard, Vicent y Zumofen, Raphael (2016). The complex relationship between transparency and accountability: a synthesis and contribution to existing frameworks. En: *Public Policy and Administration*, vol. 32, n.º 2, pp. 110-129. <https://doi.org/10.1177/095207671665365>
- Negroponte, Nicholas (2000). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.
- Pastor Gosálbez, Inma; Acosta Sarmiento, Ana; Torres Coronas, Teresa y Calvo Merino, Marta (2020). Los planes de igualdad en las universidades españolas. Situación actual y retos de futuro. En: *Educación XX1*, vol. 23, n.º 1, pp. 147-172. <https://doi.org/10.5944/educxx1.23873>
- Rodríguez Martínez, Ruht; Codina, Lluís y Pedraza Jiménez, Rafael. (2010). Cibermedios y web 2.0: modelo de análisis y resultados de aplicación. En: *Profesional de la Información*, vol. 19, n.º 1, pp. 35-44. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.ene.05>
- Rubiralta, Màrius. (2022). *Del nacimiento de la Universidad de Cantabria a la consolidación del Sistema Universitario Español (1972-2022)*. Vol. 42. Cantabria: Ediciones Universidad de Cantabria.
- Sierra Bravo, Restituto (1983). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Torres Salinas, Daniel y Delgado López Cózar, Emilio (2009). Estrategia para mejorar la difusión de los resultados de investigación con la Web 2.0. En: *Profesional de la Información*, vol. 18, n.º 5, pp. 534-539. <https://doi.org/10.3145/epi.2009.sep.07>
- Vilches, Lorenzo; del Río, Olga; Simelio, Núria; Soler, Pere; Velázquez, Teresa (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Villoria, Manuel; Cerrillo i Martínez, Agustí y Ponce-Solé, Juli (2023). Implementation of the transparency laws in Catalonia. En: *Profesional de la Información*, vol. 32, n.º 1, pp.1-20. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.08>
- Wimmer, Roger D. y Dominik, Joseph R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una Introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

Referencias en línea

- BOE-A-1978-31229. Constitución Española, *Boletín Oficial del Estado*, n.º 311, 29/XII/1978. <https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/1/con> (Consulta, marzo 2025)
- BOE-A-2007-6115. Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, *Boletín Oficial del Estado*, n.º 71, 23/III/2007, pp. 12611-12645. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2007/03/22/3/con> (Consulta: marzo, 2025)

- BOE-A-2013-12887. Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, *Boletín Oficial del Estado*, n.º 295, 10/XII/2013, pp. 97922-97952. <https://www.boe.es/eli/es/l/2013/12/09/19/con> (Consulta: marzo, 2025)
- BOE-A-2023-7500. Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario. *Boletín Oficial del Estado*, n.º 70, 23/III/2023. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2023/03/22/2/con> (Consulta: marzo, 2025)
- CRUE (2019). Guía de Buenas Prácticas en materia de transparencia y protección de datos personales. <https://www.crue.org/listado-publicaciones/> (Consulta: febrero, 2025)
- (2025). Crue Universidades Españolas. <https://www.crue.org/universidades/> (Consulta: enero, 2025)
- Darbishire, Helen (2010). Proactive transparency: the future of the right to information? *The World Bank*. <https://hdl.handle.net/10986/25031> (Consulta: febrero, 2025)
- DUE (2024). III Informe Dyntra. Transparencia de las Universidades españolas 2024. *Dyntra Communication-HUB*. <https://comunicacion.dyntra.org/informe/informe-universidades-espanolas-2024/#more-32246> (Consulta: febrero, 2025)
- Dyntra (2024). ¿Cuál es el nivel de transparencia de las universidades españolas? <https://comunicacion.dyntra.org/noticia/cual-es-el-nivel-de-transparencia-de-las-universidades-espanolas/> (Consulta: febrero, 2025)
- Fundación Haz (2024). Examen de transparencia 2024. Informe de transparencia y buen gobierno de las universidades españolas. En: *Revista Haz*, 28-11-24. <https://www.hazfundacion.org/informes/informe-transparencia-buen-gobierno-2024-universidades-espanolas> (Consulta: febrero, 2025)
- Igartua, Juan J. y Humanes, María L. (2014). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. Aula abierta, Lecciones básicas. *Portal de la Comunicación-UAB/ INCOM*. <https://www.researchgate.net/publication/237584442> (Consulta: marzo, 2025)
- Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (2025). Listado de Universidades. <https://www.ciencia.gob.es/> (Consulta: enero, 2025)