

---

# Transparencia y difusión digital de la información en el sector educativo: análisis de la publicidad activa y voluntaria en institutos de secundaria de Zaragoza

*Transparency and digital dissemination of information in the education sector: analysis of active and voluntary disclosure in secondary schools in Zaragoza*

---

Sara GIL DE LA FUENTE (1), Brenda SISO-CALVO (2)

(1) Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Zaragoza, España, saragildf@gmail.com. (2) Departamento de Ciencias de la Documentación e Historia de la Ciencia, Universidad de Zaragoza, España, Grupo de investigación IDEA Lab, bsiso@unizar.es

## Resumen

El principal objetivo de esta investigación es determinar el grado de transparencia de diez Institutos de Educación Secundaria (IES) públicos ubicados en Zaragoza capital mediante la evaluación de dos aspectos esenciales: la publicidad activa y voluntaria en sus páginas web corporativas, así como el propio soporte web que se utiliza para difundir la información. La metodología se desarrolla a partir de la creación de un mapa de publicidad activa y voluntaria compuesto por 34 indicadores, 16 relativos a las obligaciones previstas en la normativa (indicadores generales) y 18 de carácter educativo (indicadores específicos). También se generó una rúbrica con criterios de valoración para analizar características adicionales de la información publicada (forma, datación, accesibilidad y claridad), así como del soporte web (accesibilidad web y móvil, lugar de publicación y estructura). Los principales resultados revelan la poca información que se puede localizar a través de las webs de centro y que dichos soportes web no facilitan la búsqueda y localización de la información. Se concluye que los centros educativos todavía se encuentran en una fase inicial de adaptación y las propuestas de mejora deben ir dirigidas inicialmente a la publicación de diversos tipos de información atendiendo tanto a la cantidad como a la calidad de los contenidos.

**Palabras clave:** Transparencia. Publicidad activa. Difusión digital de información. Sector educativo. Educación secundaria. Sitios web de centros escolares. Zaragoza.

## 1. Introducción

### 1.1. Transparencia: publicidad activa y voluntaria

La noción de transparencia ha adquirido una relevancia primordial en diversos ámbitos de estudio y práctica, desde la gestión gubernamental hasta la gestión educativa, entre otros. Según Sánchez Hidalgo (2021), la transparencia está constituida por información que debe trasladarse

## Abstract

The main objective of this research is to determine the degree of transparency of ten public Secondary Education Institutes (IES) located in the capital city of Zaragoza, by evaluating two essential aspects: active and voluntary disclosure on their corporate websites, as well as the web platform itself used for disseminating information. The methodology is based on the creation of a map of active and voluntary disclosure made up of 34 indicators, 16 related to the obligations set out in the regulations (general indicators) and 18 of an educational nature (specific indicators). A rubric with evaluation criteria was also generated to analyze additional characteristics of the published information (form, dating, accessibility and clarity), as well as the web platform (web and mobile accessibility, location of publication and structure). The main results reveal the limited information that can be found through the school websites and that these web platforms do not facilitate the search and location of information. It is concluded that educational institutions are still in an initial phase of adaptation, and improvement proposals should initially focus on the publication of various types of information, considering both the quantity and quality of the content.

**Keywords:** Transparency. Active disclosure. Digital dissemination of information. Educational sector. School websites. Zaragoza.

de manera adecuada y pertinente al conjunto de los ciudadanos. En su esencia, se trata de la actividad informativa de manera constante y oportuna sobre aquello que se ha realizado o se va a realizar, así como sobre los resultados de dicha actividad. Además, la transparencia se refiere a la cualidad de ser claro, comprensible y accesible en la presentación de información. Por tanto, no solo implica difundir información, sino también

facilitar su comprensión y evaluación por parte de los interesados.

Tanto la Unión Europea como la mayoría de sus Estados miembros disponen en sus ordenamientos jurídicos de una legislación específica que regula la transparencia de la actividad pública. El objetivo común de esta normativa es promover la apertura y la rendición de cuentas en la gestión de los asuntos públicos. Asimismo, busca garantizar que las instituciones públicas sean responsables y transparentes en sus acciones y decisiones, permitiendo a los ciudadanos acceder a la información pública, concretamente, a contenidos relevantes sobre cómo se llevan a cabo las políticas públicas y cómo se utilizan los recursos públicos. Por consiguiente, la transparencia ayuda a fortalecer la confianza de los ciudadanos en las instituciones democráticas. En esta línea, para Rodrigo de Castro (2022) los ciudadanos pueden ejercer una valoración libre y verdadera sobre la información generada y, posteriormente, mostrada.

A nivel estatal, en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno (en adelante, LTAIPBG), la transparencia se construye fundamentalmente sobre dos principios complementarios: publicidad activa y derecho de acceso a la información pública. La publicidad activa es la obligación que marca la ley para determinadas instituciones, denominadas sujetos obligados, de publicar de forma proactiva, periódica y actualizada información relacionada con el funcionamiento y control de su actuación pública. La publicidad activa viene clasificada en diversas categorías referidas a información institucional, organizativa y de planificación, de relevancia jurídica, así como información económica, presupuestaria y estadística. Por otro lado, el ejercicio del derecho de acceso, también conocido como publicidad pasiva, debe ir precedido de una petición por parte del ciudadano para poder obtener, con los límites que marca la ley, la información pública que desea y que no se encuentra publicada (España, 2013).

Además, para garantizar la transparencia de una institución es requisito indispensable la existencia de un portal o página web. La LTAIPBG establece que las obligaciones de publicidad activa serán publicadas en las correspondientes páginas web de manera gratuita, clara, estructurada, con fácil acceso y por medios o en formatos adecuados conforme al principio de accesibilidad universal y diseño para todos (España, 2013).

De forma complementaria a las obligaciones de publicidad activa, en los últimos años ha surgido el concepto de transparencia o publicidad

voluntaria. La publicidad voluntaria se refiere a la difusión proactiva de información por parte de una entidad o institución, ya sea pública o privada, sin estar obligada por ley a hacerlo. Alves, Canadas y Rodrigues (2015) la definen como la información difundida hacia el exterior derivada de la gestión interna de la entidad, fundamentada en la decisión de informar. Por tanto, es el medio principal para que las partes interesadas puedan obtener información valiosa sobre la institución, específicamente sobre su desempeño y resultados.

En este contexto, las instituciones eligen voluntariamente hacer pública cierta información sobre su actividad con el objetivo de mejorar la transparencia y la confianza del público en la organización, demostrando un compromiso con la apertura y la rendición de cuentas, incluso cuando no existe una obligación legal específica para hacerlo.

## 1.2. Transparencia en el sector educativo

En el sector público, la educación tiene un gran peso económico y sus reformas, mejoras e innovaciones han de ser significativas pues una parte sustancial de los presupuestos estatales va destinada a ella.

El Consejo Escolar del Estado, órgano encargado de desarrollar una labor consultiva, de asesoramiento y propuesta al Gobierno en relación con los distintos aspectos del sistema educativo, aprueba para cada curso escolar un informe sobre el estado del sistema educativo, donde se incluyen propuestas de mejora a efectuar a medio plazo. Ya en el 2012, el Consejo Escolar del Estado (2012) proponía una serie de recomendaciones para avanzar en la transparencia del sistema a través de la mejora de los datos estadísticos referentes a dos planos: plano educativo y plano económico. El plano económico busca justificar el dinero público en lo concerniente a salarios, gastos y demás bienes demostrables y útiles para el devenir diario. El plano educativo busca mantener ciertos indicadores con el objetivo de que la sostenibilidad, la reputación escolar y la innovación, entre otros, sean los pilares básicos. La combinación de estos dos conceptos permitirá mejorar el estándar de transparencia, ya que en el ámbito educativo se buscan mejoras en la enseñanza, los materiales y el trabajo de estudiantes y profesores, en lugar de un enfoque puramente económico de rendición de cuentas.

El último y más reciente informe (Consejo Escolar del Estado, 2023) recoge la apuesta firme por aumentar la transparencia y eficacia del sistema educativo y, concretamente, propone apostar, de manera decidida y con actuaciones verificables,

por una autonomía real de la gestión de los centros, con la imprescindible transparencia y rendición de cuentas.

La OCDE ha reconocido la Educación en Gobierno Abierto como buena práctica a través de su Observatorio de Innovación en el Sector Público (Observatory of Public Sector Innovation, OPSI). El Gobierno de España, en su compromiso con la Educación en Gobierno Abierto, está realizando diversas iniciativas con el objetivo de desarrollar competencias cívicas y sociales en estudiantes y docentes, para el futuro ejercicio de una ciudadanía más democrática, comprometida y participativa en los asuntos públicos, lo que exigirá unas administraciones públicas más transparentes.

Otros motivos que propician el avance de la transparencia se vinculan con el aumento de la demanda de información por parte de la sociedad (Guerrero Romera, Miralles Martínez y Gómez Hernández, 2021), lo que impulsaría a las instituciones educativas a ser más transparentes en sus operaciones y decisiones. Los ciudadanos, incluidos los padres y los estudiantes, esperan acceso a información clara y precisa sobre el desempeño de las escuelas, la calidad de la educación y el uso de los recursos públicos. Además, las instituciones educativas deben adaptarse a un entorno cambiante y cada vez más digitalizado, proporcionando información relevante de manera accesible y comprensible para todos los interesados. En este sentido, estudios recientes investigan la opinión y actitudes de las familias sobre los centros educativos basadas en la comunicación digital a través de sus sitios web, y los resultados destacan que las familias valoran muy positivamente la transparencia de la página web del centro (Svelec-Juricic y Luic, 2020).

Aunque un centro educativo no universitario no estaría obligado a cumplir los requisitos legales en cuanto a la publicidad activa en su sede web, dado que es la institución superior la que sí lo está, en la era de la difusión y la transparencia es una manera eficaz de dar a conocer y presentarse ante aquellos que visiten su sitio web, mostrando qué hace, cómo lo hace y los recursos disponibles para llevarlo a cabo (Pacios Lozano, Martínez Cardama y Moro Cabero, 2021). Por tanto, los centros educativos dependientes de la Administración Pública deberían considerar los preceptos legales sobre transparencia y publicar aquella información que muestre, además de otros aspectos, el resultado de su actividad. La transparencia aquí debe entenderse como un actuar puramente voluntario, adaptando los requisitos del marco normativo a las particularidades propias que caracterizan el sector educativo.

La incorporación de los principios de la transparencia al sector comporta una serie de beneficios. La difusión activa y voluntaria de información por parte de estas instituciones facilitando el acceso a datos relevantes sobre su funcionamiento, programas educativos, resultados académicos y uso de recursos garantiza la confianza y el compromiso de la comunidad educativa partícipe del sistema, tales como los profesores, familias y estudiantes. Además, procura una manera justa y democrática de equidad social (Bolado Somolinos, 2013) y contribuye a una mayor rendición de cuentas (Gaviria Soto, 2006).

Relacionado con la calidad y mejora de los propios centros, Fontrodona y Muller (2020) señalan que la práctica de comunicar de manera transparente puede servir como promotor para el cambio o la mejora. Esto significa que todos los procesos, desde la asignación de recursos hasta la evaluación del rendimiento estudiantil, deben ser abiertos y accesibles. Solo así se puede lograr mejorar los resultados, impulsar la mejora continua y democratizar el acceso a una educación de calidad para todos. A su vez, estas acciones repercuten en una mejora de la imagen corporativa de los propios centros.

Esto conecta y permite administrar los centros de acuerdo con estrategias europeas como la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Concretamente, contribuye con los objetivos de desarrollo sostenible enfocados a garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad (ODS 4), así como crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles y que respeten y defiendan los derechos individuales, incluido el derecho de acceso a la información (ODS 16).

La transparencia en el sector educativo es un desafío relevante en la actualidad. Para los centros educativos es un reto presentarse a través de su web atendiendo a los criterios de transparencia. La complejidad de aplicar la transparencia en este sector viene dada por el hecho de que se requieren una serie de habilidades y competencias específicas y están involucrados un gran número de recursos, tanto humanos como técnicos. La complejidad de la gestión educativa, que incluye aspectos como la planificación curricular, la evaluación del desempeño docente, la asignación de recursos y la gestión de infraestructuras, dificulta la administración debido a la naturaleza técnica y especializada de los temas. Como ejemplo, para conseguir niveles adecuados de transparencia económica, en los centros escolares públicos se requiere también de un sistema de información interoperable disponible en las distintas Administraciones Públicas (Segura, 2021). Por tanto, desarrollar un plan de

transparencia en los centros educativos requiere de un cambio paulatino pero firme, integrando las labores cotidianas con los usos y exigencias diarias (Gómez Hernández et al., 2020)

Sin embargo, muchos centros disponen de una sede web, denominada web de centro (Ruiz i Tarragó, 2013) a través de la cual podrían publicar la información pertinente. La web de centro es un portal web donde la institución educativa publica informaciones sobre actividades, desarrollo de tareas y elementos nucleares en el desarrollo de las funciones diarias (López, 2019).

Teniendo presente que el motivo fundamental de una web de centro es informar y educar (Ruiz i Tarragó, 2013), además de la necesaria voluntad de publicar documentos y contenidos digitales, exige un trabajo previo para conceptualizar, acordar y consensuar criterios de inclusión o exclusión, así como realizar un trabajo constante que prevea todas las necesidades de publicación. Asimismo, la web de centro debe demostrar objetivamente la realidad de este y, por ello, estos sitios web constituyen un lugar óptimo para acercar el funcionamiento de la transparencia a la comunidad educativa al tiempo que, indirectamente, se promueve la colaboración del centro.

La estructuración de la página web del centro requiere la sistematización y organización de un gran número de datos y cifras, buena capacidad de procesarlos y representarlo de la manera más adecuada, conveniente y, sobre todo, entendible a todo tipo de usuarios.

En líneas generales, el aprovechamiento de estas webs escolares por parte de los centros responsables es escaso, principalmente con comunicaciones puntuales sobre actividades didácticas, son estáticas y se actualizan no con demasiada frecuencia (Scrollini y Landoni, 2011; Galicia Mangas, 2019). El cambio de concepto frente a qué incorporar y cómo mejorar estas webs pasa por un proceso de transformación donde han de estar de acuerdo tanto las instituciones superiores como los propios centros, así como la inversión de tiempo, recursos económicos y humanos.

Por todo ello, la necesidad más acuciante es que tanto los equipos directos y docentes como estudiantes y familiares formen parte del cambio y colaboren para liderar la transformación. Es fundamental que la comunidad educativa entienda el proceso de apertura como una oportunidad para ir mejorando las webs mediante la incorporación de diversos esquemas y documentos relevantes en el ámbito de transparencia (Santana Cabrera, 2018).

### 1.3. Marco normativo y situación en Aragón

A partir de la legislación estatal, las comunidades autónomas han ido desarrollando su propia normativa en materia de transparencia con diferentes niveles de profundidad y exigencia.

En Aragón, la norma principal que regula la transparencia es la Ley 8/2015, de 25 de marzo, de Transparencia de la Actividad Pública y Participación Ciudadana de Aragón (Aragón, 2015), que contempla un número elevado de obligaciones de publicidad activa y muy superior en comparación con otras comunidades. Cabe destacar la incorporación de obligaciones de publicidad sobre relaciones con la ciudadanía y la mención explícita de las universidades como sujetos obligados. Otra normativa relacionada es el Decreto 90/2019, de 18 de junio, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueban las directrices de interoperabilidad y reutilización de datos para su apertura en el punto de acceso de datos abiertos del Gobierno de Aragón (Aragón, 2019).

Ante la falta de obligatoriedad, los centros públicos aragoneses, a excepción de la universidad, no están involucrados activamente en la transparencia, no lo consideran un objetivo prioritario en sus agendas o no se hallan inmersos en el proceso de creación y mejora de sus webs escolares con fines transparentes.

Sin embargo, diversas iniciativas evidencian y permiten intuir el interés creciente en la incorporación paulatina de los principios de la transparencia en entornos educativos y, concretamente, en los centros escolares. El currículo aragonés, documento que recoge los aprendizajes que han de adquirir los estudiantes en cada una de las materias y en todos los niveles que se imparten en Educación Secundaria, recopila en los contenidos de ciertas asignaturas el término y la introducción del concepto 'transparencia'; de este modo, se va introduciendo en las aulas gradualmente. En este sentido, asignaturas como Economía, Educación para la Ciudadanía o Derechos Humanos introducen esta terminología para que los estudiantes comprendan desde la adolescencia la importancia de la transparencia en los entornos sociales y culturales.

En el marco del proyecto estatal EduGobAbierto, en algunos centros educativos de Aragón se han llevado a cabo proyectos de Educación en Gobierno Abierto en el curso 2017-2018.

Además, el Gobierno de Aragón anunció que se está impulsando una iniciativa por parte del Departamento de Educación para el lanzamiento de un portal de transparencia y calidad de acceso a Internet con el que los ciudadanos podrán participar de manera colaborativa.

#### 1.4. Evaluación de la transparencia

Las exigencias y obligaciones sobre transparencia recogidas en la diversa normativa deben ir acompañadas de un proceso de evaluación que permita medir y verificar el grado de cumplimiento y, por tanto, el nivel de transparencia de las entidades consideradas como sujetos obligados. Este proceso repercute, a su vez, en la mejora de la información que publican las instituciones en sus webs mediante la gestión cualitativa y cuantitativa de dicha información (Pacios, Vianello y De la Mano, 2020).

Existen diversas metodologías que han sido desarrolladas por organizaciones tanto públicas como privadas (Pacios, Vianello y De la Mano, 2020), también por personal académico, y están siendo aplicadas para medir el nivel de transparencia de instituciones pertenecientes a diferentes sectores, tales como la Administración General del Estado, gobiernos autonómicos, partidos políticos y universidades, entre otros sujetos obligados.

Uno de los instrumentos más populares y utilizado es la metodología de evaluación y seguimiento de la transparencia de la actividad pública (MESTA), elaborada por el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (CTBG, 2016) para dar respuesta a la propia LTAIPBG y medir la transparencia de las administraciones públicas. Para el caso de la publicidad activa, MESTA establece un conjunto de indicadores relativos a las obligaciones previstas en la Ley de Transparencia, pero permite completar el mapa de publicidad con indicadores no obligatorios que puedan ser relevantes y específicos de la entidad sometida a evaluación, incluso en el caso de los sujetos obligados.

Además, MESTA está sirviendo como base para el diseño de nuevas metodologías mediante su adaptación.

Aunque MESTA es la propuesta de evaluación más extendida, existen otros sistemas de evaluación de la transparencia. Por ejemplo, DYNTRA (índice de transparencia dinámico) consiste en una plataforma colaborativa cuyo fin es la medición de la información pública de Gobiernos, Administraciones Públicas, partidos políticos, cargos electos y los diferentes actores sociales de una manera dinámica, eficiente, transparente y abierta.

Dado que la transparencia se ha extendido a múltiples áreas y está siendo asumida por instituciones que inicialmente no se consideran sujetos obligados por ley, están surgiendo metodologías para evaluar la transparencia o publicidad voluntaria de estas instituciones. En un sector afín al educativo, un ejemplo es la herramienta

Transpa\_BA para evaluar la transparencia en bibliotecas y archivos (Pacios, Vianello y De la Mano, 2020).

Sin embargo, acerca de la transparencia de los centros educativos no universitarios como institución que gestiona recursos y debe difundir información relacionada con su gestión, rendimiento y resultados de su actividad, no existe todavía mucho debate académico y profesional.

Puente Azcutia (2013) expuso la necesidad de crear un sistema básico de indicadores escolares para la evaluación y mejora de los centros docentes, de modo que los responsables de la administración educativa y los usuarios de la educación tengan una información suficiente sobre el rendimiento educativo de los centros docentes. Asimismo, considera que toda información relevante sobre un centro escolar que se hace pública contribuye a la rendición de cuentas de la institución escolar y a la mejora de su organización, de su funcionamiento y de sus resultados.

Por consiguiente, este sistema básico de indicadores escolares estaría directamente relacionado con la rendición de cuentas y es un medio para alcanzar la transparencia de la gestión educativa.

Tomando como referencia otros sistemas existentes, como el Sistema Estatal de Indicadores de la Educación o el de la OCDE, Puente Azcutia (2013) propone un conjunto de indicadores que cumplen con las características de ser generales, relevantes, inmediatos, claros, estables, fiables y viables, y los indicadores de resultados constituyen una parte fundamental.

## 2. Objetivos

El principal objetivo es determinar el grado de transparencia de los Institutos de Educación Secundaria (IES) públicos ubicados en Zaragoza capital mediante la evaluación de la publicidad activa y voluntaria en sus páginas web corporativas, con el fin de conocer el estado actual, así como proponer posibles mejoras que puedan ser potencialmente útiles y aplicables al sector educativo.

En consonancia con el objetivo general propuesto, la investigación se propone los siguientes objetivos específicos:

- Conocer qué tipos de información difunden a través de las webs de centro.
- Analizar en qué medida la información publicada está actualizada y es clara y accesible.
- Analizar la accesibilidad y estructura del soporte web.

- Identificar buenas prácticas en función de los resultados previos.

### 3. Metodología

La evaluación de la transparencia de los centros educativos se realizó a partir de la selección de una muestra y el diseño de un método para la recolección de datos, que se detalla a continuación.

La muestra está formada por 10 Institutos de Educación Secundaria (IES) públicos ubicados en Zaragoza capital. La selección de estos centros se basó en el ranking 'Los 10 mejores Institutos Públicos de Zaragoza ciudad' (2022) elaborado por la plataforma Micole en función de las valoraciones de las familias y del tráfico de sus perfiles web, lo que significa que determinado público necesita y busca información sobre dichos centros. Se trata de una muestra no probabilística, en concreto se presenta una muestra por conveniencia puesto que no es representativa de la población. Los institutos incluidos en el análisis son: IES Ramón y Cajal, IES Jerónimo Zurita, IES Azucarera, IES Miguel Catalán, IES Avempace, IES Goya, IES Santiago Hernández, IES Pablo Gargallo, IES Corona de Aragón y IES Félix de Azara.

El diseño del método se realizó mediante una serie de fases, tomando como base y adaptando la metodología MESTA. En este sentido, se establecieron dos planos complementarios de análisis: la publicidad activa y el soporte web.

En primer lugar, se procedió a la creación del mapa de publicidad activa y voluntaria mediante la selección de los indicadores, entendiendo por indicador la unidad de información concreta y medible (documento, dato o símbolo) cuya valoración permite determinar el progreso hacia el cumplimiento de la transparencia. Por tanto, el mapa recoge los diversos tipos de informaciones susceptibles de ser evaluados a través de las webs de los centros.

El mapa de publicidad activa y voluntaria consta de 34 tipos de informaciones totales, de las cuales 16 pertenecen a la categoría de indicadores generales obligatorios y 18 relativos a la publicidad de carácter educativa (Tabla I). De acuerdo con la metodología MESTA, se elaboró un mapa de indicadores adaptado a la naturaleza propia del tipo de institución objeto de evaluación, incorporando indicadores específicos para centros educativos. En este sentido, el mapa creado contempla dos bloques de publicidad: uno para los indicadores generales previstos en la normativa como 'obligaciones de publicidad' y otro con indicadores específicos de carácter educativo. Concretamente, el conjunto de informaciones de

carácter educativo pretende facilitar la transparencia de la gestión educativa mediante el conocimiento y la valoración de los aspectos más relevantes del funcionamiento y de los resultados de la institución escolar. Por ello, se han incorporado elementos que satisfagan los principales ámbitos relacionados con un centro educativo de naturaleza pública, tales como la calidad, programas innovadores, resultados académicos o la satisfacción de la comunidad educativa.

<i>Indicadores generales</i>	
1	<i>Información institucional y organizativa</i>
1.1	Organigrama
1.2	Sede física
1.3	Horarios de atención al público
1.4	Dirección correo electrónico
1.5	Teléfono de contacto
1.6	Relación de puestos de trabajo
2	<i>Información sobre planificación</i>
2.1	Reglamento interno
2.2	Plan estratégico o Proyecto educativo
2.3	Planes anuales de actividades (Programación General Anual)
3	<i>Información financiera, presupuestaria y estadística</i>
3.1	Programa presupuestario y previsión anual
3.2	Contratos de licitación o concursos
3.3	Subvenciones y ayudas públicas recibidas
3.4	Grado de cumplimiento de la actividad
3.5	Cuentas anuales
3.6	Retribuciones del personal directivo y responsables
4	<i>Información sobre relaciones con la ciudadanía</i>
4.1	Procedimientos para presentar quejas y sugerencias
<i>Indicadores específicos</i>	
1	<i>Recursos y programas del centro</i>
1.1	Equipo docente
1.2	Profesorado tutor
1.3	Recursos materiales y tecnológicos
1.4	Proyectos de innovación educativa
1.5	Política de convivencia e igualdad
1.6	Programa de salud mental y bienestar emocional
1.7	Reconocimientos recibidos
1.8	Calidad y evaluación
2	<i>Resultados académicos</i>
2.1	Promoción con/sin todas las materias aprobadas
2.2	Alumnos escolarizados por etapa educativa
2.3	Tasa de absentismo, abandono y repetición

2.4	Ratio por curso y/o grupo
3	Características de los estudiantes/familias
3.1	Diversidad cultural
3.2	Atención a la diversidad
3.3	Altas capacidades
3.4	Índice socioeconómico
4	Satisfacción de la comunidad educativa
4.1	Satisfacción del profesorado
4.2	Satisfacción del estudiantado y familias

Tabla I. Mapa de publicidad activa y voluntaria

Criterios	Valores				
	0	1	2	3	4
Contenido	La información no está publicada	La información está publicada			
Forma de la publicación			La información está publicada de manera indirecta	La información está publicada de manera directa e indirecta	La información está publicada de manera directa
Datación y actualización			No consta la fecha	Consta la fecha de datación, pero no está actualizada	Consta la fecha de datación y está actualizada (último año o curso activo)
Accesibilidad			Es difícil acceder a la información (más de tres clics)	Es fácil acceder a la información (tres clics)	Es muy fácil acceder a la información (cero a dos clics)
Claridad			Vocabulario complejo y con una redacción intrincada	Lenguaje fácil combinado con vocabulario complejo	Lenguaje fácil de entender

Tabla II. Rúbrica de evaluación: Criterios de los indicadores de publicidad

Criterios	Valores	
	0	1
Accesibilidad móvil (responsive)	La web no es accesible desde dispositivo móvil (responsive)	La web es accesible desde dispositivo móvil (responsive)
Accesibilidad web (declaración)	No consta la declaración de accesibilidad web	Consta la declaración de accesibilidad web
Lugar de publicación	No existe un espacio dedicado a las obligaciones de publicidad activa	Existe un espacio destinado a las obligaciones de publicidad activa
Estructura	La web no facilita la búsqueda e identificación de la información. Carece de sistematización en secciones o títulos identificativos	La web facilita la búsqueda e identificación de la información. Está sistematizada en secciones o títulos identificativos

Tabla III. Rúbrica de evaluación: criterios del soporte web

La normativa establece que no solo se debe publicar determinada información, sino que se deben respetar unos principios generales en lo referente tanto a la publicación como a los atributos del contenido. Estos principios se definen como criterios de valoración para la construcción del

grado de cumplimiento. Por consiguiente, para el análisis de los indicadores de publicidad activa se incluyeron los criterios de contenido, forma, datación, accesibilidad y claridad, y para el soporte web se analiza la accesibilidad móvil y web, el lugar de publicación y la estructura. Cada criterio

cuenta con una escala de valores para poder asignar de forma objetiva y exhaustiva un juicio cualitativo. El primero de los criterios denominado 'contenido' determina si la información está publicada o no. El resto de los criterios referidos a la forma de publicación, datación, claridad y accesibilidad de la información solo aplica y se analizan, en consecuencia, en los indicadores efectivamente publicados.

En última instancia, se elaboró el instrumento de recogida de datos mediante la creación de una serie de tablas en Excel en las que se consignaron los datos observados. Los datos fueron recabados durante el último trimestre de 2023, mediante la revisión de cada una de las páginas web de los centros y la asignación de una valoración a cada una de las informaciones de acuerdo con los criterios y valores de la rúbrica. Para la presentación de los principales resultados, los datos fueron analizados con aplicaciones estadísticas como Excel y el software libre R-Commander.

Cabe indicar también que tanto la selección de la muestra como el aparato metodológico se basan en un trabajo previo inédito de las autoras, siendo esta nueva versión sustancialmente modificada, actualizada y ampliada.

## 4. Resultados

### 4.1. Datos globales

Se presentan en este apartado los datos globales referidos al análisis de los criterios de los indicadores del mapa de publicidad activa y voluntaria.

Tomando como punto de partida el criterio referido al 'contenido', se puede observar que del número total de indicadores (340) que podrían estar publicados en las webs de los 10 centros de la muestra, solo se han localizado 114, lo que representa el 33,5 %, es decir, poco más de un tercio del total potencial.

Realizando este mismo análisis por los dos bloques del mapa de publicidad, resulta que en el caso de los indicadores generales están publicadas el 37 % de las informaciones y para los indicadores educativos el 31 %. Aunque por un porcentaje muy próximo, la publicidad general está algo más presente que la publicidad educativa.

Del mencionado 33,5 % de informaciones que están disponibles en las webs, se analizan los totales según el resto de los criterios (forma, datación, accesibilidad y claridad).

De acuerdo con la 'forma', la información publicada de manera directa representa el 89 % de los indicadores, mientras que el 11 % de la información está publicada de manera directa e indirecta.

Ningún centro presenta la información exclusivamente de manera indirecta.

Siguiendo el criterio de 'datación y actualización', los datos muestran que, en un alto porcentaje, la fecha de datación de las diversas informaciones no consta en las webs de los IES consultados, puesto que más de la mitad de las informaciones (65 %) no poseen fecha de datación. Aunque en el 20 % de las informaciones consta la fecha de datación, esta no está actualizada y solo el 15 % de las informaciones tienen fecha y está actualizada.

En cuanto al criterio de 'accesibilidad', el acceso al 54 % de las informaciones disponibles es muy fácil (cero a dos clics), el 39 % tiene fácil acceso (tres clics) y el 7 % tiene el acceso difícil (más de tres clics).

Por último, en el criterio 'claridad' destaca que el 52 % de la información está redactada con un lenguaje fácilmente comprensible, mientras que el 29 % tiene un lenguaje fácil en combinación con vocabulario complejo y solo el 19 % presenta un vocabulario complejo y redacción intrincada, de lo cual se deduce que el vocabulario presentado en las webs de los IES es en líneas generales claro y fácil de entender.

Los datos globales por centros e indicadores revelan que la media de indicadores por centro es de 13, es decir, por debajo de la mitad de los indicadores propuestos que sería 17. Ningún centro publica la totalidad de los indicadores y únicamente un centro cumple con más de la mitad de los indicadores, en concreto, difunde 19 tipos de información. Por el contrario, hay un centro que no contiene en su página web ninguno de los tipos de información propuestos en el mapa de publicidad.

### 4.2. Indicadores generales

Este apartado se dedica a los datos referidos al bloque de indicadores generales de acuerdo con cada criterio.

El primer criterio referido al 'contenido' permite determinar qué informaciones y porcentaje están publicando los centros en sus webs. De los 16 indicadores correspondientes a este bloque, 11 de ellos están presentes en alguno de los centros en mayor o menor medida. Existe un conjunto de informaciones (correo electrónico, teléfono y sede física) que es publicada por 9 centros (90 %). El resto de los indicadores tiene una presencia dispar ya que el organigrama, horarios y reglamento interno está presente en 7 centros (70 %), el plan estratégico y plan de actividades se localiza solamente en 4 centros (40 %) y solo 2 de ellos (20 %) publica información sobre los

presupuestos, subvenciones recibidas o quejas/sugerencias. Por último, ninguno presenta en su página web información sobre contratos, cuentas anuales, cumplimiento de la actividad, relación de puestos de trabajo y retribuciones. (Gráfico 1). Cabe resaltar la escasa presencia de documentos institucionales de planificación educativa, como son el proyecto educativo de centro o la programación general anual, documentos fundamentales para el funcionamiento interno de un instituto. Vienen regulados en las leyes educativas y deben recoger todas aquellas premisas necesarias para llevar a cabo todo lo concerniente a la labor educativa. Aunque un plan estratégico es sustancialmente diferente de un proyecto educativo de centro, estos últimos presentan cierta orientación estratégica por lo que se han considerado en el análisis en el indicador 'plan estratégico'.

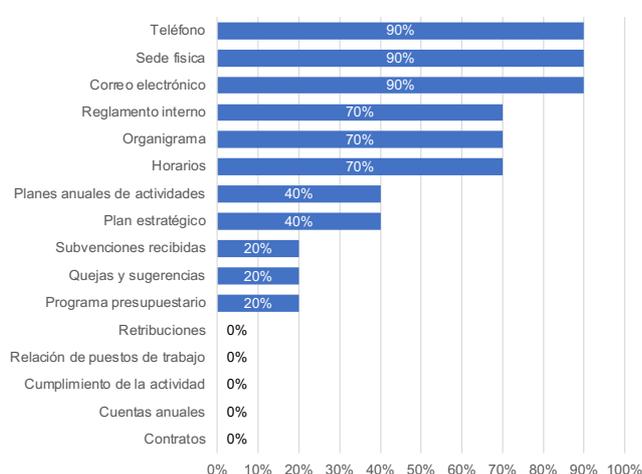


Gráfico 1. Porcentaje de tipos de información publicados (indicadores generales)

Una vez obtenidos los datos sobre qué informaciones y en qué medida los centros de la muestra las difunden mediante sus webs, se procede a analizar el resto de los criterios sobre ese conjunto para determinar si la información publicada es, además, actual, accesible y comprensible.

Referente a la 'forma de la publicación', obtenemos los siguientes resultados. La preferencia de los centros es publicar la información de forma directa, puesto que la mayoría de los indicadores (correo electrónico, horarios, organigrama, plan estratégico, quejas y sugerencias, reglamento interno, sede física, subvenciones recibidas, teléfono) figuran publicados de manera directa en su totalidad (100 %) por los centros que poseen dichas informaciones. Tan solo los planes anuales de actividades y los programas presupuestarios presentan variación. De los 4 centros que

publican los planes anuales de actividades, 3 de ellos (75 %) optan por la forma directa exclusivamente, pero 1 centro (25 %) combina la publicación directa e indirecta. En cuanto a los programas presupuestarios, de los 2 centros que cuentan con dicha información, 1 de ellos (50 %) lo publica de forma directa y el otro centro (50 %) combina ambas formas, directa e indirecta.

Respecto al criterio 'datación y actualización', en muchos de los indicadores no consta ningún tipo de fecha por lo que no es posible situar la información en el tiempo (Gráfico 2). Sería el caso de las informaciones relativas al correo electrónico, organigrama, quejas y sugerencias, sede física, subvenciones recibidas y teléfono. En contraposición, el plan estratégico es el tipo de información más actualizada, pues figura algún tipo de fecha en los 4 centros que tienen publicada esta información y, además, en 3 de ellos (75 %) está actualizada. También figura la fecha del indicador programa presupuestario en los 2 centros que poseen este indicador, pero en 1 de ellos (50 %) la fecha no está actualizada. Otro de los indicadores en los que figura la fecha en la totalidad de los centros son los planes anuales de actividades, pero en este caso los 4 centros que publican dichos planes carecen de una fecha actualizada. Esto quiere decir que 4 centros tienen publicados sus planes anuales de actividades, pero ninguno se refiere al curso escolar activo, sino que todos ellos son de cursos escolares pasados.

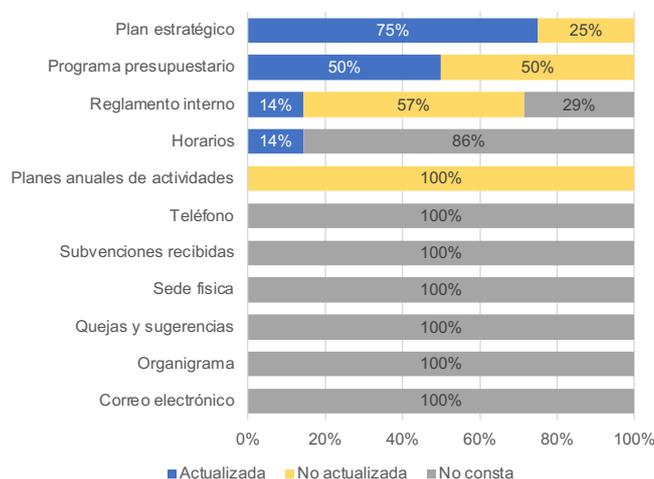


Gráfico 2. Datación y actualización de las informaciones publicadas (indicadores generales)

En el caso del indicador referido al reglamento interno, tratándose de una información tan relevante, es destacable que de los 7 centros que lo tienen publicado en su web solo 1 de ellos (14 %) tiene la fecha actualizada, 4 (57 %) la tienen desactualizada y en 2 (29 %) no consta la fecha.

En cuanto a los horarios, de los 7 centros que los publican, solo 1 (14 %) cuenta con algún tipo de datación y en 6 (86 %) no consta ninguna fecha.

El criterio ‘accesibilidad’ posee más homogeneidad ya que hay numerosos indicadores en los que el acceso a la información es muy fácil (de cero a dos clics) o fácil (3 clics). En la totalidad de los casos (100 %) el acceso es muy fácil a la información sobre correo electrónico, organigrama, quejas y sugerencias y sede física y resulta fácil al plan estratégico, planes anuales de actividades y programa presupuestario. Para el indicador reglamento interno, de los 7 centros con dicha información el acceso también es muy fácil en 3 de ellos (43 %) y fácil en 4 (57 %). Tan solo los horarios y las subvenciones recibidas presentan algún tipo de dificultad en el acceso, aunque constituyen casos aislados. En cuanto a los horarios, de los 7 centros solo en 1 caso (14 %) es difícil acceder. Ocurre la misma circunstancia para las subvenciones recibidas, puesto que de los 2 centros que poseen esta información en 1 de ellos (50 %) es difícil el acceso.

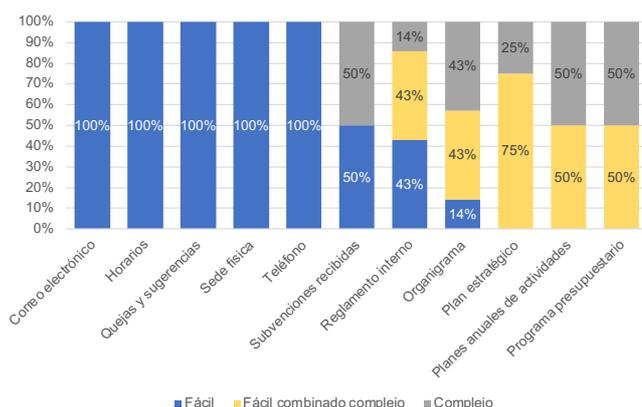


Gráfico 3. Claridad de las informaciones publicadas (indicadores generales)

El último criterio de valoración de los indicadores generales de publicidad es la ‘claridad’. También en este caso hay un conjunto de indicadores que en la totalidad de los casos (100 %) presentan un lenguaje fácil de entender, tales como el correo electrónico, teléfono, sede física, horarios y quejas y sugerencias. En el caso de las subvenciones, de los 2 centros con esta información, 1 de ellos (50 %) la presenta con lenguaje fácil y el otro centro (50 %) presenta cierta complejidad. Los indicadores referidos al reglamento interno, organigrama, plan estratégico, planes anuales y programas presupuestarios son los que resultan menos claros (Gráfico 3). El plan anual de actividades y el programa presupuestario presentan un vocabulario complejo en el 50 % de los

centros con dicha información y, concretamente, el plan estratégico es el indicador con vocabulario más complejo puesto que de los 4 centros que tienen publicado dicho plan en 3 de ellos (75 %) se combina lenguaje comprensible con otro más intrincado y 1 centro (25 %) presenta únicamente vocabulario complejo.

Es importante advertir que este criterio de claridad presenta un componente inherente de subjetividad y es normal que determinados tipos de información sean más fácilmente comprensibles que otros por su propia naturaleza. Tal y como se deriva de los datos, a medida que la información se considera más técnica o especializada, más compleja puede resultar su comprensión. En informes técnicos y de planificación educativa como pueden ser los reglamentos internos, los planes de actividades o los planes estratégicos, la complejidad se podría reducir elaborando documentos bien estructurados, con un contenido bien delimitado e incorporando información oportuna y relevante. Sin embargo, durante el análisis se ha observado que estos documentos carecen de una estructura precisa, combinan contenidos propios de otros tipos de documentos de planificación y, en general, son bastante simples a nivel técnico.

También es destacable el caso del organigrama que, sin ser un tipo de indicador inicialmente complejo, solo 1 de 7 centros (14 %) publica esta información de manera clara, debido a que se facilitan parcialmente las unidades administrativas del centro, en algunos casos de forma dispersa y no conforman un organigrama propiamente dicho.

#### 4.3. Indicadores específicos

En este apartado se presentan los datos referidos al bloque de indicadores específicos de carácter educativo de acuerdo con cada criterio.

El primer criterio referido al ‘contenido’ permite determinar qué informaciones y porcentaje están publicando los centros en sus webs. De los 18 indicadores correspondientes a este bloque, 15 de ellos están presentes en alguno de los centros en mayor o menor medida. El indicador más frecuente es la información sobre la política de convivencia e igualdad, que aparece en 9 (90 %) webs de centro, seguido del indicador equipo docente presente en 7 centros (70 %), así como la innovación educativa y la calidad del centro, ambos indicadores publicados por 5 centros (50 %). Los demás tipos de información las publican menos de la mitad de los centros. Concretamente, solo 4 centros (40 %) publican los recursos materiales y tecnológicos y los datos sobre promoción con materias aprobadas. La información sobre reconocimientos recibidos, el profesorado

tutor y el alumnado con altas capacidades solo la publican 3 centros (30 %), el índice socioeconómico, el alumnado con atención a la diversidad y los alumnos por etapa educativa 2 centros (20 %), y la tasa de absentismo, el programa de salud mental y la diversidad cultural 1 centro (10 %). Por último, los indicadores ratio por curso y/o grupo, satisfacción del estudiantado y familias y satisfacción del profesorado no están publicados en ninguna web (Gráfico 4).

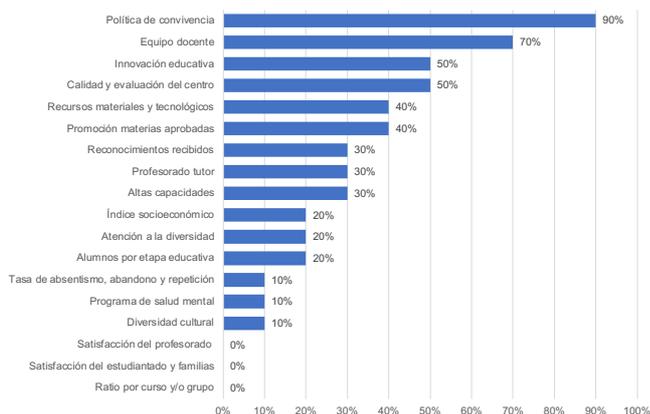


Gráfico 4. Porcentaje de tipos de información publicados (indicadores específicos)

Referente a la 'forma de la publicación', la preferencia de los centros es publicar la información de forma directa, puesto que la mayoría de los indicadores (calidad y evaluación del centro, índice socioeconómico, innovación educativa, política de convivencia e igualdad, profesorado tutor, programa de salud mental, reconocimientos recibidos, recursos materiales y tecnológicos) figuran publicados en su totalidad (100 %) de manera directa. Además, el 100 % de los indicadores referidos a la atención a la diversidad, la diversidad cultural y la tasa de absentismo, abandono y repetición están publicados combinando la forma directa e indirecta. Por el contrario, el resto de los indicadores presentan variación. De los 7 centros que publican el equipo docente, 6 de ellos (86 %) optan por la forma directa exclusivamente, pero 1 centro (14 %) combina la publicación directa e indirecta. En cuanto a los alumnos por etapa educativa, de los 2 centros que cuentan con dicha información, 1 de ellos (50 %) lo publica de forma directa y el otro centro (50 %) combina ambas formas, directa e indirecta. De los 3 centros que publican el alumnado con altas capacidades, 1 centro (33 %) opta por la forma directa y 2 centros (67 %) combina la publicación directa e indirecta. La promoción con materias aprobadas es un tipo de información publicada por 4 centros, 1 de ellos (25 %) de manera directa y 3 (75 %) combinando directa e indirecta (75 %). Ningún centro publica

ningún indicador de manera exclusivamente indirecta.

El siguiente atributo analizado sobre el conjunto de informaciones disponible es el de 'datación y actualización'. En este caso, los tipos de información más actualizada serían el profesorado tutor, el equipo docente, los alumnos por etapa educativa y la promoción con materias aprobadas. De los 3 centros que publican el profesorado tutor, en 2 de ellos (67 %) la fecha está actualizada y en 1 (33 %) no consta. El equipo docente figura en 7 centros, estando actualizado en 4 (57 %) y en 3 (43 %) no consta la fecha. En el caso de los alumnos por etapa educativa y la promoción con materias aprobadas, en la mitad de los centros que publican dichas informaciones la fecha está actualizada (50 %) pero en la otra mitad está desactualizada (50 %). Cabe destacar el caso de la política de convivencia e igualdad, puesto que, a pesar de ser el indicador más popular, de los 9 centros en 4 de ellos (44 %) la fecha no está actualizada y en 5 (56 %) directamente no consta. La totalidad (100 %) de las informaciones publicadas sobre atención a la diversidad, diversidad cultural y tasa de absentismo no está actualizada y el índice socioeconómico, innovación educativa, programa de salud mental y recursos materiales y tecnológicos carecen de datación en todas las webs (Gráfico 5).

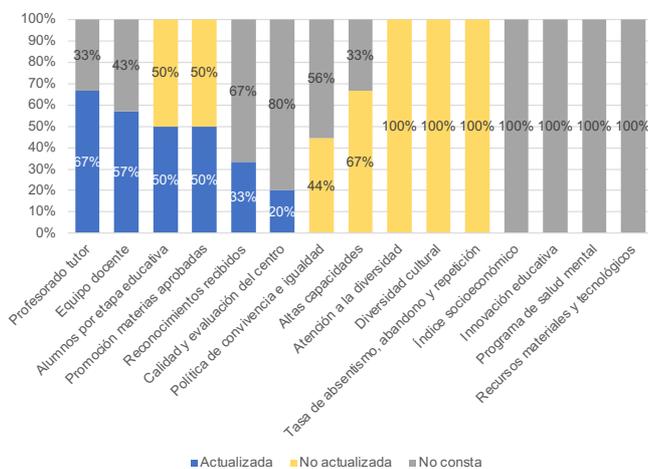


Gráfico 5. Datación y actualización de las informaciones publicadas (indicadores específicos)

Es importante mencionar que pocos indicadores poseen una fecha real de datación, sino que lo común es que la información se refiera al curso académico correspondiente. Dado que de esa manera el lector puede situar la información en el tiempo, en el caso de que no se asocie con el año académico en curso se considera no actualizada.

El penúltimo criterio considerado es la 'accesibilidad'. Este atributo presenta resultados positivos puesto que la mayor parte de las informaciones disponibles son muy fáciles o fáciles de acceder. Aunque solo 3 centros publican los reconocimientos recibidos, el acceso en todos ellos (100 %) es muy fácil pues se suele localizar en la página principal o a tan solo un clic. El acceso al equipo docente es muy fácil en 6 (86 %) o fácil en 1 (14 %) de los 7 centros, al profesorado tutor es muy fácil en 2 (67 %) o fácil en 1 (33 %) de los 3 centros, a la innovación educativa es muy fácil y fácil (40 % respectivamente) en 4 de los 5 centros, a la política de convivencia e igualdad es muy fácil en 3 (33 %) o fácil en 6 (67 %) de los 9 centros, y a los recursos materiales y tecnológicos es muy fácil en 1 (25 %) o fácil en 3 (75 %) de los 4 centros. Para el conjunto de indicadores de alumnado con altas capacidades, tasa de absentismo, abandono y repetición, atención a la diversidad, diversidad cultural, índice socioeconómico y programa de salud mental el acceso es fácil en la totalidad (100 %) de los centros que publican dichas informaciones. Solamente las informaciones sobre calidad y evaluación del centro, la promoción con materias aprobadas y el alumnado por etapa educativa presentan un acceso difícil en el 40 % y 50 % de los centros respectivamente (Gráfico 6).

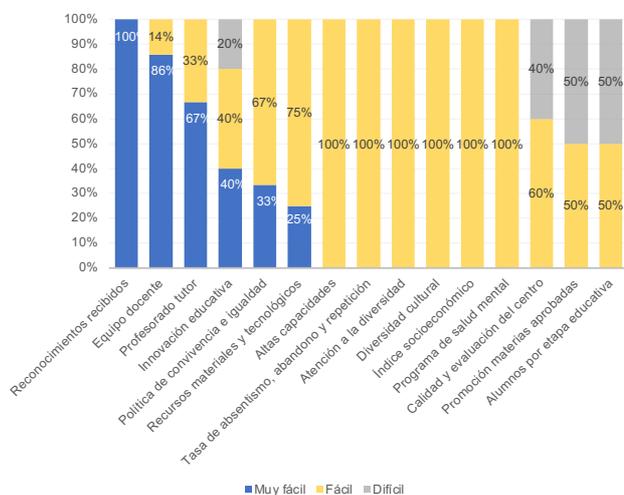


Gráfico 6. Accesibilidad de las informaciones publicadas (indicadores específicos)

El último criterio analizado se refiere a la 'claridad'. En general, la información se presenta con un vocabulario fácil y comprensible y solo en algunos casos puede resultar más complejo, lo que no resulta extraño en el caso de información más técnica o especializada. Tal y como se observa en el gráfico 7, el índice socioeconómico, el profesorado tutor y los reconocimientos recibidos se

presentan con un lenguaje fácil en el 100 % de los centros que publican dicha información, y el equipo docente y la promoción con materias aprobadas en el 86 % y 50 % respectivamente. Por otro lado, el conjunto de altas capacidades, alumnos por etapa educativa, atención a la diversidad, programa de salud mental, diversidad cultural y la tasa de absentismo, abandono y repetición se presentan con un lenguaje fácil en combinación con vocabulario complejo en el 100 % de los centros que publican dicha información.

Por último, un grupo de indicadores presenta un lenguaje complejo, tales como la calidad y evaluación del centro en los 5 centros (100 %) que cuentan con dicha información, la innovación educativa en 3 de 5 centros (60 %), los recursos materiales y tecnológicos en 2 de 4 centros (50 %) y la política de convivencia e igualdad en 3 de 9 centros (33 %). Este último conjunto se caracteriza no tanto por la complejidad del lenguaje, sino por la escasez de información sobre el indicador, lo que inevitablemente dificulta la comprensión del contenido. Esto es notable principalmente en un indicador importante como es la calidad y evaluación del centro que suele figurar vagamente en los reglamentos internos, planes estratégicos o planes de actividades de los centros mediante alguna mención superficial al respecto.

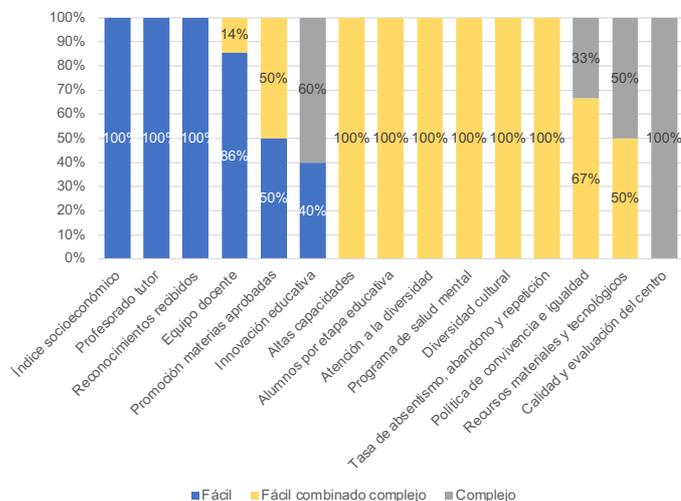


Gráfico 7. Claridad de las informaciones publicadas (indicadores específicos)

#### 4.4. Soporte web

En este apartado se analiza el soporte web, es decir, el sitio digital que se utiliza para publicar los indicadores recogidos en el mapa de publicidad. En este caso los criterios que permiten valorar la idoneidad del soporte son la accesibilidad

móvil (responsive), accesibilidad web (declaración), lugar de publicación y estructura.

En relación con el criterio de accesibilidad móvil, los 10 centros (100 %) cuentan con una página web que se puede visualizar y consultar a través de dispositivos móviles, lo que se conoce con el término inglés de responsive. Por el contrario, ningún centro de la muestra incluye en su página web la declaración de accesibilidad web según el Real Decreto 1112/2018, por lo que no es posible conocer si los portales respetan el conjunto de principios y técnicas a la hora de diseñar, construir, mantener y actualizar los sitios web de acuerdo con la normativa correspondiente. Ninguno de los centros tampoco dispone de un lugar específico para publicar las informaciones relacionadas con la transparencia. Esto último se relaciona con la estructura de los sitios web, y es que más de la mitad de los centros, concretamente 6 (60 %), no cuenta con una página estructurada mientras que 4 (40 %) sí, facilitando la búsqueda e identificación de la información mediante una organización sistematizada en secciones o títulos identificativos (Gráfico 8).

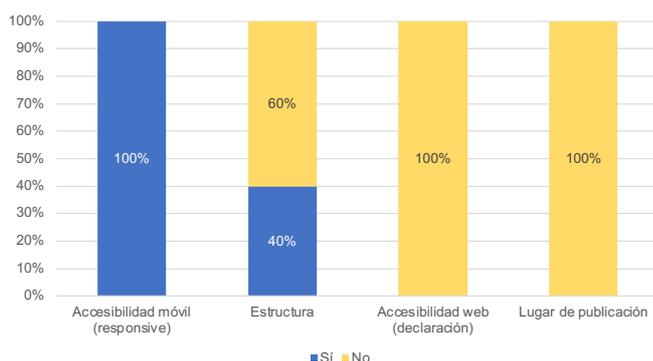


Gráfico 8. Características de los soportes web

Para proporcionar información más detallada sobre este último criterio referido a la estructura, mediante el análisis se ha podido observar una tendencia generalizada a la escasa organización y sistematización de los soportes web. Por ejemplo, en el caso de las universidades, estas intentan replicar en mayor o menor medida un modelo que facilita la navegación por sus portales. Cabe destacar que todas las páginas web de la muestra son diferentes entre sí y no responden a ningún patrón en cuanto a estructura ni a diseño, por lo que resulta complejo evidenciar elementos comunes.

Uno de los menús más comunes en cualquier sitio web corporativo es el de presentación de la propia entidad. En este caso, la mayor parte de los centros escolares cuenta con una pestaña denominada 'centro' o 'nuestro centro', pero la

información que contiene es muy dispar. La presentación del equipo directivo y docente en ocasiones se puede localizar en dicha pestaña o en menús específicos bajo la denominación de 'departamentos' o 'nuestra comunidad'. Otro de los contenidos relevantes como puede ser la normativa o los documentos institucionales en muchas ocasiones también se encuentran desagregados bajo menús con diversas denominaciones como 'acción', 'proyectos' o 'recursos'. En ningún caso hay espacios claros destinados a la presentación de datos o estadísticas sobre resultados del centro. Por último, otro de los elementos que supone un obstáculo para la transparencia dado que dificulta la identificación de los contenidos es la falta de normalización y la ambigüedad en las denominaciones de los tipos de información. Es especialmente notorio en el caso de los documentos institucionales sobre planificación, cuando están publicados. Los reglamentos internos, los planes estratégicos, la programación general anual, etc. se han localizado con diversos títulos, en ocasiones poco identificativos. Existen reglamentos internos cuyo contenido es esencialmente la norma sobre convivencia o intentos de planes estratégicos en combinación con otros elementos de gestión educativa como son los proyectos educativos de centro.

#### 4.5. Buenas prácticas

A pesar de las numerosas áreas de mejora en las que podrían trabajar los centros, también se han identificado algunas buenas prácticas por parte de centros concretos que podrían servir de inspiración para los demás. A continuación, se mencionan brevemente las principales referidas a los indicadores de publicidad y al soporte web:

- Presentación del centro: además de la información básica pero necesaria para la identificación del centro, el IES Ramón y Cajal incluye la posibilidad de visitar el centro de forma virtual.
- Plan estratégico: son pocos los centros que cuentan con este tipo de documento que evidencia la intención de una gestión estratégica por parte de los responsables del centro. Aunque son susceptibles de mejora, los IES Avempace y Pablo Gargallo publican información relacionada con la orientación estratégica del centro mediante sus proyectos educativos.
- Quejas y sugerencias: el IES Avempace cuenta con un canal visible y específico de interacción con el público para que este se pueda poner en contacto con el centro.
- Innovación educativa: para difundir de forma preferente las acciones sobre innovación

educativa, el IES Ramón y Cajal cuenta en la página principal con un banner destacado dedicado a la transformación educativa.

- Recursos tecnológicos: a pesar de la importancia actual relacionada con los planes y competencias digitales, pocos centros difunden esta información. Destaca el caso del IES Miguel Catalán que dedica un apartado específico para servicios TIC y el IES Santiago Hernández que publica su plan digital de centro.
- Reconocimientos: el IES Avempace cuenta con un apartado específico para la publicación de los premios recibidos por el centro en los últimos años. Por su parte, el IES Santiago Hernández cuenta con una página dedicada a la descripción completa del proyecto de innovación reconocido por el Gobierno de Aragón.
- Calidad y mejora del centro: el IES Santiago Hernández es el único que declara que el centro educativo tiene implantado un sistema de gestión de calidad certificado por AENOR desde el año 2003.
- Objetivos de desarrollo sostenible: aunque para esta investigación no se ha considerado como indicador, dada la relevancia y actualidad del tema es importante considerar que los centros comienzan a visibilizar su compromiso con la Agenda 2030. Así, el IES Avempace declara su empeño en trabajar desde la perspectiva de la educación para la ciudadanía mundial y el desarrollo sostenible.
- Soporte web: en cuanto a la estructura destacan los IES Jerónimo Zurita, Avempace, Pablo Gargallo y Corona de Aragón. En concreto, tanto el Jerónimo Zurita como el Pablo Gargallo tienen una sección dedicada a los documentos institucionales, lo que facilita su localización y consulta. Además, los IES Avempace y Corona de Aragón cuentan con un diseño web muy atractivo que hace más amigable la navegación.

## 5. Conclusiones

Este trabajo supone una primera aproximación para conocer la situación actual de determinados institutos educativos en términos de transparencia. En el contexto de Zaragoza, una ciudad con una importante oferta educativa, el análisis de la transparencia en las instituciones de educación superior (IES) proporciona información valiosa sobre su compromiso con la apertura y la comunicación con la sociedad. Este análisis puede revelar áreas de mejora en materia de difusión digital de información y prácticas transparentes, así

como identificar buenas prácticas que pueden servir de modelo para otras instituciones.

Se ha diseñado una metodología específica que permite determinar de manera objetiva el grado de cumplimiento de la publicidad activa y voluntaria por parte de la población objeto de estudio, así como analizar las características principales de los soportes web que se utilizan para publicar la información.

En relación con la publicidad activa y voluntaria, la muestra analizada todavía difunde poca información, puesto que solo está disponible el 33,5 % del total de indicadores posibles propuestos en el mapa de publicidad. Aunque la diferencia no es notable, hay más información publicada de los indicadores generales previstos en la normativa (37 %) respecto a los indicadores específicos de carácter educativo (31 %). Además, el análisis de los criterios del conjunto de informaciones disponibles muestra que, en líneas generales, no consta la fecha de datación o no está actualizada, pero la información suele ser bastante accesible y clara, a excepción de los contenidos que por su propia naturaleza son más especializados o técnicos.

Referente al soporte web, el único criterio que presenta un grado de cumplimiento sobresaliente es la accesibilidad móvil, puesto que todas las páginas web se pueden consultar a través de dispositivos móviles. Sin embargo, el resto de los criterios presentan carencias notables. Ningún centro cuenta en su portal con la declaración sobre accesibilidad web, que permitiría saber si está diseñado bajo los parámetros de accesibilidad que marca la normativa y, por tanto, abriría la posibilidad de consulta y navegación a un colectivo más amplio. El hecho de que las páginas web tampoco cuenten con un apartado específico para las obligaciones de publicidad activa produce que la información se encuentre dispersa, dificultando su búsqueda y localización. Esto conecta directamente con la necesidad de estructurar adecuadamente la sede web, de forma que la información se encuentre sistematizada y agrupada bajo secciones y títulos identificativos, aspecto que solo cumplen 4 centros de la muestra. Adicionalmente, para favorecer la transparencia es imprescindible la normalización de las denominaciones de determinados tipos de información, así como de su contenido.

La revisión de la literatura existente, así como los resultados propios de esta investigación permiten anticipar que, aunque en las páginas web existen indicadores sobre transparencia, la transparencia no es un principio de gestión consolidado en el sector educativo y son necesarias iniciativas y esfuerzos en esta línea. Uno de los motivos puede

ser la falta de obligación para estos centros de acuerdo con la legislación actual vigente (no forman parte de los sujetos obligados) y la ausencia de una normativa específica a este respecto. La homogeneización de las informaciones de publicidad activa debería estar bajo el amparo de una normativa creada para tal fin como garante de cumplimiento. Hay que tener presente que la normativa aragonesa menciona explícitamente a las universidades como sujetos obligados, por lo que cabría esperar que la obligación se vaya extendiendo a los demás niveles educativos como son los centros de educación secundaria.

Otro motivo podría estar relacionado con la falta de competencias o cultura de gestión corporativa en estos centros públicos. A partir de la muestra se ha observado que muchos documentos institucionales cuya finalidad es una gestión eficiente del centro (reglamento interno, planes estratégicos, planes de actividades, etc.) son de muy reciente creación, ni siquiera existen o está prevista su elaboración a corto plazo. Es posible que, a medida que se afiancen estas técnicas de gestión en los centros educativos, también se introduzcan y mejoren los principios y prácticas transparentes.

Otro aspecto para tratar de promover y garantizar la transparencia de los centros escolares se relaciona con la necesaria existencia de formación destinada para tal fin y profesionales especializados. Se requiere, en suma, el conocimiento de la normativa y la voluntad de ir, progresivamente, introduciendo estas cuestiones con el fin de implementar mejoras enfocadas al ámbito educativo y, en definitiva, mirar más allá de lo meramente académico para potenciar aquello que debería estar en conocimiento de toda la población.

Las propuestas de mejora deben ir dirigidas inicialmente a la publicación paulatina de diversos tipos de información relevantes en términos de transparencia, atendiendo tanto a la cantidad como a la calidad de los contenidos. La información de carácter educativo requiere de especial atención ya que se trata de indicadores educativos diseñados y enfocados para una mejor gestión de centro. Asimismo, es importante configurar sitios web que faciliten la búsqueda y localización de la información. Todo ello de acuerdo con la normativa, metodologías y herramientas que estén a disposición.

No cabe duda de que la transparencia en el sector educativo representa un desafío significativo en la actualidad debido a la evolución del entorno digital, la creciente demanda de información y rendición de cuentas y la complejidad de la gestión educativa. Superar este desafío requiere un compromiso firme por parte de las instituciones educativas para adoptar prácticas transparentes

y promover una cultura de apertura y comunicación con la comunidad educativa y la sociedad en general.

La investigación en este campo puede ayudar a promover una cultura de transparencia en el sector educativo, fomentando una mayor participación y colaboración entre las partes interesadas y fortaleciendo la integridad y la calidad del sistema educativo en general, contribuyendo con las políticas nacionales y europeas como la Agenda 2030.

## Referencias

- Alves, H.S.; Canadas, S.; Rodrigues, A.M. (2015). Voluntary disclosure, information asymmetry and the perception of governance quality: an analysis using a structural equation model. // *TÉKHNE - Review of Applied Management Studies*. 13, 66-79. <https://doi.org/10.1016/j.tekhne.2015.10.001>
- Aragón (2019). Decreto 90/2019, de 18 de junio, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueban las directrices de interoperabilidad y reutilización de datos para su apertura en el punto de acceso de datos abiertos del Gobierno de Aragón. // *BOA*. 125, (28/06/2019). <https://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=1078982960202>
- Aragón (2015). Ley 8/2015, de 25 de Ley 8/2015, de 25 de marzo, de Transparencia de la Actividad Pública y Participación Ciudadana de Aragón. // *BOA*. 68, (10-04-2015) <https://www.boe.es/eli/es-ar/l/2015/03/25/8/con>
- Bolado Somolinos, José Manuel (2013). La transparencia económica en los centros educativos. Contextos, costes y eficiencias. // *Revista del Consejo Escolar del Estado: transparencia y mejora en la educación*. 2, 117-130.
- Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (CTBG) (2016). Metodología de Evaluación y Seguimiento de la Transparencia de la actividad pública (MESTA). Madrid: Ministerio de Hacienda y Función Pública. [https://www.consejode-transparencia.es/ct\\_Home/Actividad/documentacion.html](https://www.consejode-transparencia.es/ct_Home/Actividad/documentacion.html)
- Consejo Escolar del Estado (2023). Informe 2023 sobre el estado del sistema educativo. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:baf7ad89-bee7-4e72-b3f2-0237c217d6d7/i23cee-informe.pdf>
- Consejo Escolar del Estado (2012). Informe 2012 sobre el estado del sistema educativo. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:3a7a949f-6c3f-4cf3-907d-f8320c4b8b92/i2012cee-pdf.pdf>
- España (2013). Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno. // *BOE*. 295 (10-12-2013) 97922-97952. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2013/BOE-A-2013-12887-consolidado.pdf>
- Fontrodona, Joan y Muller, Philip (2020). Reputación corporativa, transparencia y calidad informativa. // *Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa*. 44. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0539.pdf>
- Galicia Mangas, Francisco Javier (2019). Protección de datos y transparencia en los centros docentes. // *Supervisión 21: revista de educación e inspección*. 53:53. <https://usie.es/supervision21/index.php/Sp21/article/view/402>
- Gaviria Soto, José Luis (2006). Evaluación del aprendizaje, núcleo de la educación. // *Evaluación e innovación en el sistema educativo*. pp.27-39.
- Gómez-Hernández, José-Antonio; Hidalgo, Antonio; Campillo-Meseguer, María José; Galiano Martínez, Antonio; Molina-Molina, José; Mayor Balsas, José Manuel;

- Reverte Martínez, Francisco Manuel y López Aniorte, María del Carmen (2020). Proyecto IRIS: Educar en la Transparencia y el Buen Gobierno. Memoria del curso 2018-19. <http://hdl.handle.net/10201/86466>
- Guerrero Romera, Catalina; Miralles Martínez, Pedro; Gómez Hernández, José Antonio (2021). Introducción y enseñanza de la transparencia, la participación y buen gobierno. // Guerrero Romera Catalina y Miralles Martínez, Pedro (eds.) (2021). Murcia: Editum y Servicio de Publicaciones Consejería de Educación y Cultura. 15-27.
- López, Daniel (2019). Uso educativo y creación de la web de centro. IV Congreso de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación para la educación. Nuevas tecnologías en la formación flexible y a distancia. Sevilla: Universidad de Sevilla. Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías.
- Pacios Lozano, Ana R.; Martínez Cardama, Sara y Moro Cabero, Manuela (2021). Evaluación de la transparencia en los archivos históricos provinciales. // Anales de Documentación. 24:2. <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.479881>
- Pacios, Ana R.; Vianello, Marina; De la Mano, Marta (2020). TransPa\_BA: una herramienta para la mejora de la publicidad activa en bibliotecas y archivos. // Ibersid. 14:2 (jul.-dic. 2020) 57-66.
- Puente Azcutia, Julio (2013). Un sistema básico de indicadores escolares. // Revista del Consejo Escolar del Estado: transparencia y mejora en la educación. 2:3, 93-99.
- Rodrigo de Castro, Luis (2022). Transparencia, una noción extensiva con diferentes implicaciones prácticas. // Revista española de la transparencia. 14, 159-180. <https://doi.org/10.51915/ret.201>
- Ruiz i Tarragó, Ferrán (2013). La web de centro como instrumento de transparencia educativa. // Revista del Consejo Escolar del Estado: transparencia y mejora en la educación. 2, 83-91.
- Sánchez Hidalgo, Adolfo Jorge (2021). Conflictividad social, transparencia y buen gobierno: regulación y acceso a la información en la ley española 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. // Derecho Público. 18:99. <https://doi.org/10.11117/rdp.v18i99.4319>
- Santana Cabrera, Esteban Gabriel. (2018). ¿Ni página web?: transparencia en los centros educativos // INED21. <https://ined21.com/ni-pagina-web/>
- Segura, Mariano (2021). Plataformas educativas y redes docentes. // Carneiro, R.; Toscano, J.C.; Díaz, T. (coords.). Los desafíos de las TIC para el cambio educativo. Fundación Santillana. 95-111. <https://www.oei.es/uploads/files/microsites/28/140/lastic2.pdf>
- Scrollini, Fabrizio; Landoni, Pablo. (2011). Educación e información pública: perspectivas para incrementar la transparencia del sistema. // Revista Uruguaya de Ciencia Política. 20, 131-146
- Svelec-Juricic, Drazenka; Luic, Ljerka (2020). The impact of digital communication on parents' attitudes towards school. // EDULEARN20 Proceedings: 12th International Conference on Education and New Learning Technologies Online Conference. IATED Academy. 5850-5856.

---

Enviado: 2024-04-01. Segunda versión: 2024-06-27.

Aceptado: 2024-11-15.

---