



# Tecnología de la información y comunicación en ámbitos educativos

---

**DOI** El papel de las páginas web en la comunicación educativa digital



**RECIE**  
REVISTA CARIBEÑA DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA

ISSN (versión digital): 2960-771X  
ISSN (versión impresa): 2960-7701

Este trabajo tiene licencia CC BY 4.0.

**5<sup>o</sup>** CONGRESO CARIBEÑO DE  
**INVESTIGACIÓN  
EDUCATIVA**

# El papel de las páginas web en la comunicación educativa digital

## The Role of Websites in Digital Educational Communication

Eneko Tejada-Garitano<sup>1</sup>

Ander Arce-Alonso<sup>2</sup>

Edorta Camino-Esturo<sup>3</sup>

### Resumen

En la sociedad del conocimiento, las páginas web son una herramienta clave para los centros educativos, ya que facilitan la comunicación con las familias y la comunidad educativa. Este estudio tuvo como objetivo analizar el diseño de las páginas web de centros de Educación Primaria, evaluando tres dimensiones principales: la interfaz, el contenido y la comunicación que ofrecen. A través de un enfoque cuantitativo, se analizaron 150 sitios web corporativos utilizando un cuestionario *ad hoc* diseñado con base en investigaciones previas. Los resultados mostraron que, aunque la mayoría de los sitios web evaluados presentan una navegación intuitiva y están bien organizados, algunos aspectos como el uso de iconos y la publicación de información clave requieren mejoras. Además, se identificaron diferencias en el nivel de desarrollo entre los sitios web analizados. En conclusión, se recomienda que los centros educativos sigan trabajando en la mejora de sus páginas web para optimizar la comunicación y la funcionalidad.

**Palabras clave:** páginas web, centros educativos, contenidos digitales, interfaz, redes sociales.

### Abstract

In the Knowledge Society, websites are a key tool for educational institutions as they facilitate communication with families and the educational community. This study aimed to analyze the design of primary school websites, evaluating three main dimensions: interface, content, and communication. Using a quantitative approach, 150 corporate websites were analyzed through an *ad hoc* questionnaire based on previous research. The results showed that although most of the evaluated websites feature intuitive navigation and are well-organized, certain aspects, such as the use of icons and the publication of key information, need improvement. Additionally, differences were identified in the development levels of the analyzed websites. In conclusion, it is recommended that educational institutions continue working on improving their websites to optimize communication and functionality.

**Keywords:** Websites, educational centres, digital content, interface, social networks.

<sup>1</sup> Universidad del País Vasco. País Vasco, eneko.tejada@ehu.eus, 0000-0002-6013-222X

<sup>2</sup> Universidad del País Vasco. País Vasco, ander.arce@ehu.eus, 0000-0002-2172-6025

<sup>3</sup> Universidad del País Vasco. País Vasco, edorta.camino@ehu.eus, 0000-0001-6525-6136

## 1. Introducción

En la actualidad, la integración de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha transformado significativamente la forma en que las instituciones educativas se relacionan con sus comunidades y presentan su identidad digital. En este contexto, el diseño y la funcionalidad de los sitios web escolares se han convertido en aspectos fundamentales, ya que no solo funcionan como plataformas de comunicación, sino que también representan la imagen institucional de los centros educativos. Este trabajo tiene como objetivo analizar y evaluar los sitios web de las instituciones educativas, enfocándose en elementos clave como el diseño, el contenido informativo, el uso de redes sociales y la proyección de la institución hacia la comunidad educativa.

### **Apariencia e interfaz de los sitios web educativos**

El diseño de una página web es uno de los factores más relevantes para garantizar una experiencia de usuario positiva. Según Alvites (2015), los sitios web deben ser atractivos, fáciles de navegar y funcionales para los usuarios. En el caso de las instituciones educativas, prestar atención a la apariencia o interfaz de sus páginas web es crucial, ya que estas plataformas suelen ser el primer punto de contacto con las familias y estudiantes potenciales. Un diseño claro y organizado transmite confianza y profesionalismo, aspectos esenciales para la percepción de calidad de una institución (Martínez et al., 2015).

### **Contenido informativo en los sitios web**

Un sitio web educativo debe ser, ante todo, una fuente confiable y accesible de información. Documentos institucionales como planes educativos, proyectos de convivencia y otros aspectos relevantes deben estar claramente organizados y fácilmente accesibles para los usuarios (Tardío-Crespo & Álvarez-Álvarez, 2018). Además, es importante que los contenidos sean relevantes y actualizados, para que las familias puedan tomar decisiones informadas sobre la educación de sus hijos. Según Carrasco (2020), la organización adecuada de los contenidos contribuye significativamente al éxito de los sitios web al aumentar su utilidad y efectividad como herramienta de comunicación.

### **Uso de redes sociales en las instituciones educativas**

Las redes sociales se han convertido en una herramienta estratégica para las instituciones educativas, ya que les permiten interactuar con su comunidad y proyectar su imagen institucional. Plataformas como Facebook, Instagram y Twitter ofrecen a las escuelas una vía para difundir información, promover eventos y fomentar la participación activa de estudiantes y familias (Boyd & Ellison, 2007). Según Bordialba (2016), el uso de las TIC en los centros educativos ha mejorado las oportunidades de comunicación y ha acercado a las familias al entorno escolar, con lo que se han fortalecido las relaciones entre ambos.

### **Proyección de la institución hacia la comunidad educativa**

Una institución educativa no solo debe ofrecer información, sino también proyectarse de manera efectiva hacia su comunidad. Esto implica utilizar su página web y redes sociales como herramientas para construir un vínculo sólido con las familias, y promover la colaboración y el sentido de pertenencia (Pedraza et al., 2017). Además, la transparencia en la presentación de objetivos, servicios y valores institucionales ayuda a fortalecer la confianza y la imagen de la escuela en la sociedad (Ramos-Rendón et al., 2024).

## **2. Metodología**

La selección de la muestra de sitios web se hizo mediante un muestreo aleatorio simple, sin aplicar criterios específicos, pero manteniendo la proporcionalidad respecto a la ubicación geográfica de las instituciones educativas. De esta forma, se analizó un total de 150 sitios web.

### **Herramienta y procedimiento de investigación**

Para la recolección y análisis de datos se diseñó un cuestionario *ad hoc* tomando como referencia las variables y medidas utilizadas por Álvarez-Álvarez (2017) en su estudio sobre la evaluación de sitios web educativos. Los ítems del cuestionario se estructuraron en dos tipos principales:

- Ítems de cumplimiento binario: Evaluaban si un aspecto específico estaba presente o no en el sitio web, empleando una escala dicotómica (1 = sí; 2 = no).
- Ítems de valoración escalada: Para aspectos que requerían una evaluación más detallada se utilizó una escala de Likert con valores de 1 (muy bajo) a 5 (muy alto), lo que permitió una medición más precisa de la percepción sobre la calidad y funcionalidad de los sitios web.

### **Análisis estadístico**

Los datos recolectados fueron procesados mediante métodos estadísticos descriptivos e inferenciales.

## **3. Resultados**

### **Apariencia e interfaz de los sitios web escolares**

El análisis evidencia que el 87 % de los sitios web evaluados presenta una navegación intuitiva y accesible, lo que permite a los usuarios encontrar información en pocos clics. Además, el 75 % de los sitios está bien organizado y muestra coherencia visual en su diseño, lo que contribuye a una experiencia positiva para los visitantes. Sin embargo, se detectaron áreas de mejora en el uso de íconos, ya que solo el 62 % de los sitios emplea estos elementos de manera adecuada, lo que podría dificultar la comprensión para algunos usuarios.

En cuanto a la calidad de los recursos multimedia, el 68 % de los sitios web evaluados incluye imágenes y videos de buena calidad, aunque algunos presentan incoherencias en la resolución o el formato, lo que indica la necesidad de mejorar estos aspectos técnicos.

### **Contenido informativo de los sitios web escolares**

Respecto al contenido publicado, se observó que el 85 % de los sitios web incluye información sobre los proyectos educativos en los que participa, aunque solo el 58 % lo hace de manera detallada y fácilmente accesible. Asimismo, la publicación de actividades extraescolares está presente en el 70 % de los sitios, pero con diferentes niveles de claridad: mientras algunos ofrecen descripciones completas, otros se limitan a listados generales.

La información relacionada con los menús escolares también varía: está publicada de forma clara y completa en el 66 % de los casos, mientras que en el resto se presenta de manera superficial o difícil de localizar.

### **Uso de redes sociales en los sitios web escolares**

El uso de redes sociales es notablemente uniforme, con el 82 % de los sitios web que actualiza regularmente su contenido en plataformas como Facebook, Instagram o Twitter. Esta alta proporción refleja un compromiso generalizado con el mantenimiento de una comunicación activa con la comunidad educativa. Sin embargo, solo el 47 % de los sitios integra estas redes de manera directa en sus páginas web mediante enlaces visibles, lo que podría limitar la interacción para algunos usuarios.

### **Proyección hacia la comunidad educativa**

En cuanto a la proyección hacia la comunidad educativa, el 80 % de los sitios web utiliza dominios corporativos, lo que refuerza su identidad institucional. Sin embargo, solo el 40 % incluye un saludo corporativo o mensaje de bienvenida dirigido a la comunidad, lo que representa una oportunidad para fortalecer la conexión emocional con las familias.

Por otro lado, los sellos de calidad están presentes en el 32 % de los sitios, mientras que el logotipo institucional es visible en el 85 %, y se destaca como uno de los elementos más regulares en la construcción de la identidad visual de las instituciones educativas.

## **4. Discusión y conclusiones**

En primer lugar, se destaca que la mayoría de las instituciones educativas analizadas dispone de un sitio web propio. Este hallazgo coincide con Prieto et al. (2013), quienes enfatizan la importancia de que las instituciones cuenten con una página web, ya que cada vez más familias buscan información sobre servicios educativos en internet. Sin embargo, no basta con tener un sitio web, es fundamental que este cumpla con estándares de diseño, funcionalidad y contenido.

El estudio evidencia que los sitios web analizados se caracterizan por una navegación sencilla e intuitiva, lo que facilita el acceso a la información. Esto coincide con Segovia-García

(2022), quien afirma que una navegación bien estructurada mejora la experiencia del usuario y genera una percepción más positiva sobre los servicios ofrecidos. Además, se observa un cuidado especial en el uso de elementos multimedia, como imágenes y videos, aunque con variaciones de calidad y presentación.

Por otro lado, llama la atención que solo un pequeño porcentaje de los sitios ofrece información clara sobre la titularidad de la institución, un dato crucial para las familias al tomar decisiones (Garreta Bochaca, 2013). Asimismo, aunque la mayoría publica calendarios escolares, pocos facilitan medios efectivos para contactar directamente con el personal docente, lo que limita la interacción familia-escuela, tal como señalan Pedraza et al. (2017).

En cuanto a las redes sociales, los resultados muestran que la mayoría de las instituciones las utilizan como un canal para mantener actualizada la información, alineándose con Velasteguí López (2019) y Area (2008), quienes destacan su rol en facilitar la interacción y el intercambio de información. Por último, es notable el esfuerzo en proyectar una identidad visual sólida mediante el uso de logos institucionales, elemento clave para reforzar la identidad de una organización.

Aunque los resultados son en general positivos, aún existen áreas de mejora, especialmente en la comunicación directa y en la optimización de ciertos elementos visuales y de contenido. Esto subraya la necesidad de seguir desarrollando estas herramientas digitales para responder mejor a las necesidades de la comunidad educativa (Rivera-Rodríguez & Cabra, 2016).

## 5. Agradecimientos y reconocimientos

Agradecemos a todos los centros educativos que participaron en este estudio. Su apoyo y disposición han sido clave para analizar y mejorar el impacto de los sitios web en la comunidad escolar. Esta investigación se ha desarrollado bajo el amparo de la financiación del grupo de investigación consolidado IT1685-22 por el Gobierno Vasco (España).

## 6. Referencias bibliográficas

- Álvarez-Álvarez, C. (2017). ¿Qué me ofrecen las páginas web de los centros educativos? Estudio exploratorio en Cantabria (España). *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 15(3), 49-63. <https://doi.org/10.15366/reice2017.15.3.003>
- Alvites, P. (2016). Usabilidad: páginas web, entornos y educación virtual. *HAMUT'AY* 3(1), 71-79. <http://dx.doi.org/10.21503/hamu.v3i1.1002>
- Area, M. (2008). Las redes sociales en internet como espacios para la formación del profesorado. *Razón y Palabra*, (63). <https://rb.gy/hc3tor>
- Bordalba, M. M. (2016). La comunicación familia-escuela: el uso de las TIC en los centros de primaria. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 19(1), 73-83. <https://r.issu.edu.do/bFq>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

- Carrasco Ortega, M. (2020). Herramientas del marketing digital que permiten desarrollar presencia online, analizar la web, conocer a la audiencia y mejorar los resultados de búsqueda. *Revista Perspectivas*, (45), 33-60. <https://r.issu.edu.do/By>
- Garreta Bochaca, J. (2013). La participación de las familias en la escuela: una cuestión pendiente. *Documentación Social*, 171, 101-123. <https://r.issu.edu.do/Xcr>
- Martínez, G. C., de la Garza, L. Y. A., & Zermeño, M. G. G. (2015). El manejo de sitios web con enfoque educativo para la construcción de aprendizajes significativos en los alumnos de Educación Primaria. *Revista Educación y Tecnología*, (7), 48-73. <https://r.issu.edu.do/8m>
- Pedraza, A. P., Salazar Moreno, C. P., Robayo, A. E., & Moreno, E. A. (2017). Familia y escuela: dos contextos comprometidos con la formación en ciclo III de la educación básica. *Análisis*, 49(91), 301-314. <https://doi.org/10.15332/s0120-8454.2017.0091.02>
- Prieto, M. D. M. M., Barreiro, M. S. F., & Ayuso, J. M. (2013). La importancia de las redes sociales en el ámbito educativo. *EA, Escuela Abierta: Revista de Investigación Educativa*, (16), 91-104. <https://r.issu.edu.do/yz>
- Ramos-Rendón, L. D., Cruz Zepeda, A. G., & García Serna, E. (2024). Marketing digital para instituciones educativas. Una revisión de literatura. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(6), 3045-3057. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3224>
- Rivera-Rodríguez, H. & Cabra, D. (2016). La importancia de la identidad corporativa en las instituciones de educación superior. *Revista Espacios*, 37(27). <https://rb.gy/6nnw2n>
- Segovia-García, N. (2022). Propuesta de mejora en el diseño de interfaz y experiencia de usuario (UX) en Moodle: valoración del alumnado. *Eduotec, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (82), 199-216. <https://doi.org/10.21556/edutec.2022.82.2673>
- Tardío-Crespo, V., & Álvarez-Álvarez, C. (2018). Análisis de las Páginas Web de los Centros Públicos de Educación Secundaria de Cantabria (España). *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 16(3). <https://doi.org/10.15366/reice2018.16.3.003>
- Velasteguí López, E. (2019). Influencia de las Redes Sociales como herramienta de interacción en la educación. *Explorador Digital*, 2(1), 5-21. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v2i1.323>