

Artículo de Investigación

Redes sociodigitales en educación para las tutorías entre pares

The social media in education for peer tutoring

Susana García-Ávila¹: Universidad Nacional Autónoma de México, México.
864628@pcpuma.acatlan.unam.mx

Ariadna Uribe-Ortiz: Universidad Nacional Autónoma de México, México.
ariadnauribe@unam.mx

Fecha de Recepción: 26/04/2024

Fecha de Aceptación: 14/09/2024

Fecha de Publicación: 12/02/2025

Cómo citar el artículo:

García-Ávila, S. y Uribe-Ortiz, A. (2025). Redes sociodigitales en educación para las tutorías entre pares [The social media in education for peer tutoring]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1463>

Resumen:

Introducción: La deserción escolar está vinculada a fallas en los planes de estudio, deficiencias del profesorado, dificultades familiares de los estudiantes y la falta de un proyecto de vida. Las universidades han implementado estrategias didácticas con enfoque emocional, adaptándose al inicio de la escolaridad y promoviendo la creación de un plan de vida. Sin embargo, la bibliografía sobre el uso de redes sociodigitales no aborda un plan tutorial entre pares. **Metodología:** Este estudio tiene como objetivo evaluar las actividades de las redes sociodigitales (Facebook, Instagram y TikTok) del Plan de Tutorías por Pares, con el propósito de reducir la deserción escolar y el bajo rendimiento en los estudiantes de la licenciatura en Comunicación. Se empleó una metodología mixta, utilizando tres fuentes: 1) métricas semestrales de las publicaciones digitales, 2) una encuesta a los estudiantes del segundo semestre, y 3) trabajos de titulación relacionados con TxP. **Resultados:** Las conclusiones indican que el Plan de Tutorías por Pares (TxP) tiene un rendimiento calificado entre bueno y muy bueno entre los tutorados. Se sugiere realizar un estudio diacrónico para medir el impacto en semestres posteriores y establecer estrategias para llegar a un público más amplio.

Palabras clave: Tutoría entre pares; Tutorías digitales; Comunicación educativa; Iniciación universitaria; Salud mental; TikTok; Facebook; Instagram.

¹ **Autor Correspondiente:** Susana García-Ávila. Universidad Nacional Autónoma de México (México).

Abstract:

Introduction: School dropout is linked to failures in curriculum plans, teacher deficiencies, students' family difficulties, and a lack of a life plan. Universities have implemented teaching strategies with an emotional focus, adapting to the start of school and promoting the creation of a life plan. However, the existing literature on the use of social digital networks does not address a peer tutoring plan. **Methodology:** This study aims to evaluate the activities of social digital networks (Facebook, Instagram, and TikTok) in the Peer Tutoring Plan, aiming to reduce school dropout and poor academic performance among students in the Communication degree program. A mixed methodology was used, with three sources: 1) semester metrics of digital posts, 2) a survey of second-semester students, and 3) graduation works related to Peer Tutoring (TxP). **Results:** The conclusions indicate that the Peer Tutoring Plan (TxP) has a performance rated between good and very good among the tutored students. It is suggested that a diachronic study be conducted to measure the impact in subsequent semesters and develop strategies to reach a broader target audience.

Keywords: Peer tutoring; Digital tutoring; Educational communication; University initiation; Mental health; TikTok; Facebook; Instagram.

1. Introducción

Desde los principios de la humanidad han existido redes sociales porque los seres humanos son sociales por naturaleza y han convivido en núcleos familiares hasta grupos sociales complejos. Aquí se agrega el término digital a las redes, redes sociodigitales. Estas tienen la particularidad de estar mediadas por instrumentos tecnológicos que recurren a lo digital, es decir, al empleo del Internet para comunicar de manera inmediata a muchas personas interesadas en alguna temática.

Gómez, Contreras y Gutiérrez (2016) y Hütt (2012) coinciden en mencionar que las redes sociodigitales se basan en un “*software* que permite el intercambio de información a través de mensajes donde las personas pueden compartir intereses, opiniones, generar apoyo y ayuda, integrarse temáticamente, generar un sentido de pertenencia o sociabilizar” (p. 1). Explican que en las redes tienen dos dimensiones: la interior, referida a la gestión interna para hacer que fluya la información y la exterior, utilizada para la prestación de servicios. Ambas tienen en común la conservación de la estructura y la plataforma del *software*.

1.1. Redes sociodigitales en la educación

Gómez et al. (2016) distinguen, en el ámbito educativo, dos aplicaciones: en el proceso de enseñanza/aprendizaje y en la gestión educativa, se resaltan los siguientes beneficios:

- La facilidad para acceder a la información y la variedad de información disponible.
- Los elevados parámetros de fiabilidad y la rapidez del procesamiento de la información y de los datos.
- La variedad de canales de comunicación.
- La eliminación de barreras espaciotemporales.
- Las posibilidades de retroalimentación y de interactividad.
- La potenciación de la autonomía personal y el desarrollo del trabajo colaborativo.
- La optimización de la organización.
- La agilización de las actividades administrativas y de gestión, además de permitir su deslocalización del contexto inmediato.

Mateus et al. (2017) realizaron un análisis sistematizado de 50 artículos entre los años 2012 y 2016 sobre el uso y aplicación de dispositivos móviles en el ámbito universitario español; encontraron diversos campos con potencial pedagógico en la educación superior. Algunos datos a considerar para este estudio son:

- 25 investigaciones pertenecen a las áreas de Ingeniería y Arquitectura; 18 a Ciencias Sociales y Jurídicas, (se incluyen Ciencias de la Información, Comunicación y Comunicación Audiovisual); 12 a Ciencias de la Salud; 10 a Pedagogía y Educación Social; 5 a las Artes y Humanidades.
- 44 son investigaciones empíricas sobre el uso de *apps* o *software* específico, por lo general con poblaciones de concretas de estudiantes de una o más universidades.
- 31 emplearon metodologías cuantitativas y 7 metodología mixta; se utilizaron cuestionarios (con preguntas cerradas o abiertas) como instrumento de recolección de datos.

En resumen, como menciona Infante (2012), en las instituciones educativas, el empleo de redes sociodigitales crea un sentido de comunidad entre los estudiantes y posibilidades para generar formas de acceder, generar y transmitir información con un interés común por un tema, un curso de formación, la titulación, las aficiones, la nacionalidad, las tutorías y los grupos de trabajo. Sin embargo, sorprende la escasa información sobre la aplicación y experiencias de las redes sociodigitales en educación.

Con base en lo anterior, se tratará a las redes sociodigitales como un medio de comunicación que emplea a los instrumentos tecnológicos que recurren al empleo del Internet para conformar grupos sociales donde se comparte información que puede generar apoyo y ayuda con un sentido de pertenencia, como en el caso que aquí se expone, a una institución educativa para gestionar al interior y exterior de una licenciatura publicaciones digitales con el objetivo de disminuir los índices de reprobación y deserción escolar, apoyar la vinculación de los estudiantes a la vida universitaria y mejorar el egreso. Para ello, se utilizan las redes sociodigitales para:

- Facilitar el acceso a información fiable, constante y oportuna a través de tres redes (*Facebook, Instagram y TikTok*).
- Brindar posibilidades de retroalimentación para la optimización de la vida estudiantil universitaria, así como agilizar las actividades administrativas.

1.2. Características básicas de las redes Facebook, TikTok e Instagram

Ortiz (2024) realizó una clasificación de las redes que se utilizan en TxP, según la corriente teórica de comunicación del funcionalismo, en donde propone las características básicas y algunos ejemplos (tabla 1).

Tabla 1.
Uso de las funciones comunicativas en las redes sociodigitales

Función	Uso	Ejemplos
Informativa	El contenido informativo se transmite en las redes sociodigitales para lograr que el alcance informativo sea mayor y fluya entre usuarios, utiliza formatos de atractivos como: escritos, memes, imágenes, videos o audios.	Facebook: EL PAIS México, El Universal Online. Instagram: @noticias telemundo. YouTube: UnoTV, Imagen Noticias. TikTok: @aztecanoticias @todonoticias
Opinión	Las y los usuarios participan en la conversación y se expresen sobre un tema, comparten experiencias y opiniones sin los límites físicos y crean vínculos entre personas afines en intereses.	Facebook: Swifties (Latinoamérica). Instagram: YouTube: Caja de películas, Clau Reads Books. TikTok: @serescromaticos
Entretenimiento	Las y los usuarios se distraen en su día a día, consumen contenido para entretenerse a través de: videos, memes, juegos en línea, etc. El objetivo es mantener la mayor atención del usuario y que compartan el contenido.	Facebook: Crying in the club, El guarromántico. Instagram: @Netflixlat @Taylornation YouTube: Luisito Comunica, MrBeast. TikTok: @jairsanchezz, @percyseries
Educativa	transmite conocimiento científico o no académico teórico/práctico con un fin de divulgación. Genera una comunicación fluida entre usuarios, fomenta el intercambio de información y resuelve dudas.	Facebook: Lengua inglesa & uso, Tutorías por Pares Acatlán. Instagram: @txp_acatlan YouTube: Chef JoséRa Castillo, Aprender Inglés Americano. TikTok: @cursociel @materialeseducativosofi @txp_acatlan

Fuente: Ortiz (2024).

Las características generales de las redes sociodigitales, empleadas en TxP, son:

- *Instagram:* diseñada para publicar contenido fotográfico y audiovisual, no es un espacio para publicar textos largos. No existe la opción de asignar roles a diferentes usuarios, cualquier persona que tenga las credenciales de acceso puede ingresar para hacer publicaciones, comentarios, ver estadísticas, etc. Debe completar la información de la biografía con una frase o palabras clave que indiquen de qué trata la cuenta o el contenido que los usuarios podrán encontrar allí (Mora, 2021).
- *Facebook:* es una plataforma en contenido digital en distintos formatos como fotos, videos y/o enlaces con fines personales o de negocio. En ambas opciones permite la interacción, generación de grupos e intercambio de materiales. (Santos, 2023).
- *TikTok:* inició en septiembre de 2016, creada por la desarrolladora china *ByteDance*. Funciona como una plataforma que posibilita crear y editar videos de corta duración y compartirlos a través de un perfil de forma similar a otras redes. La principal característica es la de centrarse en videos musicales, cuenta con herramientas de edición de video y filtros para crear contenido original; es una aplicación creada para dispositivos móviles *Android* y *iOS*, por lo que permite el uso de las cámaras frontales y laterales de los equipos y se ha convertido en una red de alcance masivo. (Florentín, 2022).

1.3. Experiencias del uso en educación

Las redes sociodigitales no se originaron como instrumentos de comunicación con fines educativos, sin embargo, las y los estudiantes comenzaron a emplearlas para enviarse información escolar y las y los docentes aprovecharon para interactuar con avisos y tareas.

Ahora se ocupan para muchas funciones y actividades de trabajo colaborativo, como elaborar resúmenes a través de formatos verbo-audio-visuales con la finalidad de ajustarse a los diferentes estilos de aprendizaje, de forma divertida y emocionante, además de permitir que se expresen las opiniones y reflexiones sobre los contenidos de las materias.

Al parecer el empleo de las redes fomenta el desarrollo de la creatividad y colabora en el aprendizaje de competencias sobre creación y edición de contenido multimedia y se han convertido en herramientas de aprendizaje en el aula, en donde las y los docentes no se eximen de enseñar al alumnado la aplicación responsable de la privacidad y con la seguridad en línea. (Jiménez, 2023).

Marín-Díaz y Cabero-Almenara (2019) reseñan varios estudios que permiten identificar las líneas de investigación que se han realizado sobre el uso de las redes sociodigitales en el ámbito educativo:

- Las dinámicas que las y los docentes desarrollan en las aulas como un complemento a la docencia y al aprendizaje.
- Las metodologías para acercar las y los estudiantes en cualquier momento y situación.
- La importancia en la colaboración, cooperación, interacción y comunicación.
- La seguridad para salvaguardar la privacidad, los riesgos de adicción, uso problemático de las redes y las actitudes ante la procrastinación.
- La ayuda para el intercambio de ideas, de conocimiento y el crecimiento intelectual y educativo.
- El establecimiento de puentes en la continuidad de la comunicación entre la y el profesor con estudiantes y entre ellos. Además de favorecer el intercambio con otros centros educativos.
- La repercusión de las metodologías en el Aprendizaje basado en Proyectos (ABP), *Flipped Classroom* y Gamificación.
- Los propósitos de colaboración científica y el cuidado de la identidad digital académica: la creación de contactos (*networking*), el intercambio de conocimiento y la identidad digital.

En las revisiones documentales realizadas no se han encontrado referencias al uso de redes sociodigitales específicamente en algún programa de tutorías por pares. Aquí se documenta el empleo de redes sociodigitales en un programa como el mencionado (TxP), con una metodología cuantitativa, cuyos contenidos se centraron en apoyar la reducción de la deserción y el bajo rendimiento académico al inicio de la vida universitaria de las y los estudiantes de la licenciatura en Comunicación de la Unidad Multidisciplinaria Acatlán, de la UNAM. Se reseña la evaluación a través una encuesta a los tutorados, de las métricas de *Facebook*, *Instagram* y *TikTok*) y tres trabajos de titulación.

La pertinencia del estudio radica en proporcionar los resultados de cómo las redes sociodigitales pueden ser utilizadas de manera efectiva para mejorar la educación superior, específicamente en el ámbito de las tutorías entre pares para abordar problemas críticos como la deserción y el bajo rendimiento académico, así como contribuir para futuras investigaciones y prácticas educativas innovadoras.

1.4. El contexto institucional

La estructura del Programa de Acción Tutorial de la Facultad, al cual pertenece TxP, se desarrolla con base en los lineamientos del Sistema Institucional de Tutorías UNAM desde 2012, acorde a las necesidades, recursos y contexto. De las seis modalidades de tutoría, se seleccionó la de entre iguales o por pares donde estudiantes de los últimos semestres y de

servicio social fungen como tutores para las y los de primero, segundo y tercer semestre, para cada uno se plantea una temática general: primer semestre: iniciación a la vida universitaria, segundo: aprendizaje y salud mental, y en tercer semestre: plan de vida.

Se ha establecido una modalidad consistente en una sesión presencial, de media hora a la semana y complementada con publicaciones digitales en *Facebook*, *Instagram* y *Tiktok*. Los contenidos son recomendados en las sesiones presenciales y se sigue una estrategia transmedia para abarcar diferentes formas de aprendizaje accesible, rápida y fácil para el estudiantado. El plan de trabajo de TxP consiste en la planificación de 16 semanas presenciales al semestre y para seis meses para las redes sociodigitales, dado que se publican aun en los periodos intersemestrales y de vacaciones administrativas; este plan se presenta al comité tutorial para aprobación.

Al final del semestre se presentan los resultados con datos estadísticos y cualitativos de las acciones realizadas y de las contingencias ocurridas, con la finalidad de evaluar y hacer las modificaciones necesarias. El equipo de TxP realiza una comunicación permanente con la Jefatura de la licenciatura y al interior del equipo a través de canales de comunicación propios y en una junta semanal obligatoria para todos los miembros y presidida por la coordinadora académica. Este plan de TxP permite que las y los estudiantes que así lo deseen cubran el servicio social y prácticas profesionales, brinda asesoría académica para titularse por las modalidades de tesis, tesina, informe de servicio social y por apoyo a la docencia.

2. Metodología

El enfoque metodológico para este estudio es de corte mixto. El cuantitativo obtenido de una encuesta a 139 estudiantes de segundo semestre (febrero-junio del 2024) de la licenciatura en Comunicación (ambos turnos) de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, de la Universidad Nacional Autónoma de México que estuvieron en sesiones presenciales en el Plan de Tutorías por Pares. Además de proporcionar los resultados de las métricas de las tres redes sociodigitales mencionadas. La parte cualitativa es la reseña breve de los trabajos de titulación de tres estudiantes que pertenecieron a TxP como tutores.

2.1. Para el estudio cuantitativo: Encuesta

Para la elaboración de la encuesta se establecieron cuatro categorías de análisis:

1. Uso de las redes sociodigitales de TxP, con diez indicadores.
2. Uso de *Facebook*, con cuatro indicadores.
3. Uso de *Instagram*, con cuatro indicadores.
4. Uso de *TikTok*, con cuatro indicadores.

Se empleo un cuestionario de 22 preguntas cerradas con opciones en escala *Likert* de cinco valores, donde uno equivalía a muy mal o nunca y cinco a muy bien o siempre. Hubo una pregunta abierta para conocer el tema que más se recordaba por parte de las y los tutorados. El cuestionario fue aplicado de forma digital en las sesiones presenciales a través de la plataforma de *Google Forms*. El procesamiento de los datos se hizo en una hoja electrónica de *Excel*, con los estadísticos de frecuencias, porcentajes y promedios. En primer lugar, se presenta la opción/calificación más alta y en segundo la suma de las dos más altas ya que cuatro y cinco corresponderían a los criterios de bueno y muy bueno.

Tabla 2.

Ejemplo del cuestionario de la encuesta

Pregunta	1	2	3	4	5
¿Con qué frecuencia consultaste las redes sociodigitales de TxP durante el semestre?					
¿Fue adecuado el uso redes sociodigitales?					
¿Fue adecuado el uso de infografías?					
¿Fue adecuado el uso de los memes?					
¿Fue adecuado el uso de videos?					
¿Identificaste las alternativas para la solución de tus problemas?					

Fuente: Elaboración propia (2024).

2.2. Para el estudio cuantitativo: Métricas

La obtención de métricas se realizó a través del portal de *Metricool*, el cual permite, en la versión gratuita, identificar el comportamiento de las redes en los últimos tres meses de (marzo a junio) en cuanto al *engagement* (nivel de compromiso o lealtad de la audiencia con una marca), interacciones, promedio de alcance por *post*, impresiones y número de *post*. *Metricool* es una plataforma que se utilizó para gestionar las redes de TxP. Fue necesario registrarse y vincular las cuentas con la finalidad de programar desde ahí las publicaciones.

2.3. Estudio cualitativo

Se reseñan brevemente tres trabajos de titulación de licenciatura referentes al plan de TxP, dos con la finalidad de capacitar y guiar la producción de contenidos y obtener mejores resultados, puesto que las y los tutores no todos llevan materias de medios electrónicos. El otro trabajo es un manual para la compilación de las publicaciones en un repositorio en una página web propia. Estos documentos se obtuvieron en físico (papel) y dos de ellos se encuentran la página <https://tesiunam.dgb.unam.mx>.

3. Resultados

3.1. Resultados de la encuesta

La población de estudio fue de 139 estudiantes de los cuales entre 54 y 59 contestaron las preguntas, por lo que la suma en frecuencia y porcentaje varió. Se presentan los resultados y una interpretación con cifras redondeadas de las cuatro categorías de análisis.

Tabla 3.

Sobre el uso de las redes sociodigitales de TxP, en general

Pregunta/1=más baja 5= más alta	1		2		3		4		5	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Frecuencia con la que se consultaron las redes sociodigitales de TxP durante el semestre	2	3.57	6	10.71	23	41.07	10	17.85	15	26.78
Fue adecuado el uso redes sociodigitales	1	1.75	0	0	12	21.05	19	33.33	25	43.85
Pertinencia de la información publicada en las redes sociodigitales	1	1.75	0	0	6	10.52	16	28.07	34	59.64
Adecuación del uso de los memes	1	1.72	0	0	4	6.89	15	25.86	38	65.51
Adecuación del uso de los videos	1	1.85	0	0	1	1.85	15	27.77	37	65.51
Identificación de alternativas para el manejo del estrés	0	0	4	6.89	9	15.51	15	25.86	30	51.72
Identificación de alternativas para mejorar la salud mental	0	0	2	3.50	7	12.28	17	29.82	31	54.38
Identificación de alternativas para gestionar las emociones	0	0	2	3.50	12	21.05	13	22.80	30	52.63
Identificación de casos en que se necesitaría ayuda psicológica	0	0	2	3.44	11	18.96	15	25.86	30	51.72
Volver a consultar los contenidos de las redes sociodigitales	2	3.44	7	12.06	15	12.06	17	29.31	17	29.31

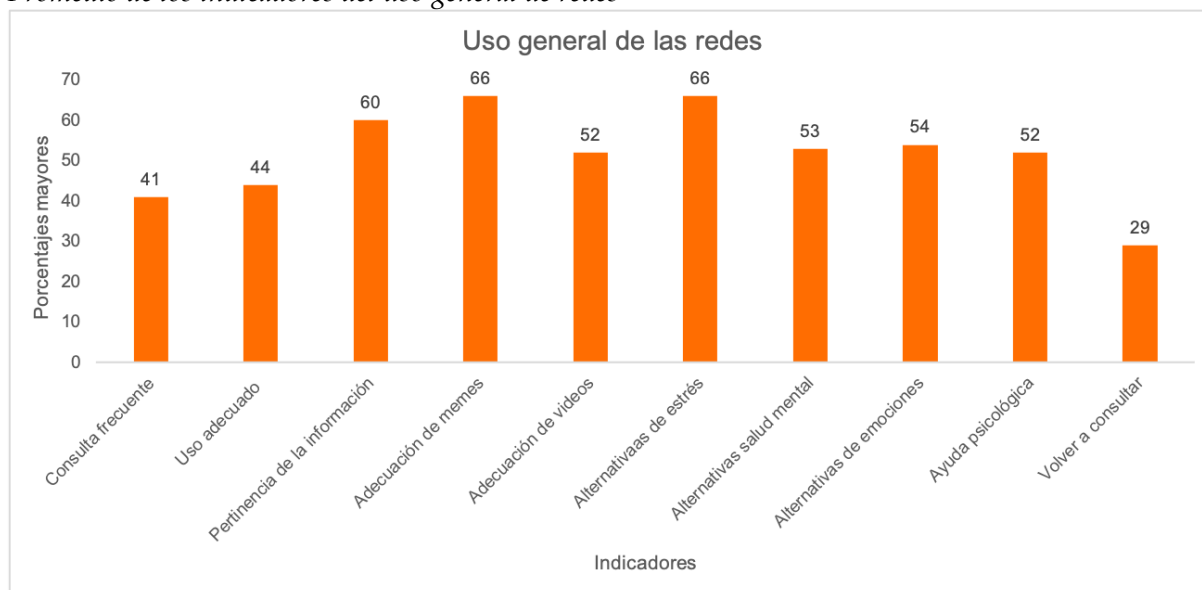
Fuente: Elaboración propia (2024).

Interpretación:

- 1 Que vean frecuentemente las publicaciones de las redes sociodigitales de TxP, el 41% lo calificó con tres, mientras que entre cuatro y cinco suman 45%.
- 2 Fue adecuado el uso, en 44% calificó con cinco; la suma de cuatro y cinco, es de 77%.
- 3 La pertinencia de la información publicada estuvo en 60% en cinco, la más alta; al sumar cuatro y cinco da un 88%.
- 4 La adecuación de los memes obtuvo mayor porcentaje 66% en cinco, la suma de las calificaciones de cuatro y cinco es de 91%.
- 5 La adecuación de los videos obtuvo mayor porcentaje (66%) en cinco, la suma de cuatro y cinco es de 93%.
- 6 La identificación de alternativas para el manejo del estrés tiene mayor porcentaje 52% en cinco, la suma de cuatro y cinco es de 78%.
- 7 La identificación de alternativas para mejorar la salud mental obtuvo 54% en cinco, la suma de cuatro y cinco es 84%.
- 8 La identificación de alternativas para gestionar las emociones obtuvo 53% en cinco, la suma de cuatro y cinco es de 75%.
- 9 La identificación de casos que se necesitaría ayuda psicológica obtuvo porcentaje de 52% en cinco, la suma de cuatro y cinco es 78%.
- 10 Volver a consultar los contenidos publicados porcentaje en cuatro y cinco (29%), la suma de estas calificaciones es de 59%.

Figura 1.

Promedio de los indicadores del uso general de redes



Fuente: Elaboración propia (2024).

Interpretación:

En cuanto al uso general de las redes de TxP, se obtiene un 52% de promedio de los diez indicadores donde se obtuvo la mayor frecuencia; sin embargo, si se suman los porcentajes de las calificaciones de cuatro y cinco, el promedio es de 77%, aumenta 25%.

Tabla 4.

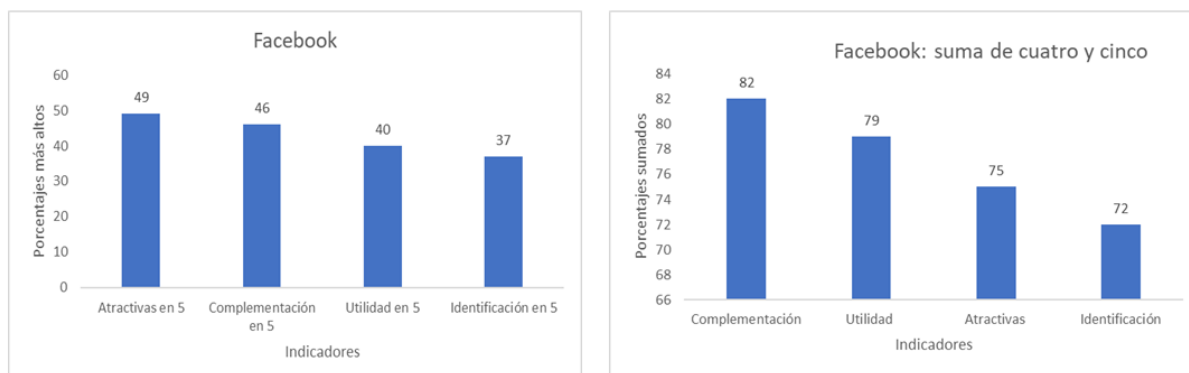
Sobre el uso de Facebook

Pregunta/1=más baja 5= más alta	1		2		3		4		5	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Utilidad de las publicaciones en Facebook	1	1.75	2	3.50	9	15.78	22	38.56	23	40.35
Publicaciones visualmente atractivas de Facebook	1	1.75	5	8.77	8	14.03	15	26.31	28	49.12
Sentirse identificado con las publicaciones en Facebook	2	3.50	0	0	14	24.56	20	35.08	21	36.84
Complementación de publicaciones en Facebook a las sesiones de tutorías	2	3.50	1	1.75	7	12.28	21	36.84	26	45.61

Fuente: Elaboración propia (2024)

Interpretación

En cuanto al uso de Facebook, se obtiene 43% de promedio de los cuatro indicadores donde se obtuvo la mayor frecuencia. Se promedian los porcentajes de las calificaciones de cuatro y cinco, resulta en 77%, aumenta 34%.

Figura 2.*Sobre el uso de Facebook*

Fuente: Elaboración propia (2024).

Interpretación:

- La utilidad de esta red fue calificada en 50% con cinco, la suma de cuatro y cinco es de 88%.
- Las publicaciones que son atractivas visualmente tienen máxima calificación de 56% en cinco; la suma de cuatro y cinco es de 92%.
- Se sienten identificados con las publicaciones alcanzó un máximo de 46% en la calificación cinco, la suma de cuatro y cinco da 75%.
- Las publicaciones complementan las sesiones presenciales tiene calificación en cinco de 43, la suma de cuatro y cinco es de 82%.

Tabla 5.*Sobre el uso de Instagram*

Pregunta/1=más baja 5= más alta	1		2		3		4		5	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Utilidad de las publicaciones en Instagram	1	1.72	2	3.44	4	6.89	22	37.93	29	50
Publicaciones visualmente atractivas en Instagram	2	3.38	2	3.38	2	3.38	21	35.59	32	56.14
Sentirse identificado con las publicaciones en Instagram	3	5.08	0	0	12	20.33	17	28.81	27	45.76
Complementación de publicaciones en Instagram a las sesiones de tutorías	1	1.72	2	3.44	8	13.79	22	38.59	25	43.10

Fuente: Elaboración propia (2024)

Interpretación:

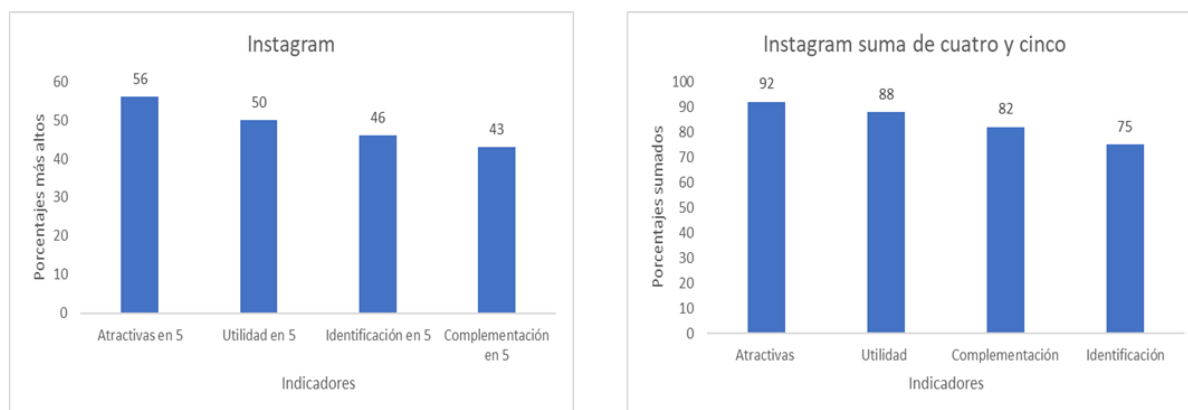
- La utilidad de esta red fue calificada en 50% con cinco, la suma de cuatro y cinco es de 88%.
- Las publicaciones que son atractivas visualmente tienen máxima calificación de 56% en cinco; la suma de cuatro y cinco es de 92%.
- Se sienten identificados con las publicaciones alcanzó un máximo de 46% en la calificación cinco, la suma de cuatro y cinco da 75%.
- Las publicaciones complementan las sesiones presenciales tiene calificación en cinco de 43, la suma de cuatro y cinco es de 82%.

En cuanto al uso de *Instagram*, se obtiene un 49% de promedio de los cuatro indicadores donde se obtuvo la mayor frecuencia. El promedio de los porcentajes de las calificaciones de cuatro y cinco, resulta en 84%, aumenta 35%.

Los indicadores mejor calificados fueron que las publicaciones son visualmente atractivas y tienen utilidad, además de que todos los indicadores están calificados por arriba de 70%.

Figura 3.

Sobre el uso de Instagram



Fuente: Elaboración propia (2024).

Tabla 6.

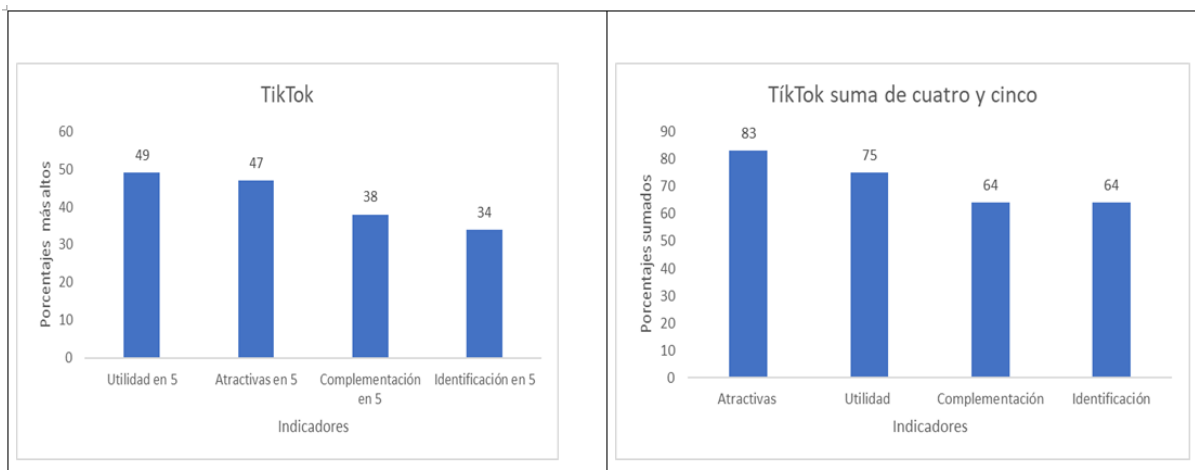
Sobre el uso de TikTok

Pregunta/1=más baja 5= más alta	1		2		3		4		5	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Utilidad de las publicaciones en TikTok	2	3.38	3	5.08	10	16.94	15	25.42	29	49.15
Publicaciones visualmente atractivas en TikTok	2	3.38	2	3.38	6	10.16	21	35.59	28	47.45
Sentirse identificado con las publicaciones en TikTok	2	3.44	3	5.17	16	27.58	17	29.31	20	34.48
Complementación de publicaciones en TikTok a las sesiones de tutorías	2	3.44	6	10.34	13	22.41	15	25.86	22	37.93

Fuente: Elaboración propia (2024).

Interpretación:

- La utilidad de esta red fue calificada en 49% con cinco, la suma de cuatro y cinco es de 75%.
- Las publicaciones que son atractivas visualmente tienen máxima calificación de 47% en cinco; la suma de cuatro y cinco es de 83%.
- Se sienten identificados con las publicaciones alcanzó un máximo de 34% en la calificación cinco, la suma de cuatro y cinco da 64%.
- Las publicaciones complementan las sesiones presenciales tiene calificación en cinco de 38, la suma de cuatro y cinco es de 64%.

Figura 4.Sobre el uso de *TikTok***Fuente:** Elaboración propia (2024).**Interpretación:**

En cuanto al uso de Instagram, se obtiene un 42% de promedio de los cuatro indicadores donde se obtuvo la mayor frecuencia. El promedio de los porcentajes de las calificaciones de cuatro y cinco, resulta en 72%, aumenta 30%.

Los indicadores mejor calificados fueron que las publicaciones son visualmente atractivas y tienen utilidad, además de que todos los indicadores están calificados por arriba de 60%.

En cuanto a los temas que las y los estudiantes más recuerdan se solicitó una respuesta abierta de donde se obtuvieron cinco grupos de temáticas que se trataron en las sesiones presenciales semanales por parte de las y los estudiantes tutores frente a grupo.

Tabla 7.*Temas más recordados*

Temas	Frec.	%
Trámites (incluye: Becas, Altas, Bajas y reinscripciones, Intercambio y movilidad, Servicios de la FES Servicio social)	59	36.64
Requisitos de la carrea (incluye: Titulación, Recuperación de asignaturas, Campos de formación, Elección de optativas, Profesores próximo semestre, idiomas)	45	27.95
Temas de la carrera (incluye: Clase de radio, asertividad, Comunicación asertiva, campaña electoral, Edición de fotos)	20	12.42
Salud mental (incluye: gestión de emociones, control de ansiedad, y empatía)	18	11.18
Hábitos (incluye: gestión del tiempo, Comunicación entre el grupo)	11	6.83
Otros (incluye: Transporte a la FES, juegos en Kahoot, Reels de Memes, Canva, Publicaciones en redes)	8	4.96
Total	161	99.98

Fuente: Elaboración propia (2024)

3.2. Resultados de las métricas

Métricas de Facebook (20/3/2024 al 19/5/2024)

En esta red de publicaron 56 post y nueve reels, las Figuras para cada son:

Figura 5.
Posts de Facebook

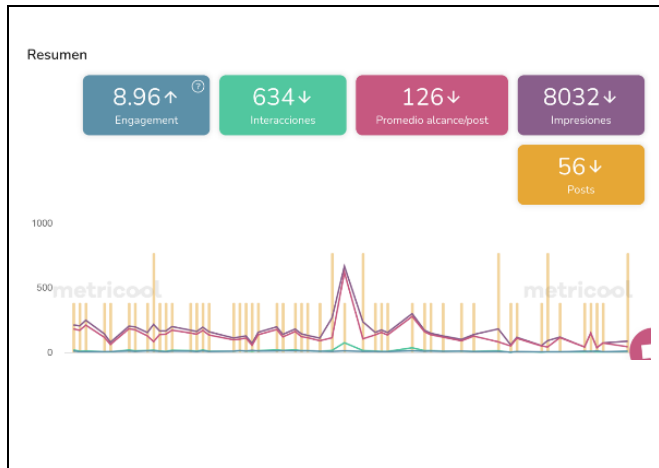
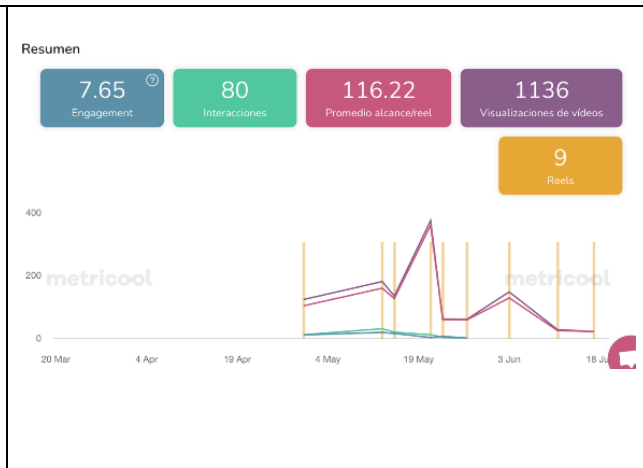


Figura 6.
Reels de Facebook



Fuente: Metricool (2024).

Métricas de Instagram (20/3/2024 al 19/5/2024)

En esta red de publicaron 40 posts, 29 Reels y 27 historias

Figura 7.
Posts de Instagram

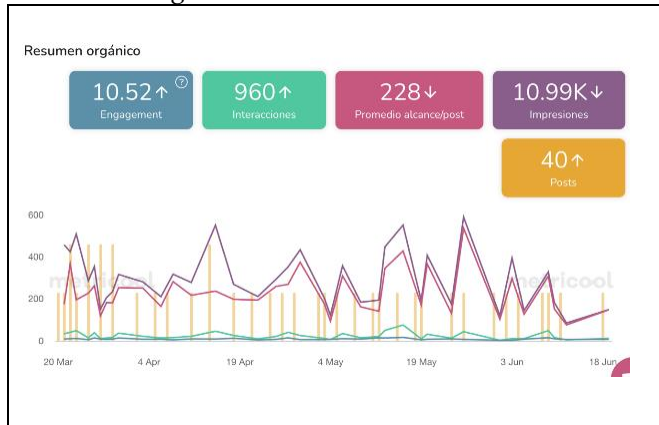
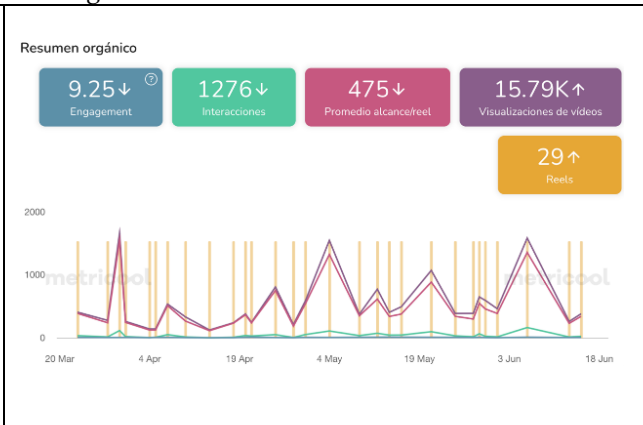
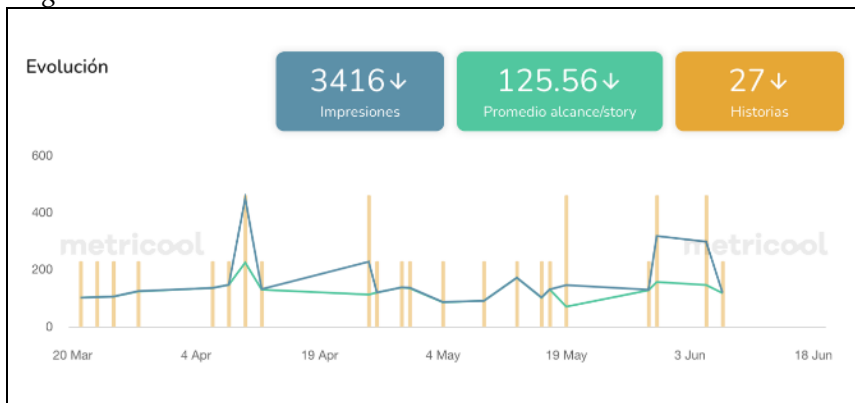


Figura 8.
Reels de Instagram



Fuente: Metricool (2024)

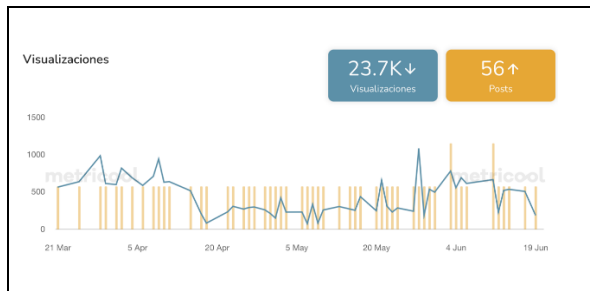
Figura 9.
Historias de Instagram



Fuente: *Metricool* (2024)

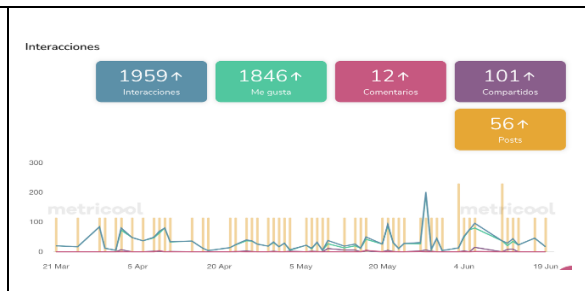
Métricas de *TikTok* (20/3/2024 al 19/5/2024)
En esta red se publicaron 56 videos o *posts*

Figura 10.
Visualizaciones de TikTok



Fuente: *Metricool* (2024)

Figura 11.
Interacciones de TikTok



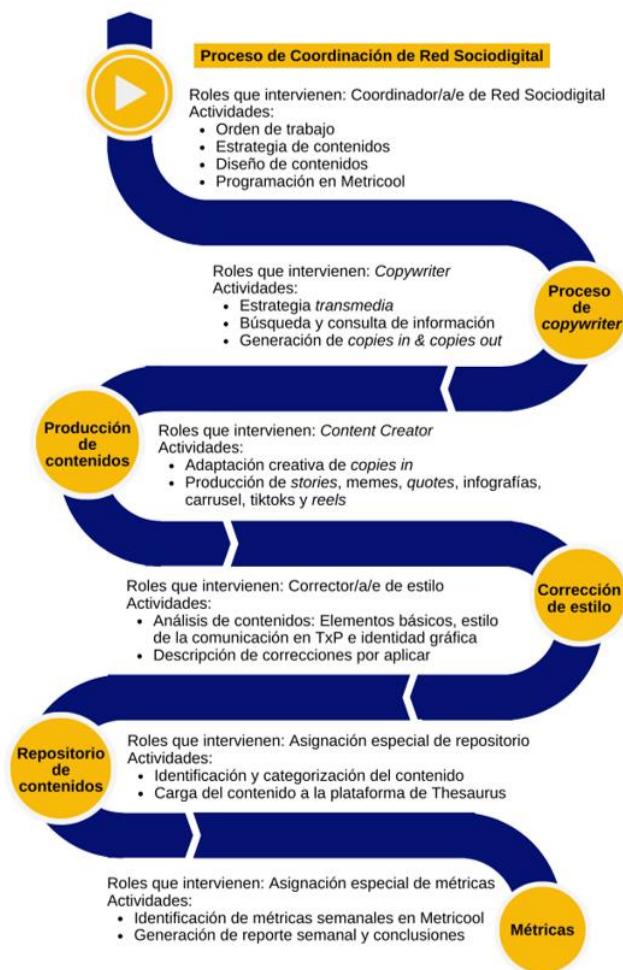
3.3. Resultados de los trabajos de titulación

El manual de producción de videos para el canal de *YouTube* de TxP, trata de subsanar las deficiencias en la creación de material audiovisual y así generar seguridad en las y los tutores, debido a que intervienen estudiantes que cursaron materias generales de guion, producción y edición, básicos. Se determinan los parámetros de contenido y las oportunidades de mejora en el uso del video como herramienta educativa. En este trabajo se explica la organización, funcionamiento y adaptación de células de trabajo en la plataforma *YouTube* y cubrir las necesidades de TxP sobre la preproducción, producción, postproducción y gestión del canal (Castillo, 2021).

Se elaboró otro manual de manejo y producción de contenidos para *Facebook*, *Instagram* y *TikTok*, para establecer los estándares mínimos de generación de contenidos y lograr un equilibrio entre la red social, el formato, el diseño y la información de los consumidores de las cuentas de @txp_acatlan. La idea es trabajar como una agencia de creación de contenidos y así lograr una mejora significativa de las producciones. Se plantean los procedimientos para investigar, recopilar, almacenar y organizar la información (ver Figura 12).

Figura 12.

Proceso para la producción de contenidos



Fuente: Castillo (2023).

También se elaboró un repositorio para clasificar, catalogar, guardar, difundir y permitir la consulta de las publicaciones desde 2018 para posibilitar la consulta de que otras y otros estudiantes, profesores, así como el público en general puedan consultar este repositorio. Se plantea el sustento teórico de los repositorios, el proceso de curación de contenido en el campo educativo, en concreto de TxP. Se muestra el funcionamiento del repositorio TxP de acuerdo con las y los administradores y las y los tutores curadores, que se encargan de subir los materiales producidos en las redes (Quebrado, 2022).

4. Discusión

Para valorar el empleo de las redes sociodigitales en el caso de TxP, hay que considerar que 139 estudiantes recibieron tutorías presenciales (cuya asistencia es optativa), de los cuales entre el 38 y 42% contestaron las preguntas del cuestionario y que, estos últimos, consideran que las publicaciones, en general, son entre buena y muy buena (77%). Es decir, las y los tutorados de segundo semestre no todos siguen las publicaciones digitales lo que representa que TxP tiene un gran reto para lograr que estas publicaciones lleguen a más personas de las que se consideran como público meta ya que quienes las consumen les ven utilidad para acceder a información fiable, variada y sin barreras espaciotemporales, como menciona Gómez (2016) y de manera específica Infante (2012) para tutorías.

Con los resultados obtenidos de las calificaciones sobre las tres redes sociodigitales se obtiene la utilidad, el atractivo visual, lograr identificación y la complementación de las tutorías presenciales que resultaron entre bueno y muy bueno. Esto permite asegurar que los trabajos de titulación reseñados han servido para la potenciación de la autonomía personal, el desarrollo del trabajo colaborativo la optimización de la organización que son algunos de los beneficios para las y los tutorados pares quienes obtienen muchas ventajas en el desarrollo de habilidades para la docencia, sistematización y exposición de contenidos.

Por otra parte, se puede afirmar que se cumplen las funciones de informar, entretener y educar como señala Ortiz (2024), sin dejar de lado los objetivos de TxP que son de disminuir los índices de reprobación y deserción escolar, apoyar la vinculación de los estudiantes a la vida universitaria y mejorar el egreso, aunque no hay un estudio específico confirmatorio de que se alcanzan estos fines.

Con respecto a las métricas obtenidas, se está en posibilidades de afirmar que los *posts*, *reels* e historias publicadas en los tres meses de referencia, que ascienden a 217 entre las tres redes, han tenido resultados en las interacciones, alcance, impresiones, *engagement* y visualizaciones, que rebasan en mucho la cantidad de personas que son el público meta. Las explicaciones posibles consisten en que el empleo de estas redes por TxP son a público abierto y tienen varios semestres y estudiantes de otros semestres las consultan o bien que personas no relacionadas con la carrera lo hacen (incluso en otros países).

Este ejercicio que se realiza confirma lo enunciado por Jiménez (2023) en el sentido de que el empleo de las redes sociodigitales posibilita el desarrollo de la creatividad y colabora en el aprendizaje de competencias sobre creación y edición de contenido multimedia como apoyo al aprendizaje no solo de los temas ubicados en los programas de estudio (producción de radio, comunicación asertiva, campañas electorales, edición de fotos), sino como es este caso, a facilitar y requisitos para trámites escolares y de la licenciatura, salud mental y hábitos de estudio. Aquí hay que distinguir que tanto las y los tutorados, al consultar las publicaciones, aprenden, se informan o se entretienen, las y los tutores aprenden al producir los *posts*, *reels* o historias con una calidad parecida a las agencias de creación de contenidos, para lo cual los manuales elaborados como trabajos de titulación contribuyen para ello.

Esta investigación representa un aporte principalmente práctico sobre la forma de evaluar el empleo de tales redes puesto que teóricamente hay suficientes investigaciones que tratan de cómo producir, publicar y beneficios, aunque no se encuentra literatura específica sobre programas de tutorías y menos de entre iguales. También hay que aclarar que el esfuerzo realizado por el equipo de TxP, con respecto al logro de los objetivos generales que se plantean en la UNAM, no se pueden precisar debido a que los resultados se podrían obtener hasta que se realice un estudio sobre el impacto que tienen las tutorías después de varias generaciones y a través de criterios cualitativos y cuantitativos.

5. Conclusiones

Con el objetivo inicial en esta investigación acerca de plantear una evaluación de las redes sociodigitales de un plan de tutorías por pares (TxP) en una institución educativa de licenciatura que tiene como fin, este plan, de colaborar en la disminución de la deserción y el bajo rendimiento en las y los estudiantes, presentaron los resultados de una encuesta, de las métricas de redes sociodigitales (*Facebook*, *Instagram* y *TikTok*) y de tres trabajos de titulación con referencia al mismo programa.

La encuesta utilizó un cuestionario en escala *Likert* (del 1 -más bajo- al 5-más alto-) a una población de 139 tutoradas y tutorados que asistían voluntariamente a las tutorías presenciales, de los cuales entre el 38 y 42 consultan frecuentemente las redes de TxP. Con respecto al uso general de las redes se obtuvo 52% de promedio en los diez indicadores, la suma de los porcentajes de las calificaciones de bueno y muy bueno fue de 77%. Los criterios para cada una de las redes fueron: utilidad, atractividad visual, lograr la identificación y la complementación de las sesiones presenciales, las calificaciones para *Facebook*, *Instagram* y *TikTok*, estuvieron entre buenas y muy buenas, lo que quiere decir, que para las y los tutorados (público meta) que consultaron las 217 publicaciones semestrales tienen impacto positivo.

En el caso de los resultados de las métricas obtenidas de los *posts*, *reels* e historias publicadas, se destaca que los resultados tienen interacciones, alcance, impresiones, *engagement* y visualizaciones, que sobre pasan la cantidad de miembros del público meta, lo que se interpreta que hay más personas de público abierto o estudiantes de otros semestres que las reciben y posiblemente son impactados.

Estas cifras cuantitativas posiblemente se deben a los manuales sobre la preproducción, producción, posproducción y organización de las células de trabajo de TxP que han trabajado las y los tutores al elaborar algunos criterios básicos de calidad en las producciones digitales de TxP.

Esta investigación contribuye a la literatura sobre el empleo de las redes sociodigitales en el ámbito educativo del nivel superior y específicamente a la de programas de tutorías entre iguales que producen y consumen las y los estudiantes, con una metodología mixta acerca de un estudio empírico que utiliza 22 categorías de análisis medibles.

Se consideran en este trabajo que hay diferentes modalidades de ejecutar los programas de tutorías: docentes-estudiantes; entre estudiantes del mismo grado; entre estudiantes de grados diferentes, todas ellas de manera presencial, con recursos digitales como apoyo a las tutorías presenciales y en redes sociodigitales. Además, que los contextos educativos son variados, por lo que toca a las instituciones, directores, docentes y estudiantes reflexionar sobre la forma de realizar y evaluar a las tutorías.

6. Referencias

- Blanco, E. (2024). Tipos de Redes Sociales: características, personalidad y su impacto en Marketing y Ventas. *RD Station Blog*. <https://www.rdstation.com/blog/es/tipos-de-redes-sociales/>
- Castillo Cruz, S. (2023). *Manual de manejo y producción de contenidos para redes sociodigitales: Facebook, Instagram y TikTok; para el programa de Tutorías por Pares de Comunicación* [Reporte de titulación por Servicio Social]. Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM.
- Castillo Martínez, J. A. (2021). *Propuesta de un manual de producción de videos para el canal de YouTube del programa Tutorías entre Pares en la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://tesiunam.dgb.unam.mx>
- Contreras Orozco, L. (2017). Las redes sociales digitales como factor de proximidad entre la sociedad y los gobiernos subnacionales en México. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 6(12). <https://doi.org/10.23913/ricsh.v6i12.131>

- Florentín, B. (2022). *TikTok*. <https://www.mundocumentas.com/tiktok>
- Gómez Collado, M. E., Contreras Orozco, L. y Gutiérrez Linares, D. (2016). El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en estudiantes de ciencias sociales: un estudio comparativo de dos universidades públicas. *Innovación educativa*, 16(71), 61-80. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732016000200061&lng=es&tlng=es.
- Gómez Collado, M. E., Contreras Orozco, L. y Gutiérrez Linares, D. (2016). El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en estudiantes de ciencias sociales: un estudio comparativo de dos universidades públicas. *Innovación Educativa*, 16(71). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732016000200061
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Infante Moro, A. y Aguaded Gómez, J. I. (2012). Las redes sociales como herramientas educativas. En *Las tecnologías de la información en contextos educativos: nuevos escenarios de aprendizaje*. Universidad de Santiago de Cali.
- Jiménez, P. (2023). El uso de TikTok como herramienta educativa. *Red Educa*. <https://www.rededuca.net/blog/tic/tik-tok>
- Marín-Díaz, V. y Cabero-Almenara, J. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 25-33. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.24248>
- Mateus, J. C., Aran-Ramspott, S. y Masanet, M. (2017). Análisis de la Literatura sobre Dispositivos Móviles en la Universidad Española. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 20(2), 49-72. <https://www.redalyc.org/pdf/3314/331453132003.pdf>
- Mora Rojas, P. (2021). *Instagram, principales características*. https://issuu.com/andreazc0/docs/diagramacio_n_documento_gui_a_institucional/34
- Ortiz Suárez, J. M. (2024). *Propuesta de plan de contenido de redes sociodigitales para el programa de tutorías por pares Comunicación (TxP Comunicación)* [Tesina de licenciatura]. Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM.
- Quebrado Godínez, J. F. (2022). *Curación de contenidos de Objetos de Aprendizaje del programa de Tutorías por Pares de Comunicación de la FES Acatlán* [Tesina de licenciatura]. Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM.
- Santos, D. (2023). Facebook en 2023: qué es, ventajas y cómo iniciar en esta red. *HubSpot Blog*. <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-marketing-facebook>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito: García Ávila, Susana y Uribe Ortiz, Ariadna.

Agradecimientos: De enero a diciembre 2024, el proyecto TxP que se reporta en este artículo, está inscrito como Programa de Apoyo a Proyectos para Innovar y Mejorar la Educación (PAPIME), de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico de la UNAM, con el número: PE301524.

AUTORES:

Susana García Ávila:

Universidad Nacional Autónoma de México.

Licenciada en Comunicación, Maestra y Doctora en Pedagogía, líneas de investigación en: Docencia y Tutorías Universitarias, TIC y Sistemas educativos formales y no formales. Profesora Asociada “C” tiempo completo en la UNAM, Profesora en licenciatura y Posgrado en Comunicación. Coordina el Programa de Tutorías por Pares Comunicación desde 2021 y ha coordinado diversos proyectos para diversas instituciones educativas relacionados. al empleo de TIC en educación. Es candidata al Sistema Nacional de Investigadores.

864628@pcpuma.acatlan.unam.mx

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0008-5991-9907>

Ariadna Uribe Ortiz:

Universidad Nacional Autónoma de México.

Licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva por la FES Acatlán, de la UNAM, con posgrado en Comunicación Organizacional y estudios especializados en Aplicaciones de las TIC para la enseñanza, Comunicación y marketing. Se ha desempeñado como Secretaria Técnica del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva (2001-2006), Jefa de la Sección Académica de Géneros y Medios de la Licenciatura en Comunicación (2006-2009), Secretaria Auxiliar de la Secretaría General (2010-2017) y Editora de la Revista Multidisciplina de la FES Acatlán (2010-2017). Actualmente es la Coordinadora de la Licenciatura en Comunicación y, desde 2001, es profesora de las asignaturas Producción Radiofónica y Producción Radiofónica Especializada.

ariadnauribe@unam.mx

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0006-0141-408X>