

INFORME TRIMESTRAL DCS JULIO-SEPTIEMBRE 2025

➤ Campañas de difusión 2025

Aplicando estrategias comunicativas efectivas, se busca generar conciencia en la sociedad sobre la relevancia de estos temas, informar, fomentar la participación informada y promover buenas prácticas que, entre otras cosas contribuyan a la construcción de un entorno digital seguro, equitativo y accesible para todas las personas, considerando las diversas identidades y experiencias de género.

Estas campañas se orientarán a diversos sectores, incluyendo la ciudadanía en general, organizaciones de la sociedad civil, instituciones públicas y privadas, con el fin de incentivar un compromiso colectivo hacia la transparencia, la equidad de género y la protección de la información en el ecosistema digital, garantizando la inclusión y representación de todas las personas sin discriminación.

- **Concursos de Dibujo Infantil e Historieta (Juventud)**
- **Apoyo en campaña IECD en el tema de la consulta ciudadana**
- **19 años INFO**
- **#tuInfo**

➤ Comunicados de prensa

Durante el tercer trimestre de 2025, la Dirección de Comunicación Social del INFO CDMX realizó un total de **43 comunicados de prensa**, con el objetivo de difundir las actividades institucionales de las personas Comisionadas Ciudadanas, así como las sesiones ordinarias, extraordinarias y solemnes del Pleno del Instituto. La distribución mensual fue la siguiente:

- **13 comunicados en julio.**
- **15 comunicados en agosto.**
- **15 comunicados en septiembre.**

Los boletines fueron publicados en el portal institucional y difundidos en medios electrónicos y prensa escrita. Su consulta pública está disponible en el apartado de Comunicación Social del sitio web del Instituto, a través del siguiente enlace:

👉 <https://portal.infocdmx.org.mx/comunicados/2025>

Adicionalmente, se elaboraron **15 invitaciones** dirigidas a medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y público en general, para convocar a sesiones del Pleno y eventos institucionales relevantes.

• Video grabaciones y YouTube

Dentro de la cobertura de las actividades institucionales la Dirección de Comunicación Social (DCS) realizó la videograbación de los eventos donde participaron los comisionados ciudadanos.

Durante este periodo se generaron 101 videos, 11 corresponden a sesiones del pleno, 90 de eventos institucionales sobre temáticas de transparencia y protección de datos personales

entre los que destacan el Informe por los 19 años del Instituto, la Jornada de Seminarios especializados en materia de Protección de Datos Personales, el Laboratorio de Datos Abiertos, el Conversatorio Ciberseguridad y Privacidad, El Segundo Foro Conciencia Digital y el Seminario Interdisciplinario Inteligencia Artificial, Ética y Derecho.

Se subieron 56 videos en el canal Institucional de **YouTube** con 38 videos subidos de los eventos institucionales y en coordinación con la Secretaría Ejecutiva y la Dirección de Tecnologías de la Información se realizó la transmisión a redes sociales de 18 eventos desde el Instituto.

De estos videos 5 son shorts de los testimonios de personas trabajadoras del INFO CDMX en el marco del 19 aniversario del Instituto.

De todos los videos subidos al canal hubo 22 mil 038 visualizaciones, con un tiempo de visualización de mil 900 minutos. En este periodo se generaron 275 mil 600 impresiones que se refiere al número de veces que le apareció una miniatura de un evento institucional a un usuario en YouTube. El 50.8% de los espectadores son mujeres y 49.2 % hombres. La edad promedio de los visitantes al canal son 36.3 % entre 25 y 34 años, seguido por un 41.9% de 35 a 44 años y un 21.0 % de 45 a 54 y 0.8 % de 55 a 64 años. El 72.6 % de visitas provienen de México, el resto de Los Estados Unidos, Colombia, Perú y España.

Hubo un incremento de 531 seguidores con respecto al tercer trimestre de 2024 y de 94 con respecto al trimestre anterior pasando de 4 mil 859 el 31 de marzo a 4 mil 953 al 30 de septiembre del 2025.

<https://www.youtube.com/@infodf1>

- **Podcast**

El Podcast es un canal de almacenamiento sonoro en el cual se registraron **11** sesiones ordinarias del Pleno.

<https://infocdmx.org.mx/podcast/index.php>

- **Fotogalería**

Para el trimestre que se reporta, en la Galería fotográfica del INFO se albergan **318 imágenes** en un total de **41 carpetas** correspondientes a los distintos eventos institucionales que se realizaron durante los meses de **julio, agosto y septiembre** de 2025.

<https://infocdmx.org.mx/index.php/nuestro-instituto/comunicaci%C3%B3n-social/4447>

- **Redes Sociales**

- **Twitter (X)**

En comparación, en el tercer trimestre nuestro número de seguidores se incrementó a **28,762 seguidores**, una diferencia de **114** con respecto al segundo trimestre que fue de **28,648 seguidores**.

La publicación de mensajes estuvo distribuida de la siguiente forma:

- Julio: **186**
- Agosto: **186**
- Septiembre: **178**

- **Facebook**

En este tercer trimestre del 2025, el número de seguidores creció a **27,845**, lo que significa un aumento de **331** nuevos seguidores.

A continuación, se muestra la desagregación mensual de interacciones en la plataforma:

Mes	Número de publicaciones	Visitas a la página	Seguidores nuevos	Alcance
Julio	182	3790	84	17,622
Agosto	187	7701	172	35,882
Septiembre	173	3055	75	43,551
Totales	542	14,546	331	97,055

- **TikTok**

La cuenta ha mostrado un crecimiento sostenido tanto en número de seguidores como en visualizaciones e interacciones, este trimestre reportado alcanzó **546 seguidores (+63% vs. trimestre anterior)**. El aumento exponencial en la base de seguidores posiciona la cuenta con un excelente potencial para el siguiente trimestre.

- Vistas de video: 25, 000
- Vistas de perfil: 356
- Me gusta: 1,321
- Comentarios: 35
- Compartidos: 79

Estas métricas destacan un volumen significativo de “visitas al perfil”, complementado con un número de vistas de video que indica que ciertos contenidos han sido percibidos como relevantes o valiosos por la audiencia.

- **Instagram**

Actualmente contamos con un a un incremento de **191 nuevos seguidores**, llegando así a **3,503** a diferencia del segundo trimestre de 2025, cuando contábamos con 3,312 seguidores. Este

incremento refleja una tendencia de crecimiento constante en la base de seguidores, lo cual indica una retención estable y un interés sostenido por parte de la comunidad digital.

De igual forma se enlistan las publicaciones de la siguiente manera:

- Historias: **163**
- Reels: **20**
- Publicaciones: **33**

○ LinkedIn

En esta red contamos con **632 seguidores**, para el trimestre reportado (3er) se lograron **50 nuevos seguidores**. En este tercer trimestre se hicieron un total de **85 publicaciones**. De acuerdo con las características, quienes siguen nuestra cuenta son de la administración pública, seguido de consultorías de tecnología despachos de abogados y universidades.

Mes	Número de publicaciones	Clics	Seguidores nuevos	Impresiones	Reacciones
Julio	23	156	16	2,234	37
Agosto	28	343	21	5,000	91
Septiembre	35	447	13	4,660	135
Totales	86	946	50	11,894	263

➤ Medios de comunicación

Durante el tercer trimestre de 2025, el trabajo del Pleno del INFO CDMX y su agenda institucional mantuvieron una presencia destacada en medios de comunicación tradicionales y digitales, alcanzando un total de **222 impactos informativos**.

Distribución mensual de impactos:

- Julio: **78 impactos**
- Agosto: **89 impactos**
- Septiembre: **55 impactos**

La tendencia muestra un pico en agosto, asociado a entrevistas y cobertura del aniversario, y una ligera baja en septiembre, aunque con alta concentración en temas coyunturales de transformación institucional y leyes pendientes.

➤ Entrevistas y colaboraciones

Además de las notas informativas, los medios dieron un espacio relevante a la opinión experta y al análisis de las personas comisionadas. En este periodo se registraron **12 entrevistas** individuales y **19 columnas de opinión**, publicadas en medios de circulación local y nacional.

En cuanto a las **notas informativas**, se publicaron **108** en total, relacionadas con los temas estratégicos del Instituto.

Detalle por mes:

Julio

- **3 entrevistas.**
- **7 columnas.**
- **49 notas informativas.**

Agosto

- **7 entrevistas.**
- **5 columnas.**
- **41 notas informativas.**

Septiembre

- **2 entrevistas.**
- **7 columnas.**
- **18 notas informativas.**

4. Temáticas predominantes

Las publicaciones y entrevistas reflejaron un abanico temático que puede agruparse en cuatro grandes ejes:

1. Institucionalidad y futuro del INFO CDMX
 - Recurrente tratamiento sobre la posible desaparición, transformación o sustitución del organismo.
 - Cobertura en Reforma, Excélsior, El Universal, La Crónica, TV Azteca, La Jornada.
2. Transparencia, resoluciones y acceso a la información
 - Recursos contra alcaldías como Xochimilco y Tláhuac.
 - Resoluciones sobre la Secretaría de Cultura y servicios públicos.
 - Reconocimientos a instituciones y alcaldías por prácticas de transparencia.
3. Protección de datos personales y privacidad digital
 - Columnas y entrevistas centradas en ciberseguridad, regulación de la inteligencia artificial y retos digitales.
 - Participación en foros especializados, como el Foro Nacional de Ciberseguridad AMCS 2025.
4. Apertura institucional, inclusión y derechos humanos
 - Promoción del uso de lenguaje claro y comunicación accesible.
 - Defensa de la igualdad de género y de los derechos de las personas con discapacidad.
 - Reconocimiento del papel de la lengua de señas mexicana y la memoria institucional.
5. Otros hallazgos relevantes
 - ✓ Cobertura nacional y especializada: además de medios de gran alcance como Reforma, El Universal, Excélsior, La Jornada, se sumaron revistas y portales especializados en derecho, tecnología y ciberseguridad (Foro Jurídico, *Seguritic* Latinoamérica, *Mobile Time*).
 - ✓ Aniversario del INFO CDMX (agosto 2025): se convirtió en un punto de alto posicionamiento mediático, con cobertura positiva en entrevistas y columnas.
 - ✓ Estrategia diversificada: mientras que en julio predominó la cobertura de resoluciones y reconocimientos, en agosto el protagonismo fue institucional (aniversario y extinción), y en septiembre se acentuó la discusión sobre la transición del organismo y la agenda digital.

Conclusión

El trimestre julio–septiembre de 2025 se caracterizó por una intensa actividad mediática de las y los comisionados del INFO CDMX, con un balance de 19 columnas publicadas, 12 entrevistas concedidas, 108 notas informativas y 222 menciones registradas. La narrativa mediática giró en torno a tres ejes principales: la discusión sobre el futuro del organismo, la promoción de la transparencia y acceso a la información, y los retos de la inteligencia artificial y la ciberseguridad.

➤ Materiales de diseño gráfico

Una de las actividades fundamentales para la difusión de los eventos institucionales, es la elaboración de materiales gráficos que se realizan en apoyo a las distintas áreas del Instituto.

Durante este trimestre se realizaron **2,645 piezas** de diseño gráfico, las cuales se generaron de la siguiente manera:

- Julio: **1,601 piezas**
- Agosto: **355 piezas**
- Septiembre: **689 piezas**

El tipo de materiales son: presentaciones, compendios, reconocimientos, banners, placas publicaciones editoriales digitales, materiales para eventos, insumos para redes sociales, insumos para el portal web institucional, gráficos de efemérides, identidad institucional, carteles, invitaciones, reportes, edición digital fotográfica, creatividad, ilustración y vectorización.