

Diagnóstico de la DGDDH Cambio de paradigma

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020 del INEGI, en México hay 126 millones de personas, de las cuales 51.2% son mujeres y 48.8% hombres. El grupo etario de 10 a 14 años es el de mayor número de habitantes, y por grupos existen menos mujeres que hombres hasta los 19 años. A partir del grupo de 20 a 24 años se invierte dicha relación, hasta llegar a 123.2 mujeres por cada 100 hombres en el grupo de 75 años y más.

Actualmente, la edad mediana es de 29 años, lo que indica que la mitad de la población tiene menos de esa edad; esto implica que en general tenemos una población joven.

En 2020, 6.2% de las personas en México eran hablantes de alguna lengua indígena. Adicionalmente, se consideran o auto describen como afromexicanos/as o afrodescendientes 1.28 millones de hombres y 1.30 millones de mujeres, cifras que representaron 2.1% y 2.0% respectivamente. De esas personas una quinta parte tienen menos de 14 años de edad. En México, la población alfabeta de mujeres y hombres es de 98.7% y 98.6%.

La CNDH debe beneficiar a todas las personas en territorio mexicano, garantizando la accesibilidad de la población a los mensajes de la institución. Para ello, segmentamos a la población de manera específica de acuerdo con los canales usados como parte de la Estrategia y el Plan Anual de Comunicación.

La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2020, en México se estimó una población de 84.1 millones de usuarios de internet, que representan 72.0% de la población de seis años o más. Esta cifra revela un aumento de 1.9 puntos porcentuales respecto a la registrada en 2019 (70.1%). Son usuarios de internet 71.3% de las mujeres y 72.7% de los hombres de 6 años o más.

Analizando el comportamiento de los distintos grupos de edad de la población total, el que concentra la mayor proporción de usuarios de internet respecto al total de cada grupo de edad, es el grupo de 18 a 24 años con una participación de 90.5%. El segundo grupo de edad, donde el uso de internet está más generalizado, es el de 12 a 17 años, con 90.2%. En tercer lugar, se encuentran los usuarios de 25 a 34 años, quienes registraron 87.1%. Por su parte, el grupo de edad que menos usa internet es el de 55 y más años, ya que registraron 37.5 por ciento.

La encuesta estima que 78.3% de la población ubicada en áreas urbanas son usuarios, mientras que en el área rural la proporción es de 50.4%

Los tres principales medios para la conexión de usuarios a internet en 2020 fueron: celular inteligente (Smartphone) con 96.0%, computadora portátil con 33.7% y con televisor con acceso a internet 22.2 por ciento. Las principales actividades que realizan los usuarios de Internet en 2020 son comunicarse (93.8%), buscar información (91.0%) y acceder a redes sociales (89.0%).

Por otra parte, la encuesta estima que en 2020 hay 21.8 millones de hogares que disponen de internet (60.6 por ciento del total nacional), ya sea mediante una conexión fija o móvil, lo que significa un incremento de 4.2 puntos porcentuales con respecto del año anterior.

El estudio Digital in 2020: México de We Are Social y Hootsuite, señala que las plataformas más populares entre los usuarios del país son YouTube (96% de usuarios accede), Facebook (94%), WhatsApp (89%), Facebook Messenger (78%), Instagram (71%) y Twitter (61%). En promedio, cada usuario posee al menos cinco cuentas de redes sociales en México. La Comisión cuenta con perfiles y páginas establecidas y verificadas en cuatro de las plataformas más usadas. La Subdirección de Comunicación Digital y Redes Sociales se encarga de gestionar y administrar las cuentas oficiales en tres de ellas: Facebook, Twitter e Instagram. Por su parte, la Subdirección de TvDigital es la responsable de administrar los contenidos del canal de YouTube.

Telefonía celular

La encuesta estima que en 2020 se cuenta con 88.2 millones de usuarios de teléfono celular, lo que representa 75.5% de la población de seis años o más. En 2019 la proporción fue de 75.1% (86.5 millones de usuarios). Nueve de cada diez usuarios de teléfono celular disponen de un celular inteligente (Smartphone). Entre 2019 y 2020 los usuarios que sólo dispusieron de celular inteligente registraron un crecimiento de 3.5 puntos porcentuales (88.1% a 91.6%). Esta encuesta señala que, en 2020, de los usuarios que se conectan a internet mediante su celular, inteligente (Smartphone), se observa un aumento de quienes se conectan sólo por Wi Fi, que pasaron de 9.4% en 2019 a 13.7% en 2020.

En 2020, la ENDUTIH estimó que de 81.0 millones de los usuarios de celular inteligente (Smartphone). El 90.9% usó aplicaciones de mensajería instantánea, 78.1% lo empleó para acceder a redes sociales y 77.6% utilizó aplicaciones para acceder a contenidos de audio y video. Por otra parte, 22.0% de los usuarios accedieron a la banca móvil.

Computadora

Durante 2020 se estimaron 44.4 millones de usuarios de computadora, lo que representa un 38.0% del total de la población en este rango de edad. Asimismo, el porcentaje de usuarios de computadora observado es menor en 5.0% respecto del registrado en 2019. Las principales actividades de los usuarios de computadora en el hogar son: labores escolares (54.9%) -casi diez puntos porcentuales más que en 2019-, actividades laborales (42.8%) y como medio de capacitación (30.6%).

Televisor

Para 2020, de 36.0 millones de hogares, 76.6% cuenta con por lo menos con un televisor de tipo digital (0.1% más en relación con 2019). Asimismo, en 2020 el número de hogares que disponen solo de televisor digital se incrementó en 1.4 millones en comparación con 2019. De esta manera, 96.1% de los hogares del país reciben la señal de televisión digital a partir de televisor digital, señal de televisión de paga o decodificador.

Usuarios de televisión abierta

En 2020, 71.5 millones de personas son usuarias de señal de televisión abierta (61.2% del total de la población de seis años o más) y en promedio la ven 2.41 horas a la semana. De los usuarios de

señal de televisión abierta 45.8 millones (64.1%) ven programas de noticias, 38.4 millones (53.7%) ven películas y 31.4 millones (43.9%) ven telenovelas.

Usuarios de radio

Son usuarias de radio 41.0 millones de personas (35.1% de los habitantes de 6 o más años) y escuchan la programación 2.57 horas en promedio a la semana. De los usuarios de radio 82.8% escucha programas de entretenimiento, 64.3% escucha noticieros y 21.1% escucha programas relacionados con deportes.

La CNDH en redes sociales

De acuerdo a un estudio de HootSuite,¹ en México hay 100 millones de usuarios de redes sociales. Las cuatro redes sociales más usadas por las personas en México son YouTube, Facebook, Instagram y Twitter.

Durante el periodo de enero a junio de 2021, la cuenta oficial de la CNDH en la red social Facebook pasó de 700 mil 75 seguidores a 703 mil 716, con un crecimiento promedio de 811 seguidores al mes. Para la cuenta en la red social Twitter, inició con 355 mil 677 seguidores en enero a 367 mil 269, con un crecimiento promedio de 3 mil 66 seguidores por mes. En la red social YouTube, se cuenta con un total de 20 mil 800 suscriptores a finales de junio².

Tomando como ejemplo la información arrojada en la cuenta oficial de la CNDH en Facebook, nuestros seguidores, principalmente, provienen de las siguientes ciudades y países:

País	Seguidores	Ciudad*	Seguidores
México	548,739	Ciudad de México	127,489
Colombia	24,965	Puebla, Pue.	19,772
Perú	22,508	Guadalajara, Jal.	16,601
Argentina	18,948	Monterrey, NL.	15,360
EUA	17,050	Toluca, Edomex.	13,675
Ecuador	6,938	Oaxaca, Oax.	11,853
Bolivia	5,816	Querétaro, Qro.	10,741

Estas cifras componen parte de nuestras poblaciones objetivo, por lo que los productos generados y emitidos por esta DGDDH se adecúan permanentemente a los lenguajes y formatos específicos para cada una de las tres redes sociales mencionadas, tomando en cuenta los medios de acceso tanto a internet y redes sociales, como los smartphones. Es importante mencionar que, debido a la

¹ <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-mexico-en-el-2020-2021/>

² Avance Físico de Metas, DGDDH, octubre 2021.

naturaleza de la labor de la CNDH, nuestras poblaciones objetivo no sólo comprende a personas de nacionalidad mexicana, sino a todas las personas que se encuentren en territorio nacional.

La difusión de las estrategias de comunicación a través de redes sociales y la página web oficial buscará llegar al 35.6% de los usuarios de internet que interactúan con el gobierno, del total de 80.6 millones de usuarios reportados en 2019 por el INEGI.³ De igual forma, gracias a lo que establece la ley, mediante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía buscaremos llegar al 19.4 millones de hogares que cuenten con un sintonizador de radio hasta el 2018⁴, así como a los 35 millones de hogares que cuentan con una televisión.

La Dirección General de Difusión de los Derechos Humanos atraviesa por un proceso de análisis y evaluación para su rediseño, de acuerdo al proyecto de transformación de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos como una Defensoría del pueblo, acorde a los objetivos del Plan Estratégico Institucional PEI 2020-2024, que centra su actuar en un modelo de atención eficiente y eficaz, en cuyo centro se encuentran las víctimas y sus familiares, así como en el ejercicio austero del presupuesto para el aprovechamiento de los recursos materiales y humanos.

En la primera etapa, procedimos a la evaluación de las áreas que integran la Dirección General de Comunicación. Esto implicó un análisis evaluatorio no solo del personal, sino también de las condiciones de infraestructura, de equipamiento y de falta de capacitación adecuados para los retos que imponen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), específicamente a partir del manejo de plataformas y redes sociales.

Derivado del análisis de las áreas de la DGC, se llegó a la conclusión de la existencia de distintas debilidades, como son: falta de capacitación y actualización, modernización, desconocimiento de nuevas herramientas de trabajo, falta de diversidad en los perfiles profesionales, falta de equipo tecnológico suficiente, una amplia plantilla de trabajo, la falta de acervo documental, fotográfico y la resistencia a la emisión de contenidos innovadores. Esto último, considerando que los materiales de difusión, específicamente las campañas, era elaborados por proveedores ajenos al quehacer de la institución. Todo esto conllevó a la reestructuración de la entonces Dirección General de Comunicación.

Refiriendo a la parte externa, algunos de los retos a los que se enfrentaba la DGC era la falta de planeación adecuada, la necesidad de emitir contenidos no planeados, la falta tiempos adecuados que den holgura a una mayor libertad creativa, saturación de proyectos y encargos de trabajo, plazos de entrega cortos, poca valoración de los procesos, invisibilidad en el resto de las áreas de la CNDH, falta de presupuesto para la difusión de los contenidos en redes sociales y medios tradicionales, que redundaban en bajo impacto e interacción y, finalmente, en la falta de conocimiento de las competencias y facultades de la Comisión por parte de la población.

Lo anterior a pesar de que, de acuerdo a la encuesta Ranking Confianza en Instituciones 2019 de Mitofsky, la Comisión Nacional de los Derechos Humanos se encuentra en el lugar 8 de confianza a nivel nacional, con una confianza media por parte de la ciudadanía, situándonos por encima de la

³ <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/>

⁴ <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/en-mexico-hay-806-millones-de-usuarios-de-internet-y-865-millones-de-usuarios-de-telefonos-celulares>

SCJN y el INE. Sin embargo, ello no implica que no busquemos avanzar más en este ranking para que la ciudadanía haga uso de esta institución que le pertenece.