SALAZAR & SOLÍS
ABOGADOS

SALAZAR & SOLÍS ABOGADOS, S.C.
Av. Álvaro Obregón 270 interior 150 – A
Col. Hipódromo, C.P. 06100, Cuauhtémoc
Tel: 5511689893

Ciudad de México, a 03 de mayo de 2021

ASUNTO: Síntesis de **COMUNICADO**: Niñez mexicana pasó 4 horas 44 minutos diarios frente al televisor durante primer año de pandemia por Covid-19.

1. El lunes 03 de mayo de 2021, el **IFT** emitió el comunicado 38/2021. [i]

   (http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/ninez-mexicana-paso-4-horas-44-minutos-diarios-frente-al-televisor-durante-primer-ano-de-pandemia)

De dicho **COMUNICADO** se destaca lo siguiente:

En el marco del **Día de la Niñez**, el **IFT** presenta el Reporte sobre consumo televisivo infantil, que compara los hábitos de este sector de la población durante el primer año de la pandemia del COVID-19 (marzo de 2020 a febrero de 2021) y el año previo (marzo de 2019 a febrero de 2020).

Durante el primer año de la pandemia, el promedio de niñas y niños con la televisión encendida fue de 15.98%, mientras que en el año previo fue de 14.62 %.

El tiempo de permanencia frente al televisor de **marzo de 2020 a febrero de 2021** fue de **4 horas y 44 minutos diarios, 27 minutos** más que en el año previo, cuando el valor fue de **4 horas y 17 minutos**.

Se identificó que el **mes** con **mayor consumo infantil** fue abril de 2020, con un encendido promedio de **17.43 %**. Asimismo, se encontró que el momento de mayor audiencia con presencia de niñas y niños fue por las noches, entre las **21:00 y 21:30 horas**.

Las **señales de televisión abierta** son la principal opción de consumo para las niñas y los niños, estas representan más del **40%** de su consumo televisivo, mientras que en las **señales de televisión restringida** es de poco más de **29%**.

Los **videojuegos y plataformas digitales** son la tercera opción de consumo de niñas y niños, al aportar 28% de su exposición al televisor.

SALAZAR & SOLÍS
ABOGADOS

SALAZAR & SOLÍS ABOGADOS, S.C.
Av. Álvaro Obregón 270 interior 150 – A
Col. Hipódromo, C.P. 06100, Cuauhtémoc
Tel: 5511689893

Se hace un acercamiento a la audiencia generada durante las transmisiones del programa **Aprende en Casa**, donde las niñas y niños de **4 a 12 años de edad** representan un **38% del consumo**, seguidos del segmento etario de **30 a 44 años**, que aportó casi una cuarta parte del consumo, lo que da indicios de que estos de contenidos son vistos por la infancia en compañía de adultos.

La fuente de información presentada en el Reporte corresponde a las bases de datos de **audiencias de Televisión licenciadas por la empresa Nielsen IBOPE México**.

Dicha información representa a la población de **4 a 12 años en 28 ciudades del país**.

Este material puede consultarse en la siguiente liga: http://somosaudiencias.ift.org.mx/

A t e n t a m e n t e

Rubén Salazar Guerra y Sofía Solís Mora
Salazar & Solís Abogados, S.C.

[i] Con fundamento en los artículos 6, 7, 27, 28, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones.