

DÍA DE LA NIÑA Y EL NIÑO 2021



En el marco del día de la niña y el niño celebrado el 30 de abril en nuestro país, el Instituto Federal de Telecomunicaciones presenta un Reporte especial con el resultado de los principales indicadores de consumo de televisión en la población infantil, en el cual se comparan los registros del primer año de la pandemia del COVID-19 (marzo de 2020 a febrero de 2021), contra los resultados del año previo (marzo de 2019 a febrero de 2020).

Este reporte señala que, durante el primer año de la pandemia el promedio de niñas y niños con la televisión encendida fue de 15.98%, con un tiempo de permanencia frente al televisor de 4 horas y 44 minutos diarios. Valores que superaron los registros del año previo.

En el reporte 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, cuando casi 3 de cada 10 tenían el televisor encendido.

Se detectó que las señales de televisión abierta son la principal opción de consumo para las niñas y los niños, estas representan más del 40% de su visionado televisivo, mientras que en las señales de televisión restringida se observa un 29%.

Por su parte, otras señales y dispositivos conectados a la televisión, entre los que se encuentran los videojuegos y plataformas digitales, son la tercera opción de consumo de niñas y niños, al aportar 28% de su exposición al televisor, con incrementos significativos registrados durante la pandemia.

Además, se mencionan los géneros programáticos a los que están mayormente expuestos, donde destaca el caso de las Telenovelas, cuyas transmisiones fueron vistas en promedio por 219 mil niñas y niños. Número que fue notoriamente más alto que en el año anterior.

Finalmente, se hace un acercamiento a la audiencia generada durante las transmisiones del programa Aprende en casa, donde las niñas y niños 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 un visionado infantil 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.

Esta información es un esfuerzo más del IFT para proveer información acerca del consumo de medios y contenidos audiovisuales en diversos sectores de la población en México que requieren particular atención, como lo es el segmento infantil.

El reporte en su totalidad puede descargarse en la siguiente liga:

[DÍA DE LA NIÑA Y EL NIÑO 2021](#)

O consultarse a través del canal de [YOUTUBE](#) del IFT