

# Mexicanos tienen menos interés en la televisión abierta

En México, las plataformas digitales han ganado terreno respecto a la televisión abierta, según datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2025 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). Durante el año pasado, 59.9 millones de mexicanos (49.1% del total de la población) vio la televisión abierta,

lo que mostró un decremento significativo de 4 puntos en relación con 2024, cuando había 64.1 millones de usuarios (53.1 por ciento). (56.3%), pero el descenso mayor es respecto al año en que fue la pandemia, 2020, con una baja de 12 puntos desde los 70.9 millones (61.1%) que se distraían con la televisión abierta. En tanto, el INEGI también indica que los mexicanos dedicaron en promedio 2.1 horas al día para ver contenidos.



## Francia aprueba ley contra la "fast fashion"; van contra Shein y Temu

Francia aprobó este lunes una ley para frenar el auge de la «fast fashion», cuando el sector textil representa cerca del 10% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero, se acusa a algunas plataformas, como Shein y Temu, de inundar el mercado con productos de baja gama a precios ínfimos, generando montañas de residuos, al tiempo que provocan una supuesta competencia desleal. Más de dos años después de su presentación, el Senado adoptó definitivamente la ley que establece un sistema de penalizaciones dirigido a las empresas menos virtuosas y que busca, a su vez, preservar la industria textil francesa y europea. «Tres plataformas están detrás de esta oleada: son Temu, Shein y AliExpress», dijo la semana pasada el ministro de Comercio, Serge Papin, durante su adopción por la Asamblea Nacional (cámara baja). En su versión final, la reforma apunta a la «moda ultrarrápida» definida por dos criterios: el volumen de prendas en el mercado y el incentivo a la reparación (un coeficiente entre el precio del producto y lo que costaría repararlo). El objetivo era centrarse en las grandes plataformas asiáticas como Shein y Temu, preservando

al mismo tiempo las empresas europeas y francesas, como Zara o Kiabi. La oposición de izquierdas lamentó este perímetro tan limitado.

«Bajo el peso de los «lobbies», la ambición inicial del texto se ha visto considerablemente reducida», lamentó el diputado ecologista, Charles Fournier, para quien «Zara, H&M, Primark, Uniqlo no se convirtieron en modelos de moda sostenible».

Concretamente, el texto establece una penalización financiera por producto, que irá aumentando con el tiempo y podría llegar hasta 20 euros (22.8 dólares) por prenda en 2030, con un límite fijado en el 50% del producto sin impuestos. Una parte de estas sanciones se destinará a las infraestructuras de recogida y reciclaje.

La ley prevé también que las empresas muestren en su sitio mensajes que fomenten, en particular, «la sobriedad, la reutilización y la reparación», y prohíbe la publicidad para estas marcas, incluso a través de «influencers».

La aplicación de esta última medida queda, no obstante, a expensas de la Comisión Europea, que ya expresó reservas sobre su conformidad con el derecho europeo.