CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE MUJERES

79%
de las mujeres ven canales de televisión abierta

19% ven canales exclusivos de televisión de paga

35%
escuchan radio

50%
consume contenidos por internet

14%
de las mujeres juegan videojuegos

83% de las mujeres que usan internet utilizan alguna red social

Información ponderada a partir de datos de la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales ENCCA 2022, relativo al consumo de mujeres. Se considera una base ponderada de 4570 mujeres en total, con 4311 mujeres con televisor en el hogar; 1990 mujeres que cuentan con servicio de televisión de paga, y una base de 3323 mujeres que acceden a internet en su casa o en cualquier otro lugar. La ENCCA está disponible en el portal de internet del Instituto, así como en el micrositio de http://www.somosaudiencias.ift.org.mx