



CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DISCAPACIDAD ENCCA 2022

TV ABIERTA

CONSUMO 75%

BASE: 1295 personas con televisor

2.8 HRS CONSUMO PROMEDIO

GÉNEROS MÁS VISTOS

NOTICIAS 49%
TELENOVELAS 40%
PELICULAS 40%

CANALES MÁS VISTOS



BASE: 985 personas que ven canales de televisión abierta

TV PAGA

CONSUMO 22%

BASE: 571 personas con televisión de paga en su hogar

2.9 HRS CONSUMO PROMEDIO

GÉNEROS MÁS VISTOS

PELICULAS 60%
SERIES 34%
CARICATURAS 26%

CANALES MÁS VISTOS



BASE: 371 personas que ven canales de televisión de paga

RADIO

CONSUMO 37%

BASE: 1390 personas

3.1 HRS CONSUMO PROMEDIO

BANDA DE RADIO

AM 15%
FM 64%
AMBAS 16%

GÉNERO



BASE: 522 personas que escuchan radio

INTERNET

CONSUMO 43%

BASE: 1390 personas

3.1 HRS CONSUMO PROMEDIO

USA REDES SOCIALES

WHATSAPP 78%
FACEBOOK 62%
YOUTUBE 38%

BASE: 649 personas que utilizan redes sociales

PLATAFORMAS MÁS USADAS



BASE: 605 personas que consumen contenidos por internet

USO DE REDES SOCIALES

CONSUMO 75%

BASE: 859 personas que usan internet

Información ponderada a partir de datos de la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales ENCCA 2022, relativo al consumo de discapacitados. Se considera una base de 1390 en total, relativo a personas discapacitadas. La ENCCA está disponible en el portal de internet del Instituto, así como en el micrositio de <http://www.somosaudiencias.ift.org.mx>