

# SISTEMA PÚBLICO DE RADIODIFUSIÓN DEL ESTADO MEXICANO

## **PROGRAMA Institucional del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano 2025-2030.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano.

PROGRAMA INSTITUCIONAL DEL SISTEMA PÚBLICO DE RADIODIFUSIÓN DEL ESTADO MEXICANO 2025-2030

### **1. Índice**

1. Índice
2. Señalamiento del origen de los recursos del programa
3. Siglas y acrónimos
4. Fundamento normativo
5. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo
6. Objetivos
  - 6.1 Relevancia del Objetivo 1: Optimizar la cobertura de la señal radiodifundida en el territorio nacional.
  - 6.2 Relevancia del Objetivo 2: Garantizar el contenido audiovisual para la población mexicana.
  - 6.3 Relevancia del Objetivo 3: Impulsar una cultura digital para que los jóvenes y adultos interactúen con el gobierno.
  - 6.4 Relevancia del Objetivo 4: Garantizar la producción y difusión de contenido radiofónico institucional y local con la participación de la sociedad civil.
  - 6.5 Vinculación de los objetivos del Programa.
7. Estrategias y líneas de acción
  - Objetivo 1: Optimizar la cobertura de la señal radiodifundida en el territorio nacional.
  - Objetivo 2: Garantizar el contenido audiovisual para la población mexicana.
  - Objetivo 3: Impulsar una cultura digital para que los jóvenes y adultos interactúen con el gobierno.
  - Objetivo 4: Garantizar la producción y difusión de contenido radiofónico institucional y local con la participación de la sociedad civil.
8. Indicadores y metas

### **2. Señalamiento del origen de los recursos del Programa**

La totalidad de las acciones que se consideran en el Programa, incluyendo aquellas correspondientes a sus objetivos, estrategias y líneas de acción, así como las labores de coordinación interinstitucional para la instrumentación de dichas acciones, el seguimiento, reporte y rendición de cuentas de las mismas, se realizarán con cargo a los recursos aprobados a los ejecutores de gasto participantes en el Programa, en el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal respectivo.

### **3. Siglas y acrónimos**

**AM:** Amplitud Modulada.

**ATDT:** Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones.

**APF:** Administración Pública Federal.

**CFE:** Comisión Federal de Electricidad.

**CPEUM:** Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

**FM:** Frecuencia Modulada.

**HD:** Alta Definición.

**IFT:** Instituto Federal de Telecomunicaciones.

**INEGI:** Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

**IPN:** Instituto Politécnico Nacional.

**LFRT:** Ley Federal de Radio y Televisión.

**LFTR:** Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

**LP:** Ley de Planeación.

**LSPREM:** Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano.

**SD:** Definición Estándar.

**SPR:** Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano.

**ONU:** Organización de las Naciones Unidas.

**PI SPR:** Programa Institucional del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano 2025-2030.

**PND:** Plan Nacional de Desarrollo 2025-2030.

**TDT:** Televisión Digital Terrestre.

**UNESCO:** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

#### 4. Fundamento normativo

El PI SPR es un programa derivado del PND, se elabora en cumplimiento a los preceptos constitucionales y lo establecido en las disposiciones vigentes, con base en el principio del humanismo mexicano "*La libertad es esencia de la democracia*".

El artículo 1 de la LSPREM establece: *se crea un organismo público descentralizado de la APF, no sectorizado, denominado SPR, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, así como de autonomía técnica, operativa, de decisión y de gestión que tiene por objeto proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, a efecto de asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades federativas a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, independencia editorial y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad.*

De conformidad con la fracción V del apartado B del artículo 6o. constitucional que dice que, en la prestación del servicio público de radiodifusión el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, lo cual guarda una estrecha relación con la garantía de derechos fundamentales de libertad de expresión, acceso a la información, derecho a la educación (artículo 3) y derecho a la cultura (artículo 4).

Por otra parte, debe mencionarse que el Estado Mexicano ha desempeñado un papel activo en la contribución al cumplimiento de los compromisos internacionales asumidos en la "Declaración Universal de los Derechos Humanos, de la ONU<sup>1</sup>"; conforme al Manual de Mejores Prácticas de la UNESCO sobre Radiotelevisión de Servicio Público, se adoptaron los principios a seguir de la radio y televisión pública: *Universalidad, Diversidad, Independencia y Diferenciación.*

En cumplimiento a lo establecido en el artículo 26, apartado A, de la CPEUM, que dispone que el Estado organizará un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional, al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la APF. Asimismo, con fundamento en la LP en su artículo 3 y 17, fracción II, el cual establece que las entidades paraestatales deberán elaborar sus respectivos programas institucionales, en los términos previstos por las disposiciones que regulen su organización y funcionamiento, atendiendo a las previsiones contenidas en el programa sectorial correspondiente observando en lo conducente las variables ambientales, económicas, sociales y culturales respectivas, se elabora el presente programa.

El SPR será el responsable de coordinar la integración, publicación, ejecución, seguimiento y rendición de cuentas de su Programa Institucional, en términos de su Ley.

---

<sup>1</sup> Derecho a la libertad de opinión y de expresión, derecho a la educación y derecho a la cultura, mismos que establece la CPEUM en sus artículos mencionados en el párrafo anterior.

## 5. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo

El Gobierno de México estableció la guía de los objetivos y acciones de los próximos seis años, para consolidar la transformación del país bajo un modelo de desarrollo con bienestar, justicia social y sustentabilidad. El PND sostiene que un gobierno democrático garantiza el derecho a la información, a la libre expresión de las ideas, a la creación artística, al desarrollo de la identidad individual y colectiva, el cultivo de la memoria histórica y la protección del patrimonio cultural y natural. A partir de la visión de largo plazo (100 Compromisos y Plan México) instruida por la Presidenta de la República, el SPR realizó un diagnóstico de la situación actual de la radiodifusión mexicana (acercamiento histórico a la radiodifusión y comportamiento estadístico de las audiencias), con su problema público (reto asumido), y proyecta su visión a largo plazo (perspectivas y expectativas).

De conformidad al artículo 7 de la LSPREM, el SPR tiene trece principios rectores más los principios que establece la CPEUM, dichos principios son congruentes con los Principios del Humanismo Mexicano de la Cuarta Transformación, en particular con el principio: *“La libertad es esencia de la democracia”, debido a que establece que en nuestro gobierno, garantizaremos todas las libertades: de expresión, de prensa, de reunión, de movilización, de creación; la libertad es un principio democrático y nosotros somos demócratas.* En este segundo piso de la transformación, el SPR está aquí para ti que buscas más y mejores contenidos: *Generamos contenidos de calidad (plataformas-SPR), Difundimos una mayor oferta de programas educativos y culturales (medios públicos), Garantizamos el derecho a la información y combatimos las distintas formas de desinformación (información), Acercamos más contenidos de manera abierta y gratuita (cobertura) y Conectamos con todas las audiencias (defensoría de las audiencias).*

### Situación actual de la radiodifusión pública

La radiodifusión pública mexicana llegó tarde a la vida nacional, entre sus antecedentes figura la creación de Radio Educación (1924, antes CYE) pilar de la radio pública y el inicio de transmisiones de Canal Once-IPN (1959) pionera de la televisión pública; en comparación con la BBC (Corporación Británica de Radiodifusión) que tiene diez décadas en Londres, la NHK (Corporación de Radiodifusión de Japón) que lleva nueve décadas en Japón, la SABC (Corporación Sudafricana de Radiodifusión) que asume ocho décadas en África, la ABC (Corporación Australiana de Radiodifusión) que ostenta nueve décadas en Australia y la CPB (Corporación para la Radiodifusión Pública) que posee cinco décadas en los Estados Unidos. En México, se pasó de la asignación de recursos públicos a la radiotelefonía, las primeras transmisiones de radio experimental de particulares (1921), la legislación en comunicaciones (Ley de Comunicaciones Electrónicas, 1926), la televisión a color (patente mexicana, 1940), el derecho a la información (ONU, 1948), la grabación y transmisión de los primeros programas educativos (1950), la legislación en materia de radiodifusión (LFRT, 1960), el Instituto Mexicano de la Radio (1983), el Canal 22 (1993), las reformas de la LFRT (Ley Televisa, 2006), la creación del Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (2010), antecedente del SPR (2014), la asignación de recursos públicos a la producción y difusión de materiales audiovisuales (2010 a la fecha), la compartición de infraestructura (medios de comunicación, 2016), la radiodifusión como un servicio público de interés general (CPEUM, 2013), la defensoría de las audiencias (LFTR, 2014), el apagón analógico (2015), la autorización del proyecto de ampliación y consolidación (2020 a la fecha), y el derecho de las audiencias con discapacidad, neutralidad a la competencia y concesiones para uso social: genérico, comunitario, indígena y afroamericano (Nueva Ley, 2025).

El SPR asumió el reto de que por décadas *los habitantes de las entidades federativas tienen un limitado servicio de radiodifusión abierto y gratuito (sin infraestructura y sin concesiones), aunada a la escasez de producción y transmisión de contenido audiovisual (televisivo, radiofónico y multimedia) plural y diverso que refleje la identidad y cultura nacional (inquietudes de la sociedad) en pro del derecho a la información;* en el segundo piso de la cuarta transformación, el servicio de radiodifusión fortalecerá su papel en el ecosistema de medios públicos para la inclusión social y cultural.

### Transmisión e Ingeniería

Cabe destacar la encuesta realizada por el IFT, titulada “Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales”, en 2024, cuyos principales hallazgos fueron los siguientes: el 91% de los hogares reportaron tener televisión, en promedio manifestaron tener 1.8 televisiones; cerca de 54% de los hogares dijeron contar únicamente con señal de televisión abierta; 74% de los entrevistados señalaron ver contenidos de canales de televisión abierta, noticias y películas son los tipos de programas de televisión abierta que los entrevistados declararon ver con mayor frecuencia; el 33% de las personas declararon escuchar estaciones de radio, siendo los programas musicales los más escuchados en un 82%; el 74% de las personas que escuchan la radio, lo hacen exclusivamente en estaciones de FM.

Se cuenta con información cualitativa y cuantitativa derivada del “Informe de cobertura de los servicios de Radiodifusión en México 2024” emitido por el IFT, en donde se realizó un análisis global del servicio, proporcionando los siguientes datos por modalidad: AM, FM y TDT, se identifica que un total de 124,887,670 habitantes, ubicados en 173,754 localidades, cuentan con la posibilidad de acceso por lo menos a uno de los servicios analizados, lo que representa el 99.11% de la población total del país; en tanto que 1,126,354 habitantes, ubicados en 15,678 localidades, carecen de la posibilidad de acceso al servicio en alguna modalidad, lo que representa el 0.89% de la población. Del mismo informe se tiene que el servicio de TDT, cuyos resultados indican que el 92.91% de la población cuenta con acceso al servicio en mayor grado de carácter comercial (90.83%) y en menor grado al resto de las modalidades: público (83.59%), social (35.58%), y social comunitario (11.66%), y no se cuenta con presencia de señales de TDT de uso social indígena ni afroamericano en el país; se identificó que la Ciudad de México tiene acceso universal al servicio TDT, en tanto el resto de las entidades federativas presentan algún grado de población sin acceso.

Por lo que respecta al servicio de FM, se identificó que el 93.51% de la población cuenta con acceso al servicio, en un mayor grado de carácter comercial (91.00%), y en menor grado para el resto de sus modalidades: pública (78.51%), social (55.31%), social comunitario (33.65%), y social indígena (3.65%); al momento del estudio, no se tenía información técnica para evaluar la presencia de señales de radio FM de carácter social afroamericano en el país. Se identificó que la Ciudad de México tiene acceso universal al servicio FM, mientras que el resto de las entidades federativas presentan algún grado de población desatendida.

En la actualidad, el SPR administra y opera una red nacional de estaciones de radiodifusión (casetas y torres) instaladas de forma estratégica en el territorio nacional (51 estaciones de TDT, en 31 entidades federativas y 13 estaciones de Radio FM); de igual forma se realizan los trabajos operativos de 1 Telepuerto para envío de señales satelitales a todo el país; así como de dos Controles Maestros de Televisión para las señales de Canal 14 y TV Migrante y un tercero para la señal de FM Altavoz Radio. Además de la transmisión de señales de canales públicos, a través de la multiprogramación y compartición de infraestructura con otros medios públicos. Derivado de lo anterior y con el objeto de garantizar la transmisión ininterrumpida de las señales radiodifundidas, se realizan mantenimientos preventivos y correctivos a la infraestructura activa y pasiva de radio y televisión; máxime que, se examinan tecnologías innovadoras que ofrezcan algoritmos de compresión que permitan transmitir mayor cantidad de señales con una mejor calidad de transmisión. Por lo anterior, el SPR fija como primer objetivo: *Optimizar la cobertura de la señal radiodifundida en el territorio nacional*, dado que la radio y televisión pública tienen el desafío de incrementar el nivel de audiencia, resulta oportuno robustecer la infraestructura activa y pasiva para que Canal 14 y TV Migrante alcancen una cobertura poblacional de 81.85 % y Altavoz Radio logre el 10.38% de la cobertura poblacional.

#### Estaciones transmitiendo en HD y SD

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Cobertura (%)	57.38	61.14	70.29	74.66	75.69
Estaciones	26	29 <sup>1/</sup>	41 <sup>1/</sup>	49 <sup>1/</sup>	51 <sup>1/</sup>
Mantenimientos realizados	846	1,236	884	1,272	1,596
Nuevas Localidades	26	3	12	8	2
Habitantes <sup>2/</sup>	72.3	77.039	88.571	94.081	95.38

<sup>1/</sup> A partir de 2022, una estación transmitiendo en SD.

<sup>2/</sup> Censo 2020 INEGI (cifras en millones de habitantes).

FUENTE: Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, <https://www.spr.gob.mx/cobertura.html>.

#### Canal 14, “Tus causas, tu canal”

En un escenario mediático dominado por empresas privadas y sus intereses comerciales, la televisión pública y abierta es una opción, para que gran parte de la población en México pueda contar con contenidos audiovisuales culturales, educativos y cívicos de calidad, de manera cotidiana y gratuita. Por ello, Canal 14 busca afianzar su presencia con la consolidación de su producción interna que le permita generar 370 horas de contenido audiovisual de distintos géneros por año y 500 horas de contenido audiovisual de carácter informativo por año; así como la contratación de derechos de transmisión de 200 horas por año y la

formalización de al menos 30 convenios, intercambio o cesión de derechos de contenido audiovisual con otros medios públicos, instituciones o particulares por año para contar con al menos 300 horas adicionales en su oferta. Asimismo, el canal continuará con sus acciones sustantivas sobre la medición constante y oportuna de audiencias; la apropiada recepción, catalogación y conservación de acervos; y el diseño de estrategias de programación y difusión de interés público, para mantener la tendencia de crecimiento de sus audiencias, de acuerdo a datos proporcionados por HR Ratings Media, que han pasado de un promedio mensual de audiencia de 14,563,073 en 2019 a 24,937,831 en 2024 y un promedio anual de 38,244,254 en 2019 a 54,762,494 en 2024 y que permitirían a Canal 14 posicionarse como el principal medio público para la difusión de información veraz y oportuna durante el sexenio. Dado lo anteriormente expuesto, el segundo objetivo es: *Garantizar el contenido audiovisual para la población mexicana.*

#### Análisis de Audiencia 2018 - 2024

Mes	2018 <sup>1/</sup>	2019 <sup>2/</sup>	2020 <sup>2/</sup>	2021 <sup>2/</sup>	2022 <sup>2/</sup>	2023 <sup>2/</sup>	2024 <sup>2/</sup>
Enero	8,712,101	14,473,077	14,540,178	23,633,578	24,435,974	22,985,703	25,990,444
Febrero	7,852,155	16,863,835	13,521,066	24,668,578	23,054,827	23,331,869	26,033,331
Marzo	8,832,276	17,471,838	16,741,194	25,874,531	22,899,342	23,873,562	23,885,143
Abril	10,227,373	15,236,375	21,402,495	24,323,273	21,808,790	24,184,190	24,956,964
Mayo	9,532,038	14,489,127	18,649,968	24,567,738	20,733,962	22,070,974	24,706,339
Junio	11,782,534	14,371,940	16,273,089	23,725,117	20,132,028	22,471,300	24,066,437
Julio	9,203,721	13,140,788	16,133,144	21,678,692	20,306,230	23,871,986	25,088,801
Agosto	8,498,711	13,628,363	16,379,175	22,921,232	20,811,572	23,899,269	23,644,370
Septiembre	9,267,188	15,286,357	16,413,059	22,112,319	21,223,761	22,953,254	24,206,405
Octubre	7,327,607	14,286,863	15,582,999	22,891,486	20,217,803	24,842,512	24,885,572
Noviembre	8,176,728	12,561,184	16,626,143	22,554,802	21,567,406	25,574,541	25,122,246
Diciembre	8,552,262	12,947,133	20,145,191	22,717,508	22,168,666	25,724,356	26,667,925
Promedio Mensual	8,997,058	14,563,073	16,867,308	23,472,405	21,613,363	23,815,293	24,937,831
Promedio Anual	22,502,910	38,244,254	44,574,465	51,805,401	49,294,616	53,105,291	54,762,494

<sup>1/</sup> 2018, plazas de Zona Metropolitana del Valle de México, Guadalajara y Monterrey.

<sup>2/</sup> A partir de 2019, se agrega la plaza Interior con 26 ciudades.

FUENTE: Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano,  
<https://www.canalcatorce.tv/>

#### Comunicación, Plataformas y Redes

De conformidad con los datos de la ATDT, la infraestructura pública social del uso de internet en México, encabezada principalmente por la CFE-Telecomunicaciones e Internet para Todos (TEIT), pasó de 2018 a 2024 de una cobertura de 13 mil a 141 mil localidades en todo el país, y de 40 millones a 97 millones de personas; actualmente un 92% de la población nacional vive en zonas con cobertura de internet. El esfuerzo del SPR se ha enfocado en la generación de contenidos digitales (informativos, artísticos, científicos, educativos y culturales) y la consolidación de una red de medios y plataformas digitales, para expandir su presencia en los tres principales medios de comunicación: televisión, radio e internet. En el año 2022, se lanzó TV Migrante digital con una narrativa humanista, inclusiva y de respeto a la movilidad humana; hoy TV Migrante es un canal temático de televisión pública presente en 25 ciudades del país y refleja la pluralidad de voces, tradiciones y experiencias que enriquecen nuestras sociedades. En 2023, se relanzó la plataforma MxPlus (antes MxPlay), con nueva imagen, interfaz y diseño para facilitar la navegación (amistosa) y la experiencia (positiva) del usuario; actualmente está disponible en los sistemas operativos de dispositivos móviles (IOS y Android), de televisores inteligentes (Android y Roku) y en versión web. En el periodo 2021, se

produjeron 63 programas y cápsulas (Infodemia), y en 2024 se realizaron 389 programas y cápsulas (Infodemia, SPR Informa, TV Migrante, Mañanera Migrante, Especiales Elecciones 2024); en 2021, el SPR contaba con 421,574 seguidores y en 2024 cerró con 1,417,966 seguidores en las redes socio-digítales (X antes Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Threads); en 2020 se realizaron 32,743 transmisiones y posteos y en el 2024, se realizaron 229,215 transmisiones y posteos. Para atender la situación anterior, el tercer objetivo es: *Impulsar una cultura digital para que los jóvenes y adultos interactúen con el gobierno*; donde la inclusión y equidad digital contribuyan al acceso universal de contenidos multimedia.

#### Medios y plataformas digitales

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Seguidores <sup>1/</sup>	-	421,574	654,361	1,134,442	1,417,966
Programas transmitidos	-	63	95	386	389
Transmisiones y posteos	32,743	26,474	74,162	156,491	229,215
Títulos <sup>2/</sup>	3,371	2,932	7,208	8,245	11,085

<sup>1/</sup> Redes socio digitales.

<sup>2/</sup> Plataforma MxPlus (títulos ingestados).

FUENTE: Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, <https://mxplus.tv/>

#### Altavoz Radio, “Atrás quedó el silencio”

En 2019, el SPR creó la plataforma Altavoz Radio, dirigida a la audiencia joven para recuperar el humanismo y la capacidad de ver al otro, y en 2020 lanzó la estación en línea Altavoz Radio, cuya programación aborda temas sobre la progresividad de derechos, el acontecer nacional e internacional, contenido de carácter cultural, género y feminismo, con la participación de colectivos en la generación de proyectos radiofónicos y una propuesta musical de interés juvenil. En 2020, se comenzó a operar Altavoz Coatzacoalcos y en 2021 se sumaron Altavoz Colima, Mazatlán y Tapachula. A partir del 2024, el SPR opera la Red Altavoz Radio integrada por trece emisoras y una estación web; la cobertura radiofónica abarca las siguientes ciudades: Acapulco, Campeche, Chihuahua, Coatzacoalcos, Colima, Comarca Lagunera, Culiacán, Durango, La Paz, Mazatlán, Mérida, Tapachula, Villahermosa y Altavoz en línea (todo el país). La participación ciudadana, a través de la sociedad organizada es la esencia de Altavoz Radio; por ello, colectivos, asociaciones e instituciones toman el altavoz, difunden su quehacer en concordancia con los valores y principios constitucionales inherentes a los principios rectores del SPR y ejes de contenido que van desde diversidad sexogenérica, perspectiva de género, derechos humanos, cultura de paz, medio ambiente, hasta migración, arte y cultura, urbanismo, pueblos originarios, y grupos vulnerables, entre otros. Al mismo tiempo, se da identidad a cada una de las emisoras, mediante una propuesta de música local y regional independiente, así como contenidos acordes a las necesidades de cada ciudad. En el ejercicio 2020, se producían 22 programas y series, y en el año 2024 se produjeron 935 series, campañas y programas especiales. Como último objetivo el SRP tiene el compromiso de: *Garantizar la producción y difusión de contenido radiofónico institucional y local con la participación de la sociedad civil*; en aras de promover la inclusión y la diversidad de voces y de perspectivas en todos los ámbitos, aportando elementos para contribuir a la reconstrucción del tejido social.

#### Altavoz Radio, “Atrás quedó el silencio”

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Horas transmitidas <sup>1/</sup>	10,968	41,931	43,755	43,755	88,348
Producción radiofónica <sup>2/</sup>	22	49	460	489	935

<sup>1/</sup> Horas transmitidas por la Red Altavoz.

<sup>2/</sup> Procesos creativos de la Red Altavoz: (programas y series).

FUENTE: Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, <https://altavozradio.mx/>

## Defensoría de las audiencias y el derecho a la información

Partimos de lo que establece el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos del Hombre (ONU, 1948): “*Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión*”, a la costumbre de confundir información con control, comunicación con propaganda y medios con subordinación. De ahí que el derecho a la información se gestó en la reforma constitucional del artículo 6 (1977) con la frase “*el Estado deberá garantizar el derecho a la información*” y se consagró en la reforma constitucional del mismo artículo 6, apartado B (2013), que definió a las *telecomunicaciones y la radiodifusión como servicios públicos de interés general*; sin embargo, todo se quedó adormilado en la legislación mexicana, porque persistió el dilema de la desigualdad social y la brecha digital, con la demanda ciudadana de democratizar los medios de comunicación y de respetar el derecho de las audiencias. Por esta razón, la información y la comunicación pública contribuyen a la democracia y el debate, con la posibilidad de innovación y creatividad en los contenidos audiovisuales (televisivos, radiofónicos y multimedia), para abrazar la diversidad y la pluralidad en la transformación de la vida nacional; la premisa del derecho a la información es la objetividad y la veracidad de la información, con inclusión social (igualdad), participación progresiva (gradualidad) y lenguaje accesible (claridad).

### Visión a largo plazo de la radiodifusión pública

Ser un organismo público que *brinde el servicio de radiodifusión a todo el país, sin fines de lucro, eficiente, innovador, diverso, plural y cautivador*, que despliegue su infraestructura para la optimización de la cobertura en los medios públicos (hermandad); facilitando a la población el acceso a contenidos informativos, artísticos, científicos, educativos y culturales que transformen la vida nacional con igualdad, inclusión y respeto mutuo; asimismo, el SPR *buscará convertirse en el medio público más relevante a nivel nacional e internacional*, que conecte con la audiencia de manera abierta y equitativa, que participe en la alfabetización mediática de la población y en la formación de nuevo talento humano de la radiodifusión.

### Perspectivas y expectativas de radiodifusión pública

El SPR impulsará sus proyectos sustantivos: *Optimización de la cobertura de radiodifusión* (K032 Infraestructura digital y de telecomunicaciones) con Transmisión e Ingeniería, y *Producción de contenido audiovisual diverso y plural* (E061 Servicios de producción y difusión de materiales audiovisuales) con Canal 14, Comunicación, Plataformas y Redes, y Altavoz Radio; dichos proyectos se enfocarán en el derecho a la información de las audiencias y el bienestar y prosperidad de la población mexicana con contenidos (televisivos, radiofónicos y multimedia) de interés público. En los próximos años, este organismo público participará en las discusiones de la radiodifusión mexicana para consolidarse como un modelo innovador y sustentable que pueda ser el referente nacional (2025-2030) de la radio y televisión pública, y el referente internacional (del 2030 en adelante) de la radiodifusión pública.

## 6. Objetivos

El SPR contribuye al Eje 1. *Gobernanza con justicia y participación ciudadana* y Eje 2. *Desarrollo con bienestar y humanismo* y se alinea a los compromisos de gobierno: Respeto a todas las libertades y Respeto a todos los derechos y combate a la discriminación de la “*República democrática, justa, honesta, libre, participativa y responsable*”; y Desarrollo y acceso a la cultura y Recuperación de la memoria histórica de la “*República cultural y lectora*”.

El camino hacia la transformación implica cambios positivos en la construcción del segundo piso, cuyo cimiento es el humanismo mexicano (bienestar y prosperidad); para el programa institucional, el SPR definió cuatro objetivos, ocho estrategias y cuarenta y tres líneas de acción que reflejan las inquietudes del pueblo mexicano, de acuerdo con el PND.

### Objetivos del Programa Institucional 2025-2030

1. Optimizar la cobertura de la señal radiodifundida en el territorio nacional.
2. Garantizar el contenido audiovisual para la población mexicana.
3. Impulsar una cultura digital para que los jóvenes y adultos interactúen con el gobierno.
4. Garantizar la producción y difusión de contenido radiofónico institucional y local con la participación de la sociedad civil.

### **6.1 Relevancia del Objetivo 1: Optimizar la cobertura de la señal radiodifundida en el territorio nacional.**

Este objetivo se relaciona con el artículo 6, apartado B, fracción III de la CPEUM que establece: “*La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución*”; el artículo 2 de la LFTR que indica: “*Las telecomunicaciones y la radiodifusión son servicios públicos de interés general*” y el artículo 256 de la misma ley expresa: “*El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad*”; y el artículo 7, fracción XI de la LSPREM señala entre los principios rectores del SPR: “*Procurar la más amplia audiencia y la máxima continuidad y cobertura geográfica y social, con el compromiso de ofrecer calidad, diversidad, innovación y exigencia ética*” y el artículo 12 de la misma ley dice: “*el Sistema podrá tramitar nuevas concesiones a efecto de contar con la cobertura territorial necesaria que le permita cumplir cabalmente con sus principios rectores*”; por esta razón brindar un servicio radiodifusión de calidad y al alcance de los hogares mexicanos.

El SPR vela por los interés general de la sociedad mexicana, para asegurar el acceso más oferta de contenidos plurales y diversos de radio y televisión; por ello realiza un análisis de cobertura en población de las estaciones de radiodifusión, donde se define la viabilidad técnica para la optimización del equipo especializado en radiodifusión, y en su caso, el despliegue de estaciones complementarias que permitan ampliar la cobertura de la señal radiodifundida a lo largo y ancho del país, para alcanzar la mayor población permisible. Por tal motivo, se proyectan estaciones complementarias instaladas dentro de la zona de cobertura de las estaciones principales; en adición, se prevé que sea posible que esta acción sustantiva permita alcanzar localidades con asentamiento de pueblos originarios (comunidades indígenas y afromexicanas); de este modo brindar el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, con propósito cultural, artístico, científico y educativo a la población.

Tal y como se muestra en la sección de Diagnóstico, para el año 2024, en el Informe de cobertura de los servicios de Radiodifusión, se identificó que, a nivel nacional, 124,887,670 habitantes identificados en 173,754 localidades cuentan con acceso a por lo menos uno de los servicios de radiodifusión, pero aún carecen de acceso al servicio en alguna modalidad 1,126,354 mexicanos ubicados en 15,678 localidades. Dichas cifras muestran la importancia y la relevancia que tiene la optimización de la cobertura de la señal radiodifundida, a fin de maximizar el servicio de radiodifusión en el país y poder brindar, la modalidad FM y TDT, a los mexicanos de las localidades que aún carecen de este servicio público.

### **6.2 Relevancia del Objetivo 2: Garantizar el contenido audiovisual para la población mexicana.**

Este objetivo se relaciona con el artículo 6, apartado B, fracción V de la CPEUM que instruye: “*asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades de la Federación, a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad*”; el artículo 222 de la LFTR que expone: “*El derecho de información, de expresión y de recepción de contenidos a través del servicio público de radiodifusión y de televisión y audio restringidos, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna persecución o investigación judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa*”; y el artículo 7, fracción V de la LSPREM señala entre los principios rectores del SPR: “*Promover la pluralidad de contenidos en la programación y a los acontecimientos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigidos a todos los sectores de la audiencia, prestando atención a aquellos temas de especial interés público*” y el artículo 11, fracción IV de la misma ley dice: “*Realizar, promover y coordinar la generación, producción, difusión y distribución de materiales y contenidos audiovisuales que promuevan el respeto a los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad y la no discriminación, por sí mismo o a través de terceros*”.

Canal Catorce fortalece el ciclo creativo y enriquece la oferta cultural e informativa de la televisión pública mexicana con la producción de contenido original, de interés y de entretenimiento social que promueve los derechos humanos y la diversidad cultural. Un medio público joven que impulsa la producción interna de contenidos audiovisuales, alineados a los principios rectores del SPR, que busca reforzar nuestra identidad nacional, a través de una programación representativa, diversa, incluyente y de alta calidad y que colabora con otras instituciones para producir contenido informativo con rigor periodístico para ofrecer una opción informativa sólida y con ello, fortalecer el derecho a la información de las mexicanas y los mexicanos.

Por lo anterior, Canal 14 además de ampliar su cobertura y presencia, buscará proponer una oferta de contenidos audiovisuales culturales, educativos y cívicos atractiva y coherente que le permitan afianzarse como uno de los medios públicos nacionales de mayor relevancia en el país que incluya la producción y coproducción de contenido original, así como la selección y gestión de contenidos televisivos externos de calidad, acordes a los principios rectores del SPR, para diversificar su oferta de programación a través de contratación, convenio o cesión de derechos de transmisión.

Como ya se mencionó, de acuerdo con HR Ratings Media, el promedio anual de audiencia de Canal Catorce pasó de 38,244,254 en 2019 a 54,762,492 en 2024, lo que representó un aumento de 16,518,218 personas, por lo que, afianzar su presencia, como ha sido la tendencia hasta ahora, garantiza contenido audiovisual de calidad para una mayor cantidad de la población mexicana en los próximos años.

### **6.3 Relevancia del Objetivo 3: Impulsar una cultura digital para que los jóvenes y adultos interactúen con el gobierno.**

Este objetivo se relaciona con el artículo 6, párrafo tercero de la CPEUM que establece: “*El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e Internet*”; el artículo 90, fracción II de la LFTR señala que para el otorgamiento de las concesiones de radiodifusión para uso público y social, el Instituto deberá tomar en consideración: “*Que su otorgamiento contribuya a la función social de los servicios públicos de radiodifusión y al ejercicio de los derechos humanos de libertad de expresión, a la información y al libre acceso a las tecnologías de la información y comunicación*”; y el artículo 11, fracción V de la LSPREM indica entre las atribuciones del SPR: “*Constituirse en una plataforma para la libre expresión, que promueva el desarrollo educativo, cultural y cívico de los mexicanos y promover el intercambio cultural internacional*”; por lo tanto el uso de tecnologías de la información y plataformas digitales intuitivas contribuye a la inclusión digital y al derecho a la información con contenidos multimedia de interés público.

En México más de 97 millones de personas cuentan con acceso a internet, este incremento de audiencia digital los expone a contenidos con información falsa, discursos de odio e infodemia; en este segundo piso, se impulsarán los proyectos multiplataforma para asegurar una cobertura informativa imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional. Se dará seguimiento a *Infodemia* y *SPR Informa* para consolidar su papel como pilares del ecosistema digital informativo en México. *Infodemia* se fortalecerá como una herramienta de verificación más ágil frente al creciente desafío de la desinformación, mejorando nuestros procesos para detectar y desmentir noticias falsas en tiempo real. *SPR Informa* como agencia digital de noticias, ampliará su cobertura con un enfoque ciudadano, plural y transparente, para convertirse en una referencia nacional.

En el marco de la transformación digital, y para ofrecer al 92% de la población nacional que vive en zonas con cobertura de internet, se fortalecerá *MxPlus* al ampliar la oferta de canales y contenidos de televisión federal y estatal, para consolidarse como la plataforma de streaming de los medios públicos; se realizarán actualizaciones a la app para mantenerse a la vanguardia tecnológica y ser compatible con múltiples dispositivos, que faciliten el acceso a más y más usuarios. La construcción de una comunidad grande y activa en redes socio digitales del SPR será fundamental para incentivar el diálogo. Se ampliará el alcance que tienen los medios públicos federal y estatal, generando una identidad colectiva, en la que el usuario no solo consumirá contenido, sino participará en su creación y adaptación.

El espacio permanente y sin fronteras en materia de migración, los más de 43 millones de eventos de entrada de personas extranjeras en México durante 2023 reflejan una movilidad sin precedentes. México no sólo es un país de tránsito, sino un país de destino y retorno; este contexto se requieren medios públicos especializados para informar, acompañar y visibilizar las realidades migrantes. *TV Migrante* impulsará la ampliación de su cobertura en las emisoras del SPR, así como una señal internacional que atienda a la comunidad migrante y de origen hispana en los Estados Unidos que es alrededor de 40 millones de personas.

### **6.4 Relevancia del Objetivo 4: Garantizar la producción y difusión de contenido radiofónico institucional y local con la participación de la sociedad civil.**

Este objetivo se relaciona con el artículo 6, apartado B, fracción V de la CPEUM que instruye: “*asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades de la Federación, a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad*”; el artículo 222 de la LFTR que expone: “*El derecho de información, de expresión y de recepción de contenidos a través del servicio público de radiodifusión y de televisión y audio restringidos, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna persecución o investigación judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa*”; y el artículo 7, fracción IV de la LSPREM que señala entre los principios rectores del SPR: “*Promover*

la participación ciudadana mediante el ejercicio del derecho de acceso a los medios públicos de radiodifusión” y el artículo 11, fracción IV de la misma ley que dice: “Realizar, promover y coordinar la generación, producción, difusión y distribución de materiales y contenidos audiovisuales que promuevan el respeto a los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad y la no discriminación, por sí mismo o a través de terceros”.

Cabe destacar que de acuerdo con el Informe de cobertura de los servicios de radiodifusión en México 2024, publicado por el IFT, se tenían concesionadas en FM, un total de 1,918 estaciones distribuidas por Estado y tipo de uso. De estas, 295 estaciones son de carácter público; 270 de uso social, 163 de tipo social comunitario, 28 de uso social indígena y 1 de tipo social afromexicana. En contraste, se registran 1,161 estaciones de radiodifusión en FM de carácter comercial; es decir, el 60.53% son de carácter comercial, el 15.38% de carácter público, y en su conjunto, el 24.09% restante de carácter social, incluyendo las sociales comunitarias, indígenas y afromexicanas.

Ante estas cifras, es indispensable fortalecer las emisoras FM de carácter público, un reto que asumió el SPR en el 2024 al sumar nueve estaciones a la Red Altavoz Radio, en igual número de sedes del norteenoreste al sur-sureste del país; siendo su principal característica la participación de la sociedad civil organizada en la generación de contenido radiofónico que refleja la problemática y el interés de los habitantes. Los medios públicos desempeñan un papel fundamental en el acceso a la información diversa y plural; así como en el fortalecimiento de la democracia, la reconstrucción del tejido social, el reconocimiento de la diversidad cultural, la participación de las audiencias como usuarias de los medios de comunicación, la formación de audiencias críticas y, por ende, el fomento de la participación en la vida pública del país, haciendo un contrapeso a al interés propio de los medios comerciales.

En este segundo piso de la cuarta transformación, los esfuerzos se enfocarán en producir y difundir contenidos hablados y musicales, en red de Altavoz Radio que aborden los valores y principios constitucionales inherentes a los principios rectores del SPR; comunes a la problemática nacional en torno a la salud, el medio ambiente, la igualdad y la equidad de género, el arte y la cultura, la diversidad sexo genérica, para abonar a la reconstrucción del tejido social, el derecho a la información y la cultura de paz. Cabe destacar que se entiende por participación ciudadana a la respuesta de colectivos, organizaciones e instituciones públicas a las convocatorias que lanza Altavoz Radio para desarrollar proyectos radiofónicos. En este sentido, la producción de contenido radiofónico se suma al ciclo creativo de la radio pública al incrementar y diversificar las voces a la población que comparte su quehacer y perspectiva de las principales problemáticas. Bajo esta premisa, para Altavoz Radio será fundamental reflejar la pluralidad y diversidad de ideas y expresiones de las audiencias, con una visión de inclusión social, trabajo colectivo y construcción de comunidad.

**6.5 Vinculación de los objetivos del Programa.**

Objetivos del Programa Institucional del SPR 2025-2030	Objetivos del PND 2025-2030	Estrategias del PND 2025-2030
1. Optimizar la cobertura de la señal radiodifundida en el territorio nacional.	<b>Objetivo 1.1</b> Promover y fortalecer el desarrollo de una sociedad democrática, participativa, transparente y justa.	<b>Estrategia 1.1.4</b> Ampliar el acceso a los medios públicos de información y divulgación, fortaleciendo la gestión documental y la administración de archivos para impulsar la participación ciudadana en la agenda pública.
2. Garantizar el contenido audiovisual para la población mexicana.	<b>Objetivo 2.5</b> Garantizar el derecho a la cultura con enfoques de participación e inclusión, respetando la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones, con pleno respeto a la libertad creativa.	<b>Estrategia 2.5.2</b> Fortalecer el ciclo creativo en todas sus etapas, desde la creación, investigación y producción, hasta la circulación, visibilización y recepción por parte del público.
3. Impulsar una cultura digital para que los jóvenes y adultos interactúen con el gobierno.	<b>Objetivo 2.5</b> Garantizar el derecho a la cultura con enfoques de participación e inclusión, respetando la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones, con pleno respeto a la libertad creativa.	<b>Estrategia 2.5.2</b> Fortalecer el ciclo creativo en todas sus etapas, desde la creación, investigación y producción, hasta la circulación, visibilización y recepción por parte del público.
4. Garantizar la producción y difusión de contenido radiofónico institucional y local con la participación de la sociedad civil.	<b>Objetivo 2.5</b> Garantizar el derecho a la cultura con enfoques de participación e inclusión, respetando la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones, con pleno respeto a la libertad creativa.	<b>Estrategia 2.5.2</b> Fortalecer el ciclo creativo en todas sus etapas, desde la creación, investigación y producción, hasta la circulación, visibilización y recepción por parte del público.

## 7. Estrategias y líneas de acción

Las estrategias y líneas de acción constituyen la base para cumplir los objetivos del Programa Institucional 2025-2030, el SPR trazó una ruta operativa que, al realizar las líneas de acción comprometidas, se ejecutan las estrategias que inciden en los objetivos y las metas. El resultado se verá reflejado en cuatro compromisos de gobierno: Respeto a todas las libertades, Respeto a todos los derechos y combate a la discriminación, Desarrollo y acceso a la cultura, Recuperación de la memoria histórica.

### **Objetivo 1: Optimizar la cobertura de la señal radiodifundida en el territorio nacional.**

**Estrategia 1.1: Fortalecer la cobertura de las señales radiodifundidas (concesiones), para difundir y transmitir contenidos de radio y televisión de manera gratuita, abierta y de alta calidad.**

#### **Líneas de acción**

1.1.1 Identificar las zonas de población no cubiertas mediante el análisis de cobertura de cada estación, a fin de proponer el incremento de cobertura.

1.1.2 Realizar estudios de cobertura, con base en el radio de cobertura autorizado (concesión), para proponer estaciones complementarias.

1.1.3 Instalar nuevas estaciones de radiodifusión en localidades que se identifiquen con la necesidad de contar con el servicio de radiodifusión.

1.1.4 Examinar tecnologías innovadoras en el mercado que ofrezcan algoritmos de compresión y nuevas oportunidades con la finalidad de obtener mayor calidad en las señales radiodifundidas.

**Estrategia 1.2: Brindar un servicio de radiodifusión gratuito y de calidad (infraestructura), para garantizar la transmisión ininterrumpida de la señal.**

#### **Líneas de acción**

1.2.1 Asegurar la transmisión ininterrumpida de las señales radiodifundidas, a través de la adquisición de equipo de radio y televisión en las Estaciones de Radiodifusión.

1.2.2 Asegurar la transmisión ininterrumpida de señales satelitales de radio y televisión, a través de la adquisición de equipo profesional para el Telepuerto principal y de respaldo.

1.2.3 Optimizar la distribución de los canales Canal 14, TV Migrante y las emisoras de Altavoz Radio a través de la adquisición de los equipos de control maestro.

1.2.4 Realizar los servicios de conservación especializado para la infraestructura pasiva del Telepuerto, Control Maestro y Laboratorio de Ingeniería.

1.2.5 Optimizar el Laboratorio de Ingeniería a través de la adquisición de equipo especializado para el diagnóstico y mantenimiento de equipos de radio y televisión.

1.2.6 Renovar el sistema centralizado de noticias para mejorar las capacidades de producción de contenidos informativos de Canal 14 y TV Migrante.

1.2.7 Realizar la verificación de la funcionalidad de los equipos de transmisión satelital mediante pruebas técnicas periódicas para garantizar un rendimiento óptimo.

1.2.8 Realizar pruebas de comportamiento en las estaciones de radiodifusión a los equipos de transmisión para garantizar su funcionamiento.

1.2.9 Ejecutar los mantenimientos preventivos a la infraestructura activa y pasiva de radio y televisión para prolongar su vida útil y su buen funcionamiento

1.2.10 Analizar los recursos disponibles (estaciones y técnicos) y proponer cursos de actualización técnicos especializados que sean impartidos por personal certificado para contribuir en la formación de nuevos talentos de la radiodifusión.

**Objetivo 2: Garantizar el contenido audiovisual para la población mexicana.**

**Estrategia 2.1: Ofrecer contenido audiovisual interno de calidad, con diferentes géneros y formatos, acorde a los principios rectores del SPR para la sociedad mexicana.**

**Líneas de acción**

2.1.1 Dar seguimiento a los proyectos de producción y/o coproducción para generar contenidos, acorde a los principios rectores y considerando los recursos disponibles.

2.1.2 Generar contenido informativo veraz y oportuno sobre el acontecimiento reciente de interés público, para fortalecer el derecho a la información y combatir la infodemia.

2.1.3 Impulsar la experimentación con nuevos formatos y plataformas, que diversifiquen la oferta audiovisual y su difusión.

2.1.4 Fomentar la producción de contenidos audiovisuales con perspectiva de derechos, un enfoque interseccional y la representación diversa y plural de la sociedad.

2.1.5 Posicionar en el sexenio a Canal 14 como el medio público idóneo mediante la difusión de información veraz y oportuna.

2.1.6 Resguardar sistemáticamente el contenido audiovisual (solidez física) para su posible reutilización, evaluación y mejora continua.

**Estrategia 2.2: Fortalecer la gestión de contenido audiovisual externo de calidad, acorde a los principios rectores, a través de contratación, convenio o cesión de derechos de transmisión.**

**Líneas de acción**

2.2.1 Adquirir derechos de transmisión de contenidos audiovisuales con el cine mexicano como prioridad.

2.2.2 Ejecutar el plan anual de licenciamiento, para cubrir las necesidades de programación de Canal 14.

2.2.3 Analizar la oferta de contenidos audiovisuales de otros medios públicos en México y otros países para proponer convenios, intercambio o cesiones de derechos de transmisión.

2.2.4 Revisar la oferta de contenidos audiovisuales internos susceptibles de intercambio para la elaboración y promoción de un catálogo con otros medios públicos.

**Objetivo 3: Impulsar una cultura digital para que los jóvenes y adultos interactúen con el gobierno.**

**Estrategia 3.1: Promover plataformas digitales, producciones multiplataforma y redes sociales para conectar comunidades y cautivar a la audiencia joven y adulta.**

**Líneas de acción**

3.1.1 Producir y difundir contenidos digitales con información imparcial, objetiva, oportuna y veraz, que provoquen la reflexión, el debate y el interés social.

3.1.2 Elaborar desmentidos de noticias falsas de la mano de los ciudadanos, para combatir y aminorar la desinformación y la Infodemia.

3.1.3 Alojarse en la plataforma MxPlus para que sea un referente en la búsqueda de contenidos informativos, artísticos, científicos, educativos, culturales y de entretenimiento bajo demanda (cualquier momento y cualquier lugar).

3.1.4 Transmitir y difundir contenidos audiovisuales de temas informativos, culturales, deportivos y de interés social para conectar e interactuar con las audiencias de todas las edades.

**Estrategia 3.2: Impulsar la señal digital TV Migrante como un nuevo canal de televisión abierta para la comunidad migrante.**

**Líneas de acción**

3.2.1 Producir contenido multimedia con elementos de la diversidad cultural de nuestro país y de otras naciones (igualdad, inclusión y respeto mutuo).

3.2.2 Realizar coberturas inéditas y participar en transmisiones simultaneas en el sexenio.

3.2.3 Establecer líneas de colaboración y alianzas con otras instituciones que permitan el intercambio y generación de contenido de manera compartida.

**Objetivo 4: Garantizar la producción y difusión de contenido radiofónico institucional y local con la participación de la sociedad civil.**

**Estrategia 4.1: Asegurar la operación de las estaciones de radio FM y la estación en línea para ofrecer contenidos radiofónicos en materia de progresividad de derechos.**

**Líneas de acción**

4.1.1 Producir y transmitir contenidos radiofónicos que promuevan los derechos humanos, la equidad de género, el cuidado del medio ambiente, la no discriminación, la inclusión y la cultura de paz.

4.1.2 Impulsar la difusión de la música independiente y de propuestas culturales y artísticas, a través de la radio pública.

4.1.3 Buscar información sobre la conservación del patrimonio sonoro, para su respaldo seguro, permanente y con posibilidades de consulta, con el fin de evitar que se dañe o se pierda.

4.1.4 Fortalecer la producción de contenidos en formato podcast, para ampliar el consumo de la radio, a través de otras plataformas.

4.1.5 Impulsar la oferta de contenidos a libre demanda en la página web, para atraer y cautivar otras audiencias.

4.1.6 Generar y difundir campañas institucionales que aborden problemáticas sociales.

**Estrategia 4.2: Fomentar la participación de la población para generar contenido radiofónico local que refleje su problemática y su interés.**

**Líneas de acción**

4.2.1 Lanzar convocatorias a la población (colectivos, organizaciones, instituciones) para participar en la producción y transmisión de proyectos radiofónicos de interés social.

4.2.2 Facilitar la formación radiofónica a la sociedad civil (colectivos, organizaciones) local, para contribuir a generar contenidos de calidad.

4.2.3 Producir contenido radiofónico para informar a la audiencia, propiciar la reflexión y participación sobre temas prioritarios y de su interés.

4.2.4 Identificar el surgimiento de colectivos que tengan como propósito visibilizar a la población migrante (realidades y problemáticas).

4.2.5 Generar espacios para la música independiente y emergente de las ciudades sede, para ampliar su difusión (local, regional y nacional).

4.2.6 Mantener y fortalecer las barras de programación local para alcanzar un mayor impacto en las audiencias locales.

## 8. Indicadores y metas

El SPR impulsará de manera decisiva los procesos sustantivos involucrados en el logro de los objetivos y las metas del PI SPR; por lo que se identificaron cinco indicadores para medir el resultado y seguir el camino trazado, es decir dos indicadores por objetivo con su proyección de meta sexenal (2025-2030).

### Indicador 1.1 Cobertura de radiodifusión

ELEMENTOS DEL INDICADOR						
<b>Nombre</b>	Cobertura de radiodifusión en la República Mexicana					
<b>Objetivo</b>	1. Optimizar la cobertura de la señal radiodifundida en el territorio nacional					
<b>Definición o descripción</b>	Mide el porcentaje de habitantes con cobertura de la señal radiodifundida					
<b>Derecho asociado</b>	ONU, <i>Declaración Universal de los Derechos Humanos</i> : Derecho a la libertad de opinión y de expresión, Derecho a la educación y Derecho a la cultura, Art 6 CPEUM: Derecho a la Información					
<b>Nivel de desagregación</b>	Nacional	<b>Periodicidad o frecuencia de medición</b>	Anual			
<b>Acumulado o periódico</b>	Acumulado	<b>Disponibilidad de la información</b>	Enero de cada año (los primeros diez días hábiles)			
<b>Unidad de medida</b>	Porcentaje (habitantes con cobertura)	<b>Periodo de recolección de los datos</b>	Enero a Diciembre			
<b>Tendencia esperada</b>	Ascendente	<b>Unidad responsable de reportar el avance</b>	Dirección General de Transmisiones e Ingeniería (DGTI)			
<b>Método de cálculo</b>	Cobertura de radiodifusión en la República Mexicana = [Total de habitantes con cobertura de la señal radiodifundida / Total de la población en el país (INEGI 2020)] X 100					
<b>Observaciones</b>	Tendencia y meta del indicador se enuncian en un escenario favorable.					
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
<b>Nombre de la variable 1</b>	Total de habitantes con cobertura de la señal radiodifundida	<b>Valor de la variable</b>	95,380,918	<b>Fuente de información variable 1</b>	IFE, Cobertura por estación 2024	
<b>Nombre de la variable 2</b>	Total de la población en el país	<b>Valor de la variable</b>	126,014,024	<b>Fuente de información variable 2</b>	INEGI, Censo de Población y Vivienda 2020	
<b>Sustitución en método de cálculo</b>	[95,380,918 / 126,014,024] X 100 = 75.69%					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
<b>Línea base</b>			<b>Nota sobre la línea base</b>			
<b>Valor</b>	75.69%		La línea base se integra con datos del IFT y INEGI			
<b>Año</b>	2024					
<b>Meta 2030</b>			<b>Nota sobre la meta 2030</b>			
81.85%			Por las reformas legislativas vigentes (extinción del IFT y creación de la ATDT) podría haber ajustes en la proyección			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR						
Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
56.37%*	56.37%*	57.38%	61.14%	70.29%	74.66%	75.69%
METAS						
Puede registrar NA cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.						
<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	-
78.17%	79.90%	81.26%	81.81%	81.85%	81.85%	---

**Nota:** \* Cifra histórica con datos del Censo de Población y Vivienda 2010 (INEGI 2010).



**Indicador 2.2. Horas de contenido producido**

ELEMENTOS DEL INDICADOR						
<b>Nombre</b>	Horas de contenido producido (audiovisual e informativo)					
<b>Objetivo</b>	2. Garantizar el contenido audiovisual para la población mexicana					
<b>Definición o descripción</b>	Mide el total de horas producidas de contenido audiovisual e informativo, orientado a la formación educativa, cultural y cívica de la población en pro al derecho a la información					
<b>Derecho asociado</b>	ONU, <i>Declaración Universal de los Derechos Humanos</i> : Derecho a la libertad de opinión y de expresión, Derecho a la educación y Derecho a la cultura, Art 6 CPEUM: Derecho a la Información					
<b>Nivel de desagregación</b>	Nacional	<b>Periodicidad o frecuencia de medición</b>		Trimestral		
<b>Acumulado o periódico</b>	Periódico	<b>Disponibilidad de la información</b>		Abril, Julio, Octubre y Enero de cada año (los primeros diez días hábiles)		
<b>Unidad de medida</b>	Absoluto (horas producidas)	<b>Periodo de recolección de los datos</b>		Enero a Marzo, Abril a Junio, Julio a Septiembre, Octubre a Diciembre		
<b>Tendencia esperada</b>	Constante	<b>Unidad responsable de reportar el avance</b>		Dirección General de Canal Catorce (DGCC)		
<b>Método de cálculo</b>	Horas producidas = [Horas de producción interna en el periodo + Horas de coproducción en el periodo + Horas de contenido del Informativo 14 en el periodo + Horas de contenido de la Mañanera 360 en el periodo]					
<b>Observaciones</b>	Tendencia y meta del indicador se enuncian en un escenario favorable.					
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
<b>Nombre de la variable 1</b>	Horas de producción interna en el periodo	<b>Valor de la variable</b>	235:03:30	<b>Fuente de información variable 1</b>	Base de datos	
<b>Nombre de la variable 2</b>	Horas de coproducción en el periodo	<b>Valor de la variable</b>	69:45:00	<b>Fuente de información variable 2</b>	Base de datos	
<b>Nombre de la variable 3</b>	Horas de contenido del Informativo 14 en el periodo	<b>Valor de la variable</b>	260:00:00	<b>Fuente de información variable 3</b>	Base de datos	
<b>Nombre de la variable 4</b>	Horas de contenido de la Mañanera 360 en el periodo	<b>Valor de la variable</b>	260:00:00	<b>Fuente de información variable 4</b>	Base de datos	
<b>Sustitución en método de cálculo</b>	824:48:30 = [235:03:30 + 69:45:00 + 260:00:00 + 260:00:00]					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
<b>Línea base</b>			<b>Nota sobre la línea base</b>			
<b>Valor</b>	824:48:30		La línea base se integra con datos del año anterior (2023) al año bisiestro (2024) porque en el sexenio hay un año bisiestro			
<b>Año</b>	2023					
<b>Meta 2030</b>			<b>Nota sobre la meta 2030</b>			
870:00:00			La meta sexenal se proyecta con 275 horas de producción interna, 95 horas de coproducción, 260 horas del Informativo 14 en el periodo y 240 horas de la Mañanera 360			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR						
Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
ND	ND	ND	346:04:00*	434:00:00* / **	824:48:30**	954:55:00**
METAS						
Puede registrar NA cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.						
<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	-
870:00:00	870:00:00	870:00:00	870:00:00	870:00:00	870:00:00	---

**Nota:** \* Cifra histórica: horas de producción interna (PAT 2021 y PAT 2022) / horas de contenido del Informativo 14 (PAT 2021).

\*\* Cifra histórica: horas de producción interna y horas de coproducción (PAT 2023 y PAT 2024) / horas de contenido del Informativo 14 y horas de contenido de la Mañanera 360 (PAT 2022, PAT 2023 y PAT 2024).

**Indicador 3.1 Contenido difundido en las redes sociales**

ELEMENTOS DEL INDICADOR						
<b>Nombre</b>	Contenido difundido en las redes sociales institucionales					
<b>Objetivo</b>	3. Impulsar una cultura digital para que los jóvenes y adultos interactúen con el gobierno					
<b>Definición o descripción</b>	Mide el número de transmisiones y posteos difundidos en las redes sociales institucionales					
<b>Derecho asociado</b>	ONU, <i>Declaración Universal de los Derechos Humanos</i> : Derecho a la libertad de opinión y de expresión, Derecho a la educación y Derecho a la cultura, Art 6 CPEUM: Derecho a la Información					
<b>Nivel de desagregación</b>	Nacional	<b>Periodicidad o frecuencia de medición</b>		Anual		
<b>Acumulado o periódico</b>	Periódico	<b>Disponibilidad de la información</b>		Enero de cada año (los primeros diez días hábiles)		
<b>Unidad de medida</b>	Absoluto (transmisiones y posteos)	<b>Periodo de recolección de los datos</b>		Enero a Diciembre		
<b>Tendencia esperada</b>	Ascendente	<b>Unidad responsable de reportar el avance</b>		Dirección General de Comunicación, Plataformas y Redes (DG CPR)		
<b>Método de cálculo</b>	Contenido difundido en las redes sociales institucionales = [Número de transmisiones en el periodo + Número de posteos en el periodo]					
<b>Observaciones</b>	Tendencia y meta del indicador se enuncian en un escenario favorable.					
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
<b>Nombre de la variable 1</b>	Número de transmisiones en el periodo	<b>Valor de la variable</b>	6,385	<b>Fuente de información variable 1</b>	Base de datos realizada con métricas propias y estadísticas de redes sociales	
<b>Nombre de la variable 2</b>	Número de posteos en el periodo	<b>Valor de la variable</b>	150,106	<b>Fuente de información variable 2</b>	Base de datos realizada con métricas propias y estadísticas de redes sociales	
<b>Sustitución en método de cálculo</b>	156,491 = [6,385 + 150,106]					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
<b>Línea base</b>			<b>Nota sobre la línea base</b>			
<b>Valor</b>	156,491		La línea base se integra con datos del año anterior (2023) al año bisiestro (2024) porque en el sexenio hay un año bisiestro			
<b>Año</b>	2023					
<b>Meta 2030</b>			<b>Nota sobre la meta 2030</b>			
200,592			---			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR						
Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
ND	ND	32,743	26,474	74,162	156,491	229,215
METAS						
Puede registrar NA cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.						
<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	-
184,092	184,192	184,292	184,392	184,492	200,592	---

**Indicador 4.1 Horas de transmisión radiofónica**

ELEMENTOS DEL INDICADOR						
<b>Nombre</b>	Horas de transmisión radiofónica por la Red Altavoz Radio (emisoras y estación web)					
<b>Objetivo</b>	4. Garantizar la producción y difusión de contenido radiofónico institucional y local con la participación de la sociedad civil					
<b>Definición o descripción</b>	Mide el total de horas de contenido radiofónico transmitido por Altavoz Radio					
<b>Derecho asociado</b>	ONU, <i>Declaración Universal de los Derechos Humanos</i> : Derecho a la libertad de opinión y de expresión, Derecho a la educación y Derecho a la cultura, Art 6 CPEUM: Derecho a la Información					
<b>Nivel de desagregación</b>	Nacional	<b>Periodicidad o frecuencia de medición</b>		Anual		
<b>Acumulado o periódico</b>	Periódico	<b>Disponibilidad de la información</b>		Enero de cada año (los primeros diez días hábiles)		
<b>Unidad de medida</b>	Absoluto (horas de contenido radiofónico transmitido)	<b>Periodo de recolección de los datos</b>		Enero a Diciembre		
<b>Tendencia esperada</b>	Constante	<b>Unidad responsable de reportar el avance</b>		Dirección General de Radio (DGR)		
<b>Método de cálculo</b>	Horas de contenido radiofónico transmitido por Altavoz Radio = [Horas de contenido radiofónico transmitido por las emisoras y la estación de la Red Altavoz Radio en el periodo]					
<b>Observaciones</b>	Tendencia y meta del indicador se enuncian en un escenario favorable.					
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
<b>Nombre de la variable 1</b>	Horas de contenido radiofónico transmitido por las emisoras y la estación en el periodo	<b>Valor de la variable</b>	88,348	<b>Fuente de información variable 1</b>	Base de datos, Tiempo de transmisión	
<b>Sustitución en método de cálculo</b>	88,348 = [88,348]					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
<b>Línea base</b>			<b>Nota sobre la línea base</b>			
<b>Valor</b>	88,348		---			
<b>Año</b>	2024					
<b>Meta 2030</b>			<b>Nota sobre la meta 2030</b>			
122,600			---			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR						
Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
ND	ND	10,968	41,931	43,755	43,755*	88,348**
METAS						
Puede registrar NA cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.						
<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	-
122,600	122,600	122,600	122,600	122,600	122,600	---

**Nota:** \* En el periodo 2023, Altavoz Radio operaba cuatro emisoras FM y una estación web.

\*\* Durante el ejercicio 2024, Altavoz Radio incorporó a su red nueve emisoras FM.

Ciudad de México a los 15 días del mes de agosto de dos mil veinticinco.- Encargado de Despacho de la Presidencia del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, **Jenaro Villamil Rodríguez**.- Rúbrica.