



# **LA RADIO** en el área andina: tendencias e información

Editorial  
**QUIPUS**



**LA RADIO EN EL AREA ANDINA:  
TENDENCIAS E INFORMACION**

Primera Edición

Diciembre de 1990

Este libro es publicado bajo el auspicio de la Dirección General para la Cooperación Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino de los Países Bajos.

Derechos reservados según la Ley de Derechos de Autor expedida mediante Decreto Supremo No. 610 de 30 de julio de 1976. La reproducción parcial o total de este libro no puede hacerse sin autorización.

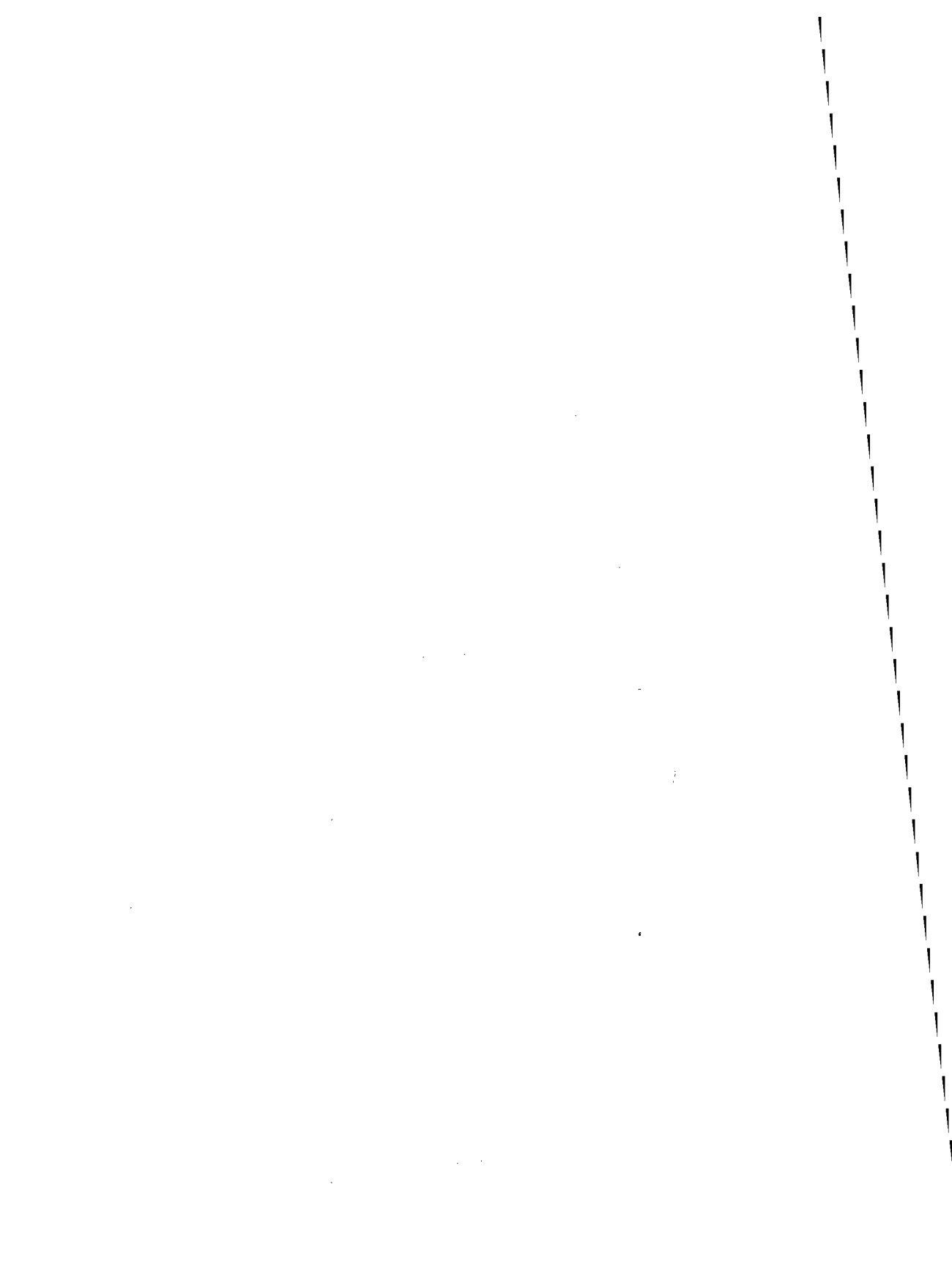
Impresión: Editorial QUIPUS  
Quito-Ecuador

## INDICE

Introducción .....	5
Participantes .....	7
<b>SESIONES INAUGURAL Y DE CLAUSURA</b>	
Intervención del Dr. Asdrúbal de la Torre, Director General de CIESPAL .....	11
Intervención del Dr. Tiberio Jurado, Presidente del Consejo de Administración de CIESPAL .....	15
Discurso del Arq. Alfredo Vera, Ministro de Educación .....	17
Discurso del Dr. Gilberto Muñiz en el acto de clausura .....	20
Intervención del Dr. Asdrúbal de la Torre en la clausura .....	22
 <b>SITUACION DE LA RADIO EN AMERICA LATINA</b>	
Presentación del Lcdo. Edgar Jaramillo, CIESPAL .....	27
 <b>SITUACION DE LA RADIO EN EL PACTO ANDINO</b>	
La radiodifusión ecuatoriana.- René Torres .....	41
Necesidades de información y propuesta para el intercambio de noticias en la Subregión.- Jesús Berenguer .....	46
Situación de la radio en América Latina y las necesidades de producción endógena.- Francisco Ordóñez A. ....	53
La formación profesional en radio.- Jorge Merino Utreras .....	60
 <b>INFORMATIVOS RADIOFONICOS Y TENDENCIAS</b>	
En Bolivia.- Daniel Sánchez Rocha .....	67
En Colombia.- Jimmy García Camargo .....	74
En el Ecuador.- Edgar Yáñez Villalobos .....	89
En Venezuela.- Paul Esteban Amundarain .....	94
En Chile.- Hermógenes Carril Torres .....	99
En Perú.- Gilberto Muñiz C. ....	108

<b>ESTRUCTURA Y ALCANCE DE LAS CADENAS</b>	
<b>RADIOFONICAS INFORMATIVAS</b> .....	113
En Colombia.- Margot Ricci .....	115
En Ecuador.- Gonzalo Ruiz Alvarez .....	119
En Perú.- Mauricio Alcántara .....	132
En Venezuela.- Andrés Serrano Trías .....	136
<b>INFORMATIVOS RADIOFONICOS Y TENDENCIAS</b>	
<b>DE UNIDAD EXOGENA</b>	
Tendencias e información de la radio.- Richard Araujo .....	147
Tendencias e información de la radio en	
Ecuador.- Eric Samson .....	154
<b>INFORMES Y RECOMENDACIONES</b> .....	161

# **SITUACION DE LA RADIO EN AMERICA LATINA**



## SITUACION DE LA RADIO EN AMERICA LATINA

**Edgar Jaramillo**  
**Director Técnico**  
**de CIESPAL**

El gran pensador contemporáneo Edgar Morín, escribió lo que cito a continuación: “En las sociedades industrializadas, son las transformaciones económicas y especialmente el desarrollo industrial, los que han formado las mentalidades. En el tercer mundo, la industria ultraligera, la de las comunicaciones, ha revolucionado las mentalidades antes incluso de que la sociedad se haya transformado. En los países industrializados el alfabetismo se ha difundido antes que la cultura audiovisual; en el tercer mundo, el proceso se ha invertido con frecuencia, la cultura audiovisual se extiende sobre inmensas zonas todavía analfabetas”.

Efectivamente, las tecnologías electrónicas de información, están generando nuevas bases de pensamiento y de acción ramificada e interactiva, con mensajes bajo pedido para grupos pequeños o contenidos individualizados de emisión y referidos a materias muy diversificadas, que crean las condiciones para una economía y sociedad electrónica y de información. La economía y sociedad industrial tienen su alimento productor en la energía de materias primas no renovables, ahora el combustible central es información, un recurso no finito y que, además, tiene más valor cuando más se consume.

En un mundo con un panorama de esta naturaleza, los medios electrónicos pueden extender el libre flujo de información, permitir la coexistencia de diversos lenguajes para contenidos y usuarios variados, diversificar la oferta de mensajes, deshomogenizar y descentralizar, crear múltiples centros emisores y hacer del receptor no solo un consumidor pasivo, sino, simultáneamente un emisor productor autónomo e independiente. Pueden contribuir entonces, a una sociedad donde la comu-



nicación se convierta en un factor de desarrollo y no sea un elemento más en la sociedad de información de masas.

Si los medios de información colectiva contribuyen a modificar el entorno, si los sentidos y capacidades del hombre varían, si surgen nuevas herramientas para el quehacer laboral y la creatividad y si aparecen nuevos servicios, entonces el comportamiento del individuo y de los grupos humanos, la estructura y la forma de gestión de las organizaciones, la vida cotidiana, el trabajo, las funciones del hogar, la creación, el consumo y las pautas culturales, los conocimientos, la formación profesional, las relaciones sociales y de poder y su regulación jurídica, etc., también cambiarán.

Una visión superficial como la que hemos dado, nos puede causar la falsa impresión de que el periodismo y los medios de información se encuentran como nunca florecientes; pero un análisis más detenido nos permitirá demostrar que se hallan acosados por serios problemas. Me parece oportuno entonces, plantear algunos aspectos alrededor de los cuales deberíamos detener nuestra atención.

La gran mayoría de los medios de información en América Latina, operan bajo un criterio comercial antes que pensando en la posibilidad de informar, educar, entretener, orientar y ofrecer servicios a la comunidad. Casi todos los mensajes que difunden retratan estilos de vida que no corresponden a la historia, a la realidad y a las expectativas de nuestros pueblos. Estimulan la adopción de costumbres que fortalecen el individualismo, que evitan y dispersan el desarrollo y la conciencia social.

Es evidente que la información es hoy, como lo ha sido siempre, una necesidad vital, contemplada desde el punto de vista del individuo como de la sociedad. Las relaciones interpersonales y el funcionamiento social exigen de la disponibilidad de información vez, adecuada y oportuna.

Los medios de comunicación masiva y como resultado del avance tecnológico, han posibilitado una interrelación entre los propios medios y la sociedad en la que operan, de tal manera que resulta indispensable analizar si estamos frente a una relación sana o si asistimos a un proceso que debe modificarse.

En el aspecto positivo, puede mencionarse que los medios ma-

sivos posibilitan el acceso a la información a personas y grupos sociales que de otra manera no la tendrían.

La gran cantidad de información que manejan los medios tiende a superarse y a transformarse en calidad mediante la selección de mensajes por parte de los receptores. La homogenización de los gustos contribuye a eliminar el elitismo y las diferencias sociales y tiende a unificar la sensibilidad social. La posibilidad de la difusión masiva de la cultura a bajo costo, por la abundante información que pone a disposición del hombre contemporáneo lo sensibilizan, lo preparan para su compromiso social y su participación en lo cotidiano, y finalmente, al ampliar el campo de lo intelectual con nuevos y diferentes esquemas, percepciones y realidades actúa de manera transformadora y no conservadoramente.

En el aspecto negativo se dice que los medios masifican al individuo, homogenizan la opinión y destruyen la originalidad; las culturas regionales desaparecen, arrasadas por el poder de los medios masivos y quedan a lo sumo como curiosidades exóticas; el público receptor carece de defensa crítica ante el aplastante alud informativo que se le ofrece sin cesar.

Revisemos algunos datos que nos permiten clarificar este panorama:

Dos de las grandes agencias internacionales de noticias y que pertenecen a un mismo país pueden recibir, procesar y despachar más de 40 millones de palabras al día, mientras todas las agencias del tercer mundo juntas, solo llegan a las 300 mil palabras. Un solo país controla el 75 por ciento del flujo mundial de programas de televisión; el 65 por ciento de las noticias; el 50 por ciento del cine; el 60 por ciento de discos y cassettes; el 89 por ciento de la información comercial computarizada y, junto a dos filiales europeas, el 90 por ciento de noticias internacionales de televisión.

Por el contrario 40 países del tercer mundo no tienen televisión; 30 no tienen prensa escrita y en el tercer mundo se utiliza del 75 al 80 por ciento de la producción extranjera de programas y de informaciones, sobre todo para televisión. La cantidad y predominio de las informaciones y programaciones provenientes del norte se explican suficientemente por la capacidad para proporcionar pronta información de los acontecimientos en todo el mundo.

Al respecto, el Sr. John E. Fobes, quien fue Subdirector General de la UNESCO y Jefe de la Comisión Nacional de los Estados Unidos ante la UNESCO, comentando una investigación efectuada por la Universidad de Iowa manifiesta lo siguiente: "Se dice a menudo que nuestro mundo se ha encogido gracias a la moderna tecnología y que vivimos en un pueblo global. Se trata de imágenes engañosas".

Comenta el Sr. Fobes que la investigación a la que hacemos referencia, confirma lo que habíamos sospechado acerca de nosotros mismos y de los otros. "La disponibilidad de las noticias más allá de las fronteras nacionales ha crecido, pero su distribución es desequilibrada y su utilización limitada y llena de lunares". En este sentido todas las sociedades aparecen como culpables.

Gran parte del debate internacional sobre el nuevo orden de la información y de la comunicación, gira en torno a una gran pregunta: ¿Quién controla el flujo de la información, en especial esa parte del caudal que se denomina las noticias? Si bien la naturaleza de la información no puede haber cambiado, su organización, acceso y transmisión ha evolucionado enormemente en los últimos años. Y esto es lo que preocupa hoy en día. Pero, al margen de los debates de carácter político y económico, está la pregunta ¿Nuestros sistemas de comunicación, agravan o alivian la obvia falta de entendimiento entre culturas y naciones?

Los datos e interrogantes planteados no pretenden ser una arma para la queja hostil, sino que nos deben servir como punto de partida para una meditación concienzuda y profunda.

Es por eso que CIESPAL, al cumplir 30 años de fundación, consideró conveniente la realización de un Encuentro Internacional de Radiodifusores, representantes de las cadenas informativas más importantes del Pacto Andino, para conocer y analizar las tendencias de la radio, la estructura de los informativos radiofónicos en la sub-región y las necesidades de formación profesional. En función de la información recopilada se reajustarán los programas con el propósito de contribuir de manera efectiva al desarrollo de la comunicación radiofónica en América Latina.

Durante 1988 y 1989 el Departamento de Investigación con el auspicio de la Fundación de Asistencia en Comunicación —CAF—, del Gobierno del Reino de los Países bajos, efec-

tuó un inventario de los medios de comunicación social: diarios, radiodifusoras y estaciones de televisión en el continente. Esta investigación se desarrolló en 19 países de América Latina y El Caribe y contó con la colaboración de destacados investigadores, en su mayoría ex-becarios de CIESPAL, quienes se encargaron de la recopilación de datos en cada uno de los países, utilizando fuentes oficiales de reconocida credibilidad.

Se estima que los 19 países de América Latina y El Caribe, que fueron objeto del estudio de CIESPAL, cubren una extensión de cerca de 20 millones de km<sup>2</sup>, y una población de alrededor de 405 millones de habitantes.

Pensando en el desigual desarrollo de los países de América Latina, se consideró importante efectuar el análisis de la información agrupando a los países por subregiones, de acuerdo con la división geográfica, socio-económica y política que los caracteriza. A México y Brasil por ser los países más extensos y que concentran el mayor número de habitantes de América Latina se los identifica como subregiones.

Los países de cada una de estas subregiones son los siguientes:

a) Centroamérica y El Caribe lo integran: Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Cuba y República Dominicana.

b) Cono Sur lo integran: Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile.

c) Area Andina integrada por: Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia.

d) Y las subregiones 4 y 5 la integran, respectivamente, Brasil y México.

En el continente existen 1007 diarios, 502 estaciones de televisión y 5876 radiodifusoras. Desglosados estos datos por medios y países tenemos lo siguiente:

a) En cuanto a diarios, la mayor concentración se encuentra en Brasil que tiene 295 diarios, que representa al 29,3 por ciento; México tiene 272 que equivale al 27 por ciento; en el Cono Sur en-

contramos 192 que equivalen al 19 por ciento. En la región Centroamericana y El Caribe, exceptuando a Cuba —que tiene 19 diarios y un total, equivalente al 1.9 por ciento— en los 7 países restantes existen 33 diarios, es decir el 3.3 por ciento del total. En el Area Andina tenemos 196 diarios que representan el 19 por ciento de los existentes en el continente.

b) En cuanto a estaciones de televisión el número total registrado es de 502 estaciones. De este total la mayor concentración se encuentra en Brasil con 137 estaciones que representan el 27.3 por ciento y México con 120 estaciones representa el 23.9 por ciento. En el Area Andina existen 116 estaciones equivalentes al 23 por ciento; el Cono Sur cuenta con 78 estaciones que representan el 15.5 por ciento y Centroamérica tiene 51 estaciones equivalentes al 10 por ciento.

c) En cuanto a estaciones de radio, la investigación nos ha permitido encontrar los siguientes datos: En Brasil existen 1.333 emisoras que representan el 22.7 por ciento y México con 841 equivale al 14.3 por ciento. En el Area Andina existen 1816 estaciones que equivalen al 30.9 por ciento; en Centroamérica hay 1025 radiodifusoras que representan el 17.44 por ciento y en el Cono Sur encontramos 861 estaciones equivalentes al 16.65 por ciento.

Me pareció útil presentar estos datos, por cuanto diversas investigaciones han llegado a la conclusión que a partir de 1960 la circulación de los diarios baja constante y dramáticamente, en estrecha relación con dos factores: la importancia que adquiere la televisión y la radio, y a las pocas innovaciones que se han operado en la prensa para competir con los otros dos medios.

Otro de los problemas que tiene la prensa es que la población ha perdido confianza en las noticias de los periódicos y da más credibilidad a las noticias de televisión. Esta situación se explica, en gran parte, por la fuerza testimonial de los medios audiovisuales.

Por otra parte, los periódicos son más lentos en entregar la información, debido a las características del procesamiento que mantienen, en tanto que la televisión y particularmente la radio pueden entregar las noticias con mayor rapidez y precisión.

Para compensar esta desventaja algunos diarios tratan de hacer

estudios en profundidad, con el fin de obtener datos que permitan que la noticia breve y escueta de la radio y la televisión tenga un contenido mucho más exhaustivo. De esta manera pretenden compensar la lentitud por la profundidad, la superficialidad por el análisis crítico, procurando invitar a los públicos a la reflexión y de esta manera a mantener a los lectores.

Hay quienes consideran que la televisión y la radio constituyeron, en un momento, una amenaza para el periodismo escrito; pero no es así, puesto que prestan un servicio alternativo pero no sustitutivo de los periódicos. Sin embargo, si los diarios quieren competir tienen que acelerar su procesamiento para la producción de información. En este sentido vale la pena destacar que a principios de siglo, la velocidad de la transmisión de una noticia era de 60 palabras por minuto, ahora alcanza a 56 mil palabras por minuto.

Otro aspecto que me parece significativo establecer, es el referido a uno de los problemas que aflige al mundo contemporáneo, éste es la sobrealimentación de información y su difícil como complicado procesamiento en función de la importancia y trascendencia que el mensaje encierra. La televisión y especialmente la radio, se benefician de la selección informativa hecha por la prensa. Se estima que los grandes periódicos desperdician alrededor del 85 por ciento de la información pagada que llega a su redacción. Estas las razones de la importancia de este análisis comparativo entre los medios.

Una visión de la radio en América Latina nos permite afirmar que este es el medio más difundido en la región. En la década del 60, el continente sudamericano contaba con unos 14 millones de receptores de radio, para 1975 el número era de 50 millones, 4 años más tarde era 75 millones, hoy en día se calcula esta cifra en 100 millones. Estimaciones recientes establecen que en relación a mil habitantes, América Latina dispone de 320 radioreceptores, en tanto que en las otras regiones encontramos las siguientes cifras: África 77 receptores, Asia 109, Oceanía 863, Europa 450 y América del Norte 1372 receptores.

La gran capacidad de radioemisión en América Latina, no guarda relación con la calidad de la programación, porque existe una marcada tendencia hacia lo musical, la publicidad y las noticias. Alrededor del 55 por ciento son programas musicales con predominio de ritmos norteamericanos y música romántica; cerca del 30 por

ciento es publicidad y alrededor del 15 por ciento es información general y deportiva.

En algunas ciudades se encuentran emisoras que difunden un promedio de 16 horas diarias entre música y radionovelas. Por el contrario los programas educativos y culturales tienen espacios mínimos; no obstante es necesario destacar el desarrollo de un conjunto de emisoras orientadas hacia lo educativo y la promoción de la cultura y lo popular. Hay casos muy particulares de estaciones dedicadas a difundir los valores de las minorías étnicas y de las organizaciones comunitarias y sindicales. En este orden, América Latina se diferencia de otras regiones del tercer mundo por la utilización de la radio para propósitos educativos de una manera más sistemática.

Tradicionalmente la radio educativa ha desempeñado tres funciones: una función auxiliar como ayuda a los aspectos didácticos que permiten a la escuela ampliar y robustecer la materia explicada; una función complementaria de la labor formativa del profesor difundiendo cursos preelaborados y siguiendo un plan de estudios; y por último, una función supletoria del sistema educativo que no alcanza a satisfacer las necesidades y exigencias de educación de una población dispersa. En este orden las escuelas radiofónicas han jugado un papel sumamente importante, que es necesario destacar.

Uno de los problemas más serios que enfrenta la radio, es la baja producción de mensajes endógenos, particularmente aquellos cuyos contenidos apuntan hacia la promoción del desarrollo integral, al fortalecimiento de la identidad cultural, la integración y la cooperación. Esta baja producción tiene muchas causas: la crisis económica, la falta de estímulos, ausencia de medidas proteccionistas, falta de formación profesional y técnica, etc.

Es evidente, que esta situación perjudica no solo a la calidad de los mensajes, sino que afecta a los pueblos que tienen en la radio la principal y a menudo la única fuente de información y entretenimiento.

Al momento, ya nadie duda en considerar a la radio como un instrumento de gran valor para reforzar y modernizar los programas educativos de los Estados. Con esto no queremos expresar que la radio se haga cargo de la educación formal, pues estaría fuera de su competencia, lo que se propone es que reoriente su concepto de co-

municador, que acepte su responsabilidad social y que mantenga un equilibrio justo, razonable, ético, entre la información, la educación y el entretenimiento a que los radioescuchas tienen derecho.

Los avances y penetración que ha alcanzado la radio, han permitido la integración de muchas comunidades al desarrollo; pero aún queda mucho por hacer. Este proceso de integración propiciado por las comunicaciones radiofónicas, se ha logrado sin un plan preconcebido y sin embargo, los resultados son bastante halagadores. Cabe destacar la contribución significativa de la radiodifusión comercial, en este orden.

En la actualidad la radio ha pasado a ser el instrumento mediante el cual la mayoría de las personas se informan de modo regular y de esta forma se hacen una idea sobre otros pueblos y países. El contenido y la forma de presentación de los noticieros radiofónicos pueden ejercer una influencia beneficiosa o justamente todo lo contrario. Se estima que las emisoras de radiodifusión dirigidas a nivel nacional e internacional son uno de los vehículos más poderosos de información; así como una de las armas de la comunicación más eficaces e influyentes.

A pesar de los importantes avances en materia de tecnología de telecomunicaciones, que permiten la cobertura y circulación casi instantánea de cualquier tipo de información, todavía grandes extensiones de nuestro continente permanecen aisladas, sin los beneficios que ofrece la radio.

Debemos señalar que actualmente existen agencias nacionales de noticias en casi todos nuestros países. La mayoría de estas agencias dependen de las 5 grandes agencias mundiales situadas en los EE.UU., Inglaterra, Francia y la Unión Soviética, lo cual trae como consecuencia que las noticias que se difunden sobre la realidad del tercer mundo, sus problemas socio-políticos, económicos y culturales, ocupen un mínimo espacio, a pesar de que Asia, Africa y América Latina representan el 85 por ciento de la población mundial.

En realidad resulta urgente no solo acelerar y aumentar la circulación de noticias, sino también procurar corregir los desequilibrios informativos ya existentes, para lo cual es necesario preparar personal especializado y establecer redes para una adecuada distribución e intercambio de la información entre nuestros países.



Finalmente y a modo de conclusiones de estas brevísimas consideraciones, sobre la situación de la radio en América Latina, propongo las siguientes reflexiones:

1. Es indispensable actualizar la legislación en materia de comunicación social. En la mayoría de los países o hay ausencia de normas o éstas se encuentran dispersas por lo que es necesario recopilar, ordenar y completar las normas para formar un todo orgánico y funcional, especialmente en lo que se refiere a la publicidad.

2. Se debe crear o fortalecer, según el caso, las agencias nacionales de noticias, el intercambio de información y a la vez estimular, promover y apoyar técnica y financieramente a los medios de comunicación masiva dentro de un régimen de libertad y competencia cualitativa.

3. Requerimos de un periodismo libre que pueda ejercer su profesión sin temores, de gobiernos dispuestos a escuchar la crítica sana y constructiva, que es la mejor aportación que puede ofrecérseles. Los periodistas y los medios de comunicación no pueden seguir siendo solo cajas de resonancia de ciertos sectores.

4. La escasa producción de programas de radio, trae como consecuencia: la omisión de sucesos, la exaltación acrítica de modelos de comportamiento de sociedades ajenas, el menosprecio de los valores tradicionales de las culturas nacionales, la promoción de hábitos de violencia e individualismo antisocial, la enajenación consumista respecto de patrones de vida externos o sensiblemente clasistas y antipopulares.

5. Es necesario que los medios concedan espacios o se aumente el tiempo para programas donde se fomente nuestra identidad nacional y nuestra soberanía de acuerdo a realidades socio-culturales y económicas, evitando el folklorismo, no para que desaparezcan sus tradiciones, sino para que a partir de estas mismas se inicie el desarrollo y progreso de las comunidades.

6. Que la información que se difunda permita afirmar el respeto a los principios de la moral social, de la dignidad humana, que contribuya a elevar el nivel cultural del pueblo y exaltar los valores nacionales, a fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacional.

7. Es necesario determinar las posibilidades para acciones concertadas entre concesionarios, particulares y gobiernos, que permitan al Estado y a la sociedad disponer de los más amplios canales de difusión para programas de alcance cultural, formativo e informativo. Asuntos que pueden llevarse a efecto sin menoscabo de la función comercial de la radio, puesto que pueden establecerse adecuados mecanismos financieros y una sólida programación que resulte atractiva para la población y los patrocinadores, entre los cuales se podría incluso encontrar a los propios gobiernos.

8. El carácter puramente comercial que en la mayor parte de sus transmisiones tiene la radio, ha desvirtuado en cierto modo los altos fines que tan vital recurso comunicativo debe tener en beneficio de las naciones y de su desarrollo integral.

9. La concentración de la información y la centralización de los medios son factores que se oponen a la configuración democrática que aspiramos para América Latina. Los públicos requieren diversidad, abundancia y variedad de información. Una comunicación democrática por lo tanto, es una comunicación múltiple y abierta, libre de filtraciones estereotipadas.

10. Propugnamos la creación de sistemas nacionales de comunicación social que se fundamenten en la propia realidad. Sistemas que entrelazados conformen una red de comunicación que permita que América Latina tenga la información que desea.

11. Se debe estimular y apoyar financieramente la producción de programas de radio para evitar la intromisión enajenante, la invasión cultural y los riesgos ideológicos que de ellos se derivan, no porque consideremos que toda intromisión cultural extranjera sea perjudicial, sino porque hasta ahora no ha sido beneficiosa para nuestros pueblos.

12. Queremos entusiastamente apoyar los proyectos para la capacitación de personal, porque de otra manera no será factible producir programas ni siquiera elevar el contenido de los mismos. Pues los medios de comunicación deben estar al servicio de una auténtica, verdaderamente libre y equilibrada circulación de ideas, de la expansión de la educación y del fomento de la comprensión mutua entre los pueblos, con el debido respeto a la soberanía de las naciones y a la diversidad de las culturas.

13. Es notorio que la mayor parte de los estados latinoamericanos han mostrado poco interés por aprovechar a la radio como instrumento de educación y desarrollo. Esta situación se refleja tanto en emisoras públicas como privadas, las cuales operan con equipos de baja potencia y poco alcance y no cuentan con los recursos humanos y financieros necesarios para una buena producción.

14. Es indudable el esfuerzo que realizan estaciones de radio que pertenecen a sectores organizados de la sociedad. Ese esfuerzo que hacen por informar y elevar el nivel cultural de la región es significativo; no obstante la programación dedicada al entretenimiento ocupa la mayor parte de los tiempos de transmisión. Por lo tanto, es necesaria la producción de materiales que satisfagan las necesidades informativas y culturales de los latinoamericanos. Se debe propender entonces a una programación calificada por el valor de los contenidos.