

## La Agencia Informativa Púlsar

**Bruce Girard**

La primera iniciativa que conectaba las radioemisoras independientes vía Internet, fue la Agencia informativa Púlsar. Púlsar es una agencia de información y noticias en español que se especializa en proveer servicios para radioemisoras comunitarias, independientes y locales en América Latina.

Púlsar tuvo un comienzo humilde en 1996, cuando enviaba un resumen diario de noticias con diez a doce notas informativas, a través del correo electrónico, a cuarenta y ocho suscriptores en Latinoamérica. Sus fuentes primarias de información en ese momento, fueron los sitios en la red de varios periódicos de América Latina y los despachos diarios del servicio Inter Press (IPS). Una selección de estas noticias se re-escribieron en un estilo para la radio y desde la perspectiva de la sociedad civil latinoamericana, y se enviaron a través del correo electrónico como un servicio de 'cortar y leer'. El personal de los noticieros en las emisoras tuvo la completa libertad para seleccionar las notas que querían usar y editarlas de acuerdo al lenguaje o idioma y al contexto local.

Cinco años más tarde, los servicios ampliados de Púlsar estuvieron disponibles de forma gratis en la red y se enviaron noticias a más de 2.500 suscriptores, incluyendo unas 800 radioemisoras y organizaciones de difusión en más de cincuenta países. La Agencia había diversificado su fuente de noticias agregando, entre otras, una red de más de veinte corresponsales y comentaristas. También había añadido una variedad de nuevos servicios incluyendo servicios temáticos especiales, un servicio en la lengua quechua para comunidades indígenas, otro de clips de audio digitales, un noticiero completo de audio y un portal en la red. Por primera vez en América Latina, millones de oyentes de radioemisoras locales y comunitarias tuvieron acceso a un servicio de noticias y comentarios independientes no comercial, enraizado en la realidad social, política y geográfica de la región.

## **La construcción de redes regionales de radio y noticias en América Latina**

Desde hace mucho tiempo, la radio ha sido el medio masivo más dinámico y más habitual en América Latina. Para la mayoría de la población, especialmente la que vive en áreas urbanas marginadas o en comunidades rurales, es muchas veces el único medio masivo disponible y usualmente es la fuente más importante de noticias e información. A diferencia de África y Asia, donde sus sistemas de comunicación fueron influenciados por la colonización europea con una tradición estatal centralizada y dominante, los países de América Latina han tenido la tendencia a adoptar estructuras de propiedad más liberales y la región tiene una perspectiva radiofónica diversa. La mayoría de los países tienen grandes redes comerciales a la par de muchas pequeñas emisoras independientes, comerciales y no comerciales siendo propiedad éstas últimas, de iglesias, sindicatos, municipios, organizaciones indígenas y de una amplia variedad de ONGs. Las radiodifusoras estatales generalmente son culturales u oficiales y en ambos casos son actores relativamente menores.

A pesar del reciente crecimiento de redes comerciales nacionales, que usualmente difunden a través de una programación producida a nivel central a las provincias, la radio sigue siendo el principal medio masivo a nivel local. Aún en pequeños pueblos es común encontrar emisoras independientes que producen casi toda su programación. La radio habla en el lenguaje y con el acento de su comunidad. Su programación se relaciona con su comunidad e involucra a sus miembros, refleja intereses locales y contribuye a la herencia y al desarrollo cultural y económico de las comunidades a su alrededor, lo cual es un fuerte contraste con la televisión en América Latina, donde sólo un 30% de la programación televisiva proviene de la región, con el 62% producido en los Estados Unidos <sup>1</sup>

La radio independiente tiene una larga historia de información sobre los eventos locales y de estimular la democracia local; existen dificultades profundas para cubrir eventos y debates regionales e internacionales, cada vez más importantes en la era de la globalización y los esfuerzos de integración regional. Existen pocos periodistas de radio que tienen la suficiente preparación para analizar las noticias internacionales, y aún cuando la tengan, no tienen a su alcance fuentes de noticias internacionales disponibles.

---

<sup>1</sup> PNUD Human Development Report, (Informe sobre el Desarrollo Humano), 1999, p. 34. Del 30% de la programación televisiva de la región, muy poco contenido es local. La mayoría proviene de Centros de Producción en México, Argentina y Brasil.

Esta falta de fuentes apropiadas de noticias internacionales para la radio, ha sido reconocida durante mucho tiempo en América Latina. En 1962, los directores y gerentes de noticieros de radio, en una reunión organizado por CIESPAL,<sup>2</sup> solicitaron el establecimiento de una agencia de noticias de radio y varias iniciativas de intercambio de noticias internacionales para la radio se establecieron a lo largo de los años. Una de ellas fue el Informativo Tercer Mundo (ITM), elaborado sobre todo, a partir de los boletines de noticias del servicio Inter Press (IPS), una agencia independiente e importante de noticias globales. La programación semanal de ITM se distribuyó en casete a unas cien radioemisoras. Sus técnicas de producción y su análisis eran de calidad, pero la entrega se hizo a través del correo. Cuando se oían los programas de ITM en las emisoras locales, las noticias ya tenían un atraso de dos semanas y muchas veces hasta de seis semanas. Internet, aún nueva en América Latina, estaba a punto de abrir un abanico de posibilidades.

En 1995 se llevó a cabo un estudio con el apoyo de la Oficina Canadiense para la Educación Internacional (CBIE), la cooperación del Centro de Educación Popular (CEDEP) una ONG ecuatoriana, y la Oficina en América Latina de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), para identificar la forma en cómo se podría utilizar Internet para apoyar a la radio independiente y comunitaria en América Latina. Se identificaron tres áreas de estudio:

1. Las fuentes y prácticas de producción de noticias internacionales entre las radio emisoras independientes y comunitarias de América Latina;
2. La tendencia hacia una mayor concentración de la propiedad y control de la radiodifusión en el ámbito nacional;
3. El aprovechamiento de Internet para mejorar la cobertura de noticias internacionales y apoyar la promoción de la diversidad y el pluralismo en las radioemisoras de la región.

<sup>2</sup> El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina – CIESPAL – es un centro de investigación, capacitación y producción especializado en los medios y la comunicación en América Latina.

## **Noticias internacionales**

La investigación demostró que para las radioemisoras pequeñas e independientes, los periódicos eran la fuente más importante de las noticias internacionales. Para las radios rurales muchas veces eran los periódicos del día anterior que llegaban de la capital. Otras fuentes incluían la radio extranjera de onda corta y, en áreas urbanas, los cables extranjeros y emisoras de televisión de satélite. Sólo las grandes emisoras urbanas utilizaban las conocidas agencias de noticias (norteamericanas y europeas), que tuvieron mucha influencia por ser una fuente primaria para los periódicos. Como un resultado predecible, las noticias internacionales, incluyendo las noticias de países vecinos de América Latina, reflejaron las prioridades norteamericanas y europeas más que las de América Latina.

Para un latinoamericano fuera de Colombia por ejemplo, las noticias sobre este país raras veces tratan sobre las tensiones internas, sus relaciones con sus vecinos en la región o con su economía. Las noticias probablemente tendrán que ver con la relación entre Colombia y el problema doméstico de drogas en los Estados Unidos. Los representantes de las emisoras encuestadas, fueron conscientes de la pobre calidad de sus noticias internacionales en general y de América Latina en particular. La mayoría tenía interés en mejorarlas, pero no existía una fuente apropiada, de bajo costo y disponible para ellos.

## **Liberalización y tecnología: la precaria posición de la radio local**

El estudio también investigó algunos de los mayores cambios que ocurrían en la radio de América Latina como resultado de la liberalización de la radiodifusión y el despliegue de tecnologías satelitales, relativamente económicas, para formar redes nacionales.

La liberalización y desregulación del sector ha tenido éxito al permitir un fuerte incremento en el número de emisoras de radio en muchos países, lo cual no fue acompañado por un incremento comparable en los ingresos para el sector. El resultado fue fatal para muchos noticieros de radio. En Quito, Ecuador, por ejemplo, el número de radioemisoras creció en un 300% entre 1991 y 1996, pero la cantidad relacionada con anuncios en la radio o en publicidad se incrementó en menos del 20% en el mismo período – cuarenta radioemisoras operaban con poco más ingresos de publicidad de lo que anteriormente fue compartido por diez emisoras. La competencia fue feroz y con pocas excepciones, las emisoras más nuevas invirtieron lo menos posible en la programación para sobrevivir y utilizaron, incluso, formatos automatizados

de bajo costo, convirtiéndose casi en rockolas al aire. Las emisoras de radio comprometidas desde el inicio con las noticias y la información local, tuvieron mucha presión para bajar sus costos. Producir noticias es una empresa costosa y en tiempos difíciles es el primer departamento que sufre los cortes presupuestarios. Aún después de recortar su presupuesto, la mayoría de las emisoras quedaron en una posición financiera precaria.

Al mismo tiempo las nuevas tecnologías satelitales digitales se hicieron accesibles con costos bajos, lo cual comenzó a tener un efecto dramático sobre la naturaleza de la radio en la región. Muchos grupos nacionales de multimedia, con propiedades en la prensa escrita, la televisión, Internet y la radio, establecieron redes con un sólo centro de producción y estaciones repetidoras en todo el país. Estas redes empezaron a expandirse rápidamente y los grupos nacionales compraron o alquilaron emisoras en las ciudades y pueblos, cerrando sus posibilidades de producción y convirtiéndolas en estaciones repetidoras con un sólo receptor de satélite, un transmisor y a veces una oficina para vender publicidad a nivel local.

Aunque la red de emisoras no tuvo un contenido local, gozó de una mejor economía y pudieron invertir grandes cantidades de dinero en la producción, ofreciendo la música más actual, programas populares con discusiones, chismes, y comentarios políticos, muy populares especialmente para jóvenes urbanos – el grupo que más interesaba a los publicistas. El resto de las radios independientes fueron abandonadas a su suerte – o competían o iban a la bancarrota. En las ciudades secundarias y en los pueblos, la gente escuchó las noticias, los comentarios, información sobre el clima, la situación del tráfico, la música y los chismes de la capital, pero no tuvieron información sobre sus propias comunidades y casi ninguna oportunidad para oír sus propias voces al aire.

La radio pasaba por una transformación rápida. No era ya exclusivamente un medio local, estaba en camino de convertirse en un medio predominantemente distante. En Perú en 1995, tres redes con base en Lima tenían más oyentes en las provincias, que la suma de las audiencias de las principales cincuenta radioemisoras en las provincias.

Las radios locales estaban en una posición precaria. Tenían una posición única para servir a sus comunidades y para contribuir a la diversidad de los medios, pero para hacerlo era necesario producir una programación local costosa y mejorar significativamente su información con noticias globales y latinoamericanas. Y todo, con muy pocos recursos.

## Llega Internet

Internet, en 1995, emprende el gran salto, de una red académica hacia una red comercial. En este año comenzó a ofrecer acceso a Internet y el número de servidores de la red en el mundo, se multiplicó diez veces, de diez mil a cien mil. Netscape se hizo público con la primera y mayor oferta pública de NASDAQ en la historia. El Explorador de Internet aún no estaba disponible y Real Audio hizo su estreno.

En América Latina la fiebre de Internet en 1995, pasó casi desapercibida. Al inicio del año, siete de los dieciocho países de habla hispana, aún no tenían acceso directo a Internet<sup>3</sup> En los países con acceso, los proveedores de servicios estaban ubicados en los grandes centros urbanos y las líneas de teléfonos de larga distancia no tenían la suficiente calidad para sostener la conexión a Internet. Otra de las barreras para el uso de Internet fueron las pocas fuentes de información y el poco contenido sobre temas latinoamericanos – quizás una docena de periódicos importantes y algunas fuentes alternativas que trataban sobre países o temas particulares. Poca gente pretendía estar conectada a Internet por tener poca información en su lengua y sobre su realidad. No fue una sorpresa que en las encuestas y en las entrevistas con los radiodifusores locales, se observara que sólo una gran minoría tenía acceso a Internet, y los que lo tenían, en su mayoría usaban únicamente el correo electrónico.

A pesar de estas dificultades, Internet sí ofrecía la posibilidad de enlazar a las radioemisoras de la región. Aunque la conexión era costosa en comparación con América del Norte, era mucho menos costosa que los satélites y más rápida que el sistema de correo postal. Aunque la conectividad era un problema, muchos países habían privatizado sus compañías de telecomunicaciones y las posibilidades se ampliaban y mejoraban rápidamente. La peor desventaja fue la falta de contenidos – hubo pocos en español y pocos contenidos latinoamericanos y nada que pudiera utilizarse en la radio sin un proceso significativo.

## La Agencia Informativa Púlsar: todo en uno

El estudio, con los resultados de las entrevistas y de las encuestas, concluyó que las emisoras de radios comunitarias e independientes y locales necesitaban y querían mejorar la calidad de sus noticias e información; se identificó la necesidad de una mayor diversidad de fuentes de noticias en la región; y también que

---

<sup>3</sup> Bolivia, República Dominicana, El Salvador y Guatemala consiguieron sus primeros servidores en 1995; Cuba, Honduras y Paraguay en 1996.

Internet ofrecía posibilidades para acceder a noticias regionales para crear una red de corresponsales y para distribuir noticias e información a las radios. Con base en estas conclusiones, AMARC y CEDEP decidieron apoyar el establecimiento de la Agencia Informativa Púlsar, una agencia independiente de noticias de radio, que usaría Internet como mecanismo de distribución, como fuente de noticias y como canal de doble vía para comunicarse con los corresponsales.

Las actividades más importantes de la Agencia fueron:

- Identificar fuentes de noticias e información apropiadas, veraces y de alta calidad en Internet. Esto incluía fuentes oficiales y comerciales, como los periódicos en línea y también fuentes alternativas de noticias, como los servicios especializados sobre derechos humanos o redes sobre el medio ambiente
- Identificar a diario noticias internacionales priorizando noticias de América Latina y el Caribe y editarlas para la radio y para su distribución a radioemisoras vía Internet;
- Establecer una red regional de corresponsales para alimentar con noticias un centro de noticias disponible para todos los radiodifusores comunitarios
- Proporcionar la capacitación y el apoyo a los radiodifusores comunitarios que desearan recibir el servicio y/o hacer uso total de Internet en su programación.

Púlsar comenzó a trabajar en marzo de 1996, enviando diariamente resúmenes noticiosos por el correo electrónico a 48 suscriptores en América Latina. Las mayores fuentes de información en ese momento fueron los sitios en Internet de algunos periódicos latinoamericanos y los despachos del Servicio Inter Press. Dos investigadores y editores, a tiempo parcial, leían diariamente las noticias en Internet y hacían una selección que incluía las principales noticias del día, además de notas informativas que no estaban incluidas en las agendas internacionales. Un criterio clave: las noticias debían ser de América Latina, seleccionadas y presentadas de tal forma que enfatizaran las perspectivas regionales y las preocupaciones de la sociedad civil. El personal de noticias en las estaciones de radio tenía la libertad de seleccionar la información que quisieran utilizar y editar.

La Agencia creció rápidamente. El número de suscriptores a los servicios básicos se incrementó de cuarenta y ocho en 1996, a casi dos mil en 1999. Cuando se suspendió el servicio en 2001, los mayores suscriptores, un tercio de los dos mil quinientos, fueron los grupos independientes de producción radiofónica y las

emisoras. Las organizaciones no gubernamentales, las universidades y cientos de individuos también se suscribieron a los servicios gratis de Púlsar. Más de la tercera parte de los suscriptores no estaban en América Latina y muchas eran emisoras de radios comunitarias en América del Norte y Europa con programación para comunidades de migrantes latinoamericanos.

La Agencia contó con una serie de nuevos servicios. Al final de 1996 se agregó el boletín mensual Comunicado para suscriptores de Púlsar con información sobre cómo hacer mejor uso de Internet en su programación. El resumen diario de notas informativas y noticias fue llamado Compendio y un nuevo servicio En Línea tenía disponibles las noticias durante el día mientras salían al aire. Se agregó En Línea para prestar un mejor servicio a las emisoras que tenían un frecuente acceso por correo electrónico. Los suscriptores de Compendio y En Línea también podían escoger un servicio opcional de audio que ofrecía clips cortos de audio enviados por los corresponsales – por ejemplo, la voz de una mujer en el mercado comentando sobre las nuevas medidas económicas. Los clips se enviaron por correo electrónico en archivos comprimidos (formato MP3). *Ciberbrujas* que fue producido en colaboración con la Red ADA, una ONG Boliviana, fue un servicio semanal con noticias e información sobre las mujeres de América Latina. Otro servicio de noticias diarias y en quechua – la lengua indígena más importante de la región, hablada por más de ocho millones de personas fue *Ñuqanchik*. (Ver Cuadro 1).

### ***Ñuqanchik* (Nosotros mismos)**

El quechua, probablemente la lengua indígena más importante de América del Sur, se habló durante el Imperio Inca y hoy, una población entre siete y diez millones lo hablan en la región, sobre todo en el Perú. La radio es el medio más importante para la comunidad de habla quechua, porque es un idioma sobre todo oral.<sup>(\*)</sup> Según se estima, en 1996 unas 180 radios peruanas ofrecieron una programación regular en quechua. La mayoría de estas radios están aisladas entre ellas y sus comunidades tienen pocas oportunidades para desarrollar perspectivas comunes sobre asuntos nacionales y regionales.

Entre agosto de 1991 y en abril de 1998, *Púlsar*, el Centro Peruano de Estudios (CEPES) y la Red Científica Peruana (RCP) realizaron un experimento conjunto para producir y entregar micro programas diarios en lengua quechua a una red de emisoras en su mayoría peruanas. El servicio se llamó *Ñuqanchik*, una palabra quechua que significa: nosotros y nosotros mismos, y recibió el apoyo financiero de UNESCO.

Al inicio el proyecto enfrentó dos obstáculos:

- 1) Las emisoras de radio en quechua figuran entre las que tienen menos probabilidades de tener acceso al Internet. La población indígena es una de las más pobres en Perú y la mayoría de sus comunidades no tienen electricidad, ni agua potable y mucho menos servicio de teléfono.
- 2) El servicio en lengua quechua tendría que ser un servicio de audio y un archivo grande de audio necesita una mejor conexión de Internet que el servicio de texto.

Mientras las emisoras no tuvieron el equipo necesario para recibir audio vía Internet, comenzaron a aparecer las *cabinas públicas* (puntos de acceso comunitario a Internet) y los cibercafé en los mercados de los pueblos. Se esperaba que las emisoras los usaran por lo menos una vez a la semana, grabando los programas para su posterior difusión en la comunidad. Inclusive, fue técnicamente posible que las emisoras enviaran sus propias noticias, comentarios y programas por el mismo canal, convirtiendo el servicio informativo en una red participativa de bajo costo, en la que todo el mundo podría ser a la vez corresponsal y receptor.

Al final del periodo experimental el servicio se suspendió. La mayor razón de su fracaso fue la infraestructura inadecuada de las telecomunicaciones en las áreas rurales del Perú. Desde ese momento en el Perú se ha realizado una inversión sustancial en los servicios básicos de las telecomunicaciones rurales, con el fin de tener telefonía y servicios básicos de Internet en todas las comunidades.

*Ñuqanchik* tuvo un desarrollo antes de tiempo, pero se aprendieron lecciones valiosas sobre cómo producir y distribuir la programación en lengua quechua a bajo costo. La infraestructura actualmente está a la par de estas ideas.

Es frecuente oír decir que las tecnologías nuevas de comunicación nos llevarán a un mundo donde todos vamos a compartir la misma cultura del *ciberespacio* y hablar la misma lengua. La experiencia de *Ñuqanchik* nos enseña que un mundo homogenizado no tiene que ser la única opción. Las nuevas tecnologías, cuando se aplican con imaginación, pueden ofrecer posibilidades para el pluralismo y la diversidad cultural.

\* Después de la conquista, los misioneros introdujeron una forma escrita de la lengua basada en el alfabeto romano. Sin embargo, el sistema de educación formal de Perú rechazó enseñar la lengua e inclusive personas educadas y de habla quechua probablemente no la leen ni la escriben, ya que su educación formal fue únicamente en español.

Mientras mejoraba la conectividad en las ciudades latinoamericanas, Púlsar aumentó más servicios de banda ancha, como un sitio en la red que se actualizaba varias veces al día y boletines de noticias fáciles de bajar. Sin embargo, se mantuvo el servicio básico o de texto por correo electrónico, accesible a cualquier emisora con una cuenta de correo electrónico. La meta fue proveer una serie de servicios: desde el texto en correo electrónico, clips de audio, hasta el audio completo en la red. El costo para producir y distribuir otros servicios adicionales fue mínimo. Púlsar podría asegurar con esta gama de servicios, que los suscriptores con menos acceso no se quedarían atrás. Los nuevos suscriptores podrían adoptar el servicio actual e ir solicitando después nuevos servicios en la medida que lo permitiera su capacidad de acceso y la formación de su personal.

Púlsar también amplió sus temas y fuentes, prefiriendo las fuentes alternativas, que incluían agencias especializadas de prensa y una red de corresponsales en América Latina y Europa.

Finalmente, Púlsar expandió su red y mejoró sus servicios enfocándose en la capacitación para sus editores internos, sus corresponsales y también sus usuarios.

La primera actividad de capacitación de la agencia fue Un Viaje Virtual. Se distribuyó un disquete con un sitio en la red, a cientos de emisoras antes del lanzamiento de la Agencia. El disquete contenía un manual sobre el uso de Internet, instrucciones sobre cómo conectarse a la red, información sobre Púlsar y sobre cómo recibir el servicio, en el formato HTML de la red. Mezclando las tecnologías tradicionales y las nuevas desde un inicio, se distribuyó el disquete por correo a cientos de emisoras en la región, con instrucciones simples de cómo usarlo. Se incluyó en el disquete un buscador compacto fuera de línea, porque en 1996 la mayoría de las computadoras en América Latina no tenían buscadores instalados.

Se realizaron sesiones más tradicionales de capacitación para usuarios en toda la región, en colaboración con las redes locales de radiodifusión ya que Internet y el correo electrónico eran nuevos para la región. Las sesiones de capacitación se enfocaron en la desmitificación de las nuevas tecnologías en cuanto al acceso y al costo, y se transfirieron habilidades básicas para el uso correo electrónico. Las sesiones de capacitación se aprovecharon también para evaluar el servicio de Púlsar.

Se produjeron una serie de guías para los corresponsales con el objetivo de reforzar estas sesiones anuales de capacitación y como apoyo para la capacitación y evaluación a distancia. Por ejemplo, la Cartilla para Corresponsales proporcionó una guía detallada sobre estilos, temas, formatos y lenguaje. Otra guía para los corresponsales fue sobre la inclusión del audio en los reportajes y cubría información técnica y también de formatos.

## Los desafíos

En junio del 2001, después de cinco años de operación, los servicios de Púlsar fueron suspendidos. Las razones del cierre tuvieron relación con problemas financieros y políticos en la oficina de AMARC – Latinoamérica, la organización que administró el proyecto durante los tres años previos y que realmente no tenía una relación directa con Púlsar. AMARC anunció más tarde su intención de reabrir el servicio y en octubre 2002 se empezó a distribuir un boletín semanal. Desde junio 2004 la Agencia tiene una producción permanente desde su nueva sede en Buenos Aires. Las noticias se distribuyen por correo electrónico y se colocan en un nuevo sitio web <<http://pulsar.amarc.org>> donde también se ofrece audio, cobertura especial de acontecimientos importantes, y noticias en portugués.

Los desafíos que enfrentó Púlsar durante los primeros cinco años fueron: periodísticos, alimentando a las radios con una fuente latinoamericana de noticias regionales. También fueron políticos con el apoyo a las radios independientes y comunitarias. Y experimentales, con la investigación y la comprobación de las oportunidades observadas con la combinación de la radiodifusión con Internet.

Como proyecto periodístico, Púlsar demostró que es posible utilizar Internet para proveer, a bajo costo, un servicio de noticias adecuado a las necesidades de las radios locales independientes. Si bien hubo muchas cosas por mejorar, el incremento paulatino de los suscriptores y un análisis de la retroalimentación que se recibió, indican que la calidad periodística y la línea editorial de la Agencia fueron muy apreciadas.

Como proyecto político, la Agencia buscó contribuir a la diversidad de voces al aire y amplificar las voces críticas e independientes de América Latina. Púlsar hizo una contribución importante a la diversidad de perspectivas de la radio latinoamericana, aunque contrarrestada en parte por la centralización creciente de la propiedad de las radios discutida anteriormente.

Como proyecto experimental, Púlsar gozó de su éxito. Fue la primera iniciativa en conectar la radio con Internet, demostrando una amplia gama de posibilidades para combinar los dos medios en apoyo a los esfuerzos pluralistas e independientes de la radio, un pre-requisito esencial para el desarrollo democrático. Por ello se convirtió en un modelo para otras iniciativas latinoamericanas y de otras partes del mundo.

**Bruce Girard.** Investigador, escritor y educador activo en la comunicación para el desarrollo y en temas sobre el derecho a comunicar. Fue fundador de la *Agencia Informativa Púlsar* y de *Comunica*, una red cuyo enfoque es el uso de las nuevas TICs por los medios independientes en el sur. Ha realizado conferencias sobre la radiodifusión, las NTICs y el derecho a comunicar en más de treinta países y ha publicado varios libros sobre la comunicación, *Radioapasionados: 22 historias de la radio comunitaria en el mundo* (1992), *Global Media Governance* (2002), y *Communicating in the Information Society* (2003).<http://www.comunica.org/>