

# LA INVESTIGACIÓN DE LA TELEVISIÓN DIGITAL DESDE LA REALIDAD Y LAS PERSPECTIVAS DE AMÉRICA LATINA

Jenny Lynette Bustamante Newball

Universidad de Los Andes (Venezuela).

**Correo electrónico:** jennybustamante@cantv.net

## Resumen

La televisión digital constituye un área que apenas se está gestando en América Latina. En esa misma medida el tema aparece reflejado en una muestra analizada de publicaciones. Sin embargo, esa situación se presenta como una oportunidad valiosa en términos de investigación académica. Como aportes en ese sentido, se reflexiona en torno a las circunstancias en que los países latinoamericanos ingresarán a la era de la convergencia a partir de algunos indicadores publicados por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo y por la UNESCO, y se proponen algunas líneas de investigación.

**Palabras clave:** investigación de la televisión digital, América Latina, interactividad.

En el año 2006 vencerá el plazo de casi una década cada fijado por el Comité Federal de Comunicaciones de Estados Unidos (FCC) para la transición hacia la televisión de alta definición (HDTV). Pese a que en el 2002 varias operadoras de TV solicitaron prórrogas al gobierno estadounidense por problemas técnicos para digitalizar su señal, los alcances de los esfuerzos emprendidos en ese país han sido considerables: hoy más allá de la televisión digital (DTV) que, según Cortés (2004), a mediados del año 2004 tenía una cobertura de 99.7 por ciento de los hogares con televisión, se ha alcanzado la transmisión de HDTV.

En América Latina, si bien hay que reconocer las iniciativas de algunos países por conocer, experimentar y/o implementar la televisión digital, el retraso es considerable. Tal como lo señala el mismo autor:

*Argentina, en 1998, y México, en 2004, optaron oficialmente por la norma estadounidense. Por su parte, Brasil continúa un prolongado proceso de estudio que podría culminar, en 2005, con su propia norma, su participación en el esquema no alineado o la simple adopción de uno de los estándares ya existentes. Los demás países están a la espera de esas decisiones, dadas las consecuencias en las dimensiones del mercado resultante.*

Aun cuando la televisión digital constituye un área muy incipiente de desarrollo en nuestra región, es necesario que nos aproximemos desde ahora al estudio de la convergencia. Si bien es cierto que la nueva televisión se nos presenta como un hipermedio con muchas bondades como participación activa del televidente-usuario, tiempo real, excelente calidad de imagen y sonido, múltiples servicios interactivos, posibilidades de manipulación técnico-narrativa, entre otras:

*Es preciso examinar el alcance de los nuevos modelos comunicativos que se desarrollan y si existe transformación real o es una mera estrategia de los canales para aparentar diálogo cuando lo que ocultan es una conducción hacia el consumo mercantil, sin permitir la más mínima respuesta contestataria, de acciones críticas o de rechazo activista. Puede cambiar la televisión, pero mantenerse los criterios de imposición de los mensajes. (Cebrián Herreros, 2001, p. 20)*

En el marco de esos riesgos y oportunidades que representa la digitalización de la televisión, ¿hasta qué punto la televisión digital y la interactividad, en especial, han sido temas de análisis, investigación y reflexión en América Latina considerando las repercusiones implican?

Para intentar responder a esta interrogante, tomamos una muestra correspondiente a los últimos cinco años (2000-2004) de una revista latinoamericana muy prestigiosa especializada en temas de comunicación, editada por el Centro Internacional de Estudios Superiores de la Comunicación para América Latina: *Chasqui*. En un corpus de 227 trabajos entre artículos y ensayos publicados en esa revista durante el lapso señalado, dieciséis (7.04%) están relacionados directa o indirectamente con este nuevo medio y sus implicaciones (Del Pozo, 2000; García Villa, 2000; Moragas, 2000; Cortés, 2000; Döbler, 2001; Rojas Vargas, 2001; Bustamante, 2001; Orihuela, 2002; Zambrano, 2002; Meso, 2003a; Salaverría, 2003; Meso, 2003b; s/a, 2003; Salaverría, 2004; Islas, 2004; Cortés, 2004a). No obstante, la mayoría de los ensayos y artículos de este subgrupo se refieren al periodismo “on line” o digital y a temas vinculados con Internet, en general, de manera que en esa muestra la presencia de publicaciones vinculadas directamente con la televisión digital y con la interactividad han sido escasas, aunque observamos que la tendencia es al incremento.

### **Televisión digital interactiva: realidad y perspectivas en América Latina**

Frente a las promesas y realidades que hasta ahora han caracterizado a la televisión digital en el mundo, en general, y la importancia que a nuestro modo de ver hoy debe tener el tema en las publicaciones y los estudios latinoamericanos especializados en comunicación, consideramos que un primer paso en materia de investigación de comunicaciones digitales debe consistir en reflexionar en torno a las circunstancias en que América Latina se encuentra a las puertas de la convergencia. Para ello, nos basaremos en algunos indicadores reportados por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el Informe sobre Desarrollo Humano (2004) y en un análisis reciente sobre la naturaleza de la concepciones y usos de la interactividad en la televisión digital (Mendoza, 2005) con la intención de esbozar, finalmente, tres líneas de investigación académica.

La indispensabilidad de la conexión a Internet para los efectos de contar con televisión digital interactiva nos lleva a considerar en primer término el acceso a esta superautopista de la información. Según el informe referido del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo

(2004), para el año 2002 el número de usuarios de Internet en Estados Unidos era de 551,4 por cada mil habitantes mientras que en el mismo indicador en algunos países de América Latina era el siguiente:

**Cuadro 1**

**Número de Usuarios de Internet por cada mil habitantes en algunos países de América Latina Año 2002**

<b>País</b>	<b>Número de Usuarios de Internet por cada mil habitantes para el año 2002</b>
Paraguay	17.3
Honduras	25.2
Bolivia	32.4
Guatemala	33.3
República Dominicana	36.4
Panamá	41.4
Ecuador	41.6
Colombia	46.2
El Salvador	46.5
Venezuela	50.6
Brasil	82.2
Perú	93.5
México	98.5
Argentina	112
Uruguay	119
Costa Rica	193.1
Chile	237.5

Fuente: Adaptado del Informe del Desarrollo Humano (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 2004).

Al observar estas cifras notamos numéricamente, por un lado, la abismal diferencia entre Estados Unidos y algunos países de América Latina en términos de acceso a Internet; por el otro, la desigualdad entre los países de la región. Esas dos observaciones nos hacen recordar la denominada por Pasquali (1997) “pobreza comunicacional” de América Latina que no solo se traduce en términos cuantitativos de acceso a la red, sino también en términos del aporte o intercambio de contenidos a través de ella.

Otro indicador de interés para el análisis señalado es el número de televisores. Sobre este particular nos encontramos no solo con una situación parecida a la descrita en relación con el acceso a Internet, tal como lo mostramos en el Cuadro 2, sino además con una limitación en cuanto a la actualización de un dato que puede ser de utilidad para la investigación de las comunicaciones digitales: el número de televisores per capita. Esa información no se encuentra disponible en el mencionado informe y las estadísticas de la UNESCO actualmente disponibles en Internet corresponden a 1997. Del número de televisores en América (342 millones), aproximadamente el setenta por ciento (240.5 millones) corresponde a Estados Unidos y Canadá (ver Cuadro 2). De ese modo, el número de

televisores en el mundo se distribuye en dos grandes grupos: el primero conformado por Europa y América del Norte con cifras superiores en un cincuenta por ciento o más que las del segundo grupo, integrado por América Latina y el Caribe, Asia y África (ver Cuadro 3). En ese sentido, América Latina comparte con los países más pobres del mundo su número per capita de televisores.

## Cuadro 2

### Número de televisores en algunos países de América (1997)

País	Número de televisores (1997)	
	Número de televisores (en miles)	Número de televisores por mil habitantes
Dominica	6	78
Haití	38	4.8
Belice	41	183
Guyana	46	55
Surinam	63	153
Bermuda	66	1042
Nicaragua	320	68
Trinidad y Tobago	425	333
Jamaica	460	183
Panamá	510	187
Paraguay	515	101
Costa Rica	525	140
Honduras	570	95
Guatemala	640	61
República Dominicana	770	95
Uruguay	782	239
Bolivia	900	116
Puerto Rico	1021	270
Ecuador	1550	130
Cuba	2640	239
Perú	3060	126
Chile	3150	215
El Salvador	4000	677
Venezuela	4100	180
Colombia	4590	115
Argentina	7950	223
Canadá	21500	710
México	25600	272
Brasil	36500	223
Estados Unidos	219000	806

Fuente: Adaptado de UNESCO (1999a).

## Cuadro 3

### Número de televisores en el mundo por continente (1997)

Lugar del mundo	Número de televisores (en millones)	Número de televisores por mil habitantes
África	44	60
América	342	429
Asia	672	190

Europa	325	446
Oceanía	12	427

Fuente: Adaptado de UNESCO (1999b).

Sobre un promedio latinoamericano de aproximadamente doscientos televisores por cada 1000 habitantes también debemos considerar la perspectiva cualitativa. Para ello recurriremos a una clasificación de García Canclini (en Sinclair, 2000, p. 151), quien establece tres grupos desiguales por su capacidad de acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación. El primer grupo está compuesto por las clases populares, incorporadas a la oferta de los canales nacionales de señal abierta. El segundo grupo, por sectores pequeños de las clases populares y de la clase media que participan en la segunda etapa, es decir, la televisión por cable o por suscripción. Y el tercer grupo está conformado por las élites, por la clase alta, que se encuentra en la tercera etapa, en otras palabras, no solo gozan de la televisión digital, sino también de múltiples y variados servicios interactivos e informativos por Internet. De manera que al problema de la posesión o no del televisor se suman la desigualdad de acceso a Internet y a ciertos modelos de programación, además de otro que aún no hemos mencionado: tomando en cuenta que la televisión digital es un medio de uso prácticamente individual, el número de televisores per capita nos permite inferir también cuáles serán las condiciones de acceso de los latinoamericanos a este nuevo medio. Lógicamente, no serán las más idóneas para usufructuar de los beneficios de esta nueva tecnología de la información y la comunicación.

Los dos indicadores señalados nos permiten afirmar que el futuro próximo la televisión digital interactiva en América Latina debe considerarse más que una realidad, una esperanza de cambio. Ahora bien, el hecho de plantearse hoy como un cambio relativamente lejano en términos de penetración o acceso masivo, nos presenta una oportunidad valiosa tanto en términos de reflexión e investigación como de acción académica. Ejemplo de ello es la investigación documental de Mendoza (2005), quien intentó responder a la interrogante: ¿cuál es la naturaleza de las concepciones de interactividad que plantea la televisión digital interactiva en la actualidad? Investigaciones de este tipo nos permiten aproximarnos al nuevo medio en aras de evaluar con más precisión, ecuanimidad y cautela esas bondades y riesgos que antes mencionamos a los fines de ingresar a la era de la convergencia de modo que no se acentúen las desventajas tecnológicas y comunicacionales de los países de la región. Algunos de los resultados obtenidos por Mendoza (2005) fueron los siguientes:

- En relación con la naturaleza de la interactividad, a partir de una muestra documental que incluyó diez fuentes pertenecientes al período 2000-2004 (Pérez de Silva, 2000; Diario del Navegante, 2000; Oms, 2001; Vilches, 2001; Zambrano, 2002; Brandao, 2003; Telepolis, 2003; Revista Virtual Telemundo Canal100, 2003; Diario El Tiempo, 2004b; Herraiz y Martínez, 2004) determinó varios atributos o características asociadas a ella: bidireccionalidad, horizontalización, rapidez o “tiempo real” de la información, uso

personalizado o televisión individual, excelente definición de imagen y pureza de sonido, televisión global e incluyente, televisión multiperspectiva, televisión para la vida cotidiana, libertad, “always on” (siempre funcionando), multimedialidad, novedad, programación individual, mayor posibilidad de elección, cambio de estatus del sujeto de la comunicación, inmersión del espectador, TV para organizar el tiempo y el espacio y, finalmente, dos atributos contradictorios: difusión selectiva (acceso restringido) y accesibilidad en su totalidad.

- En cuanto a los usos de la interactividad, sobre la base de la consulta a las fuentes antes referidas además de otras (Televisión Digital e Interactiva en España, 2002; Televisión Digital e Interactiva en España, 2003; Távola en Brandao, 2003; Arrieta, 2003; Diario El Espectador, 2004; Instituto Estadounidense del Filme en Diario El Tiempo, 2004a) estableció tres grandes grupos. En orden decreciente de importancia determinada por la oferta de la televisión digital interactiva hoy y el volumen de información disponible al respecto en las fuentes señaladas, estos tres grandes usos son: el comercio y los servicios (incluida aquí la publicidad interactiva), el entretenimiento, y la educación. Sobre esta última, de la revisión documental efectuada por Mendoza (2005) interpretamos que este uso está planteado más como potencial que como realidad.

*(...) el t-learning además de poco investigado también se demuestra poco en los países que ya hacen uso de la tecnología, por lo tanto hay necesidad de pensar más en este tema de modo que en el futuro nosotros podamos usufructar de estos recursos de la televisión nueva para educar y entretener (Telepolis, 2003).*

La información referida nos permite establecer otra conclusión en relación con los usos “comercio y servicios interactivos” y “entretenimiento”: no solo conforman los usos de mayor presencia en la oferta de televisión digital interactiva, sino que también esta situación parece reflejarse en la demanda: una experiencia española (*Antena 3 Interactiva*) destinada a conocer la utilización de los servicios interactivos refiere que “la mayor demanda se centró en los servicios personales, seguidos de los de administración, ocio, Internet y juegos” (Pérez de Silva, 2000).

Por otra parte, tomando en cuenta lo anteriormente expuesto, coincidimos con Brandao (2003) cuando señala que a pesar de que algunas características ya están surgiendo y delineando al nuevo medio —tal como lo confirma la investigación de Mendoza (2005)—, la TV digital está todavía desprovista de un contenido peculiar, apenas direccionada como medio para el comercio televisivo, y su potencial para programas específicos está en el comienzo de sus investigaciones.

Estas dos conclusiones preliminares, además de la referida presencia del tema en la muestra analizada de publicaciones y de las condiciones en que nuestra región se encuentra a las puertas de la TV digital, nos hacen considerar el momento actual como una etapa crucial

para la reflexión, la investigación y la acción académica en materia de televisión digital interactiva en América Latina.

A partir de lo que ha significado la transición y la convergencia en países desarrollados de influencia en los nuestros como España y Estados Unidos, previamente al apagón analógico en nuestros países y dado que parece repetirse el predominio del comercio y de la cultura del entretenimiento en menoscabo de la información oportuna y de calidad para las necesidades ciudadanas, proponemos de manera algunas líneas de investigación-acción para los docentes e investigadores interesados en el tema en América Latina:

- **La interactividad y sus usos.** ¿Hacia dónde se perfila el desarrollo predominante de la nueva televisión: comercio y servicios, educación, información o entretenimiento? ¿En cuáles de esas áreas tiene mayor interés la oferta de la televisión digital y por qué? ¿En cuáles de esas áreas tienen mayor interés los televidentes-usuarios y por qué? ¿Cuáles de esas áreas deberían ser de desarrollo prioritario en América Latina y por qué? ¿Cuáles son las estrategias que podrían implementarse con el objetivo de garantizar esas prioridades?
- **La formación y la responsabilidad de las audiencias en la televisión digital interactiva.** ¿Están preparadas para esta nueva televisión? ¿Están conscientes del aumento de la responsabilidad que implica? ¿Cuáles son las acciones emprendidas por el sector educativo en nuestros países ante la convergencia? ¿Cuáles son los factores de riesgo para ellas? ¿Cómo pueden utilizarse educativamente los medios de comunicación disponibles como antesala a la nueva televisión? ¿Están las audiencias interesadas en prepararse para esta nueva TV?
- **La formación y la responsabilidad de los comunicadores sociales de América Latina para la televisión digital interactiva.** ¿Están preparados para esta nueva televisión? ¿Cuáles son las acciones emprendidas por las universidades y por los profesionales egresados en nuestros países ante la convergencia? ¿Hasta qué punto los comunicadores sociales de la región conocen de qué se trata la televisión digital y qué implica la interactividad? ¿En qué medida consideran que están preparados para aprovechar sus bondades en función del beneficio colectivo sin sucumbir ante la fascinación tecnológica? ¿Qué propuestas viables pueden formular para contribuir con el desequilibrio comunicacional en el intercambio de la región con el resto del mundo?

#### REFERENCIAS

- Arrieta, O. (2003). iTV La caja tonta se volvió lista. Disponible: <http://www.telepolis.com/cgi-bin/web/urnredir?tema=weekart&dir=week78> [Consulta: 2004, Julio 16]
- Brandao, A. (2003). Interactividad en la Televisión Digital. *Razón y Palabra* 31 [Revista en línea]. Disponible: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n31/ajoly.html> [Consulta: 2005, Abril 19]
- Bustamante N., J. (2001). Muerte y resurrección de la televisión venezolana. *Chasqui* 76. Disponible: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui) [Consulta: Marzo 30, 2005]
- Cebrián Herreros, M. (2001). Aprender a ver y a analizar la información audiovisual. *Comunicar* 17, 15-20.
- Cortés, J. (2000). Televisión de hoy, televisión de mañana. *Chasqui* 72. Disponible:

- <http://www.comunica.org/chasqui/> [Consulta: 2005, Abril 16]
- Cortés, C. (2004a). Derechos digitales y control del ciberespacio. *Chasqui 86* [Revista en línea]. Disponible: <http://www.comunica.org/chasqui/> [Consulta: 2005, Abril 16]
- Cortés, C. (2004b). DTV: nueva televisión y nueva televidencia. *Chasqui 87*. Disponible: <http://www.comunica.org/chasqui/> [Consulta: 2005, Abril 16]
- Del Pozo, F. (2000). ¿Cómo se hace publicidad por Internet? *Chasqui 70*. Disponible: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui/) [Consulta: 2005, Marzo 30]
- Diario El Tiempo (2004a). En la televisión interactiva usted tiene el control. Disponible: [http://eltiempo.terra.com.co/proyectos\\_2004/tv\\_colombiana/tv\\_tecnologia/noticias/ARTICULO-WEB\\_NOTA\\_INTERIOR-1628173.html](http://eltiempo.terra.com.co/proyectos_2004/tv_colombiana/tv_tecnologia/noticias/ARTICULO-WEB_NOTA_INTERIOR-1628173.html) [Consulta: 2004, Julio 16]
- Diario El Tiempo (2004b). La televisión entra en la era de la tecnología digital. Disponible: [http://eltiempo.terra.com.co/proyectos\\_2004/tv\\_colombiana/tv\\_tecnologia/noticias/ARTICULO-WEB\\_NOTA\\_INTERIOR-1628173.html](http://eltiempo.terra.com.co/proyectos_2004/tv_colombiana/tv_tecnologia/noticias/ARTICULO-WEB_NOTA_INTERIOR-1628173.html) [Consulta: 2004, Julio 16]
- Diario El Espectador (2004). Televisión, esa caja inteligente. Disponible: <http://www.elespectador.com/television/nota1.htm> [Consulta: 2004, Septiembre 04]
- Diario del Navegante (2000). La televisión interactiva. Disponible: <http://www.el-mundo.es/navegante/> [Consulta: 2004, Julio 17]
- Döbler, H. (2001). El periodismo "on line". ¿Amenaza de muerte al periodismo tradicional? *Chasqui 73*. Disponible: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui/) [Consulta: Marzo 30, 2005]
- García, H. (2000). Periodismo en Internet. *Chasqui 71*. Disponible: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui/) [Consulta: Marzo 30, 2005]
- Herraiz, T. y Martínez, M. (2004). La televisión del futuro está cerca. Grupo INFOBAE [en línea] Disponible: <http://www.infobae.com> [Consulta: 2004, Agosto 04]
- Mendoza, M. (2005). Naturaleza de las concepciones de interactividad en la televisión digital. Trabajo de grado de licenciatura mención publicación, Universidad de Los Andes, San-Cristóbal-Venezuela.
- Meso, K. (2003a). Nueva Profesión, Periodista digital. *Chasqui 81*. Disponible: <http://www.comunica.org/chasqui/> [Consulta: 2005, Abril 17]
- Meso, K. (2003b). La formación del periodista digital. *Chasqui 84*. Disponible: <http://www.comunica.org/chasqui/> [Consulta: 2005, Abril 17]
- Moragas, M. (2000). Las Facultades de Comunicación en el umbral de la era Internet *Chasqui 72*. Disponible: <http://www.comunica.org/chasqui/> [Consulta: 2005, Abril 17]
- Oms, L. (2001). La Televisión Interactiva: lo Mejor de Internet y de la Televisión. Ponencia presentada en el VI Congreso de Usuarios de Internet (Madrid, 2001). *Asociación de Usuarios de Internet (AUI)* [En línea] Disponible: <http://www.aui.es/biblio/libros/ilibros.htm> [Consulta: 2004, Julio 17]
- Orihuela, J. (2002). Internet: nuevos paradigmas de la comunicación. *Chasqui 77*. Disponible: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui/) [Consulta: Marzo 30, 2005]
- Pérez De Silva, J. (2000). *La televisión ha muerto*. España: Editorial Gedisa.
- Pasquali, A. (1997). *Bienvenido Global Village*. Caracas: Monte Ávila.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2004). Informe del Desarrollo Humano. Disponible: <http://hdr.undp.org/reports/global/2004/espanol/> [Consulta: 2005, Abril 18]
- Revista Virtual Telemundo Canal100 (2003). Televisión interactiva, la otra alternativa. Disponible: [www.canal100.com.mx](http://www.canal100.com.mx) [Consulta: 2004, Julio 17]
- Rojas, P. (2001). Internet para educar: escuela futura de Intellicom. *Chasqui 74*. Disponible: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui/) [Consulta: Marzo 30, 2005]
- s/a (2003). BBC on line: weblogs y víctimas. *Chasqui 82*. Disponible: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui/) [Consulta: Marzo 30, 2005]
- Salaverría, R. (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Chasqui 86*. Disponible: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui/) [Consulta: Marzo 30, 2005]
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de medios. *Chasqui 81*. Disponible: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui/) [Consulta: Marzo 30, 2005]
- Sinclair, J. (2000). *Televisión: comunicación global y regionalización*. Barcelona: Gedisa.
- Telepolis (2003). Enseñar a través de la Televisión Digital. Disponible: <http://www.telepolis.com/cgi-bin/web/DISTRITODOCVIEW?url=1443/doc/ensenar/ensenar.htm> [Consulta: 2005, Marzo 28]
- Televisión digital e interactiva en España (2002). Quiero TV. *Televisión digital e interactiva* [Portal especializado en televisión digital e interactiva]. Disponible: <http://www.tvdi.net/cgi-bin/trad/html/ttdt/quiero.html> [Consulta: 2004, Noviembre 7]
- Televisión digital e interactiva en España (2003). Servicios Interactivos Canal Satélite Digital. *Televisión digital e interactiva* [Portal especializado en televisión digital e interactiva]. Disponible: <http://tvdi.net/cgi-bin/trad/html/cable/auna.html#SERVICIOS> [Consulta: 2004, Julio 17]
- UNESCO (1999a). Radio and television receivers: total and number per 1,000 inhabitants [A selection of Culture and Communication statistics published in the 1999 Statistical Yearbook]. Disponible:



- [http://www.uis.unesco.org/TEMPLATE/html/CultAndCom/Table\\_IV\\_14\\_America.html](http://www.uis.unesco.org/TEMPLATE/html/CultAndCom/Table_IV_14_America.html) [Consulta: 2005, Marzo 28]
- UNESCO (1999b). Radio and television receivers: total and number per 1,000 inhabitants [A selection of Culture and Communication statistics published in the 1999 Statistical Yearbook]. Disponible: [http://www.uis.unesco.org/ev.php?ID=5066\\_201&ID2=DO\\_TOPIC](http://www.uis.unesco.org/ev.php?ID=5066_201&ID2=DO_TOPIC) [Consulta: 2005, Marzo 28]
- Vilches, L. (2001). *La migración digital*. España: Editorial Gedisa.
- Zambrano, W (2002). Copa Mundo 2002. Nuevas tecnologías de comunicación. *Chasqui* 78. Disponible: <http://www.comunica.org/chasqui/> [Consulta: 2005, Abril 17]