



## MEDIOS DE COMUNICACION Y EDUCACIÓN SOCIAL

**Juan Rueda**

**Pilar D. Parra**

*Almería*

### 1. INTRODUCCIÓN

A modo de introducción quizá sería interesante tratar de aclarar las bases conceptuales a partir de las cuales se ha desarrollado nuestro trabajo.

#### 1.1. *Medios de Comunicación*

Entendemos como “medios de comunicación” a todos aquellos instrumentos, dispositivos o técnicas que, a modo de soporte de información, facilitan la transmisión de ésta entre las personas de tal forma que no precise necesariamente una relación presencial o directa entre emisor y receptor e independientemente del papel más o menos interesado del emisor y más o menos activo del sujeto receptor.

Pero considerando que hay que concretar aún más, decimos:

**a)** Medio sería todo aquello que facilita el que pueda haber una transferencia informativa desde un llamado agente emisor hasta el sujeto receptor, de acuerdo al sentido en que estamos trabajando.

**b)** Comunicación en cuanto a transmisión de mensajes y en relación a los medios, nos lleva a considerar el aspecto humanístico de la misma pero mediatizada por la frialdad de los soportes no humanos. Por ello hablamos de comunicación como la transmisión de información (señales, símbolos, mensajes,...) desde una fuente formativa (emisor, comunicador,l...) hacia un receptor (destinatario, receptor,...) a través en general de un soporte (medio).

De la importancia del proceso de la comunicación en el origen y desarrollo de todas las relaciones sociales, nadie puede dudar.

Es por ello que según sea su manifestación así va a poder ser aceptada o rechazada con todo lo que ello conlleva de índice de posibilidades de intervención educativa.

En este aspecto, hemos de resaltar que el lenguaje es clave en cualquier proceso de comunicación (emisor y receptor han de conocer el código de interpretación de los mensajes que se elaboran, o del medio a través del cual se emiten o reciben), pero también es muy importante tener en cuenta el tono y la claridad del mensaje.

En la medida en que se pueda crear un clima adecuado, la comunicación va a poder ser más fluida y rica. En un medio ambiente donde la capacidad de lectura de los individuos sea baja, un medio como la televisión tendrá más aceptación que un medio escrito cualquiera, por aquello de necesitar de un menor esfuerzo mental para poder tener acceso a la información que la misma va ofertando.

#### 1.2. *Educación Social*

El concepto de “educación social” nos ha causado bastantes quebraderos de cabeza a la hora de tratar de situarnos, debido a la cantidad de corrientes teorizantes que hoy día nos invaden. De cualquier forma, y con todo el riesgo de caer en error pero sin ánimo de polemizar, hemos considerado que “educación social” es la técnica o el conjunto de técnicas que intenta facilitar a los individuos, en la medida en que somos diferentes, los recursos precisos que le aporten la autonomía suficiente para poder desenvolverse por la vida en un entorno cada vez más amplio y de la forma menos problemática o traumatizante que en cada momento se pudiera, respetando a los demás y a su entorno.

Independientemente de lo acertado o desafortunado de la aceptación del concepto, sí consideramos tener bastante razón al señalar que la “educación social” ha de ser un proceso continuado, progresivo, individualizado y adaptado a la “particular” evolución de todos y cada uno de los individuos y al “progreso social”.

Consideramos en todo caso, como funciones básicas de la “educación social” las siguientes:

- Función socializadora.
- Función integradora.
- Función potenciadora de la autonomía propia de cada individuo.

## **2. ¿COMO ENCAJA EL EDUCADOR SOCIAL EN TODO ESTO?**

El papel que el educador social puede desempeñar en este campo es de enorme importancia dado el altísimo nivel de poder que los medios de comunicación son capaces de conseguir.

Una vez llegado a este punto hay que resaltar en su justa medida el papel que deberá jugar el educador social en el aspecto de mediador, pero también de emisor y receptor (cada papel en su momento) y siempre de un modo no muy intervencionista o protagonista sino más bien como facilitador de la elaboración o interpretación del mensaje que en cada momento se pretenda transmitir.

Destacamos anteriormente la gran importancia que para el desarrollo del individuo tiene el disponer de una amplia capacidad de comunicación. En la medida en que ésta sea cada vez más gratificante, el individuo se podrá desenvolver tanto mejor; por ello si configuramos el tema de la comunicación para trabajarlo a modo de taller con el fin de intentar favorecer la adquisición de nuevos recursos, o dimensionar los ya adquiridos, con el objetivo final de conseguir unos nuevos modos de percibir, pensar, sentir y actuar lo será.

El educador debe intervenir inicialmente en su papel de mediador entre el “medio de comunicación” y el “individuo” en aquellos casos en que no termina de producirse el acceso a la información por falta de recursos (no se puede llegar a leer un periódico -ni siquiera deportivo- por mucho que uno quiera, si no se sabe leer o si el nivel de comprensión es tan bajo que es más traumatizante que gratificante para el lector.). Es por ello que el educador debe intervenir con la finalidad de facilitar el acceso a la comprensión de los mensajes que a través de los diferentes medios se emiten, o bien de supervisar o colaborar en la correcta elaboración de aquellos que en un momento determinado se pretendan emitir desde un origen carencial.

Aunque ya hemos indicado que el educador puede desarrollar los roles de “mediador”, “emisor”, y “receptor” entre otros muchos más, en este campo, no nos podemos olvidar que su papel esencial es el de “EDUCADOR”. Un “educador” que va a tratar de enseñar a los “individuos” las técnicas precisas que faciliten su acceso a los diferentes “medios de comunicación” según sus propias necesidades y/o posibilidades para lograr así un uso gratificante; pero en la consideración de hacerlo con sentido crítico de análisis y utilidad eficaz con el fin de detectar posibles engaños. En todo ello y dado que no siempre se consigue un dominio aceptable de las técnicas de interpretación o manejo de los medios de comunicación, siempre hemos de procurar evitar que las frustraciones generen otros problemas de difícil solución que nos impidan cualquier otro tipo de intervención educativa.

Como veremos más adelante, el educador, ante un mismo “medio de comunicación” va a poder adoptar diferentes roles de acuerdo a sus perspectivas de intervención educativa.

## **3. ¿DE QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN DISPONEMOS?**

Las ciencias adelantan que es una barbaridad”, “Si nuestros antepasados levantaran la cabeza seguro que se volvían a morir al percatarse del gran avance de la técnica”. Estas y otras frases similares las hemos escuchado en más de una ocasión y en esta misma línea ¿qué no daría más de

uno por dar un paseo al lado de Gutenberg por las dependencias de alguno de los periódicos de mayor renombre internacional con el fin de escuchar sus manifestaciones de asombro?

Muchos y muy variados son los posibles medios de comunicación que la tecnología oferta hoy en día a los potenciales usuarios, que en definitiva somos todos. Desde aquellas primitivas tablas de arcilla hasta los actuales compact discs, o desde los remotos tan-tan hasta los modernos inalambricos se puede observar una gran evolución.

Los posibles medios de comunicación que podemos usar como recurso en la educación social van desde el más tradicional y modesto correo hasta los más complejos y sofisticados ordenadores interactivos, pasando por la telefonía fija o de carácter móvil, los libros, la prensa, la radio, los videos, los cassettes, el cine, la televisión o tantos otros más.

Llegado a este punto no podemos olvidar que hoy por hoy la tecnología permite la combinación de varios de estos medios por lo que las posibilidades de rentabilidad en cuanto a utilidad se multiplican. Sin embargo, nos encontramos en esta ocasión con el problema de la capacidad adquisitiva de los usuarios (entendidos éstos tanto como población normal como profesionales) e independientemente del interés más o menos preferente por su adquisición.

El educador social, en todo caso, debe ser lo suficientemente imaginativo como para poder facilitar el acceso a la mayor parte de los medios, aunque solo sea de forma temporal y no permanente, y por supuesto siempre a partir de aquellos que por su simpleza y fácil asequibilidad van a generar posiblemente muchas menos frustraciones y por lo tanto van a permitir mayores posibilidades de intervención educativa.

#### **4. ¿QUE PAPEL DESEMPEÑAN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL CAMPO DE LA EDUCACION SOCIAL?**

Dijimos con anterioridad que íbamos a utilizar el concepto de medios de comunicación en cuanto a soporte de la información que va a permitir la relación, vía transmisión, de ésta, entre su elaborador, el emisor y el destinatario, receptor o interpretador. En este sentido fácil es deducir que los medios de comunicación tienen un gran componente de socialización.

El problema se puede presentar cuando queremos interpretar lo que consideramos “socialización” y este aspecto si parecen coincidir diferentes autores al señalar que se trata de un proceso mediante el cual el individuo en cuanto él mismo va asumiendo como propios los usos y costumbres del grupo social en que se desenvuelve por lo que su relación con los demás miembros va a ser más fácil.

Hoy por hoy, en muchos casos, un individuo recibe muchos más estímulos desde los medios de comunicación que desde el resto de los llamados agentes socializantes: familia, escuela, amigos...

El control de los medios de comunicación es una dura batalla que tratan de generar los diferentes grupos de poder en su afán de gobernar el espacio de su interés. Fuertes multinacionales o holdings acaparan cotas de control en las llamadas empresas multimedia. Mediante este proceso, la aparente gran oferta de medios queda reducida a su mínima expresión dado que un superficial análisis a la oferta informativa nos permite llegar a la conclusión de que ésta no es tan variada. La línea de oferta “informativa” queda determinada por los accionistas mayoritarios que mediante el uso de técnicas más o menos subliminales tratarán de influir en los usuarios de sus medios para conseguir sus fines, no siempre confesables.

Nos estamos refiriendo como ya es posible que se haya deducido a los medios audiovisuales donde el esfuerzo intelectual del usuario queda reducido a su mínima expresión, por mor de comunidad y debido a la alta disponibilidad de tiempo sin obligaciones y fácil asequibilidad de éstos.

Los medios de comunicación ofertan a los usuarios un reflejo de la realidad social o una interpretación de la misma; pero insistimos en que es una oferta interesada, tras la que casi siempre se esconde la cruda y fiel realidad. Al respecto dice Enzensberger que el escribir, el filmar o el

emitir sin manipulación es algo que no existe; de ahí la importancia de conocer quién hay detrás de cada medio dirigiendo su manipulación.

En los últimos tiempos y debido a la influencia de los medios audiovisuales va proliferando el “hombre masa” fruto de la sugestión que sobre él se ejerce. En esta línea de análisis un factor importantísimo es el de la publicidad que de forma machacona nos incita hacia un modelo concreto de modo de vida que invita hacia la “uniformidad”. A modo de ejemplo podemos citar cómo un niño español es capaz de recibir desde la televisión unas mils doscientas horas de estímulos al año (un promedio de tres horas y algo por día) unas trescientas más que desde la escuela, entre cuyos compromisos debería tratar de formar individuos críticos que supiesen poder discriminar estos estímulos. No podemos olvidar en todo esto que el “mensaje” llega a ser al mismo tiempo un “masaje” para algunos receptores, tal y como indica McLuhan.

En este análisis de los medios de comunicación, llamados de masas, no podemos dejar de lado el señalar lo que es de carácter común a todo ellos: las funciones de control de la información que se oferta y la interpretación de la misma; de creación de corrientes de opinión y también de enseñanza.

El gran auge de los audiovisuales, superior al de los medios de comunicación escritos deriva según Ch.H.Cooley de las siguientes características: Expresividad, Permanencia, Rapidez y Difusión.

#### **4.1. Efectos Educativos**

Independientemente de los efectos de otra índole (cognitivos, emocionales....)f a nosotros nos interesan los que poseen un carácter educativo, que pueden quedar agrupados bajo los aspectos de:

**a)** Efectos de aprendizaje, en cuanto a la adquisición de criterios que faciliten la independencia y/o autonomía suficiente como para poder tomar decisiones válidas para el desarrollo personal y/o social.

**b)** Efectos de culturización, en cuanto a la adquisición de una mayor información referente a la propia historia del hombre y de su entorno y de cómo este fué determinante en su evolución y desarrollo.

**c)** Efectos de socialización, en cuanto adquisición de una escala de valores aceptada por el resto de la comunidad aunque con su particular estratificación.

Todo esto, por supuesto, siempre supeditado a los habituales condicionamientos de accesibilidad, posibilidad de selección y capacidad de discriminación, entre otros.

Hasta aquí algunas consideraciones sobre las muchísimas que se pueden hacer sobre los medios de comunicación de índole audiovisual como “agentes educativos”.

#### **4.2. Los medios de comunicación también pueden ser “objeto de intervención educativa”.**

Si bien es cierto que el educador debe intentar que los usuarios lleguen al total dominio de los medios de comunicación de carácter técnico con el fin de que mediante su uso racional se obtenga un máximo aprovechamiento de los mismos en beneficio propio o de la comunidad. No podemos olvidar, tampoco, otro tipo de intervención quizá de mayor importancia si cabe, que es el de transmitir a los usuarios potenciales el conjunto de conocimientos necesario para poder realizar un análisis crítico y reflexivo de todos los estímulos que se reciben a modo de mensaje, y decidir su aceptación o rechazo. Se trata de educar en el análisis de las imágenes principalmente, con el fin de conseguir una adecuada maduración de sus actitudes que les lleve hacia un correcto intervencionismo social de carácter crítico que facilite una renovación de estructuras y genere el consabido cambio social que todos demandamos.

Todo esto conllevará la agilidad mental suficiente para encajar los frecuentes cambios sociales, ideológicos y tecnológicos y así adaptarse a ellos tratando de no quedar marginado.

El objetivo de la intervención educativa es crear aptitudes de conocimiento e instrumentos de análisis y evaluación que permitan independencia respecto a las fuerzas de presión e influencia externas, según las teorías de M. Belt.

Este tipo de intervenciones vendría a solucionar, en parte, las teorías sobre el tema de control social que los medios de comunicación ejercen sobre sus ámbitos de influencia y en cuya línea se manifiestan autores como J.L.Gillin, P.B.Horton o Durkheim, entre otros, predominan en ciertos ambientes.

El educador debe preparar a los usuarios, en esta línea de intervención para:

- Desmitificar los medios: no son dioses ni por supuesto están en poder de la verdad absoluta.
- Conocer los trucos que utilizan los medios en aras a “convencernos de sus buenas intenciones”.
- Preparar a los menos “formados” para que se defiendan del bombardeo de estímulos y aprendan a saber discernir entre lo que interesa y lo demás.
- Aprovechar al máximo todos los aspectos que se consideren puedan aportar algo beneficioso a la formación del usuario.

En conexión con esta línea de trabajo de defensa de los usuarios existen algunos intentos de regulación sobre lo que se oferta al usuario y en las condiciones en que se hace, tal es el caso de la directiva sobre “Televisión sin fronteras” a la que se acogió España recientemente y que permite que cada televisión la interprete según sus intereses, o el convenio de colaboración que firmaron el Ministerio de Educación y Ciencia, las Consejerías de Educación de las diferentes autonomías con responsabilidades en el tema y las distintas cadenas de televisión, con el fin de elaborar un código deontológico de autorregulación de las televisiones en el tratamiento de la violencia, el sexo y el lenguaje, pero sin ninguna obligación legal del cumplimiento, o la existencia de la figura del Defensor del Telespectador, que no es muy bien vista por las organizaciones de consumidores y usuarios. Todas estas y otras iniciativas similares quedan supeditadas a la aceptación o rechazo de los responsables de marketing que insistentemente buscan los puntos débiles de los usuarios para “vender sus productos”.

#### **4.3. Superficial análisis del medio “televisión”:**

Continuando con lo expuesto en las líneas anteriores, podíamos intentar hacer un análisis un poco más profundo entre todos, sobre la oferta del medio, en sus diferentes programaciones, aunque el tiempo disponible determinará su fiabilidad.

(Se procederá, si el tiempo lo permite, a distribuir las fotocopias correspondientes a la oferta televisiva de las diferentes cadenas para una semana cualquiera con el fin de:

**a).** Localizar un programa de características educativas al que le podamos sacar rendimiento en nuestras intervenciones y justificarlo.

**b).** Localizar un programa con características de disocializante y justificarlo.

Dado que la oferta es muy amplia aunque poco variada trabajaremos el tema en pequeños grupos, por espacio de unos cinco minutos para las localizaciones y posteriormente realizaremos una puesta en común, con aportaciones del resto del personal y obtener así un banco de datos aceptable para trabajar).

Según una encuesta realizada por el Centro de Investigaciones sobre la Realidad Social (CIRES) los españoles reconocemos que nuestras vías están regidas por los medios de comunicación de acuerdo a los datos correspondientes al año 1992.

En esta misma encuesta se refleja que un 95% de los hogares españoles poseen televisión y radio. en tanto que un 9% no dispone de ningún libro. También se deduce que para las dos terceras partes de la población, la televisión es la máxima responsable de que cada vez haya menos diálogo familiar. La televisión con un 66% y la radio con un 60% parecen ser los medios de mayor capacidad de influencia.

Otros datos que destacan de esta encuesta reflejan que un tercio de la población dispone de dos o más televisores, un 20% tiene reproductor de compact-disc, más de un 10% tiene video-jue-

gos y ordenador personal y un porcentaje variable entre el uno y el cinco por ciento poseen algún otro medio.

Son también datos de interés el saber que un 96% de los españoles mayores de 18 años ve asiduamente la televisión, un 67% escucha la radio, un 49% lee la prensa, un 39% lee revistas especializadas y solo un 14% lee libros.

Con todos estos datos de la encuesta CIRES y teniendo en cuenta que un 96,6% de los niños ve la televisión llegando hasta las 22 horas semanales es por que hemos creído de mayor interés hablar sobre este medio de carácter audiovisual. Según diferentes estudios, pasamos unos dos meses al año ante la televisión (un año de cada seis y aumentando). Durante un año, cualquier televidente puede observar unos doce mil actos violentos, unas catorce mil referencias al sexo y unos dos mil anuncios sobre bebidas alcohólicas, según el estudio realizado por el catedrático Rafael Tojo e independientemente de otras incitaciones subliminales.

Aunque bien es cierto que no está nada clara la influencia de la televisión sobre el comportamiento agresivo de los individuos, tampoco hay datos científicos sobre lo contrario a pesar de haberse realizado variados y rigurosos estudios al respecto; pero lo que sí es cierto es que las edades más tempranas donde la observación y la imitación son inherentes al estado evolutivo, las conductas agresivas tienden a ser adoptadas como patrón con el agravante de que terminan siendo resistentes al cambio.

El estudio sobre “Ocio y tiempo libre en los niños” que dirigió la catedrática Petra M<sup>o</sup> Perez refleja que los niños prefieren hacer deporte (72,1%) antes que ver la televisión (26,9%) o bien leer lo que les gusta (59,2%) antes que ver la televisión, también, (45, 7%).

La justificación de esta aparente incongruencia puede basarse en que ver la televisión se está convirtiendo en una costumbre (un alto porcentaje de población enciende la televisión nada más llegar a casa). Se trata esta de una costumbre que requiere poco esfuerzo, a lo que hay que añadir la carencia de alternativas tan cómodas. La inseguridad ciudadana y la ausencia de espacios adecuados junto a la falta de tiempo para dedicar a los hijos impide que estos puedan desenvolverse por otro espacio que no sea la escuela o el hogar familiar.

El doctor Muñoz, que es coordinador de medios de comunicación de la Asociación Española de Pediatría, precisa que en los niños el uso excesivo de televisión puede favorecer el desarrollo de alteraciones de su salud, cambios de conducta o limitaciones en su desarrollo físico y/o psíquico. Ante esta problemática el Ministerio de Sanidad editó el folleto “Los niños y la televisión” donde se hacía una serie de recomendaciones a los padres sobre un uso más adecuado de la televisión.

Rasgos de estas recomendaciones son:

- Evitar que la televisión presida habitaciones o reuniones.
- No utilizar la televisión como premio o castigo.
- Hay que usar la televisión para ver “algo concreto” y en base a ello dosificar el tiempo de exposición.
- Hay que ofertar alternativas al visionado de la televisión.
- No se debe dejar a los niños solos frente al aparato ni que esto se haga con poca luz.
- Hay que comentar y razonar la idoneidad del visionado de un programa en detrimento de otros y también charlas sobre lo que se ha visto.

Los niños hoy por hoy y debido a la carencia de formación de los mayores, viven fascinados por la televisión y ajenos al efecto mimético de la violencia que soportan. Según el profesor Francisco Alonso Fernández, en su trabajo “Adiciones sin drogas”, los niños están cayendo alarmantemente en el problema de la teleadición. Y a este respecto nosotros añadimos en cononancia con otra mucha gente, que de los mayores mejor ni nos lo planteemos.

## **5. ¿CÓMO PODER RENTABILIZAR LOS MEDIOS DE COMUNICACION PARA LA EDUCACION SOCIAL?**

Ya hemos visto con anterioridad cuales son algunos de los medios de comunicación que el progreso oferta hoy en día en el mercado, así como algunas referencias sobre el trabajo que puede desarrollar el educador con o a través de ellos.

Nosotros creemos que el educador debe trabajar con los medios de comunicación en base a los siguientes principios:

- En cuanto que son vehiculos o soporte de información (Algo que hay que estudiar, analizar y evaluar).

- En cuanto que son tecnicas que facilitan la transmisión de las manifestaciones particulares o de los grupos. (Algo que hay que dominar con el fin de conseguir un tipo de comunicación lo más clara, fluida y amplia posible).

Debemos intervenir bajo estas dos premisas pero en referencia preferente al contexto donde vamos a intervenir, por lo que también debemos tener en cuenta, entre otras cosas:

- El dominio de los códigos de interpretación y/o elaboración de mensajes del medio.
- El nivel o capacidad de asimilación de las tecnicas de manejo del medio por parte de los individuos.
- El conocimiento de la fiabilidad del medio, en cuanto a la naturaleza de su oferta. O lo que es igual, capacidad de analisis y evaluación del mensaje.
- Aptitud y asequibilidad del medio y de la oferta de caracter informativo que podremos usar.

### **5.1. *Algunas actividades recomendables, según el medio:***

#### **5.1.1. *Televisión***

- Análisis de la publicidad y/o programación.
- Visionado de programas concretos (Barrio Sésamo, Preescolar, Bricomanía, Cifras y letras)
- Recurso de manifestación (Expresividad) si hubiera posibilidad de circuito o emisora.

#### **5.1.2. *Vídeo***

- Similar a la TV. pero con la ventaja de su manejo y control a voluntad de las "cintas."

#### **5.1.3. *Radio***

- Semejantes a los anteriores pero con la ventaja de su accesibilidad: bajo costo de su montaje si es de potencia reducida, o disponibilidad de emisoras profesionales en las proximidades.
- Es compatible su uso con otras actividades.
- Al no haber imagen, hay ventajas e inconvenientes que permiten usar otros recursos, también.

#### **5.1.4. *Cine***

- Trabajo de cineforum: analisis de imagenes, publicidad indirecta, argumento, descripciones...

#### **5.1.5. *Reproductor de Lasser Disc***

Sus posibilidades de utilización son semejantes a las del vídeo, pero con el problema al menos por el momento, de que la oferta de material no es demasiado amplia ni barata, aunque sí interesante.

### **5.1.6. Reproductor de Cassetes.**

Bueno para la reproducción de la información de tipo concreto (idiomas, lecciones magistrales...) Es compatible con otras actividades y con la ventaja del control a voluntad.

### **5.1.7. Prensa**

Por su asequibilidad permite multitud de actividades. Además y gracias a la reprografía es fácil de elaborar el propio medio de acuerdo con los intereses del grupo.

### **5.1.8. Correos**

El viejo método de acceso al profesorado en el método de educación a distancia.

### **5.1.9. Libros**

El gran soporte de la información desde que fué inventada la imprenta.

### **5.1.10. Teatro**

Un medio poco usual pero que permite una gran gama de actividades en pro de consolidación de actitudes de tipo personal tales como solidaridad, concentración...

### **5.1.11. Informática**

Es el medio más revoluciinario de los últimos tiempos dada su versatilidad y posibilidades de usar en combinación con otros medios.

Facilita el acceso a una gran cantidad de información de forma rápida, fácil y concreta.

Facilita el acceso informativo o de relación a las personas en general y en especial a las de movilidad reducida.

Permite un ritmo propio de aprendizaje.

### **5.1.12. Telefonía**

Sustituye al correo en las relaciones interpersonales. En un futuro inmediato y en combinación con algún otro medio va a facilitar muchísimo las relaciones tanto personales como de negocios y demás.

### **5.1.13. La mezcla de medios**

Todos estos medios además de permitir múltiples combinaciones que generan una mayor rentabilidad utilitaria, conllevan a veces otros aditamentos que facilitan su accesibilidad a grupos de personas más concretos, tal son los casos de:

- Videotextos o subtítulos en TV. para sordos.
- Audioescritura en cine o teatro para ciegos a través de otros medios: radio, cassettes o cintas de video.
- Condensación de información de prensa en compact para su manejo en ordenador o reproductor de laser disc.

El progreso y la tecnología permiten el acceso a una gran cantidad de información a través de las llamadas "autopistas de la información" y también benefician el intercambio de un amplio campo de datos de todo tipo. El problema es que puede haber accesos no recomendables

(Recientemente un joven tuvo acceso a la formula de elaboración de la bomba de napal en Estados Unidos y aunque fue denunciado no pudo ser sancionado,por no estar legislado este tema) (Alguna de estas vias de información facilitan el acceso a material de Playboy o Penthouse, por ejemplo, sin control).

Y etc, etc.