

MAGAZINE TELEVISIVO “BUENA NOTA”: UNA ESTRATEGIA DE EDU-ENTRETENIMIENTO PARA LA PREVENCIÓN DE POSIBLES EMBARAZOS EN ADOLESCENTES EN LA CIUDAD DE MONTERÍA – CÓRDOBA

Jairo León Molina Tabares¹, jairoleon14@hotmail.com
Karen Mercado García¹, kamega8895@gmail.com
Laura Ruiz Carrascal¹, lalitoruiz.lr@gmail.com
José Alfonso Padilla Regino¹, joalpare_94@hormail.com
Melissa Lambertino Lora¹, lambertino.122@gmail.com
María Alejandra Ponce Cardenas¹, mayiponce@hotmail.es
María José Niebles Cermeño¹, majoniebles@hotmail.com
Linda Lucía Pernet Rodríguez¹, lindapenett_2511@hotmail.com
Tania Marcela Calderín Paneso¹, tamarce_17@hotmail.com
María Cecilia Pérez Berrocal², maria.perezb@upb.edu.co

¹Estudiante Facultad de Comunicación Social. Universidad Pontificia Bolivariana Montería

²Docente Facultad de Comunicación Social. Universidad Pontificia Bolivariana Montería

1. INTRODUCCIÓN.

El departamento de Córdoba y su capital Montería, a medida que se pone a tono con las grandes capitales del territorio colombiano en cuanto a diferentes temas que se consideran importantes para el desarrollo, experimenta de igual forma el incremento de problemáticas que a nivel de la familia y la sociedad se viven especialmente en las capitales de todo el país.

Un estudio nacional realizado por Vega et al. (2008), en el que se analizan 245 municipios de los departamentos de Antioquia, Bolívar, Cesar, Choco, Putumayo, San Andrés, Santander y Valle del Cauca, y se analizaron temáticas como: los conocimientos, imaginarios culturales, creencias y normas sociales percibidas en relación con sexualidad, salud sexual y reproductiva, derechos sexuales y reproductivos, género, consumo de sustancias psicoactivas y el uso de medios y procesos de comunicación.

Montería no se contempla en este estudio, por tanto la Magister en Comunicación María Cecilia Pérez Berrocal, realiza una investigación en la cual valida los datos de la población adolescente a nivel nacional con los recopilados sobre los adolescentes

en la ciudad en lo que respecta a la prevención de posibles embarazos en este grupo poblacional, y luego sienta las características de una estrategia de intervención en edu-entretenimiento para esta situación.

Con base a lo planteado en dicha investigación, el semillero Formas y Formatos de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la UPB Montería, llevó a cabo el proceso de preproducción, producción y postproducción del magazine televisivo Buena Nota, como una propuesta de edu-entretenimiento.

Esta investigación produce entonces una propuesta que muestra las características de una intervención en edu-entretenimiento para prevenir posibles embarazos en adolescentes en la ciudad de Montería. Esta propuesta, que siguió los planteamientos de PCI – Media Impact, y la adopción de una figura del modelo de Soul City (Guardián del Mensaje) presenta de manera ordenada y secuencial las etapas que dieron como fruto un magazine radial llamado “Buena Nota” que, en gran medida, surgió de la metodología participativa de creación colectiva que se utilizó con los muchachos y muchachas que hicieron parte de los Talleres Creativos

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN.

La ocurrencia de embarazos en adolescentes se ha incrementado en los últimos años en el departamento de Córdoba. Citando el Diagnóstico Departamental de Córdoba sobre la materia, se encuentra que según la Secretaría de Desarrollo de la Salud Departamental (2008 – 2011, p.75):

En el año 2007 se embarazaron en el departamento de Córdoba 1.587 menores de las cuales 242 son niñas entre los 10 y 14 años y 1.345 adolescentes entre los 15 y 17 años, considerando que la cifra de los embarazos reportada no coincide con la realidad, ya que este dato corresponde únicamente a las niñas y adolescentes que asistieron al control prenatal en las IPS del departamento. Profamilia reporta altas tasas de embarazo en adolescentes entre los 15 y 17 años, particularmente en las zonas rurales y preocupante abandono de los recién nacidos por parte de sus madres adolescentes, esto a causa de un desconocimiento y poca aplicación de métodos de planificación.

Por lo anterior y dado que un estudio nacional realizado por Vega et al. (2008), no contempla el municipio de Montería, en esta investigación se validan los datos de la población adolescente a nivel nacional con los recopilados sobre los adolescentes en la ciudad de Montería, Córdoba en lo relacionado con la prevención de posibles embarazos en este grupo poblacional, y para luego sentar las características de la una estrategia de intervención en edu-entretenimiento para prevenir esta posible situación

3. OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL

Establecer las características que debe tener el diseño de una estrategia de intervención en edu-entretenimiento que permita prevenir posibles embarazos en adolescentes de la ciudad de Montería.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las normas sociales relacionadas con la posibilidad de ocurrencia de embarazo en adolescentes.
- Reconocer las actitudes de los jóvenes relacionadas con la posibilidad de ocurrencia de embarazo en adolescentes.
- Señalar las habilidades de los jóvenes relacionadas con la posibilidad de ocurrencia de embarazo en adolescentes.
- Identificar las intenciones y comportamientos de los jóvenes relacionadas con la posibilidad de ocurrencia de embarazo en adolescentes.
- Describir los componentes del modelo de la eventual intervención de una estrategia en edu-entretenimiento que apunte a la prevención de posibles embarazos en adolescentes en la ciudad de Montería

4. REFERENTE TEORICO.

El académico de medios holandés Martin Bouman, define el edu-entretenimiento como "el proceso de diseñar e implementar una forma mediada de comunicación con el potencial de entretener y educar a las personas, en el objetivo de mejorar y facilitar las diferentes etapas del cambio pro-social (de comportamiento)" (Bouman, 1999, p.25).

Por otro lado para Tufte (2009) el edu-entretenimiento es el uso del entretenimiento como una práctica comunicacional específica generada para comunicar estratégicamente respecto de cuestiones del desarrollo, en una forma y con un propósito que pueden ir desde el marketing social de comportamientos individuales en su definición más limitada, hasta la articulación de agendas en pos del cambio social liderada por los ciudadanos y con un propósito liberador.

El uso de los medios masivos de comunicación como radio y televisión con propósitos educativos y para difundir mensajes sociales se viene utilizando desde hace muchos años. "Una de las primeras

experiencias en este campo es la serie de radio “Los Archer”, producida por la BBC radio en cooperación con el Ministerio de Agricultura. Se comenzó a transmitir en Inglaterra todos los domingos, desde 1951, con contenido educativo dirigido a los agricultores ingleses [...] el uso de géneros de ficción y el uso de la radio y la televisión, se ha desarrollado gradualmente y se ha convertido en las bases para construir el desarrollo continuo de los éxitos de estrategias de comunicación de edu-entretenimiento” (Pérez María, Anagramas, 2012: 125,126) Los procesos de edu-entretenimiento se caracterizan por tener tres elementos claves que son el soporte teórico, soporte investigativo y participación de la audiencia.

5. METODOLOGIA.

En la investigación se utilizaron técnicas de investigación cualitativa, para la recolección, validación, análisis y diseño. Para ello se emplearon algunos enfoques que promueven la comprensión de los fenómenos sociales a través de un enfoque científico, pero que no pierde el carácter humanista.

Se utilizó la técnica de Grupos Focales para obtener la información, ésta se categorizó y agrupó y se identificaron tendencias que respondían a las características y categorías de la investigación y que estaban directamente relacionados con la prevención de posibles embarazos en adolescentes en Montería. Esta información se contrastó con la que a nivel nacional Vega et al. (2008) recopilaron en torno a la misma situación y con las teorías, los aspectos referenciales y el estado del arte que desde diversos puntos de vista han estudiado este tema en el pasado.

Toda esa validación e interpretación se procesó a través de la metodología que PCI – Media Impact que propone en la construcción de estrategias de edu-entretenimiento tomando como base las tres aventuras (creación, producción e interacción) para la realización de dichos productos. Finalmente, con este sustrato, se tomaron y aplicaron los principios del programa “Mi Comunidad” de PCI Media Impact en la identificación de las posibles líneas

argumentativas del producto de edu-entretenimiento.

Para la planeación participativa de las características de la estrategia se trabajó con base en la propuesta que PCI – Media Impact tiene sobre la construcción de una malla de valores:

- Asuntos educativos
- Valor positivo
- Antivalor

A partir del análisis de la información obtenida y basados en la investigación realizada por la Magister María Cecilia Pérez Berrocal se llevó a cabo el proceso de preproducción, producción y post producción de un capítulo del magazine televisivo “Buena Nota” como producto de una estrategia de edu-entretenimiento para la prevención de posibles embarazos en adolescentes en la ciudad de Montería – Córdoba a través del semillero Formas y Formatos

6. RESULTADOS ESPERADOS

La propuesta que se realizó con base en la información recopilada en Montería fue traducida en un producto de edu-entretenimiento que siguió los lineamientos del programa “Mi Comunidad” que PCI – Media Impact ha desarrollado de manera exitosa en varios países.

Uno de los primeros constructos que se elaboró fue la malla de valores (positivos y negativos), con sus asuntos educativos. (- Adolescentes hombres y mujeres de la ciudad de Montería sufren las consecuencias de tomar decisiones erradas sobre su vida sexual y afectiva basándose en los modelos que perciben como socialmente aceptados en su diferentes entornos. -Hombres y mujeres adolescentes de Montería identifican que a partir de los 18 años es una edad propicia para comenzar a tener hijos.-Adolescentes hombres y mujeres de Montería no consultan abiertamente a las fuentes confiables de información por temor a que se les catalogue como: ignorantes en el tema, demasiado

jóvenes o promiscuos por estar indagando sobre temas de sexualidad que culturalmente se consideran tabú o del mundo de los adultos.). Esta malla de valores surge de la lectura y análisis de los resultados obtenidos de la información de los grupos focales de Montería.

7. BIBLIOGRAFIA.

Pérez, María Cecilia (2012): "Edu-entretenimiento: estrategia comunicativa para la promoción de los derechos sexuales y reproductivos de los adolescentes en Montería-Córdoba*" Anagramas, Vol. 10, N° 21, pp. 123 – 132.

Vega, Jair. et al. (2008). Proyecto: Estrategia Nacional de Edu-entretenimiento. Consejería Presidencial de Programas Especiales - Programa de Promoción de Derechos y Redes Constructoras de Paz, Fundación Imaginario - Citurna Producciones - La Iniciativa de Comunicación, Universidad del Norte. Bogotá.

Tufte, Thomas. (2009). "El edu-entretenimiento: una estrategia comunicacional contra la violencia y los conflictos". Presentación dada en curso on-line 'Comunicación para el desarrollo' Universidad Gregoriana, 2009. Recuperado el 23 de abril de 2011. Disponible en: <http://www.seminariovirtual.org/DESAROLLO/materialdidactico/2EduentretenimientoDiapositivas.pdf>

Bouman, Martine (1999). Collaborationfor Pro-socialChange: The Turtle and the Peacock. The Entertainment- Education Strategy on Television. Netherlands: Thesis Wageningen Agricultural University.