



Anagramas Rumbos y Sentidos de la  
Comunicación  
ISSN: 1692-2522  
anagramas@udem.edu.co  
Universidad de Medellín  
Colombia

Pérez Berrocal, María Cecilia  
Edu-entretenimiento: estrategia comunicativa para la promoción de los derechos sexuales  
y reproductivos de los adolescentes en Montería-Córdoba  
Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, vol. 11, núm. 21, julio-diciembre,  
2012, pp. 123-131  
Universidad de Medellín  
Medellín, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491549020007>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

# Edu-entretenimiento: estrategia comunicativa para la promoción de los derechos sexuales y reproductivos de los adolescentes en Montería-Córdoba<sup>\*</sup>



María Cecilia Pérez Berrocal<sup>\*\*</sup>

Recibido: 19 de julio de 2012 Aprobado: 8 de septiembre de 2012

## Resumen

Se diseñó una estrategia de edu-entretenimiento basada en la creación de un magazín juvenil para radio que presenta las características de una estrategia de intervención en edu-entretenimiento para prevenir posibles embarazos en adolescentes en Montería, teniendo como modelo la metodología del programa "Mi Comunidad" de PCI-Media Impact. Este producto de edu-entretenimiento surge a partir del procesamiento de información recolectada en doce grupos focales y de la realización de talleres creativos con adolescentes hombres y mujeres cuyas edades oscilaron entre los 12 y 20 años. Dicha información se categorizó, analizó y validó con base en referentes teóricos y un estudio nacional que abordaba el embarazo en adolescentes.

*Palabras clave:* adolescentes, embarazo adolescente, edu-entretenimiento, radio, magazín, PCI-Media Impact.

---

\* Proyecto de Grado para optar el título de Magíster "Características de una estrategia de intervención edu-entretenimiento que contribuyan a prevenir posibles embarazos en adolescentes en la ciudad de Montería. Línea de Investigación COMUNICACIÓN CULTURA Y CAMBIO SOCIAL. Fundación Universidad del Norte - Universidad Pontificia Bolivariana, Montería.

\*\* Especialista en Realización en Televisión de la Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín Colombia. Comunicadora Social Periodista de la misma Universidad. Actualmente se desempeña como docente en la Universidad Pontificia Bolivariana de Montería. Correo electrónico: [mariac.perez@upbmonteria.edu.co](mailto:mariac.perez@upbmonteria.edu.co)

# Edu-Entertainment: A Communicative Strategy for the Promotion of Sexual and Reproductive Rights of Adolescents in Monteria-Cordoba

## Abstract

An Edu-entertainment strategy, based on the creation of a juvenile magazine for radio, which presents characteristics of intervention in edu-entertainment in order to prevent possible pregnancies in adolescents in Monteria was designed having as a model the methodology of the program: "My Community" of PCI-Media Impact. This Edu-Entertainment product results from the processing of information collected in twelve (12) focal groups and from the making of creative workshops with young men and women with ages between (12) twelve and (20) twenty years old. Such information was classified, analyzed, and validated based on theoretical referents and on a national study, which tackled the pregnancy in adolescents.

*Key words:* adolescents, adolescent pregnancy, Edu-entertainment, radio, magazine, PCI-media impact

## INTRODUCCIÓN

El departamento de Córdoba y su capital Montería, a la vez que se pone a tono con las grandes capitales del país en términos de crecimiento urbanístico, mejoramiento de la cobertura educativa y de salud, experimenta de igual forma un incremento en las problemáticas que en los ámbitos de la familia y la sociedad se advierten en todo el país.

Así lo refleja el estudio nacional realizado por Vega et al. (2008), en donde se analizan 245 municipios de los departamentos de Antioquia, Bolívar, Cesar, Chocó, 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.

Dado que el estudio nacional no contempla el municipio de Montería, en esta investigación se validan los datos de la población adolescente en el ámbito nacional con los recopilados sobre los adolescentes en la ciudad de Montería, Córdoba en lo que respecta a la prevención de posibles embarazos en este grupo poblacional, y luego se sientan las características de una estrategia de intervención en edu-entretenimiento para esta situación.

En el marco de esta realidad social, esta investigación centra su contexto de operación, y describe y plantea, la situación de embarazo adolescente en la ciudad de Montería, junto con los factores y fenómenos que han incidido en el aumento de la tasa de aquellos en los últimos años.

La 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 plan-

teamientos 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 magazín 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.

Según el académico de medios holandés, Martin Bouman, el edu-entretenimiento puede ser definido como "el proceso de diseñar e implementar una forma mediada de comunicación con el potencial de entretenir 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 su parte Tufte (2009) define que:

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 de comunicación masivos y especialmente de dramatizados en 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. Otra experiencia exitosa es la de Miguel Sabido, productor mexicano de televisión, cuando durante los años 70 y 80, produjo siete telenovelas que buscaban promover determinadas causas y comportamientos socia-

les. Estas fueron transmitidas por la cadena de televisión Televisa y tuvieron una gran audiencia. En países como Kenya, Tanzania y Sudáfrica, 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.

Los procesos de edu-entretenimiento se caracterizan por tener tres elementos clave, estos son: soporte teórico, soporte investigativo y participación de la audiencia. En lo teórico, el edu-entretenimiento se apoya en elementos como observación, modelamiento, refuerzo de mensajes, eficacia colectiva e individual, diálogo y debate público y movilización social. En lo investigativo, se apoya en procesos de investigación formativa, de monitoreo y evaluación, que facilitan la revisión constante de contenidos y mensajes y la evaluación de proceso e impacto. El involucramiento de miembros de la audiencia garantiza que sus realidades, miedos, esperanzas e imaginarios nutran el proceso y reflejen sus normas sociales y culturales, incrementando la sensación de realismo de las historias que hacen parte de la propuesta.

## METODOLOGÍA

Para el presente estudio se propuso un modelo en el que 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, es decir, más allá de los resultados, porcentajes y números, se ve la imagen total que ofrece el asunto o tema tratado, en este caso la prevención de posibles embarazos en adolescentes en la ciudad de Montería a través de la definición de las características de una eventual estrategia de edu-entretenimiento. El primer enfoque utilizado en esta investigación partió desde el mismo encuentro con los participantes del estudio utilizando la técnica de Grupos Focales. Después

de obtener la información, esta 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 e interpretó con base en dos fuentes: la primera con la información que en el ámbito nacional Vega et al. (2008) recopilaron en torno a la misma situación y la segunda 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 propone en la construcción de estrategias de edu-entretenimiento tomando como base las tres aventuras 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.

De acuerdo con Aigner (2006):

El valor agregado de los grupos focales se ubica en la posibilidad que esta técnica ofrece para explorar y obtener información con mayor profundidad y detalle sobre conocimientos, actitudes, sentimientos, creencias y experiencias que no serían posibles de obtener, con suficiente profundidad, mediante otras técnicas tradicionales tales como por ejemplo la observación, la entrevista personal o la encuesta social. Estas actitudes sentimientos y creencias pueden ser parcialmente independientes de un grupo o su contexto social, sin embargo son factibles de ser reveladas por medio de una interacción colectiva que puede ser lograda a través de un grupo focal.

Para la planeación participativa de las características de la estrategia de edu-entretenimiento, se trabajó con base en la propuesta que

PCI-Media Impact tiene sobre la construcción de una malla de valores. La malla de valores de esta investigación es el resultado del análisis de los datos obtenidos en los grupos focales que, además, fueron complementados con la realización de los Talleres Creativos de Historias en donde se recogieron testimonios que sentaron las bases de los argumentos del dramatizado contenido en el magazín radial juvenil "Buena Nota". Esta malla de valores tiene tres componentes, a saber:

- **Asuntos educativos:** consiste en una descripción precisa y clara de los problemas identificados como prioritarios para el proyecto, la situación actual. Se recomienda seleccionar no más de tres asuntos prioritarios, de manera que se pueda garantizar un abordaje consistente y profundo a lo largo del producto de edu-entretenimiento.
- **Valor positivo:** la situación deseada, la propuesta, a la cual se aspira llegar. Viene a ser la propuesta que el proyecto plantea a su audiencia con relación a cada asunto educativo. Se enfatizan las actitudes, valores y comportamientos a reforzar positivamente en el producto.
- **Antivalor:** se define uno por cada asunto educativo. Eso implica describir la situación extrema o la consecuencia a la que se llegaría si no se hiciese nada sobre el problema identificado. Se señalan las actitudes, comportamientos y puntos de vista que serán interpelados en el producto de edu-entretenimiento. Los posibles personajes negativos o situaciones no deseadas de dicho producto encarnarán los contenidos de esta columna.

No sólo se centra PCI Media Impact en la creación de la malla de valores, sino también en una serie de estrategias que se describen a continuación:

**Aventura de la Creación:** comprende la realización de talleres creativos con las poblaciones a las que va dirigido el producto de edu-entretenimiento, para lo cual se hace un acercamiento a

través de tarjetas con frases generadoras relacionadas con los asuntos educativos de la malla de valores que susciten el interés de los participantes en ahondar sobre los temas tratados.

**Aventura del Producto:** (parcialmente cubierta en esta investigación). A partir de las historias relatadas por los participantes en los talleres creativos, se comienza a realizar un tranado dramático que no es más que la definición de las situaciones, personajes y demás contenido contextual que le dará vida al producto de edu-entretenimiento.

**Aventura de la Interacción:** (no aplicable en esta investigación). Se refiere a la puesta en marcha del proyecto, la medición de su impacto en término de medición de indicadores cambio social. También atañe la penetración del producto dentro de la población primaria a la que va dirigido.

Teniendo en cuenta que este proyecto busca validar la información recopilada en Montería con los hallazgos del estudio nacional en la población adolescente, se decidió que los integrantes de los doce grupos focales en Montería tuvieran un perfil similar a los participantes del estudio macro en términos de género y rangos de edades.

La distribución de los participantes que suministraron sus experiencias e información en esta investigación se llevó a cabo de la siguiente manera: se seleccionaron doce grupos focales conformados por cinco adolescentes cada uno; esto con el ánimo de garantizar que la información recopilada tuviera suficientes fuentes y que, dentro de esas fuentes, hubiera variedad.

Para los intereses de este estudio se consideró la adolescencia como un proceso de desarrollo que se lleva a cabo en tres etapas o momentos que se distinguen por cambios en el desarrollo cognitivo, emocional, social y moral que experimentan las personas y que difieren en función del contexto sociocultural en el que vi-

ven: adolescencia temprana de los 12 a los 14 años; media, de los 15 a los 17 años, y tardía, de los 18 a los 20 años.

En esta investigación, los participantes fueron clasificados por edad y sexo: los participantes pertenecen a estratos socioeconómicos 1, 2 y 3, distribuidos así: Dos grupos (niños y niñas) con edades comprendidas entre 10 y 14 años, otros dos grupos (niños y niñas) entre 15 y 17 años y finalmente dos grupos (hombres y mujeres) entre los 18 y 20 años de edad, esto por cada institución educativa, los cuales fueron la muestra definida, sobre la cual se aplicó la Guía Temática en la población diana para validar la información en la ciudad de Montería, obtenida en estos grupos poblacionales en el ámbito nacional. El procedimiento para la selección de los participantes de los grupos focales, así como la realización de estos se describe en la sección siguiente

Los y las participantes se distribuyeron así:

Tabla 1.

Edades Género	12-14 años	15-17 años	18-20 años	Total
Masculino	20	10	10	40
Femenino	20	10	10	40

Fuente: elaboración propia

## CONCLUSIONES

Después de revisar los objetivos de la investigación, y ver su alineación con las propuesta de edu-entretenimiento que busca prevenir posibles embarazos en adolescentes en la ciudad de Montería, y de reflexionar sobre el proceso y logros personales alcanzados durante este trabajo, se concluye:

- *En cuanto a las normas sociales relacionadas con la posibilidad de ocurrencia de embarazo en adolescentes.*

Sorprende el hecho de que hombres y mujeres, a diferencia de épocas anteriores, promue-

van la integración de géneros en la realización de las tareas domésticas o de sostenimiento del hogar, teniendo en cuenta que muchos de ellos reciben de sus casas un mensaje que ubica a la mujer en el hogar cuidando y criando a los hijos, y al hombre trabajando en la calle y divirtiéndose como recompensa a su labor de proveedor.

Se coincide en la percepción de las manifestaciones públicas de afecto que son importantes en la consolidación de las relaciones románticas. Tanto hombres como mujeres son conscientes de las manifestaciones públicas de afecto que se permiten en su entorno social.

La línea que separa un noviazgo, como lo entienden los jóvenes hombres y mujeres, con algo más explícito en términos de intimidad sexual como amigos especiales, es muy fina y en ocasiones difusa, por lo cual es muy probable que quienes apelen al noviazgo, estén tácitamente dando por sentados algunos de los "preceptos" que definen una relación más abierta en cuanto a la práctica de la sexualidad.

Reconocen que los adolescentes son más expresivos para mostrar su afecto hacia los demás, mientras que los adultos son más reservados, por lo cual es probable que asuman el rol expresivo propio de la adolescencia como una forma de quemar etapas y de preparar el terreno para su adulterez.

Los resultados para las normas sociales con respecto a la edad para iniciar la vida sexual dicen que debe ser después de los 18 años, y mejor si ya se ha establecido un vínculo fuerte a través del matrimonio. Sin embargo, son esos mismos adultos (padres, familiares y amigos) quienes, a su vez, iniciaron su propia vida sexual mucho antes de los 18 años y se convirtieron en padres a muy temprana edad. Además de ello, la espera hasta el matrimonio para iniciar las relaciones sexuales es para muchos percibida como una costumbre en desuso. De hecho, muchas parejas se unen en matrimonio en embarazo o por causa del mismo.

Tanto hombres como mujeres adolescentes en Montería conocen de primera mano o por relatos, casos de adolescentes que se han convertido en padres o madres, y si bien reconocen que a estas personas les ha cambiado la vida en forma radical y que a ellos no les gustaría estar en esa situación, es cierto que algunos de estos adolescentes carecen de elementos que les permitan tomar una decisión libre, seria e informada en cuanto al ejercicio de sus derechos sexuales y reproductivos.

Aunque hombres y mujeres adolescentes han establecido una barrera imaginaria que sitúa la ocurrencia de cualquier embarazo que se dé por debajo del rango de los 18 años como una forma de truncar la realización del proyecto de vida, parecieran desconocer que el rango de 18 a 20 años carece aún de elementos de tipo económico y de madurez emocional y afectiva que permitan la crianza de un bebé en condiciones óptimas.

- *En lo referente a las actitudes de los jóvenes relacionadas con la posibilidad de ocurrencia de embarazo en adolescentes*

Los participantes ven como irresponsables a quienes practican sexo sin protección, pero no reconocen que llegada esta etapa son las mujeres, en un rol pasivo heredado de sus modelos, quienes acceden a las pretensiones de sus compañeros sexuales en cuanto al no uso de protección durante las relaciones sexuales.

Aunque Montería antaño fue un caldo de cultivo en donde prosperó la poligamia, estos jóvenes participantes de los grupos focales no aprueban ni en hombres ni en mujeres el tener una pareja alterna cuando ya se tiene un compromiso previo con otra persona

La incidencia de los medios de comunicación, especialmente la televisión, bien sea de manera directa o indirecta, es una herramienta que llega diariamente a los jóvenes, y si bien muchos dicen que no imitan lo que allí se ve, tam-

poco niegan que estos programas tienen algún componente de la vida real.

Es posible que la falta de información certera por parte de los padres, o el temor a revelar algunos detalles relacionados con su propia sexualidad, haga que los padres hablen de sexo con sus hijos manejando un estándar para los varones y uno diferente para las niñas.

Se percibe que a pesar de la comunicación sobre temas sexuales con sus padres, los jóvenes no describen la forma como se da esa comunicación ni el rigor con el que se tratan los temas. Se infiere que los padres se enfocan en prevenir que sus hijos se conviertan en padres a una edad temprana. Algunos de los participantes expresaron ser muy jóvenes para tratar esos temas con sus padres o sentir pena de hacerlo.

Parece existir un debate entre la cantidad de información que tanto hombres como mujeres jóvenes reciben y la calidad de la misma. Cabría también la pregunta de si tanto ellas como ellos entienden la información que reciben o si están preguntando adecuadamente sobre lo que desean saber. Teniendo en cuenta que las fuentes inmediatas para referenciar su conocimiento son sus pares en edades, es plausible pensar que los y las jóvenes de estos grupos focales necesitan una visión clara de lo que es la dimensión de la sexualidad mucho más allá de la genitalidad.

Una vez recibida la información confiable de fuentes adecuadas como médicos o personas encargadas de los proyectos de Educación Sexual, algunas dudas persisten.

- *Sobre las habilidades de los jóvenes relacionadas con la posibilidad de ocurrencia de embarazo en adolescentes*

Los participantes de los grupos focales parecen estar enfocados en lo que quieren lograr en su vida como individuos y reconocen que un embarazo podría dificultar dichas aspiraciones; es por ello que mantienen un "manual" en sus códigos de comportamiento que les indica cómo

proceder, aunque la falta de información oportuna y veraz en fuentes confiables puede hacer que las decisiones que tomen no sean las más acertadas.

En lo que respecta a las amistades y la influencia que ellas tienen en la toma de decisiones, los jóvenes participantes de estos grupos focales parecen tener claro lo que quieren proyectar en cuanto a su interacción con los amigos y la forma de resolver las diferencias con ellos. Las amistades juegan un papel importante en sus vidas y están dispuestos a dialogar con ellas con tal de evitar su participación en situaciones que les puedan traer problemas más adelante.

Los jóvenes van perfilando relaciones que se basan en la complicidad y el compartir, siempre y cuando su propia integridad física, mental o moral no se vean comprometidas.

En lo que respecta a la búsqueda de información en fuentes indicadas, el problema parece no ser la falta de información puesto que los participantes reconocen múltiples fuentes para acceder a ella: sus amigos, la Internet, sus familiares o profesionales especializados en el tema. Por un lado, tanto hombres como mujeres no saben qué preguntar cuando tienen la oportunidad, y por el otro, la calidad de la información de las fuentes que más confían (amigos y familiares) puede ser errónea o incompleta.

Se encontró que los adolescentes de los grupos focales, si bien manejan información que tiene cierta validez, esta no es corroborada en forma sistemática en las fuentes confiables que hay a disposición, o cuando se hace uso de los servicios de salud. Se puede caer en profundos errores de conocimiento que pueden ocasionar un embarazo no deseado o una enfermedad de transmisión sexual.

Es claro que para hombres y mujeres, los contenidos presentados por la televisión en materia de romances y relaciones sexuales tienen similitud con lo vivido en su entorno real; sin em-

bargo, a veces estos contenidos se consideran como exagerados o simplemente ficción.

En los grupos focales, tanto hombres como mujeres señalaron que la franja de los 18 a los 20 años es el momento propicio para iniciar las relaciones sexuales y que el inicio de estas está ligado a factores como la responsabilidad, la independencia económica, el fin de los estudios y el matrimonio.

- *Con respecto a las intenciones y comportamientos de los jóvenes relacionados con la posibilidad de ocurrencia de embarazo en adolescentes*

Hombres y mujeres por igual expresaron que sí les gustaría tener hijos en el futuro como parte de su realización personal.

Dentro de la información recopilada en los grupos focales no se menciona un rango específico de edades para convertirse en padres, sino que se marca entre los 18 y 20 años como el punto en el cual ya es correcto ser padres. Sin embargo, señalan que antes de los quince años es demasiado pronto. Señalaron que la intención de tener hijos está determinada por otro tipo de factores adicionales a la edad, los cuales plantean como condiciones necesarias para tener hijos, especialmente, haberse preparado profesionalmente y contar con una situación económica estable.

Otra tendencia en cuanto a los comportamientos tiene que ver con la disposición de los jóvenes en acatar la información veraz que se atreven a preguntar sobre aspectos propios de la sexualidad como la posibilidad de contagio de alguna ETS o la prevención de los embarazos.

Coincidieron en señalar a las amistades y a los padres, libros, Internet, orientadores escolares o profesionales de la salud como fuentes primarias de información.

Los participantes en los grupos focales mostraron una actitud favorable a iniciar las relacio-

nes sexuales alrededor de los 18 años que es el rango en el que se tiene madurez y responsabilidad suficiente para asumir con propiedad y entereza las implicaciones que sus actos tengan.

- *En cuanto a las características de una intervención en edu-entretenimiento para prevenir posibles embarazos en adolescente de Montería.*

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. Esta malla de valores surge de la lectura y análisis de los resultados obtenidos de la información de los grupos focales de Montería.

Otro aspecto importante que surgió de los Talleres Creativos fue la recopilación de historias testimoniales en donde jóvenes, hombres y mujeres, compartieron sus vivencias o las de otros, siempre con el ánimo de dejar una enseñanza.

Dentro del magazín propuesto se incluyó una sección con una radionovela cuya base argumentativa se construyó a partir de las historias compartidas en los talleres creativos, y que a diferencia de los programas de TV que, según los jóvenes, son poco reales, está centrada en situaciones reales de salud sexual y reproductiva, y especialmente en embarazo en adolescentes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aigner, M. (2006). La técnica de recolección de información mediante los grupos focales. Centro de Estudios de Opinión, U. de Antioquia. Medellín, Antioquia.
- Bouman, Martine (1999). Collaboration for Pro-social Change: The Turtle and the Peacock. The Entertainment- Education Strategy on Television. Netherlands: Thesis Wageningen Agricultural University.
- Tufte, Thomas. (2009). "El edu-entretenimiento: una estrategia comunicacional contra la violencia y los conflictos". Presentación dada en curso online 'Comunicación para el desarrollo' Universidad Gregoriana, 2009. Recuperado el 23 de abril de 2011. Disponible en: <http://www.seminariovirtual.org/DESARROLLO/materialdidactico/2EduentretenimientoDiapositivas.pdf>
- 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.

