

# THE NARROW- CASTING PLAYBOOK

Estrategias para llegar  
a los no alcanzados.



**PREPARADO POR:**

Audiopedia Foundation

# Índice

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Introducción                  | 2  |
| Ventajas del narrowcasting    | 3  |
| Fundamentos teóricos          | 7  |
| Casos clave                   | 9  |
| Datos y métricas de impacto   | 15 |
| Testimonios y casos prácticos | 18 |
| Aplicación                    | 22 |
| Conclusión                    | 27 |
| Fuentes                       | 29 |

# Introducción

En el Sur Global, llegar a las comunidades con información importante se enfrenta a muchos retos. Casi **4.000 millones de** personas siguen desconectadas de conocimientos vitales debido a factores como el bajo nivel de alfabetización, la diversidad de lenguas locales y el acceso poco fiable a Internet. La radiodifusión tradicional (radio, televisión, etc.) tiende una amplia red, pero a menudo no llega a quienes no pueden sintonizarla en el momento oportuno o no entienden el idioma.

El narrowcasting, por el contrario, transmite contenidos a una audiencia *específica* de forma personalizada. Mientras que la radiodifusión es la transmisión de información a un público amplio, **el narrowcasting se dirige a un grupo mucho más selecto y definido**, e incluso puede hacerse totalmente fuera de línea utilizando dispositivos como reproductores de audio alimentados por energía solar o altavoces locales. En la práctica, esto significa que los mensajes críticos pueden llegar *exactamente* a las comunidades que los necesitan, en sus propios idiomas y en dispositivos accesibles, en lugar de perderse en la mancha de los medios de comunicación de masas.

El concepto de narrowcasting ha sido desarrollado y probado durante la última década por organizaciones como la Fundación Audiopedia. Sobre la base **de más de 10 años de** experiencia sobre el terreno, Audiopedia ha desarrollado un enfoque de audio específico que realmente *salva la brecha digital*, garantizando que cada mensaje llegue a su público objetivo. La Fundación Audiopedia comenzó a crear lecciones de audio para mujeres rurales ya en la década de 2010, y hoy su plataforma alberga una amplia biblioteca de contenidos.

**El impacto de Audiopedia en cifras:** se han creado y distribuido gratuitamente más de **8.000** artículos de audio en más de **80** idiomas, llegando a **más de 15 millones de** mujeres de África, Asia y América Latina. Este logro, reconocido por las Naciones Unidas como parte de la Agenda de Aceleración Digital de los ODS para la igualdad de género, subraya cómo narrowcasting puede proporcionar conocimientos donde la alfabetización y la conectividad son bajas.

Ahora, a través de **narrowcast.it**, estos años de experiencia e innovación se ofrecen como un servicio integral a ONG, organismos gubernamentales y empresas que desean comunicarse eficazmente en el Sur Global.

# Ventajas del narrowcasting

El narrowcasting se centra en **contenidos de audio específicos**, lo que supone múltiples ventajas para las comunidades de difícil acceso:

## Acceso inclusivo (superación de las barreras lingüísticas y de alfabetización)

Al traducir los contenidos a las lenguas y dialectos locales, el narrowcasting garantiza que los mensajes esenciales sean accesibles a todo el mundo, incluso a las poblaciones con un alto grado de analfabetismo o que hablan lenguas minoritarias. Por ejemplo, sólo en África Occidental hay más de 200 lenguas en Nigeria, por lo que transmitir un mensaje sanitario en el idioma *adecuado* puede marcar la diferencia entre la comprensión y la confusión. Este enfoque basado en la voz garantiza que los conocimientos no se limiten a quienes saben leer. En palabras de un coordinador del proyecto: *"Tenemos que llevar la información allí donde está la gente: en **su idioma**, en su cultura y de una forma que puedan entender."*

## A la carta y sin conexión

Los contenidos narrowcasting están disponibles *cuando y donde* el usuario los necesita. A diferencia de un programa de radio que se emite a una hora fija, los reproductores de audio o los clips accesibles desde el móvil permiten a los usuarios escucharlos cuando les convenga, lo que resulta especialmente útil para campañas educativas que necesitan un refuerzo repetido. El contenido puede pausarse, reproducirse o compartirse en sesiones de grupo. Además, la distribución no depende de una conexión constante a Internet. Mediante **reproductores de audio solares, tarjetas SD o teléfonos precargados**, el narrowcasting funciona en aldeas sin electricidad ni señal de red. En una iniciativa, se distribuyeron reproductores MP3 alimentados con energía solar cargados con cientos de consejos de salud en comunidades sin conexión a la red, lo que permitió a las mujeres acceder en cualquier momento a información vital. Esta *capacidad offline* permite llegar a zonas rurales o campos de refugiados a los que las aplicaciones digitales y los sitios web tradicionales nunca llegan.

## Participación comunitaria y aprendizaje en grupo

Lejos de ser una experiencia solitaria, el narrowcasting suele estar pensado para la **escucha comunitaria**. Pequeños grupos -ya sea un grupo de ahorro de mujeres, una cooperativa agrícola o una reunión de aldea bajo un árbol- pueden reunirse en torno a un dispositivo de audio o un teléfono con altavoz para escuchar juntos. Este sistema **fomenta el debate** y el aprendizaje colectivo. Los oyentes pueden hablar inmediatamente de lo que han oído, hacer preguntas y relacionarlo con su contexto local. Este diálogo refuerza la comprensión y hace que la comunidad se apropie de las nuevas

ideas. Los informes de campo han observado que el narrowcasting en un grupo de mujeres no sólo proporciona información, sino que suscita conversaciones que *traducen el conocimiento en acción*. Es *muy instructivo y facilita concienciar a las clientas*", señaló una facilitadora en un programa piloto nicaragüense. En otras palabras, el **formato en sí** (una voz amable que habla su idioma) crea un espacio cómodo para el aprendizaje, mucho más de lo que lo harían los folletos impresos o las conferencias.

## **Solución todo en uno (creación, distribución, retroalimentación)**

Narrowcasting ofrece una **solución de 360 grados** para las campañas de difusión, desde la producción de contenidos hasta su distribución y seguimiento. Las organizaciones pueden colaborar con la plataforma narrowcast.it para **elaborar contenidos de audio de alta calidad** adaptados a su público, distribuirlos a través de los canales óptimos y hacer un seguimiento del impacto, todo en un solo flujo de trabajo. Este enfoque integrado supone una gran mejora con respecto a los métodos basados en parches (como imprimir folletos y esperar lo mejor). Con narrowcasting, se tiene el control y la información en cada paso. El modelo de Audiopedia implica a las partes interesadas locales en el desarrollo de los mensajes (lo que garantiza su adecuación cultural) y, a continuación, utiliza la tecnología apropiada para difundirlos (desde teléfonos básicos hasta códigos QR). Cada clip de audio o lista de reproducción incluye un enlace único o código QR que facilita su difusión a través de carteles, SMS, WhatsApp o tableros de anuncios comunitarios. Los beneficiarios sólo tienen que escanear un código QR o hacer clic en una URL corta para escuchar el contenido al instante, sin necesidad de aplicaciones ni caros teléfonos inteligentes. Este diseño todo en uno significa que incluso una ONG pequeña puede llevar a cabo una sofisticada campaña de información sin necesidad de un equipo técnico completo.

## **Relación coste-eficacia**

La difusión de información mediante **audio digital puede ser mucho más rentable** que la tradicional. Una vez creado el mensaje de audio, puede distribuirse prácticamente sin coste marginal, tanto si lo escuchan 100 personas como si lo hacen 10.000. No hay necesidad de imprimir miles de folletos (que podrían no llegar a leerse) ni de organizar repetidas sesiones presenciales. No es necesario imprimir miles de folletos (que podrían no llegar a leerse), ni organizar repetidas sesiones de formación en persona para cada aldea. Un solo dispositivo de audio solar puede educar a todo un grupo, y un solo clip de WhatsApp puede reenviarse infinitas veces. Los proyectos de narrowcasting suelen aprovechar la infraestructura existente -teléfonos móviles básicos, reuniones comunitarias- en lugar de costosos equipos nuevos. Por ejemplo, equipar a 100 grupos de mujeres con reproductores de audio solares (como se hizo en el proyecto piloto de Nicaragua) cuesta mucho menos que enviar regularmente formadores a 100 aldeas remotas. Y mientras que las emisiones de radio pueden ser caras y abarcar zonas que ni siquiera necesitan el mensaje, el narrowcasting **señala sólo las comunidades**

**destinatarias**, evitando un alcance desperdiciado. Este enfoque se traduce en un mejor uso de los presupuestos. Especialmente para las ONG con fondos limitados, la posibilidad de reutilizar contenidos y confiar en la difusión comunitaria (como un teléfono por grupo) hace del narrowcasting una estrategia **de gran impacto y bajo coste**.

## **Impacto mensurable con análisis en tiempo real**

Una de las ventajas más potentes del narrowcasting es que no funciona en la oscuridad: puede **medir** exactamente el rendimiento de sus contenidos. Todas las campañas de audio realizadas a través de narrowcast.it incluyen análisis de privacidad (mediante la plataforma de código abierto Matomo) que muestran cuántas personas escuchan, durante cuánto tiempo e incluso qué temas captan más la atención. A diferencia de las campañas de radio o vallas publicitarias, en las que sólo se adivina el alcance, aquí se obtienen datos concretos. Las organizaciones pueden controlar la participación de los oyentes en tiempo real a través de un panel de control, sin comprometer la privacidad del usuario (no se recogen identidades personales, sólo estadísticas agregadas). Estos **circuitos de retroalimentación** permiten realizar ajustes ágiles: si un determinado contenido no está teniendo mucha repercusión, se puede refinar el mensaje o probar un método de distribución diferente de inmediato. Los análisis, proporcionados a través de la plataforma **wom.fm**, están diseñados para **respetar la privacidad** y las normas de protección de datos, por lo que incluso los organismos públicos pueden utilizarlos con confianza. En última instancia, esto significa que narrowcasting no sólo ofrece difusión, sino una difusión *responsable*: los financiadores y gestores de programas pueden ver cómo se desarrolla el impacto a través de métricas e incluso de comentarios cualitativos de los oyentes. Esta mensurabilidad conduce a la mejora continua: las campañas se hacen más eficaces con el tiempo, centrándose en lo que funciona mejor para la comunidad.

## **Preservación cultural y lenguas indígenas**

**Casi 3.000 de las lenguas del mundo son exclusivamente orales**, lo que significa que no tienen una forma escrita estandarizada. Para muchas poblaciones indígenas, sus lenguas nativas no son sólo el medio de comunicación cotidiano, sino también el portador de sus tradiciones, prácticas culturales e identidad histórica. Los métodos tradicionales de comunicación a menudo ignoran estas lenguas orales, lo que puede dejar a las comunidades indígenas sin acceso a información crítica y localizada.

**El narrowcasting es especialmente adecuado para estos entornos.** Al transmitir mensajes de audio en lenguas indígenas, garantiza que los contenidos vitales lleguen a las comunidades respetando y reforzando su patrimonio cultural. Este enfoque hace algo más que educar: **preserva la diversidad lingüística y las tradiciones orales que forman parte integral de la identidad indígena.** Ya se trate de consejos sobre salud, buenas prácticas agrícolas o información cívica, el narrowcasting aprovecha el poder de

la palabra hablada para colmar las lagunas de comunicación, empoderar a las comunidades indígenas y salvaguardar los conocimientos culturales.

En resumen, el narrowcasting convierte los obstáculos comunes del Sur Global -analfabetismo, diversidad lingüística, escasa conectividad- en problemas solucionables. Al utilizar **la voz** como medio y la tecnología inteligente como mensajero, garantiza que la información **se escuche y se retenga**, no sólo que se envíe al vacío. Proporciona una solución holística en la que los mensajes son **específicos, accesibles, atractivos y rastreables**, lo que produce un nivel de impacto que los canales tradicionales a menudo no logran alcanzar.

# Fundamentos teóricos

El narrowcasting se basa en varias teorías académicas consolidadas y en los resultados de investigaciones sobre comunicación, medios de comunicación y cambio de comportamiento. En las últimas décadas, los estudiosos han demostrado que las estrategias de comunicación específicas superan a los enfoques únicos para llegar al público e influir en él. Los fundamentos teóricos clave incluyen:

## Teoría de los usos y gratificaciones

Esta teoría sugiere que las audiencias buscan activamente medios que satisfagan sus necesidades específicas. En el contexto del narrowcasting, los oyentes eligen contenidos de audio que abordan directamente sus problemas, ya sean de salud, financieros o de preservación cultural. La naturaleza personalizada del narrowcasting encaja perfectamente con esta teoría, ya que ofrece contenidos de interés inmediato y fáciles de consumir, lo que aumenta el compromiso y la satisfacción de la audiencia.

## Difusión de innovaciones

El trabajo de Everett Rogers sobre cómo se difunden las nuevas ideas y tecnologías dentro de una comunidad es muy pertinente en este caso. El narrowcasting representa una innovación en la comunicación que salta barreras tradicionales como la alfabetización y el idioma. La investigación académica demuestra que cuando las innovaciones se comunican a través de canales de confianza y se adaptan a los contextos locales, se adoptan más fácilmente. El uso que hace el narrowcasting de las lenguas locales, las voces familiares y los métodos de distribución basados en la comunidad aprovechan directamente estos principios de difusión, permitiendo una aceptación rápida y generalizada.

## Teoría de la riqueza mediática

Esta teoría postula que los distintos canales de comunicación tienen distintas capacidades para transmitir información. El narrowcasting, a través del audio, ofrece una rica experiencia sensorial que puede evocar emociones e impulsar cambios de comportamiento con más eficacia que el texto o las imágenes estáticas por sí solas. Las investigaciones indican que los mensajes sonoros, especialmente cuando se transmiten de forma culturalmente pertinente, tienen más probabilidades de ser retenidos y de que se actúe en consecuencia. Esto refuerza la idea de que un enfoque basado en el audio es especialmente adecuado para entornos en los que la alfabetización visual es limitada.

## Teoría del aprendizaje social

Propuesta por Albert Bandura, esta teoría subraya que las personas aprenden observando e imitando a los demás. El narrowcasting suele incluir sesiones comunitarias de escucha en las que los compañeros discuten y refuerzan los mensajes que escuchan.

Este refuerzo comunitario aumenta la probabilidad de que el contenido de audio provoque un cambio de comportamiento. Estudios realizados en diversos entornos han demostrado que el aprendizaje y el debate en grupo pueden aumentar considerablemente la eficacia de las intervenciones educativas, un fenómeno que el narrowcasting aprovecha activamente.

## **Economía conductual y arquitectura de la elección**

Las recientes investigaciones sobre economía conductual han puesto de relieve la importancia de la forma en que se presenta la información para influir en la toma de decisiones. El narrowcasting permite crear mensajes muy específicos que pueden "empujar" suavemente a las personas hacia comportamientos más saludables o más seguros desde el punto de vista económico. Al presentar la información de forma sencilla, comprensible y oportuna, el narrowcasting ayuda a superar la sobrecarga cognitiva y permite a su público tomar mejores decisiones.

La integración de estas perspectivas académicas no sólo respalda los fundamentos del narrowcasting, sino que también explica por qué consigue sistemáticamente una mayor participación y repercusión en comunidades en las que los métodos de comunicación tradicionales han fracasado. Así pues, el éxito del narrowcasting no es meramente anecdótico, sino que está respaldado por sólidas investigaciones que demuestran que los mensajes específicos, culturalmente adaptados y basados en el comportamiento pueden dar lugar a mejoras significativas en los conocimientos, las actitudes y los comportamientos.

# Casos clave

¿Cómo pueden ONG, gobiernos y empresas poner en práctica el narrowcasting? Las posibilidades abarcan muchos sectores. A continuación se exponen **8 casos de uso real** en los que brilla el audio dirigido, junto con ejemplos de cómo se ha aplicado o podría aplicarse en el contexto del Sur Global:

## Salud y bienestar

La educación sanitaria es una de las aplicaciones más inmediatas del narrowcasting, pues garantiza que los consejos sobre nutrición, prevención de enfermedades, salud materna e higiene lleguen a quienes más los necesitan. Por ejemplo, un reciente proyecto de narrowcasting en barrios marginales de Nigeria utilizó clips de audio de WhatsApp y grabaciones de tarjetas de memoria para educar a **mujeres analfabetas** sobre el COVID-19, la atención materna y las prácticas sanitarias. El resultado fue sorprendente: las mujeres que recibieron los mensajes de audio mostraron **un aumento del 51% en sus conocimientos sobre buena salud**, frente a solo el 17% en un grupo de control que no recibió ninguna intervención de audio. Esto demuestra que los mensajes de audio pueden mejorar drásticamente la comprensión de los problemas de salud entre poblaciones a las que los folletos tradicionales o los mensajes de texto pasarían por alto. Los organismos de salud pública también pueden utilizar el audio narrowcasting para cualquier cosa, desde **recordatorios de vacunación** hasta **alertas de brotes de enfermedades**, asegurándose de que el mensaje se oye en las lenguas locales y es entendido por todos.

## Alfabetización financiera

Temas complejos como el ahorro, los préstamos y los pagos digitales pueden desmitificarse mediante sencillas explicaciones de voz. Las comunidades rurales y subbancarizadas suelen rehuir los servicios financieros por falta de comprensión: el narrowcasting puede salvar esa distancia enseñando conceptos de forma accesible. *Por ejemplo, en una nueva iniciativa con Pro Mujer, una importante organización de empoderamiento de la mujer, se está utilizando audio narrowcasting para impartir formación empresarial y financiera.*

El contenido del programa "**Emprende**" de Pro Mujer -que abarca temas como elaboración de presupuestos, planificación empresarial y liderazgo- se está adaptando a audio en lenguas indígenas, lo que permite a las mujeres de aldeas remotas de América Latina aprender estas habilidades sin necesidad de leer manuales. Escaneando un código QR en un centro comunitario o reproduciendo una tarjeta SD en su teléfono, las aspirantes a empresarias pueden obtener orientación paso a paso sobre la gestión del dinero y el crecimiento de una pequeña empresa. Esto no sólo mejora los medios de vida individuales, sino que también impulsa la inclusión económica general.

## Gestión de productos

Cuando las empresas o los programas de desarrollo introducen un nuevo producto (ya sea un insumo agrícola como un fertilizante, un dispositivo médico o incluso un filtro de agua doméstico) en las comunidades, el uso adecuado es clave. Narrowcasting puede proporcionar **tutoriales de audio y consejos** sobre el uso correcto del producto, en el idioma local y en unidades que los usuarios entiendan. Así se garantiza que el producto proporcione los beneficios previstos y se evitan accidentes o usos indebidos.

Por ejemplo, una ONG agrícola podría distribuir una audioguía sobre la **manipulación segura de un nuevo pesticida**, explicando la dosis y las precauciones en términos sencillos a los agricultores con escasa alfabetización. O una empresa de linternas solares puede incluir un audio de preguntas y respuestas accesible a través de una línea telefónica directa, para que los usuarios de zonas sin conexión a la red puedan escuchar consejos de mantenimiento. Al guiar a los usuarios a través de la voz, las organizaciones generan **confianza**: los usuarios se sienten apoyados e informados, y es más probable que acepten la nueva herramienta. La gestión de productos mediante narrowcasting protege en última instancia tanto a los usuarios finales como la reputación del producto o programa, al fomentar un uso correcto e informado.

## Campañas de servicio público

Los gobiernos y la sociedad civil pueden utilizar el narrowcasting para **realizar campañas sobre temas como el censo electoral, la preparación ante catástrofes, campañas de saneamiento o nuevos programas sociales**. En lugar de recurrir únicamente a carteles que pueden pasar desapercibidos o a pregoneros que no llegan a todas las zonas, los funcionarios pueden difundir mensajes de audio breves y específicos a través de las redes comunitarias.

Por ejemplo, el proyecto FATA en Pakistán demuestra cómo el narrowcasting puede aumentar la participación pública y mejorar la gobernanza local. En el marco de una colaboración con el Programa de Desarrollo de las FATA de la GIZ y el Gobierno de Khyber Pakhtunkhwa, la aplicación Audiopedia sirve de conducto digital entre los consejos de aldea y de barrio y las comunidades a las que sirven. En este proyecto, **se invita a los ciudadanos a escuchar anuncios de servicio público en audio que explican** información **cívica** clave -desde campañas de vacunación hasta preparación para catástrofes- y ofrecen una plataforma para que el público dé su opinión. Los usuarios pueden escanear un código QR en carteles o anuncios de radio para acceder instantáneamente a mensajes de audio de marca compartida en urdu, pastún o inglés.

La iniciativa FATA no sólo facilita el acceso a los mensajes de los servicios públicos y los hace culturalmente resonantes, sino que también integra un tablero de mandos basado en datos que agrega las opiniones de la comunidad y los datos de prestación de servicios. Esta sincronización permite a los gobiernos locales tomar decisiones con

conocimiento de causa, mejorando así la calidad y eficiencia de los servicios públicos. En situaciones de crisis, como catástrofes naturales o emergencias sanitarias, este enfoque específico y multilingüe garantiza que las alertas vitales lleguen a la población de forma rápida y fiable, a menudo más rápido que las alertas tradicionales basadas en texto.

Este caso ilustra claramente cómo el narrowcasting transforma la comunicación pública: proporciona información oportuna, localizada y procesable que puede dar lugar a una respuesta comunitaria mejor y más comprometida.

## Capacitación de las mujeres

En muchas comunidades, las mujeres tienen un acceso limitado a la educación formal o a información sensible. El narrowcasting puede transmitir contenidos directamente a las mujeres de *forma privada* y culturalmente sensible. Los temas pueden ser **los derechos legales, el apoyo a la violencia doméstica, la planificación familiar, la salud materna y el espíritu empresarial**, todos ellos ámbitos en los que el conocimiento puede cambiar profundamente la vida de una mujer. Como los mensajes son de audio, una mujer que no sepa leer puede conocer sus derechos y opciones. Y como pueden escucharse individualmente (con auriculares o en grupos de confianza), ofrecen un nivel de discreción y seguridad para hablar de temas tabú.

Por ejemplo, en el proyecto piloto rural de Nicaragua con Pro Mujer, se introdujeron reproductores de Audiopedia alimentados con energía solar en grupos comunales de mujeres para compartir módulos sobre salud y derechos de la mujer. El impacto fue inmediato: **El 97% de las mujeres participantes dijeron que la información de audio era muy útil, y casi todas ellas querían seguir recibiendo ese contenido de audio con regularidad**. Esta entusiasta respuesta demuestra que, cuando se les proporciona la *información adecuada en el formato adecuado*, las mujeres están deseosas de aprenderla y aplicarla.

Mediante narrowcasting, un tema como la violencia de género -sobre el que muchas mujeres pueden sentir miedo o vergüenza de preguntar- puede abordarse mediante una grabación de voz compasiva que explica los recursos disponibles y anima a buscar ayuda. Este tipo de divulgación ha sido eficaz desde Nicaragua hasta Uganda, donde las mujeres pueden acceder ahora a una gran cantidad de conocimientos, desde consejos sobre salud materna hasta **formación en microempresas**, simplemente marcando un número o escaneando un código proporcionado por programas centrados en su empoderamiento.

## eLearning comunitario

La educación no sólo se imparte en las escuelas. Narrowcasting permite el aprendizaje en centros comunitarios, bibliotecas o incluso a través de agentes locales mediante la entrega **de contenidos de audio educativos en formato de bocado**. En zonas con

escasez de profesores o donde los adultos no fueron a la escuela, las lecciones de audio pueden impartir conocimientos prácticos, desde ejercicios básicos de lectura, escritura y aritmética hasta formación profesional y educación cívica. Por ejemplo, un proyecto de desarrollo podría crear una "audioteca" en un centro comunitario donde la gente pudiera elegir lecciones sobre temas como técnicas agrícolas mejoradas, nutrición o aprendizaje de idiomas. Cada lección podría ser un segmento de audio de 5 minutos en el idioma local, accesible a través de un sencillo menú de teclado en un teléfono o un punto de acceso Wi-Fi local sin necesidad de Internet.

Este tipo de *aprendizaje electrónico comunitario* a través de narrowcasting se puso a prueba en partes de India y África Occidental, donde jóvenes voluntarios locales facilitaron sesiones de escucha sobre habilidades para la vida y educación sanitaria. El enfoque resultó especialmente útil durante la pandemia de COVID-19, cuando las escuelas estaban cerradas: los estudiantes de zonas remotas podían seguir aprendiendo escuchando clases de audio adaptadas al plan de estudios en teléfonos básicos. La clave es que el contenido se presenta en un formato de audio atractivo y fácil de seguir, a menudo con cuestionarios o estímulos para el debate, lo que mantiene a los alumnos atentos incluso fuera de una clase formal. Este modelo puede **ampliar** considerablemente **el alcance de la educación** a los grupos marginados y complementar los limitados recursos docentes.

## Turismo y conservación cultural

En regiones con un rico patrimonio cultural pero un nivel de alfabetización limitado, el narrowcasting puede servir a un doble propósito: guiar a los turistas de forma informativa y registrar las historias orales de las comunidades. Por ejemplo, una oficina de turismo podría instalar códigos QR en lugares históricos o a lo largo de senderos ecológicos. Al escanearlos, los visitantes escuchan una narración (que podría estar a cargo de un anciano o guía local) que explica el significado en su idioma preferido. Esto hace que la experiencia sea más accesible para los turistas internacionales y también más atractiva que leer placas bajo el sol abrasador. Al mismo tiempo, las sociedades locales de conservación cultural pueden utilizar el narrowcasting para **documentar cuentos populares, canciones y tradiciones**. Estas grabaciones de audio pueden compartirse dentro de la comunidad (para que las generaciones más jóvenes conozcan su patrimonio) o con el mundo a través de museos y sitios web.

En el Sur Global ya hay proyectos en los que los viajeros pueden marcar un número en su teléfono para escuchar un cuento tradicional o la historia de un lugar emblemático contada por miembros de la comunidad, creando así un museo de audio viviente. Además, las empresas de hostelería de zonas remotas pueden utilizar el audio narrowcasting para captar clientes, por ejemplo dando a los huéspedes una bienvenida sonora en el idioma local o consejos para una interacción cultural respetuosa. Al unir turismo y narrowcasting, las comunidades se aseguran de que *su voz* narre su historia,

en lugar de un narrador externo, y se conservan valiosos conocimientos en forma de audio para las generaciones futuras.

## Incorporación de clientes

Este caso de uso es especialmente pertinente para las empresas (u ONG de microfinanciación, cooperativas, etc.) del Sur Global que atienden a clientes que pueden tener un bajo nivel de alfabetización. Cuando alguien se incorpora a un nuevo programa o empieza a utilizar un nuevo servicio, darle un manual impreso o un contrato denso no es eficaz si tiene dificultades para leerlo. En su lugar, una serie de tutorías en audio puede explicarles **qué esperar y cómo** utilizar el servicio.

Por ejemplo, un proveedor de dinero móvil dirigido a usuarios rurales puede incluir un tutorial de audio narrowcast para quienes lo utilicen por primera vez: al registrarse, el usuario recibe un mensaje de audio (en su idioma) que le orienta sobre cómo consultar su saldo, realizar una transacción y dónde obtener ayuda, todo ello en términos sencillos. Del mismo modo, una cooperativa puede orientar a los nuevos socios sobre las normas y ventajas mediante un audio de bienvenida. La incorporación por audio también es muy útil para empleados de sectores como la agricultura o el comercio: una empresa puede emitir módulos de formación sobre seguridad en el trabajo o atención al cliente que los empleados pueden escuchar en sus teléfonos, en lugar de tener que leer folletos de formación. Esto garantiza **una formación coherente y estandarizada**, impartida de forma accesible.

El uso de una voz atractiva y la posibilidad de representar situaciones en el audio aumentan las probabilidades de que la información se entienda y se retenga. Y lo que es más importante, los usuarios pueden volver a escuchar las partes que no entendieron la primera vez, lo que no es posible con una formación única en directo. En resumen, el narrowcasting simplifica el proceso de incorporación, reduce la confusión y mejora la adopción de nuevas herramientas o servicios por parte de los usuarios, al tiempo que ahorra tiempo al personal, que de otro modo tendría que impartir orientaciones repetitivas.

Estos casos de uso muestran la amplitud de las posibilidades de narrowcasting, desde la educación sanitaria de base hasta la atención al cliente empresarial. Todos ellos tienen en común el principio de llegar a las **personas adecuadas con el mensaje adecuado**. Tanto si el objetivo es el cambio de comportamiento, la formación o la captación de clientes, el audio dirigido ha demostrado ser una herramienta versátil y potente. Además, muchas de estas aplicaciones se han puesto a prueba o aplicado con éxito. Por ejemplo, socios como la GIZ (Agencia Alemana de Cooperación Internacional) y la Asociación Alemana de Lucha contra la Lepra han utilizado el narrowcasting para impartir COVID-19, educación sobre la lepra y la higiene en comunidades africanas, con la consiguiente mejora de los resultados sanitarios y la retención de conocimientos. En América Latina, la colaboración de Pro Mujer con Audiopedia está llevando conocimientos sobre liderazgo y

emprendimiento a mujeres indígenas que antes no tenían acceso a esos recursos. Cada historia de éxito refuerza una idea clave: **la difusión localizada de audio funciona** y llena un vacío crítico dejado por otros métodos de comunicación.

A medida que el narrowcasting siga creciendo, prevemos casos de uso aún más innovadores: desde consejos de adaptación al cambio climático para los agricultores hasta encuestas sonoras y recogida de opiniones de la comunidad, pasando por híbridos de radio-foro sobre salud mental, todo ello aprovechando el humilde pero poderoso poder de la voz. Los ocho ámbitos mencionados son sólo el punto de partida de lo que puede conseguir la comunicación sonora específica.

# Datos y métricas de impacto

En la última década, los proyectos de narrowcasting ejecutados a través de la Fundación Audiopedia han acumulado un sólido historial de alcance e impacto. **Las cifras demuestran** su eficacia en el Sur Global:

- **Más de 15 millones de** personas gracias a las campañas de audio narrowcasting, la mayoría mujeres y jóvenes de comunidades desatendidas. Este alcance abarca tanto a las poblaciones remotas sin conexión a Internet como a las conectadas a través de teléfonos móviles básicos.
- Los contenidos se ofrecen en **más de 80 idiomas** de diversas regiones, lo que garantiza que la gente reciba la información en una lengua que realmente entienda, desde el swahili y el hausa hasta el quechua y el nepalí.
- Oyentes activos en más de **130 países**. Aunque los esfuerzos se centran en África, Asia y América Latina, el enfoque ha demostrado ser transferible a todo el mundo dondequiera que se necesiten mensajes específicos.
- **Más de 10 años** de impacto probado. El narrowcasting no es un experimento nuevo y fugaz: se ha ido perfeccionando a lo largo de una década con un aprendizaje y un éxito continuos, desde las primeras iniciativas de reproductores de audio solares hasta las plataformas digitales actuales.
- **Más de 8.000 lecciones de audio** creadas y distribuidas gratuitamente por Audiopedia y sus socios, que constituyen un rico repositorio de acceso abierto de conocimientos sobre salud, finanzas, agricultura, educación y mucho más, al que pueden recurrir las organizaciones.
- Reconocida por la ONU y organismos internacionales por su contribución a los objetivos de desarrollo (por ejemplo, el ODS 5 Igualdad de género), lo que subraya su credibilidad e importancia como innovación para el desarrollo.

Estas **mediciones a gran escala demuestran** que el narrowcasting llega a millones de personas, pero ¿qué eficacia tiene en comparación con los canales de comunicación tradicionales? La investigación y las evaluaciones sobre el terreno ofrecen comparaciones reveladoras:

- En el proyecto de salud de Nigeria mencionado anteriormente, la educación sanitaria mediante audio narrowcasting (WhatsApp y tarjetas de memoria) superó con creces la ausencia de intervención. **Tras la campaña, el grupo que recibió mensajes de audio de WhatsApp experimentó un aumento del 51% en sus conocimientos sanitarios, frente a solo un 17% de aumento en el grupo de control**, que tuvo que recurrir a las fuentes de información existentes. Esta marcada diferencia ilustra que la difusión de audio condujo directamente a una mejora de los conocimientos que no se habría producido de otro modo. Incluso el grupo que recibió tarjetas SD precargadas (que no necesitaban Internet) aumentó

sus conocimientos en un 37%, más del doble que el grupo de control. El estudio concluye que estos métodos basados en audio *"son eficaces y deben fomentarse especialmente entre la población analfabeta y semianalfabeta."*

- Según otra evaluación, los **mensajes sonoros tienen más impacto que los impresos** a la hora de educar a las comunidades poco alfabetizadas. Esto concuerda con la evidencia anecdótica: muchos programas de desarrollo tienen dificultades cuando distribuyen folletos a poblaciones que no pueden leerlos fácilmente, mientras que esos mismos mensajes en forma de audio se absorben con facilidad. En resumen, el narrowcasting no sólo llega a la gente, sino que **cambia los resultados** con más eficacia que los carteles o textos unidireccionales.
- **Los niveles de compromiso** con los contenidos de narrowcasting son altos. Por ejemplo, en el proyecto piloto de Nicaragua con Pro Mujer, el 97% de las mujeres oyentes calificaron la información de audio de *"muy útil"* y el 96% dijeron que habían **aprendido algo nuevo en** una sola sesión de audio. Y lo que es más importante, un porcentaje igualmente alto dijo que querían más programas de audio en el futuro. Esto indica un alto grado de satisfacción y relevancia del contenido, una métrica difícil de conseguir con los medios de comunicación genéricos. Estos comentarios sugieren que cuando la información se transmite en un formato de audio culturalmente apropiado, las comunidades no sólo escuchan, sino que están deseosas de más, lo que refleja un profundo compromiso.
- El narrowcasting también demuestra **la eficacia de la conversión del conocimiento en acción**. En un proyecto de la India, tras la difusión de una campaña de concienciación sobre la salud, las clínicas locales informaron de un aumento del número de personas que se presentaron para someterse a las pruebas de la lepra y tomar precauciones contra la COVID-19. En Uganda, una campaña de audio sobre las vacunas COVID-19 en un asentamiento de refugiados condujo a un aumento significativo de la aceptación de la vacuna: de 400 mujeres que inicialmente se resistían a la vacunación, 200 decidieron vacunarse después de escuchar las explicaciones de audio y los testimonios en su idioma. Estos cambios de comportamiento pueden relacionarse directamente con los esfuerzos de narrowcasting, lo que pone de relieve su impacto no sólo en los conocimientos, sino en resultados concretos en materia de salud y bienestar.
- Desde el punto de vista de los costes, aunque el rendimiento de la inversión varía según el proyecto, **el coste por persona educada** en narrowcasting suele ser muy competitivo. La reutilización de una pieza de audio para miles de oyentes hace que el coste por escucha sea de apenas unos céntimos. Además, como el narrowcasting suele aprovechar las redes existentes (reuniones comunitarias, teléfonos móviles omnipresentes, etc.), la infraestructura de difusión es barata. Se

puede comparar: un taller tradicional puede formar a 30 personas a la vez con importantes costes logísticos, mientras que un mensaje de audio puede viajar a través de WhatsApp a 300 personas en cuestión de minutos sin apenas coste. Esto significa que los donantes y las organizaciones pueden lograr una cobertura más amplia con el mismo presupuesto. Y a diferencia de la radio o la televisión, que pueden incurrir en gastos continuos de difusión, una vez creado un archivo de audio, la distribución a través de canales de narrowcast es esencialmente gratuita o de muy bajo coste.

Los datos anteriores confirman que el narrowcasting es **más que una teoría**: ofrece resultados mensurables a gran escala. Llega a los que no han sido alcanzados, enseña a los que no han sido enseñados y, a menudo, lo hace con mayor eficacia que los métodos antiguos. Una de las principales razones que explican estos impresionantes resultados es la posibilidad de **supervisar y perfeccionar** las campañas mediante análisis (como ya se ha comentado). Los programas pueden ver qué contenidos consiguen más reproducciones o dónde se producen descensos y ajustarlos en consecuencia. Esta mejora iterativa se refleja en las tendencias al alza de las cifras de impacto a lo largo del tiempo. Por ejemplo, cuando Audiopedia amplió sus contenidos a las principales lenguas locales (hausa, yoruba, swahili, etc.), su base de usuarios en cada país creció rápidamente, lo que indica que **la localización impulsa el uso**, una lección respaldada por los datos.

También podemos considerar el alcance en términos de **beneficiarios indirectos**. En el narrowcasting comunitario, a menudo un dispositivo o un voluntario formado multiplica el impacto en muchas otras personas. El alcance indirecto del proyecto piloto de Nigeria se estimó en **11.500 personas** (a través de 2.300 hogares) más allá de los 400 participantes directos, gracias a que las mujeres compartieron información dentro de las familias. Este efecto dominó es una métrica notable: el narrowcasting capacita a "embajadores" locales que transmiten los conocimientos de forma orgánica, algo que las emisiones masivas rara vez consiguen a nivel personal.

En conclusión, los datos cuantitativos y cualitativos confirman que el narrowcasting es una estrategia de comunicación de gran impacto. Su éxito se refleja no sólo en las grandes cifras agregadas, sino en *las ventajas comparativas* sobre los canales tradicionales y en los cambios reales experimentados por las comunidades (mejoras sanitarias, acciones informadas, voces empoderadas). Estas métricas proporcionan confianza a cualquier organización que considere narrowcasting: está adoptando un método **probado, testado y optimizado** para obtener resultados.

# Testimonios y casos prácticos

Más allá de las cifras, las historias humanas y las reacciones sobre el terreno son las que mejor ilustran el valor del narrowcasting. Aquí destacamos algunos testimonios e instantáneas de estudios de caso de proyectos en Nigeria y Nicaragua:

**"Tenemos que llevar la información allí donde está la gente, en su idioma, en su cultura y de una forma que puedan entender"**, explica *Harriet Nakazzi*, coordinadora local de un proyecto de narrowcasting en Uganda. Su visión capta el núcleo del enfoque de narrowcasting. En su comunidad, los conocimientos sanitarios vitales sobre enfermedades como el Mpox se compartían a través de códigos QR en los troncos de los árboles y altavoces de audio en las reuniones de la aldea, para llegar a la gente exactamente donde está. Harriet observó que los aldeanos, especialmente las mujeres, respondían con entusiasmo y alivio al recibir por fin explicaciones en una voz familiar en lugar de carteles impersonales. Esta perspectiva sobre el terreno subraya por qué el narrowcasting funciona: respeta el contexto local y habla a la gente *a su nivel*.

**"Es muy instructivo y facilita la concientización de las clientes"**, informó una funcionaria de campo de Pro Mujer en Nicaragua, después de usar mensajes de audio para capacitar a miembros de grupos de mujeres. Esta retroalimentación surgió durante el proyecto piloto en el que las reuniones de los bancos comunales fueron aumentadas con contenido de audio de Audiopedia sobre COVID-19 y la salud de la mujer. El personal sobre el terreno observó que las mujeres participaban más y comprendían mejor los temas cuando los escuchaban en forma de relato, a diferencia de las sesiones anteriores, en las que alguien leía folletos. Varios formadores describieron las sesiones de audio como un *"excelente medio de capacitación"* que no sólo transmitía la información con precisión, sino que lo hacía de forma amena y atrayente. Para ellos, el narrowcasting no era un trabajo extra, sino una **herramienta inteligente** que hacía más eficaz su labor de divulgación. Las participantes, a su vez, empezaron a compartir con sus familias lo que habían aprendido en el audio, lo que amplificó el impacto.

## Estudio de caso 1: Barrios marginales urbanos de Nigeria - Mejora de los conocimientos sanitarios

En los barrios de chabolas de Ngenevu y Agu-Owa, en el sureste de Nigeria, un proyecto dirigido por RedAid Nigeria y Audiopedia se propuso mejorar los conocimientos sobre salud y desarrollo de las mujeres analfabetas (una historia abordada anteriormente). Participaron más de 500 mujeres y niñas, divididas en grupos: uno recibió educación sanitaria en audio a través de WhatsApp, otro a través de tarjetas de memoria offline, y un grupo de control no recibió nada extra. Durante 8 semanas, estas mujeres escucharon contenidos sobre temas como la atención materna, la higiene, las precauciones ante el COVID-19 y la violencia de género, todo ello en su dialecto local igbo y en inglés pidgin.

**El resultado:** un espectacular aumento de los conocimientos en los grupos de audio (cuantificado mediante cuestionarios previos y posteriores) e innumerables casos anecdóticos de mujeres que adoptan prácticas más saludables. Por ejemplo, una madre del grupo de WhatsApp contó que nunca había entendido la importancia de la lactancia materna exclusiva hasta que recibió las lecciones de audio; después, no solo la practicó con su recién nacido, sino que se convirtió en defensora de la lactancia materna exclusiva en su barrio, animando a otras dos madres a seguir su ejemplo.

El aspecto de investigación del proyecto proporcionó validación científica (con valores  $p < 0,001$  que mostraban que los avances eran estadísticamente significativos), pero la **verdadera validación** vino de la respuesta de la comunidad. Las mujeres empezaron a pedir que se trataran más temas (la planificación familiar fue una de las peticiones más populares). El equipo del proyecto también observó beneficios colaterales: como muchas mujeres no sabían usar WhatsApp inicialmente, la formación sobre el acceso al audio mejoró inadvertidamente su alfabetización digital: un doble empoderamiento. Este estudio de caso de Nigeria muestra el impacto polifacético del narrowcasting: mejora de los conocimientos, cambio de comportamiento e incluso nuevas habilidades digitales, todo ello logrado en uno de los entornos más difíciles (barrios marginales densamente poblados con bajo nivel de alfabetización y confianza).

## **Estudio de caso 2: Mujeres rurales nicaragüenses - Piloto de empoderamiento de audio**

En Masaya (Nicaragua) se puso a prueba el narrowcasting con la organización Pro Mujer para apoyar a las microempresarias y la salud comunitaria. Se distribuyeron **100 reproductores de audio alimentados por energía solar** y cargados con contenidos en español y lenguas indígenas a asociaciones comunales de mujeres (grupos de clientes que se reúnen periódicamente para realizar actividades de microfinanciación). Los agentes de campo utilizaron motocicletas para llegar a aldeas remotas y presentar los reproductores, que contenían módulos sobre temas que iban desde la nutrición y la prevención del cáncer de cuello de útero hasta la autoestima y consejos empresariales. Las mujeres podían conservar los reproductores de audio entre las reuniones, lo que les permitía a ellas y a sus familias escucharlos repetidamente en casa.

Una participante, María, de 34 años y madre de tres hijos, compartió su experiencia: "*Antes, nadie nos explicaba estas cosas porque no sabíamos leer. Ahora mis hijos se sientan conmigo a escuchar y aprendemos juntos*". Ahora mis hijos se sientan conmigo a escuchar y aprendemos juntos". Este testimonio (traducido del español) pone de relieve cómo el narrowcasting no sólo educó a María en prácticas sanitarias que desconocía, sino que también se convirtió en un momento de aprendizaje familiar, educando indirectamente a la siguiente generación. Cuantitativamente, en pocos meses, más de **660 clientas** habían asistido a sesiones de formación con audio (durante las reuniones de grupo e incluso durante las reuniones de desembolso de préstamos).

Las encuestas del proyecto piloto mostraron un aprecio casi universal por el formato de audio; muchos dijeron que por fin entendían conceptos que habían sido difíciles de comprender cuando se habían presentado en texto o en charlas. El proyecto se está ampliando para incluir más temas, como la prevención del dengue y el uso de WhatsApp para mujeres en zonas semiurbanas (donde los participantes poseen un 80% de teléfonos inteligentes). El caso de Nicaragua demuestra la flexibilidad del narrowcasting, que combina en un solo programa la **transmisión fuera de línea para comunidades realmente remotas y la transmisión móvil para quienes tienen acceso básico a Internet**. Constituye un modelo de integración de la educación en audio en las iniciativas de empoderamiento de las mujeres, con una respuesta muy positiva tanto por parte de los usuarios finales como de los facilitadores, que vieron facilitado su trabajo de formación.

### **Estudio de caso 3: Campo de refugiados de Uganda - Concienciación sobre las vacunas**

En un asentamiento de refugiados del norte de Uganda, la desinformación había provocado dudas sobre las vacunas entre muchos refugiados. Se puso en marcha una campaña de narrowcasting mediante la colocación de carteles **de puntos de acceso a la audiopedia** (con códigos QR y enlaces cortos) en el centro de salud y el mercado del campamento, en los que se ofrecían explicaciones sonoras sobre las vacunas COVID-19 en las lenguas maternas de los refugiados (madi, kuku y árabe). Los voluntarios de la comunidad también llevaban altavoces portátiles para reproducir estos mensajes durante las horas de reunión. Una refugiada confesó que temía la vacuna por los rumores, pero tras escuchar el testimonio de una compañera refugiada a través del audio (locutado en su lengua), decidió vacunarse. En cuestión de semanas, los trabajadores sanitarios informaron de que **más de 200 mujeres que antes se negaban a vacunarse se habían animado a hacerlo**. Este cambio se debió en gran medida a la confianza generada al escuchar la información de una voz familiar y en un formato no amenazador. Es un poderoso ejemplo de cómo el narrowcasting puede combatir la desinformación y salvar vidas en contextos de crisis.

El conjunto de estos estudios de casos y testimonios muestra **el impacto tangible** del narrowcasting. Observamos un aumento de los conocimientos, un cambio de comportamiento (prácticas más saludables, voluntad de adoptar servicios) y un efecto dominó de empoderamiento en las comunidades. También vemos que la gente *agradece* este modo de comunicación: lo encuentran útil, atractivo y respetuoso. Un tema común de los testimonios es *la gratitud*: muchos beneficiarios expresan que por primera vez les llega información importante de una manera que pueden comprender. Ese agradecimiento suele traducirse en acción, como se ve en los ejemplos anteriores.

También merece la pena destacar el **entusiasmo de las organizaciones asociadas y el personal sobre el terreno** en estos estudios de casos. Los formadores y los

trabajadores comunitarios suelen convertirse en los mayores defensores del narrowcasting tras comprobar cómo simplifica su trabajo y potencia su alcance. En Nigeria, el éxito del proyecto piloto condujo a una fase II en la que el enfoque se generalizó en 10 estados con la colaboración del gobierno. En Nicaragua, la dirección de Pro Mujer quedó lo suficientemente impresionada como para ampliar la educación por audio a toda América Latina. Estos apoyos, tanto de las bases como de los dirigentes, son quizá el mejor "testimonio" de que el narrowcasting cambia las reglas del juego.

En resumen, las voces sobre el terreno -ya sea una madre rural, una voluntaria de salud de la comunidad o un funcionario de una ONG- se hacen eco de un sentimiento similar: **el narrowcasting funciona, y es importante**. Sus experiencias validan el concepto e inspiran confianza para ampliarlo. Como se dice sucintamente en el informe de un proyecto: *"Excelente medio de capacitación... Muy buena estrategia de divulgación"*. - narrowcasting es un excelente medio de capacitación y una muy buena estrategia de divulgación. Oírlo directamente de quienes lo aplican y se benefician de él es el mayor estímulo para que otros adopten este enfoque.

# Aplicación

Para las organizaciones dispuestas a aprovechar el narrowcasting, empezar con **narrowcast.it** es un proceso sencillo. La plataforma está diseñada como una **solución llave en mano** que le guía desde la creación de contenidos hasta la entrega y el seguimiento del impacto. He aquí una guía paso a paso sobre cómo poner en marcha una campaña de narrowcasting:

## Paso 1: Definir objetivos y desarrollar contenidos

En primer lugar, identifique el mensaje específico y el público al que quiere dirigirse. ¿Quiere educar a las madres jóvenes de una región sobre la nutrición infantil? ¿Formar a los agricultores en una nueva técnica? ¿Incorporar nuevos usuarios a un servicio móvil? Es fundamental tener claros los objetivos de la Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento (CCSC). Una vez fijados los objetivos y la audiencia, trabaje en el contenido de audio. Narrowcast.it puede ayudar en la **creación de contenidos** si es necesario, ya sea a partir de la biblioteca existente de Audiopedia o ayudando a guionizar material nuevo. Es fundamental **localizar y adaptar** el contenido: traducirlo a la lengua o lenguas locales, utilizar ejemplos culturalmente relevantes y mantener un tono atractivo.

A menudo, implicar a expertos locales o miembros de la comunidad en la creación de contenidos da los mejores resultados. Por ejemplo, puede hacer que una enfermera local sea la voz en un mensaje sobre salud, o incluir una breve representación que refleje situaciones de la vida cotidiana de los oyentes. La plataforma admite varios formatos de contenido: desde narraciones informativas directas hasta narraciones dramatizadas o formatos de preguntas y respuestas. Decida también la duración y la segmentación: normalmente, resulta eficaz que cada módulo de audio sea breve (3-5 minutos), con un módulo por tema clave. Una vez listos los guiones, grabe el audio (narrowcast.it puede ayudarle a contratar locutores profesionales o voluntarios, según sus necesidades). El producto final de este paso es un conjunto de archivos de audio pulidos y adaptados a las necesidades de su campaña.

## Paso 2: Establecer canales de distribución

A continuación, su contenido de audio se cargará en la plataforma narrowcast.it, que lo alojará y generará puntos de acceso sencillos. Para la distribución digital, la plataforma proporciona un **código QR único y una URL corta** para su contenido o lista de reproducción. Puede ponerles el nombre de su campaña u organización. Ahora, planifique cómo hacer llegar esos códigos QR/enlaces a su público objetivo. Los métodos más habituales son:

- Imprimir el código QR y la URL corta en **carteles, folletos o tarjetas** que se distribuyan en la comunidad (centros de salud, salones comunitarios, escuelas,

quioscos de mercado, etc.). Por ejemplo, un cartel podría decir "*Infórmese sobre la prevención del COVID-19: escanee este código o visite wom.fm/health1*".

- Integrar el enlace en **mensajes SMS o WhatsApp** si se dispone de los números de teléfono de la audiencia. Un texto sencillo como "*Escucha un mensaje importante sobre tu salud: haz clic aquí [enlace corto]*" puede incitar a los usuarios a acceder al audio.
- Equipar al personal sobre el terreno o a los voluntarios de la comunidad con **dispositivos precargados** o tarjetas SD. En entornos muy desconectados, se pueden distribuir tarjetas de memoria o memorias USB que la gente puede utilizar con sus propios teléfonos básicos o radios.
- Creación de un **punto de acceso a la Audiopedia**: se trata principalmente de carteles impresos con un código QR y una breve URL que enlazan directamente con el contenido de audio alojado en la plataforma narrowcast.it. La colocación de estos carteles en lugares estratégicos -como escuelas, centros comunitarios, clínicas de salud y mercados- permite a las personas que se encuentren cerca escanear fácilmente el código con sus teléfonos móviles y escuchar o descargar el audio. Aunque se puede añadir un punto de acceso Wi-Fi específico como mejora opcional, el concepto básico de los puntos de acceso de Audiopedia es su sencillez y facilidad de uso, que garantizan que incluso quienes no tienen acceso constante a Internet puedan conectarse rápidamente a contenidos vitales.
- Incluso pueden utilizarse métodos de baja tecnología, como **altavoces comunitarios**: un voluntario escanea el código QR en su teléfono y reproduce el audio por un altavoz portátil en una reunión o encuentro de grupo. De este modo, incluso los que no tienen teléfono se benefician del contenido.

La función de Narrowcast.it **es centralizar tus contenidos y facilitar el acceso** a ellos (QR o URL cortas). El dominio URL corto (como un enlace wom.fm personalizado) suele ser breve y fácil de escribir para quienes no escanean códigos QR. Asegúrese de difundir estos puntos de acceso a través de canales en los que confíe la comunidad: los anuncios sobre la iniciativa deben acompañar a los códigos QR para que la gente sepa de qué se trata y por qué deben escucharla. Una buena práctica es hacer una prueba piloto de la distribución con un grupo reducido para asegurarse de que el acceso funciona sin problemas (por ejemplo, el audio se reproduce en teléfonos comunes, la descarga no es demasiado pesada, etc.) antes de ampliarla.

### **Paso 3: Atraer a la audiencia y controlar su uso**

Una vez que la distribución esté en marcha, fomente la participación. Si es posible, añada un elemento humano: por ejemplo, los trabajadores sanitarios o los facilitadores pueden preguntar a la gente: "*¿Has escuchado el nuevo audio sobre diabetes que hemos compartido? ¿Qué te ha parecido?*". Esto crea expectación y hace que más gente escanee y escuche. A medida que se desarrolla la campaña, utilice el **panel de análisis**

**en tiempo real** que ofrece narrowcast.it para supervisar los progresos. Aquí podrás ver métricas como

- **Número de escuchas/reproducciones** (y si son escuchas únicas).
- **Datos geográficos** (aproximados, basados en el lugar de acceso al enlace, si está en línea).
- **Momento del día/semana** de mayor compromiso.
- Si se proporcionan varias pistas de audio, cuáles son las más reproducidas.

Estos datos se recogen **forma segura para la privacidad** (sin identificadores personales, sólo comportamiento agregado). La interfaz de análisis es fácil de usar, o puede optar por recibir informes periódicos por correo electrónico. Controle estos datos al menos semanalmente. Le ayudará a responder a preguntas como ¿Estamos alcanzando las cifras previstas? ¿Qué regiones o grupos están respondiendo bien o mal? ¿Necesitamos modificar nuestros contenidos o nuestra estrategia de difusión? Por ejemplo, si observa que en un pueblo hay muy pocas escuchas, tal vez sea necesario reubicar el cartel con el código QR en un lugar más destacado o acompañarlo de una demostración en una reunión comunitaria. O si ves que muchos empiezan el audio pero pocos lo terminan, tal vez el clip sea demasiado largo o la introducción deba ser más atractiva; entonces puedes ajustar el contenido en consecuencia.

Este **círculo de información** es fundamental y constituye una de las principales ventajas del narrowcasting frente a los métodos analógicos. Además, considere mecanismos cualitativos de retroalimentación: tal vez incluya una indicación en el audio como "*si tiene preguntas, dígaselo al voluntario de su comunidad*" o establezca una línea telefónica directa para recibir comentarios. Algunas campañas crean un grupo de WhatsApp donde los oyentes pueden hacer preguntas después de escuchar el audio, fomentando la comunicación bidireccional. Todas estas estrategias mantienen a la audiencia activa en lugar de pasiva. Recuerde que el narrowcasting le permite **perfeccionar sobre la marcha**: no se queda estancado en una emisión, puede actualizar el audio o la forma de compartirlo en cualquier momento en función de las necesidades de la comunidad.

## Paso 4: Evaluar, Iterar y Ampliar

Una vez que la campaña se haya desarrollado durante un periodo determinado (o de forma continua en el caso de proyectos en curso), evalúe los resultados. Esto implica examinar los datos analíticos junto con cualquier métrica de impacto sobre el terreno que tenga (por ejemplo, aumento de las visitas a la clínica, mejora de las puntuaciones de los cuestionarios, adopción de una práctica). Resuma a cuántas personas ha llegado y cómo ha evolucionado la participación. Si es posible, recoja algunos testimonios o realice una breve encuesta entre los oyentes para medir su retención y satisfacción. Esto proporcionará datos valiosos para informar a las partes interesadas o a los financiadores, demostrando la rentabilidad de la campaña. Lo más probable es que descubra aspectos

que mejorar: tal vez se llegó menos a un determinado subgrupo (por ejemplo, los hombres jóvenes), o algunos temas necesitan un seguimiento más profundo.

Utiliza estos datos para **iterar**: actualiza el contenido, añade nuevos episodios que respondan a las preguntas más frecuentes o diversifica el canal (si sólo hacías carteles, añade ahora un SMS, etc.). El narrowcasting es flexible: se puede **actualizar** continuamente **la campaña** para mantener el interés de la audiencia a lo largo del tiempo. Muchas organizaciones optan por desarrollar una campaña inicial de narrowcasting ampliándola a nuevas comunidades o integrándola en sus programas habituales.

Por ejemplo, tras el éxito de un proyecto piloto, puede extender el contenido de audio a toda una provincia o incorporarlo como herramienta estándar para todo el personal sobre el terreno. La naturaleza modular del contenido de audio significa que también se puede reutilizar: lo que funcionó en un pueblo puede funcionar en otro, con pequeños retoques. El equipo de narrowcast.it puede apoyar los esfuerzos de ampliación proporcionando capacidad técnica adicional o incluso ayudando a formar a su equipo para que gestionen ellos mismos los contenidos en la plataforma. El objetivo último de este paso es la sostenibilidad: hacer del narrowcasting una parte autosuficiente de su estrategia de comunicación. También te animamos a crear un **repositorio** de contenidos **de libre acceso** (la plataforma Audiopedia es de código abierto, por lo que devolver tus contenidos de audio no sensibles puede ayudar a otros y aumentar tu visibilidad).

Después de estos pasos, tendrá en marcha un programa de narrowcasting de ciclo completo -desde la creación hasta la entrega y la retroalimentación- que creará un impacto real sobre el terreno. **Los siguientes pasos** podrían incluir la solicitud de una *demonstración* o de más formación práctica al equipo de narrowcast.it, si la necesita. Si su organización es nueva en el campo del audio, narrowcast.it puede mostrarle campañas de éxito similares a las que usted necesita e incluso ayudarlo a realizar una pequeña prueba. También te sugerimos que consultes la Academia Audiopedia o la base de conocimientos para obtener consejos sobre cómo producir audio eficaz para el desarrollo, y el Partners Hub para ver ejemplos de listas de reproducción utilizadas por otras ONG. Existe una creciente comunidad de práctica en torno a este enfoque, y si te unes a ella, podrás aprender y contribuir simultáneamente.

En resumen, la implantación del narrowcasting **no es complicada ni costosa**: con el socio y la plataforma adecuados, puede hacerse en cuestión de semanas. La clave es una planificación y localización cuidadosas del contenido, tácticas de distribución inteligentes para llegar a "losídeos" de su audiencia y una mentalidad iterativa para adaptarse en función de los datos. Siguiendo estos pasos, cualquier organización -grande o pequeña- puede empezar a aprovechar el poder de la difusión selectiva de audio. Y una vez que vea el compromiso y los resultados, es probable que desee ampliarlo. Narrowcast.it está preparado como socio en este viaje, ofreciendo la base

tecnológica y la experiencia, mientras que usted aporta el conocimiento y la pasión por su causa.

# Conclusión

En conclusión, **el narrowcasting representa un gran avance en la forma de comunicarnos con las poblaciones más desatendidas del mundo.** Da la vuelta al modelo único de radiodifusión y, en su lugar, transmite *el mensaje adecuado a las personas adecuadas, de la manera adecuada.* Al superar las barreras de la alfabetización, trabajar fuera de línea o en línea, según sea necesario, y permitir la retroalimentación en tiempo real, el narrowcasting garantiza que la información vital no sólo se difunda, sino que realmente se entienda y se ponga en práctica. Hemos visto cómo un consejo sobre salud expresado en un dialecto local puede salvar una vida, cómo una lección financiera en audio puede despertar el espíritu empresarial y cómo un simple código QR en un árbol puede catalizar debates comunitarios. Se trata de resultados que los canales de comunicación tradicionales han tenido dificultades para lograr en el contexto del Sur Global.

Para las ONG, los organismos públicos y las empresas, **las ventajas del narrowcasting son evidentes.** Se obtiene un método de divulgación **inclusivo, atractivo y basado en datos.** Se puede conseguir un impacto más eficaz y demostrarlo con métricas e historias concretas. Además, el narrowcasting está en consonancia con los principios de dignidad y empoderamiento: se reúne con la gente en sus propios términos (en su idioma, respetando sus limitaciones), lo que genera confianza y receptividad. En un mundo en el que casi la mitad de la población sigue desconectada y una gran parte es analfabeta, el narrowcasting no es sólo una opción innovadora, sino una estrategia esencial para garantizar que nadie se quede atrás en nuestra era de la información.

La última década, gracias al trabajo de la Fundación Audiopedia y sus socios, ha demostrado que **la difusión selectiva de audio cambia vidas**, desde los barrios marginales de Nigeria hasta las tierras altas de América Latina. De cara al futuro, el narrowcasting está a punto de ampliarse y llegar a millones de personas más, gracias a plataformas fáciles de usar como **narrowcast.it**. La tecnología (penetración móvil) ha madurado y el enfoque se ha validado. Lo que hace falta ahora es la voluntad de las organizaciones e instituciones de aplicarlo allí donde exista una brecha de comunicación.

En este informe hemos explicado cómo funciona el narrowcasting, sus ventajas y ejemplos concretos de su éxito. **Ahora le invitamos a pasar a la acción.** Tanto si es usted un funcionario de la sanidad pública que quiere educar a las comunidades, una ONG de desarrollo que busca una mayor implicación o una empresa que está captando nuevos clientes en mercados emergentes, narrowcast.it puede ser su aliado en la elaboración de una potente campaña de audio. **Imagine que su mensaje se transmite en 10 idiomas locales diferentes, accesible desde cualquier teléfono, y que llega exactamente al público que lo necesita.** Eso es lo que ofrece el narrowcasting. Es hora

de ir más allá de los métodos de divulgación tradicionales y adoptar este enfoque innovador que la ONU ha reconocido para acelerar los ODS.

Póngase **en contacto con narrowcast.it** para una demostración o consulta personalizada. Experimente de primera mano cómo la plataforma puede alojar sus contenidos, generar códigos QR y mostrarle análisis de la participación de los oyentes. Explore ejemplos de listas de reproducción de audio relevantes para su sector y conozca las historias de éxito de otros usuarios que ya se han asociado con nosotros. Si te pones en contacto con nosotros, también podrás acceder a recursos adicionales, como la biblioteca de artículos de audio de código abierto de Audiopedia, guías sobre cómo producir mensajes de audio eficaces e información sobre posibles colaboraciones de financiación para proyectos basados en audio.

Unirse al movimiento narrowcasting significa unirse a una comunidad comprometida con el **intercambio inclusivo de conocimientos y un impacto mensurable**. Como dice el eslogan: *"Tu mensaje, exactamente donde cuenta"*. Hagamos que cada palabra cuente haciéndola llegar directamente a quienes más se beneficiarán. Estamos a su disposición para ayudarle a poner en marcha su propia iniciativa de narrowcasting, desde la fase de planificación hasta la de ampliación y evaluación.

**Juntos podemos amplificar las voces y el conocimiento en el Sur Global como nunca antes.** El narrowcasting es el futuro de la comunicación dirigida, y ese futuro ya está aquí. No pierda la oportunidad de estar a la vanguardia de este cambio.

**Póngase en contacto con narrowcast.it hoy mismo** para empezar a transformar su forma de comunicarse y proporcionar a las comunidades a las que sirve la información que necesitan para prosperar.

Vamos a narrowcasting su mensaje y transmitir un futuro más brillante, más informado para todos.

# Fuentes

## Comunicación de masas y teorías de la audiencia

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Utilization of Mass Communication by the Individual*. En G. Blumler & E. Katz (Eds.), **The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications** Research (pp. 19-32). Beverly Hills, CA: Sage.
- Katz, E., y Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Nueva York, NY: Free Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6ª ed.). Sage Publications.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York, NY: Free Press.

## Innovación y difusión de la comunicación

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5ª ed.). Nueva York, NY: Free Press.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations* (4ª ed.). Nueva York, NY: Free Press.

## Riqueza mediática y comunicación conductual

- Daft, R. L., y Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science*, 32(5), 554-571.
- Bandura, A. (1977). *Teoría del aprendizaje social*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Thaler, R. H., y Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Vargo, S. L., y Lusch, R. F. (2004). Evolución hacia una nueva lógica dominante del marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17.

## Preservación de las lenguas indígenas y tradiciones orales

- Nettle, D., y Romaine, S. (2000). *Vanishing Voices: The Extinction of the World's Languages*. Oxford University Press.
- Crystal, D. (2000). *Language Death*. Cambridge University Press.
- Fishman, J. A. (1991). *Reversing Language Shift: Theoretical and Empirical Foundations of Assistance to Threatened Languages*. Multilingual Matters.
- Hinton, L., y Hale, K. (2001). *El libro verde de la revitalización lingüística en la práctica*. Academic Press.