

# Deejays muestran videos en Malawi

13

## Introducción

Los agricultores que miran videos suelen entender las nuevas ideas, adaptarlas creativamente y aumentar sus rendimientos. Pero hay que encontrar cómo hacer llegar los videos a todos los agricultores que los necesiten. Hay proyectos que distribuyen videos, pero la mayoría de los agricultores están solos, sin contacto con extensionistas, proyectos, u ONGs.

## Un deejay en cada pueblo

En el 2013, Ronald K. Udedi, un especialista de medios de la Universidad de Malawi, se fijó que casi de un día a la mañana, sin que nadie les dijera nada, varios jóvenes (hombres y algunas mujeres) habían creado pequeñas empresas digitales en cada pueblito en Malawi. Los jóvenes se llaman “deejays” y compraron o compartieron DVDs, copiaron las películas y los videos musicales a sus computadores para pasar los videos a los celulares (no a teléfonos inteligentes) de la gente que vive en los pueblos y aldeas. Agricultores que iban al pueblo para asistir al mercado pagaban para hacerse colocar unas películas en su teléfono, para mirar más tarde con amigos y familiares. Al comprarse un celular, los agricultores vieron que ya eran dueños de un sistema de entretenimiento en miniatura.



Con unos DVDs y una sugerencia de venderlos, deejays distribuyen videos agrícolas

## Los deejays distribuyeron videos con información agrícola

En el 2015, Access Agriculture apoyó un ensayo para ver si los deejays compartirían videos agrícolas con los agricultores, porque si la idea funcionaba, se podría distribuir DVDs por medio de los vendedores a pequeña escala en toda África. Udedi hizo varios ejemplares de 3 DVDs (sobre arroz, Striga y chile), en inglés y varios idiomas de Malawi (chichewa, yao y sena). Dio los DVDs a 95 deejays en el sur de Malawi, animándoles a copiar los videos agrícolas para compartir con agricultores.

Según un estudio en 2016, algunos de los deejays habían ido a estudiar, o encontraron trabajo en otro lado, pero los investigadores logaron encontrar a 56 de los deejays, y aprendió que 27 de ellos hicieron nuevas copias de los DVDs y 36 copiaron videos a los celulares de sus clientes. Todos los deejays distribuyeron los videos de una manera u otra. Por lo menos 28 deejays (50%) vendieron videos. Otros regalaron los videos a los clientes que compraron películas. Algunos deejays vieron que los videos atraían a nuevos clientes: gente mayor, agricultores serios. Los deejays llegaron a unas 2100 personas directamente y tal vez 21,000 indirectamente.

A todos los deejays les gustó la prueba. Su única queja era que querían más DVDs. Querían recibir un nuevo DVD cada mes, para tener estrenos para compartir con sus clientes.

*Este estudio fue auspiciado por la Agencia Suiza para el Desarrollo y Cooperación (COSUDE).*

Contacto: Jeffery Bentley [jeff@agroinsight.com](mailto:jeff@agroinsight.com)

Bentley, Jeffery, Paul Van Mele, & Ronald Kondwani Udedi 2014 Digital information flows in Malawi. Copia disponible del autor principal.

Bentley, Jeffery W., Ronald Kondwani Udedi, & Paul Van Mele 2016 Malawi DJs Distribute Videos to Farmers. Access Agriculture.

[Lea el estudio.](#)

**AGRO**  
insight  
communicating agriculture

 AccessAgriculture

Resumen y  
foto por  
Jeff Bentley