

Un video en la mano vale más

ESTUDIO
DE
IMPACTO
10

Los voluntarios muestran un video con un atractivo masivo

En 2012, el CIMMYT le pidió a Agro-Insight que hiciera un video sobre dos máquinas pequeñas de labranza que conservan el suelo, el agua y la mano de obra. El video pretendió interesar a los agricultores, no enseñarles a usar las herramientas.

El CIMMYT contrató a AAS, una ONG, para mostrar el video en 482 comunidades en Bangladesh. 112,000 personas asistieron a las grandes proyecciones al aire libre. AAS también entregó 1439 DVD a más de 530 voluntarios de la comunidad que aceptaron volver a mostrar el video.



Mirando un video de aprendizaje en el puesto de té

¿Quién lo mostró?

Una encuesta telefónica a 227 voluntarios encontró que el 58% proyectó el video en su oficina o tienda, el 27% lo mostró en su pueblo y el 18% lo mostró a familiares y amigos en casa. Alrededor del 7% le dio el DVD a otros para mostrarlo.

Cada grupo ocupacional proyectó el video a su manera. Los propietarios de puestos de té mostraron el video durante varias noches, porque sus clientes querían verlo. Los tenderos, los vendedores de insumos o de máquinas y los operadores de labranza tradicionales se mostraron menos inclinados a mostrar el video, porque estaban ocupados y, a menudo, no tenían el equipo para mostrar los DVDs. Solo algunos agentes de extensión mostraron el video. Los USIS (empresarios integrados en el gobierno local) sí mostraron el video, porque tenían un sentido de servicio comunitario y el equipo para reproducir DVDs. Los operadores de televisión por cable también mostraron el video. Las ONGs mostraron el video, pero en el futuro podrían ayudar a distribuir DVDs a organizaciones comunitarias (CBO, por sus siglas en inglés). Algunas de las organizaciones comunitarias vieron el video muchas veces para estudiar la maquinaria y compartir la información con otros.

Resumen de resultados por tipo de host de video voluntario

	Concesionarios de máquinas	Puestos de té	Tiendas de pueblo	Comerciantes de productos agrícolas	Operador de cultivadores eléctricos	Cable TV	Agentes extensionistas de gobierno	UISC	ONGs	CBOs
No. encuestados	3	29	4	9	9	6	7	19	7	12
Mostró el video	1	27	3	8	8	Todos los 6	4	16	4	9
No. medio de proyecciones	15	9	5	3	4	6	3	3	13	7
Tamaño medio de audiencia	100	50	100	75	65	?	250	140	130	180
Mujeres en la audiencia	Ninguna	Pocas	5	Algunas	14	¿La mitad?	85	20	80	50

Conclusiones

Algunos tipos de personas son mejores distribuyendo DVDs y otros en la proyección. Se necesita una buena estrategia de distribución para lograr un impacto real. Cuando los agricultores tienen un DVD en sus manos, miran los videos más de una vez para estudiar el contenido. Pero antes de comprar el equipo, ellos quieren ver cómo el maíz y el trigo sembrados a máquina crecen en el campo.

Este estudio de caso fue generosamente apoyado por el Proyecto MEAS y la USAID.

Contact: Jeffery Bentley jeff@agroinsight.com

Bentley, Jeffery, Paul Van Mele, & Harun-ar-Rashid 2013 The Story of a video on mechanical seeders in Bangladesh "If we are convinced, we will buy it" MEAS Case Study # 6.

Harun-ar-Rashid 2014 Scaling up the video Save More, Grow More, Earn More and selected videos under CSISA-MI project. Report for Cimmyt.



Summary &
photo by
Jeff Bentley