

# Los molineros distribuyen y muestran videos

ESTUDIO DE IMPACTO

8

## Consejo del arroz

El arroz se había convertido en el oro blanco de Uganda después de la subida de los precios de los granos en 2008, coincidiendo con una enfermedad de marchitez bacteriana que estaba destruyendo la cosecha tradicional: los plátanos. Los ugandeses estaban comiendo más arroz que nunca y los precios eran altos. Por eso parecía un momento ideal para mostrar a los agricultores ugandeses los 11 videos de "Consejos de arroz", previamente filmados en Bangladesh, Benín, Malí y Burkina Faso. En 2011, Access Agriculture coordinó la distribución de 7,500 copias de un DVD con los videos de arroz en inglés, francés, swahili y cinco idiomas principales de Uganda.



Los agricultores que vieron los videos cultivaron más arroz

## Buena distribución y mala

Diecisiete organizaciones recibieron DVDs, pero solo después de solicitarlos. Las organizaciones más grandes, incluido el sector público y los grupos paraguas de asociaciones de agricultores, simplemente regalaron los discos en las reuniones y conferencias y se esforzaron poco para llevar sistemáticamente los DVDs a las manos de su personal de base. Pero cuando estos extensionistas de primera línea obtuvieron una copia, mostraron los videos y los discutieron con los agricultores.

Las ONGs internacionales hicieron un mejor trabajo enviando los DVDs a su personal de campo, quienes pudieron usar los videos, pero el sector privado realmente cobró vida. Los molineros se los mostraron a los agricultores que llevaban arroz al molino, porque los molineros pronto se dieron cuenta de que los agricultores que vieron los videos estaban produciendo más arroz para moler. Los molineros comenzaron a solicitar más DVDs después de usar su primer lote. Los distribuidores de insumos (productos químicos y semillas) rara vez mostraron los videos, pero dieron copias del DVD a los agricultores que compraron semillas de arroz.

## Lo que los agricultores pensaron

Los agricultores que vieron los videos los amaron, ya sea que vieran los programas solos, en una organización de agricultores o con un extensionista. Los granjeros organizados generalmente encontraron formas de mostrar los videos a otros. Un hombre creativo instaló el televisor en el jardín delantero por la noche y alentó a sus vecinos a detenerse y mirar.

Los agricultores adaptaron las nuevas ideas, como el trasplante de arroz, la nivelación de la tierra, la fertilización y otros. Algunos afirmaron que las técnicas les ayudaron a casi duplicar sus rendimientos con un pequeño aumento en los costos de producción. Los agricultores exigieron otros videos, especialmente sobre cómo asustar a las aves. Los ugandeses disfrutaban viendo a agricultores familiares como ellos en otros países.

Así los videos ayudaron a los agricultores con información nueva y útil. Las organizaciones que distribuyen videos deben elegirse cuidadosamente, y las más grandes pueden necesitar ayuda de algún experto para planificar su distribución de los DVDs.

*Este estudio de caso fue generosamente respaldado por la USAID y el Consorcio MEAS.*

Contact: Paul Van Mele paul@agroinsight.com

TO CITE THE ARTICLE:

Bentley, Jeffery, Van Mele, Paul, & Grace Musimami 2013 The Mud on Their Legs – Farmer to Farmer Videos in Uganda. MEAS Case Study # 3. Michigan State University



Summary and photo by Jeff Bentley