

Videos ayudan a mejorar las vidas de las mujeres

ESTUDIO
DE
IMPACTO

1

Introducción

Para los hombres es más fácil acceder a la información que para las mujeres. Este estudio consultó si los videos de agricultor a agricultor podrían ayudar a superar este sesgo de género, y lo que las mujeres harían con los nuevos conocimientos.

El estudio

En Bangladesh, se filmaron videos con semillas de arroz con los agricultores y luego se mostraron en muchas aldeas. Los investigadores entrevistaron a 140 mujeres seleccionadas al azar en 28 video aldeas y 40 mujeres en cuatro aldeas de control en el noroeste de Bangladesh, sobre los cambios en sus vidas en los últimos cinco años. Las mujeres habían visto los videos seis veces en promedio.

Las mujeres que vieron los videos realizaron más experimentos, adoptaron más innovaciones, ayudaron a innovar y encontraron formas de vender semillas y de negociar mejores precios. Las mujeres redujeron su tasa de semillas a casi la mitad (es decir, disminuyeron sus costos de producción). La semilla que produjeron era más brillante, más saludable y más fácil de vender. No hubo cambios en las aldeas de control.

Los rendimientos de arroz aumentaron en un 15%, lo que mejoró el estatus social y económico de las mujeres. Más del 20% de los hogares lograron la autosuficiencia del arroz, sin cambios en las aldeas de control. 24% más de los video hogares se convirtieron en productores excedentes. Estos vendieron más arroz y plántulas. Los maridos de las mujeres comenzaron a consultarlas más a menudo sobre semillas de arroz y sobre el gasto del ingreso familiar. Los hogares que tenían su propia tierra (es decir, no eran aparceros) y aquellos que tenían ayuda de los miembros del hogar tenían más probabilidades de aumentar sus ingresos. Las mujeres que vieron los videos muchas veces pudieron reunir más apoyo y aumentar más sus ingresos. También buscaron y compartieron con más confianza nuevos conocimientos con los proveedores de servicios y otras personas de la comunidad.

Conclusión

Si tuvieron tierra y trabajo, las mujeres que vieron los videos pudieron aumentar sus ingresos, su posición social y su capacidad de innovar. El conocimiento es poder (pero también lo es la tierra).



Las mujeres de Bangladesh que vieron los videos produjeron semillas más sanas, ganaron más y tenían más confianza en buscar y compartir nueva información



Aumento de las existencias de arroz en una casa en video aldea de Hosnabad, NW Bangladesh

Contact: Paul Van Mele | paul@agroinsight.com

TO CITE THE ARTICLE:

Chowdhury, A.H., P. Van Mele & M. Hauser 2011 Contribution of farmer-to-farmer video to capital assets building: Evidence from Bangladesh. *Journal of Sustainable Agriculture* 35(4): 408–435.