

YouTube incontra l'agricoltura

Utilizzando il popolare sito di video è più facile diffondere corrette pratiche di produzione. L'esempio viene dall'India ed è stato raccontato in un articolo apparso sul quotidiano statunitense The New York Times.

La meta' dei bambini indiani sono cronicamente malnutriti. Allora immaginate i potenziali benefici di aumentare la produzione di latte delle mucche, diciamo di un quarto ogni settimana. O che ci fosse un modo migliore per coltivare il riso, che utilizzasse meno acqua e facesse aumentare i raccolti. (...)

Non sono miracoli, sono possibilita' realistiche. Il problema e' che la maggior parte degli agricoltori non le conosce. (...) Questo problema ha colpito Rikin Gandhi, un giovane ingegnere informatico statunitense che lavorava a Bangalore per la Microsoft Research India. Rikin era interessato a capire come gli internet point di campagna potessero essere utilizzati per diffondere conoscenza e informazioni su salute e agricoltura nelle aree isolate. Un collega gli ha suggerito di studiare l'applicazione del modello Digital Study Hall nella Karnataka agricola, e la sua esperienza ha portato alla creazione di Digital Green, una piattaforma per diffondere la conoscenza e influenzare le scelte che ha catturato l'attenzione di molti esperti di sviluppo. (...) Ha scoperto che se faceva dei video di una decina di minuti con agricoltori locali, sia uomini che donne che parlavano della propria esperienza, e li proiettava in presenza di un facilitatore che stimolava una discussione nel gruppo, gli agricoltori si sentivano molto coinvolti. Molti di loro adottavano quelle pratiche. (...) La ricerca portata avanti da Gandhi ha indicato che in quel modo il costo per far utilizzare a un agricoltore una nuova pratica calava dai 38 dollari dell'approccio tradizionale ai 3,70 di quello basato sui video. (...) Oggi la Digital Green ha diversi sostenitori, fra cui la Gates Foundation. (...)

Continuando a raccogliere dati sugli agricoltori e i loro esperimenti in tutto il paese, la Digital Green sara' in grado di porre a molti piu' agricoltori la domanda che e' al centro del cambiamento: Perche' quelle persone hanno fatto cosi'? E perche' non lo facciamo anche noi? [David Bornstein, quotidiano – a cura di agra press (c)]