

Como...fazer o pré-teste de materiais de extensão rural com pequenos agricultores

A realização de pré-testes antes da distribuição dos materiais de extensão rural é um processo importante no desenvolvimento destes materiais. É uma abordagem sistemática para descobrir o que deve ser alterado de forma a tornar a comunicação mais eficiente. O pré-teste pode envolver discussões em grupo ou sessões individuais com os pequenos agricultores. As entrevistas individuais são geralmente mais fáceis de gerir, no entanto, os grupos de discussão permitem conversas de onde se obtém as respostas imediatas de vários membros do grupo. Uma mistura dos dois métodos é a forma de pré-teste mais vantajosa e mais produtiva.

Concepção de pré-testes para materiais desenvolvidos para os pequenos agricultores

Os materiais produzidos sob a forma de cartazes, folhetos, manuais, anúncios de rádio, novelas de rádio, peças de teatro ou filmes podem ser pré-testados. Estes diferentes meios de comunicação podem precisar de pequenos ajustes consoante as questões que pretendem abordar ou a forma como as sessões são estruturadas e apresentadas. Mas, basicamente, o método de execução de pré-testes deverá ser o mesmo para os diferentes materiais.

O pré-teste com os pequenos agricultores pode ser muito simples e objectivo. Mesmo uma pequena amostra do público-alvo pode fornecer informações úteis e válidas. Pré-testar a reacção do grupo-alvo é melhor do que depender somente da reacção da equipa de produção. No entanto, a obtenção de comentários de retorno (*feedback*) dos especialistas internos também é uma parte essencial do pré-teste.

No caso das discussões de grupo com agricultores (às vezes chamados grupos focais), você pode decidir organizar grupos por sexo ou idade, ou por nível de escolaridade. Ter grupos de agricultores com características semelhantes pode criar uma maior paridade entre os indivíduos no grupo e evitar que apenas o agricultor mais confiante domine as discussões ao expressar com mais frequência as suas opiniões. Em outros casos, ter grupos mistos é adequado para permitir que sejam exploradas as diferenças de forma detalhada.

Pré-teste com os especialistas

Antes de despendere recursos com a pré-testagem de materiais no terreno, faz sentido realizar a revisão das matérias com os colegas respeitados no local de trabalho. A revisão pode ser feita em cada uma das várias fases de desenvolvimento da mensagem.

Ao testar o material com os cientistas, pesquisadores ou equipas de campo, você poderá certificar-se de que a informação contida no material é precisa. Além disso, você também pode obter comentários de retorno (*feedback*) dos colegas de extensão rural e de outros parceiros de prestação de serviços sobre a sensibilidade dos materiais de extensão às questões de género, de apresentação

geral, aparência e aceitabilidade dos mesmos. É preciso considerar a questão de que muitas vezes os cientistas fazem pressão para que mais informação seja adicionada. Você precisa equilibrar essa tendência, tendo em conta as necessidades do público-alvo, ao insistir em mensagens claras, directas e orientadas para a acção.

Pré-teste no campo com os pequenos agricultores

Geralmente é melhor testar os materiais com o público-alvo no seu próprio ambiente, ou seja, onde os agricultores se sentem mais confortáveis. O pré-teste pode ser feito individualmente com cada agricultor em locais próximos às suas casas ou noutros ambientes familiares tais como os mercados.

Se você está produzindo materiais para disseminar, é importante que você trabalhe com pequenos agricultores representativos de seu público-alvo. Não poderá incluir os pequenos agricultores que já participam ou estão activamente envolvidos nas actividades piloto, porque eles estarão mais familiarizados com as técnicas e abordagens que você está tentando introduzir. Este grupo de agricultores deverá ser consultado durante a revisão interna dos materiais.

Apresentação do material

Os materiais podem ser apresentados individualmente a cada agricultor ou, em alternativa, a um grupo de agricultores. Deve ser dado tempo suficiente para que os agricultores analisem o material e a informação contida.

Um programa de rádio ou um guião de um filme poderão ser lidos ou apresentados em grupo. Provavelmente, as peças de teatro irão necessitar de uma representação ao vivo. O material impresso, como cartazes e panfletos, pode ser distribuído individualmente ou então colocado em cavaletes “vira-folhas” ou exposto em paredes de corredores de elevada afluência de pessoas de tal forma que elas possam observar o material enquanto circulam. Quando são apresentadas mais do que uma versão para fins de comparação, certifique-se de que todas as versões estão igualmente bem posicionados para observação. Além disso, poderá optar por apresentar os materiais numa sequência diferente aos diferentes grupos, para testar se este factor tem impacto nas suas escolhas.

Tanto quanto possível apresente os materiais impressos num formato o mais próximo possível ao do produto final proposto. O ASHC constatou que os agricultores tem dificuldades em transpôr um uma impressão a preto e branco para a seu formato final em cartaz colorido.

Duração das entrevistas

As entrevistas individuais devem durar cerca 10 minutos. Os grupos focais precisam de 45 a 60 minutos para cobrir todos os assuntos e permitir que todos falem e contribuam na discussão.

Recrutamento

Lembre-se de que não deverá fazer o pré-teste com os pequenos agricultores previamente envolvidos nos ensaios pois estes não serão representativos – estes já estarão conscientes e sensibilizados para as mensagens. Procure encontrar agricultores que ainda não interagiram com os técnicos de campo, mas que são parte típica da audiência alvo.

Considere os níveis de alfabetização e de literacia visual

É importante considerar os níveis de alfabetização e de literacia visual do seu grupo alvo. Os pequenos agricultores são geralmente homens idosos e mulheres – estes grupos tem maior probabilidade de não terem níveis de alfabetização avançados. Além disso, os pequenos agricultores

também são muito menos expostos a materiais visuais, na forma impressa ou audiovisual, que a maioria dos outros grupos. Assim, é importante testar os pressupostos de como os diagramas e imagens irão ser interpretados.

O nível de capacidade de interpretar materiais audiovisual irá determinar a forma como os materiais são apresentados. Pessoas com baixo nível de literacia visual podem ter dificuldade em imaginar alternativas.

Características de base

De forma observar as tendências, você precisa dividir as respostas, com base nas diferentes características de cada audiência. Características tais como o género, idade, educação, nível de alfabetização e rendimento também podem influenciar a forma como as pessoas reagem aos materiais que você está testando.

Outras características como por exemplo a forma de cultivo, incluindo as culturas produzidas e o regime de posse de terra; também podem influenciar. Portanto, pode ser útil tomar nota de a quem pertencem as afirmações feitas, para além de gravar os próprios comentários dos agricultores, de forma a encontrar tendências nas respostas recolhidas.

O que é que o pré-teste mede

Os pré-testes são especificamente concebidos para fornecer a informação necessária à tomada de decisão. Ao decidir que perguntas incluir no seu pré-teste é importante considerar os objectivos específicos do material de comunicação. A revisão ao nível interno deve também fornecer comentários de retorno (feedback), especialmente em áreas estratégicas. Existem seis áreas estratégicas, ou de revisão, listadas abaixo:

- Áreas 1-5 relacionadas com a revisão ao nível interno
- Áreas 2-6 relacionadas com a pré-testagem no campo

Nas caixas abaixo encontra sugestões de perguntas para uso tanto ao nível da revisão interna como na pré-testagem no campo. As perguntas podem ser adaptadas, mas tente usar perguntas abertas de modo a fomentar comentários de retorno (*feedback*) mais informativos, ao invés de perguntas com respostas do tipo sim/não. É também importante garantir que não sejam apresentadas perguntas tendenciosas.

Quando várias abordagens são pré-testadas você precisa decidir qual delas é a mais eficaz. É importante mudar a sequência segundo a qual se apresentam os vários tipos de material aos diferentes grupos. Ao ver dois cartazes idênticos próximos é inevitável que parte do foi aprendido no primeiro cartaz irá influenciar a percepção do segundo. Alterar a ordem de apresentação é importante para avaliar certos critérios tais como a compreensão.

1. Estratégia (somente para revisão a nível interno)

Componente chave da revisão interna com parceiros de disseminação: observar se os materiais se encaixam bem na estratégia de disseminação e se respondem apropriadamente aos objectivos de partilha de informação?

Perguntas da revisão interna:

- Como poderia definir a mensagem central?
- A mensagem é correcta?

- A informação é fidedigna e será ético apresentar desta forma?
- Será esta a melhor abordagem para transmitir a mensagem?
- Será que a mensagem seria mais eficaz se fosse usada uma abordagem completamente diferente?
- Quais os pequenos agricultores que mais provavelmente irão reagir à mensagem? A campanha de divulgação está dentro das actuais prioridades estratégicas?

2. Atrair a atenção

Estas perguntas pretendem testar se mensagem é interessante o suficiente para atrair e prender a atenção dos pequenos agricultores. Se mais de uma mensagem estiver a ser testada, qual das várias mensagens atrai maior atenção?

Perguntas da revisão a nível interno

- A componente de artes gráficas é apropriada para a audiência? Irá prender a atenção das pessoas?

Perguntas no campo

- Existe algo que sobressai de forma particular nesta mensagem?
- Nos materiais apresentados existe algo que você gosta em particular ? Se sim, de que se trata e porquê?
- Nos materiais apresentados existe algo que você não gosta ? Se sim, de que se trata e porquê?

3. Persuasão

Estas perguntas permitem prever o quão provável é a mensagem conseguir convencer a audiência alvo a adoptar o comportamento desejado.

Perguntas da revisão a nível interno

- Existe um mensagem coerente sobre os benefícios que a nova tecnologia irá trazer?

Persuasão

- Qual é a probabilidade de você seguir o conselho que a mensagem dá?
- Que informação adicional você precisa para conseguir implementar a informação contida nos materiais?
- Existe algo na mensagem em que você não acredita, ou que você pensa não ser aplicável à sua situação?

4. Compreensão

Estas perguntas incidem na clareza da informação. A mensagem é percebida de forma clara? A pré-testagem dos aspectos de compreensão deve incidir tanto no texto como nas figuras. Geralmente, as mensagens de extensão para os pequenos agricultores são muito dependentes de ilustrações e imagens para ultrapassar os problemas de analfabetismo. Assim, é necessário testar com o grupo alvo a compreensão do texto e interpretação das imagens

Perguntas da revisão a nível interno

- A mensagem é facilmente compreendida?

Compreensão

- Para que audiência você pensa que o material foi concebido?
- Explique por suas palavras que mensagem é apresentada no material.
- Estes materiais são lhe pessoalmente úteis?
- Se sim, que aspectos lhe são úteis?

5. Aceitabilidade social

A mensagem contém material que seja ofensivo ou desagradável aos padrões locais? A mensagem é credível? Contém algum elemento incomodativo ou irritante, após exposição repetida da mensagem? Se mais do que uma mensagem estiver a ser testada, qual destas é a mais aceite?

Perguntas da revisão a nível interno

- A comunicação contém uma mensagem secundária não intencional que possa ter um efeito negativo, algo que possa ofender a inteligência, integridade ou orgulho da audiência?

Aceitabilidade social

- Existe algo nos materiais que o preocupe ou ofenda?
- Se sim, de que se trata?

6. Auto-reconhecimento (somente para pré-testes no terreno)

A mensagem percebida fornece opções apropriadas para o grupo alvo? Cada agricultor sente que a mensagem é para si ou para outros semelhantes a si? Todos os grupos (homens e mulheres, jovens e adultos) poderão relacionar-se com a mensagem e encontrar utilidade nela? Existem imagens que representam a diversidade nos papéis e responsabilidades de género? Se mais de uma mensagem forem apresentadas, qual das várias alternativas é percebida como a que melhor se direcciona à audiência alvo?

Auto-reconhecimento

- As pessoas que vê nas ilustrações são parecidos consigo, com os seus amigos ou vizinhos?
- Se não, de que forma são diferentes?
- Estas diferenças tem impacto no que sente sobre a validade da mensagem?

E agora?

O pré-teste ajuda a garantir que os materiais serão percebidos e fornecem informação útil e operacional à audiência alvo constituída por pequenos agricultores. Durante o pré-teste, você pode encontrar secções que precisam ser revistas. No outro extremo, você pode descobrir que precisa refazer completamente os materiais e de resolver falhas estruturais na campanha.

Pré-testes que revelem uma reacção negativa forte podem ser desencorajantes. Contudo os esforços empreendidos na produção dos materiais de extensão são significativamente menores que os esforços empreendidos na divulgação da mensagem, por isso se deve investir na produção de materiais o mais claros e acessíveis possível.

Este guia foi concebido para o ajudar a pensar sobre a realização do pré-teste de materiais com pequenos agricultores. O ASHC agradece a M. M Escalada por nos permitir adoptar o seu material e adapta-lo ao contexto da agricultura Africana.