

Como desenhar esforço para combater a Deficiência de Vitamina A Usando a BDPA na Africa Sub-Saariana

A BDPA teve um impacto positivo em muitas comunidades por toda a África, e é uma fonte bem vinda de vitamina A na dieta, que é especialmente apreciada pelas crianças



■ O teatro comunitário pode efetivamente gerar interesse (Foto: J. Low)

Dez passos são fundamentais na concepção de uma intervenção da BDPA bem-sucedida:

1. Entender como a batata-doce se encaixa no actual sistema alimentar. Recolher informações sobre: como a batata-doce se encaixa nos sistemas agrícolas dominantes; a sua importância relativa a outras culturas; a extensão em que é comercializada; os papéis de género na produção, marketing da batata-doce e tomada de decisão; percepções do consumidor e agricultores sobre esta cultura (que pode ser visto como inferior), e o seu status no país ao nível da segurança alimentar e políticas de nutrição.

2. Descubra se já existem variedades adoptadas de BDPA, livres de doença.

- Foram oficialmente lançadas as variedades disponíveis de BDPA? Existe um programa desenvolvimento de novas variedades de BDPA? Como se comparam as variedades de BDPA com as variedades mais populares locais, em termos de rendimento e gosto. Para serem competitivas, as variedades de BDPA devem

comportar-se pelo menos tão bem, como as variedades locais dominantes.

- Se não tiver acontecido a disseminação, de variedades de BDPA competitivas, vão ser necessários 18-24 meses para introduzir e selecionar variedades, antes de iniciar um esforço maior de divulgação. Solicite material para testar a partir do centro de pesquisa nacional ou contacte o Centro Internacional da Batata (CIP).
- Mesmo se houver uma boa variedade de BDPA disseminada, se nunca foi introduzida na área que se pretende trabalhar, investir em uma temporada de estudos no campo é aconselhável no início do projeto.
- Descubra se o programa nacional tem material de base a livre de doença. Setal não acontecer, é necessário construir um componente para obter material "limpo" (que pode demorar até um ano), enquanto se usa o melhor material disponível neste ínterim.

3. Determinar a extensão da deficiência de vitamina A (DVA), como está o conhecimento generalizado do papel da vitamina A e se o combate à DVA e melhorar a nutrição são prioridades para o governo. Obter os dados mais recentes, desde a menor unidade administrativa possível, sobre a prevalência de DVA e as taxas de baixa estatura (desnutrição crônica) entre crianças menores de 5 anos de idade, o grupo com maior risco de DVA. Se constatar que as abordagens baseadas em alimentos no combate à DVA não fazem parte das estratégias existentes, construir um componente de advocacia visando os principais decisores. Se o conhecimento da vitamina A e sua importância é baixa ao nível da comunidade, levar isso em conta na concepção da campanha de educação nutricional. Priorizar distritos de intervenção que têm altas taxas de desnutrição crônica ou DVA e onde a batata doce já é bem conhecida na comunidade.



HarvestPlus lidera um esforço global para a produção de alimentos básicos, ricos em nutrientes com vista a reduzir a fome escondida. HarvestPlus é parte do Programa de Pesquisa em Agricultura para uma Nutrição e Saúde Melhoradas do CIGIAR

4. Decida que estratégia de disseminação faz sentido para o seu ambiente. A batata doce é propagada por ramos que perecem em 2 dias se não cuidadas adequadamente.

Existem duas abordagens de divulgação principais: **1)** multiplicação e disseminação em massa para um grande número de famílias em um determinado dia em um determinado local e **2)** estabelecer multiplicadores treinados de rama de qualidade ao nível da comunidade, de quem agricultores obtenham ramos quando eles estão prontos para o plantio. O primeiro método pode atingir um maior número de famílias mais rapidamente, com menor custo por unidade, mas se não for bem organizado, pode conduzir a uma grande perda de material. O segundo método é o preferido em áreas propensas a secas, onde são necessários mecanismos para manter o acesso ao material de plantio de qualidade uma vez que o projeto é longo. O custo por beneficiário dependerá de factores tais como densidade populacional, qualidade da infra-estrutura e disponibilidade de bom pessoal de extensionista.

5. Entenda a existente conservação da rama e sistemas de troca para decidir como e quando subsidiar a disseminação da rama.

- Saiba como os agricultores conservam as suas ramos durante a estação seca e se os agricultores que não têm ramos compram material. Se as ramos são a ser vendidas, descobrir o preço e volumes típicos comprados
- Estimar o custo de produção da rama. Isso ajuda a determinar quanto custaria o projecto para subsidiar total ou parcialmente a disseminação da rama.
- Para ter impacto na produção, um mínimo de 200 ramos (cerca de 4 kg) deve ser fornecida a cada agrgado familiar.

6. Decida se deseja incluir uma componente de marketing. Normalmente leva 4-5 anos para se construir projetos de marketing de sucesso. Se o tempo é curto (2-3 anos), deve considerar concentrar-se na produção e consumo da BDPA por grupos vulneráveis.

7. Escolha os principais elementos a incluir na campanha de promoção. Desenvolver uma imagem de marca e uma campanha para promover e sensibilizar para a BDPA, aproveitando a cor laranja. Escolha um slogan. Use várias abordagens promocionais para reforçar as principais mensagens – considerar a rádio ou jingles, outdoors, teatro comunitário, músicas e materiais promocionais como

camisetas, dependendo do seu público-alvo e orçamento

8. Basear-se nos materiais existentes no desenvolvimento de mensagens nutricionais e de utilização

- Desenvolver mensagens nutricionais que se concentram em como a BDPA fornece vitamina A e reduz a deficiência entre crianças pequenas e mulheres grávidas e lactantes. Não ter muitas mensagens e mantê-las simples. Enfatizar a importância da diversificação da dieta.
- Verifique com nutricionistas do governo e de ONGs para saber o que outros materiais de treinamento em nutrição estão disponíveis e podem ser facilmente adaptados para atender às suas necessidades específicas. Saiba o que estratégia para mudar comportamentos teve êxito ao nível da comunidade.
- As mensagens de nutrição devem também ser direccionadas aos homens e outros influenciadores das práticas alimentares (líderes comunitários, sogras), dado que desempenham importantes papéis na tomada de decisão na alimentação da criança e cuidados de saúde.

9. Descubra quem são os outros actores na arena da nutrição e agricultura e decida se quer fazer parcerias com os mesmos. Construir programas multi-sectoriais exige trazer diferentes parceiros. Considere se a BDPA pode ser incorporada numa intervenção existente de agricultura ou nutrição / saúde, ou abordá-la como um projeto autónomo. Promotores da aldeia podem ser efetivamente utilizados para ampliar o alcance do pessoal extensionista, mas abrangir mais de 30 pessoas por promotor não é recomendado.

10. Determine o pacote essencial de mensagens agrônômicas, pós-colheita e utilização.

Considere os seguintes tópicos:

- características das novas variedades
- remoção de plantas com sintomas de vírus
- adopção de práticas culturais para controlo do gorgulho
- colheita cuidada para aumentar a vida útil
- conservação e multiplicação da rama
- armazenamento de raízes frescas ou batatas fritas secas
- produzir diversos produtos

O Método Triplo S é uma nova forma de conservar raízes, como uma fonte futura de ramos, que faz sentido quando a estação seca dura mais de 3 meses. Manifestações, ao contrário de palestras, são mais eficazes para convencer os agricultores a mudar.

O Projecto Alcançando Agentes de Mudança (RAC) advoga por um maior investimento na batata-doce de polpa alaranjada, como abordagem baseada em alimentos para combater a deficiência de vitamina A (DVA), sobretudo em crianças menores de cinco anos de idade e suas mães. O RAC também ajuda na criação de capacidade institucional para desenvolver e implementar projectos sensíveis ao género de modo a garantir amplo acesso e utilização de batata-doce de polpa alaranjada em alguns países africanos abrangidos. Os esforços do projecto contribuem para uma mais abrangente Iniciativa da Batata-doce para o Lucro e Saúde (SPHI), esta visa melhorar as vidas de 10 milhões de agregados familiares em África até 2020.

Contactos:

Adiel Mbabu (CIP)
Gestor do Projecto RAC
a.mbabu@cgjar.org

Sonii David (HKI)
Assessor para o género e advocacia
sdavid@hki.org

Jan Low (CIP)
Líder SPHI
j.low@cgjar.org

Anna-Marie Ball
HarvestPlus Uganda
a.ball@cgjar.org
www.harvestplus.org