

Os inquéritos RANAS em Madagáscar e Moçambique revelam a necessidade de estratégias distintas para promover o pagamento pelos serviços de água

Sharmila Moiane, Agostinho Fernando, Dercio Obra, Leonel Albuquerque, Odete Muchanga, Miguel Chuluma, Clementina Castigo, Richard Mahitsy, Rocard Bemazava, Théodule Abdallah, Nicolas Morand, Hervé Sterkers, Elisoa de la Diana, John Brogan, Miriam Harter, Max Friedrich

O comportamento-alvo deste projecto era promover o pagamento pelo acesso à água potável nas fontes melhoradas. Primeiro, realizámos entrevistas qualitativas com informantes-chave para adaptar os questionários RANAS. Segundo, fizemos inquéritos de base quantitativos em 290/388 agregados familiares em Moçambique e Madagáscar, respetivamente. Os resultados revelam que as mentalidades em relação ao pagamento pelos serviços de água são muito distintas em ambos os países: Enquanto em Moçambique, o pagamento é principalmente impulsionado por factores de Norma e Atitude, os factores de Capacidade e Auto-regulação são mais relevantes em Madagáscar. São discutidas neste documento as implicações destas descobertas para adaptar as campanhas de mudança de comportamento e para a programação da mudança de comportamento na Helvetas.

Contexto

A combinação da instalação de fontes de água melhoradas com um esquema de pagamento permite recuperar as taxas dos utilizadores e cobrir os custos de operação e manutenção a longo prazo. A Helvetas tem estado a usar esta abordagem nas províncias de Cabo Delgado e Nampula em Moçambique e na Região de Diana em Madagáscar. Em ambos os contextos, existe uma resistência ao pagamento pelos serviços de água entre os membros da comunidade. A Helvetas e os seus parceiros locais AKHILY e AMASI em Moçambique e HDA em Madagáscar, com o apoio da Ranas LTD, aplicaram a abordagem de Riscos, Atitudes, Normas, Habilidades e Autorregulação (RANAS) para a mudança de comportamento baseada em evidências para influenciar a vontade de pagar pelos serviços de água.

Objectivo

O comportamento-alvo deste projecto era promover o pagamento do acesso à água potável nas fontes de água melhoradas com os objectivos de:

1. Determinar sistematicamente os factores comportamentais que orientam o pagamento pelos serviços de água nos dois países,
2. Propor intervenções que potenciem estes factores para promover o pagamento pelos serviços de água pelos utilizadores.

O que motivou o pagamento pelos serviços de água?

Como primeiro passo, realizámos entrevistas qualitativas com informantes-chave para identificar potenciais factores contextuais e comportamentais em cada país e adaptar os questionários RANAS em conformidade.

Realizámos inquéritos de base quantitativos em 290 agregados familiares na província de Cabo Delgado e Nampula, em Moçambique em Abril/Maio de 2022. Fizemos exercício similar envolvendo 388 agregados familiares na província de Diana, Madagáscar, em Agosto de 2023. Foram recolhidos dados auto-relatados sobre o pagamento dos inquiridos por serviços de água de fontes melhoradas e os factores comportamentais correspondentes.



Entrevista durante a recolha de dados de base do RANAS Moçambique

A comparação entre os que fazem e os que não fazem identificou os factores comportamentais que influenciam o pagamento pelos serviços de água.

Fazedores: indivíduos que declararam pagar pelos serviços de água de fontes melhoradas. Moçambique N=157 (54%); Madagáscar N=235 (61%).

Não pagadores: indivíduos que declararam não pagar pelos serviços de água de fontes melhoradas. Moçambique N=143 (46%); Madagáscar N=153 (39%).

O diagrama seguinte mostra a diferença, para cada país, entre os que fazem e os que não fazem, numa escala de 0 (o

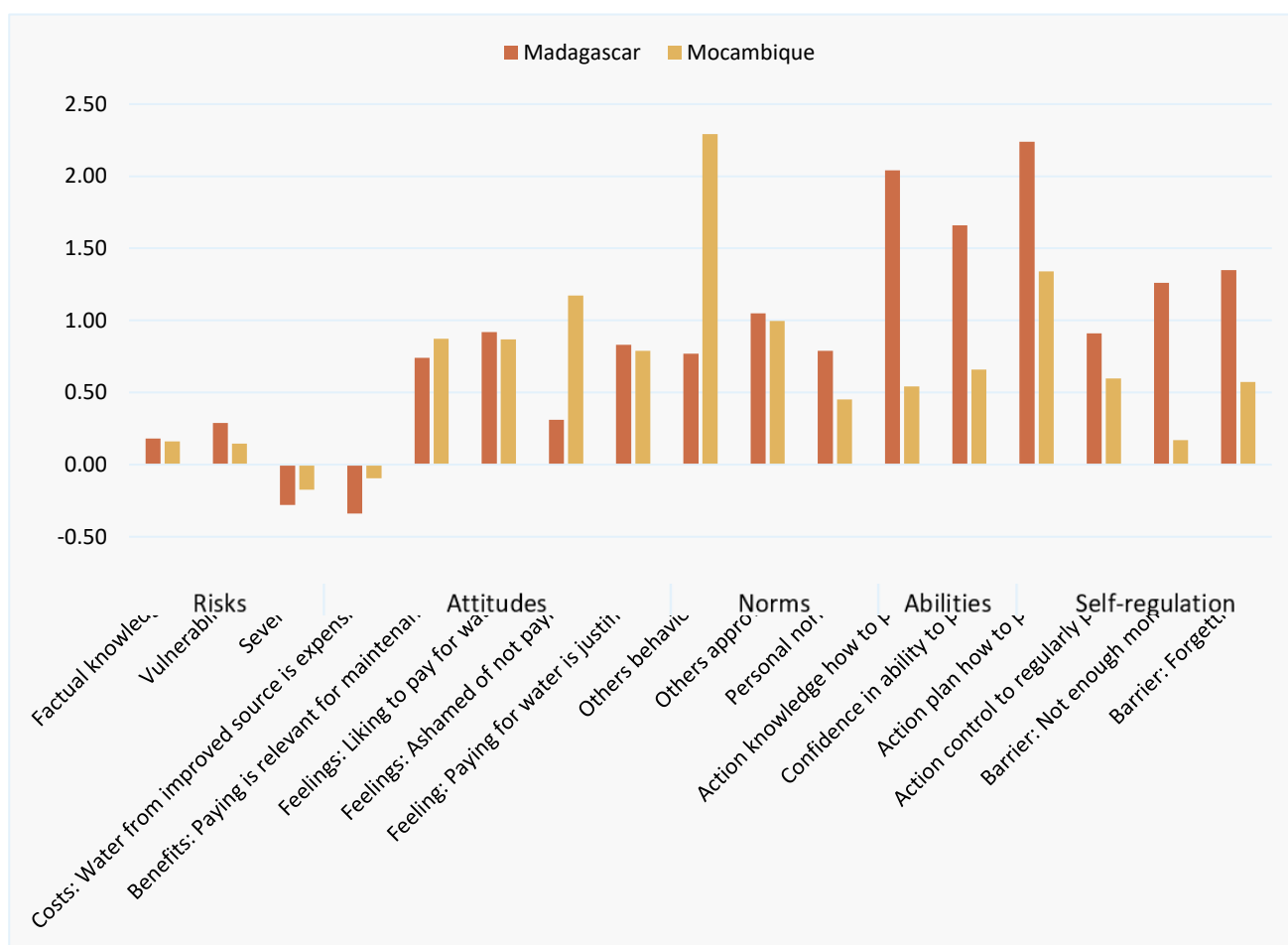
que significa que não há diferença entre os que fazem e os que não fazem) a 4, ou -4, respetivamente, (o que significa a diferença máxima entre os que fazem e os que não fazem).

Os factores de risco não revelaram qualquer diferença importante entre os que pagam e os que não pagam em ambos os países. Isto sugere que as percepções de risco não motivaram as pessoas a pagar pelos serviços de água e, conseqüentemente, abordar as percepções de risco numa campanha de mudança de comportamento não aumentaria o pagamento.

Verificaram-se diferenças significativas nos factores Atitude e Norma em ambos os países, enquanto a vergonha de não pagar pelos serviços de água foi o factor impulsionador do pagamento apenas em Moçambique. Também em

Moçambique, os indivíduos que se aperceberam de que outros pagavam pelos serviços de água tenderam a pagar também pelos serviços.

Os factores Capacidade tiveram uma grande influência nos comportamentos de pagamento em Madagáscar e apenas uma pequena influência em Moçambique. Da mesma forma, a análise dos factores de Autorregulação mostra que não ter dinheiro suficiente e esquecer-se de pagar os serviços de água foram barreiras importantes em Madagáscar, enquanto que quase insignificantes em Moçambique. Por conseguinte, a planificação de como pagar e como ultrapassar as barreiras capacitou fortemente os participantes em Madagáscar e em muito menor grau em Moçambique.



Como é que desenvolvemos as campanhas?

Com base nos factores-chave identificados com a análise do fazedor/não, fazedor, seleccionámos técnicas de mudança de comportamento (BCTs= *behaviour change techniques*) do catálogo de BCTs do RANAS. De acordo com os resultados, a campanha em Moçambique centrou-se principalmente nas BCTs que influenciam os factores Atitude, Norma e Autorregulação. Exemplos de técnicas utilizadas para influenciar as Atitudes incluem a apresentação de relatórios à comunidade sobre a utilização dos fundos recolhidos, a partilha de testemunhos de famílias que têm uma perspetiva positiva sobre o pagamento de serviços e visitas domiciliárias a famílias que não pagam a água para explicar como os pagamentos são utilizados para gerir o serviço. Para influenciar as normas, o projecto reconheceu publicamente, nas reuniões da comunidade, as famílias que pagam, incluindo incentivos relevantes a nível local.

A campanha em Madagáscar centra-se nos factores Capacidade e Autorregulação. No que diz respeito às capacidades, o operador privado responsável pelo serviço promove a compreensão do valor do serviço oferecido, o preço e as formas de pagamento para as famílias. No que diz respeito à Autorregulação, a actividade consiste em estabelecer um diálogo regular entre os prestadores de serviços e os utilizadores dos serviços, a fim de identificar os meios para facilitar os pagamentos e melhorar a qualidade do serviço. Desta forma, as campanhas são adaptadas às diferentes mentalidades de cada país.

Como é que o RANAS influenciou a programação de mudança de comportamento na Helvetas?

As equipas da Helvetas e os seus parceiros têm experimentado que a abordagem RANAS fornece uma compreensão mais abrangente e holística dos factores determinantes para a mudança de comportamento, ao mesmo tempo que cria espaços e condições para os protagonistas locais partilharem as suas experiências de mudança de comportamento.

Os estudos RANAS permitem uma análise mais precisa dos comportamentos das pessoas: podemos ter as nossas próprias hipóteses sobre a razão pela qual as pessoas adoptam ou não adoptam um determinado comportamento, mas confiamos no estudo RANAS para a sua confirmação. Assim, dispomos de dados mais sólidos para tomar decisões

sobre a orientação das actividades. O processo é uma forma de ajudar a ultrapassar as limitações da concentração excessiva no factor Risco e de ir além das técnicas habituais de representação teatral como indutoras de mudança.

“Antes, fazíamos campanhas de sensibilização em massa, reagrupando centenas de pessoas para transmitir mensagens, mas sem grande impacto. Com o RANAS, compreendemos que as interações com as famílias ou com pequenos grupos são mais eficazes e que a forma de transmitir as mensagens era tão importante como a própria mensagem.” **Richard Mahitsy, HDA Madagáscar**

A abordagem RANAS provoca uma mudança na consciência das pessoas que pode levar à alteração do seu comportamento. A investigação e a concepção exigem mais tempo e recursos para i) administrar inquéritos e analisar os dados RANAS e ii) juntamente com os parceiros locais, identificar as principais mensagens a transmitir e escolher as técnicas correctas a utilizar. Tal como no marketing/publicidade, trata-se de conhecer suficientemente bem a nossa população-alvo para descobrir qual a mensagem a transmitir e como.

Conclusão

Embora a recolha e a análise dos dados presentes tenham exigido um esforço e um investimento consideráveis, os conhecimentos obtidos foram cruciais para informar a concepção de estratégias eficazes de mudança de comportamento para cada país. Os resultados revelam que as mentalidades relativamente ao pagamento pelos serviços de água são muito distintas em ambos os países.

A implementação de uma campanha de tamanho único sobrecarregaria os participantes ao visar múltiplos factores comportamentais insignificantes ou ignoraria um potencial significativo para explorar factores decisivos e técnicas de mudança de comportamento relevantes. A Helvetas e os parceiros locais AKHILY e AMASI em Moçambique e a HDA e os provedores de serviços de água em Madagáscar estão a implementar técnicas de mudança de comportamento correspondentes aos factores determinantes e irão realizar inquéritos de acompanhamento para compreender como a análise do *fazedor-não-faz* evoluiu após a implementação.

Mais informações: Informações sobre o modelo RANAS e a abordagem prática, o Catálogo de Técnicas de Mudança de Comportamento e mais fichas de informação sobre a abordagem RANAS podem ser acedidas em www.ranas.ch

Contactos: John.Brogan@helvetas.org, Max.Friedrich@ranas.ch

Favor citar como: Moiane, S. et al. (2024). Ficha de Intervenção: Os inquéritos RANAS em Madagáscar e Moçambique revelam a necessidade de estratégias distintas para promover o pagamento dos serviços de água.