

La ciencia del comportamiento y su impacto sobre los programas para niños pequeños: primeras perspectivas

- ▶ La ciencia del comportamiento se basa en lo que se sabe sobre la “previsible irracionalidad” del ser humano.
- ▶ La ciencia del comportamiento se debería aplicar en programas que fomentan interacciones padre-hijo positivas.
- ▶ La Fundación Bernard van Leer fomenta incorporar metodologías de cambio conductual de eficacia demostrada.

Sam Sternin

Consultor independiente
Ciudad Ho Chi Minh,
Vietnam

En los distintos sectores que componen el campo del desarrollo de la primera infancia (salud, nutrición, educación, desarrollo psicosocial, agua e higiene, protección de los niños, etc.), hay numerosos factores estructurales que afectan a las vidas de los pequeños y sus cuidadores: cuestiones como la infraestructura, las políticas y las leyes, la disponibilidad de los servicios y la tecnología adecuada. Sin embargo, uno de los elementos más determinantes es el comportamiento humano: en particular, el de los familiares, las personas que cuidan a los niños pequeños, los proveedores de servicios y los miembros de la comunidad. En todos los sectores mencionados, los comportamientos positivos encauzan a los niños hacia un desarrollo saludable y productivo, mientras que los negativos pueden tener repercusiones graves.

Los programas en favor de la primera infancia suelen tratar de influir en los comportamientos o mejorarlos para que los niños empiecen sus vidas con buen pie. Así, se fomentan hábitos como seguir los cuidados adecuados antes del parto, adoptar prácticas de crianza positiva o mejorar la nutrición, la higiene y la actividad física. Ciertos programas también intentan reforzar la eficacia de los proveedores de servicios o combatir comportamientos del personal que puedan discriminar a poblaciones marginadas o crear barreras de algún tipo. Muchos se centran en la difusión de información (mediante carteles, folletos, libros, anuncios de radio y televisión, redes sociales y comunicación interpersonal, entre otros canales), pues se supone que una mayor concienciación o un mejor conocimiento se traduce en cambios conductuales.

Por desgracia, tanto la experiencia personal como numerosos estudios rigurosos han demostrado desde hace tiempo que el ser humano no es puramente racional y que la información por sí sola no suele bastar para cambiar los comportamientos a largo plazo. Por ejemplo, todos conocemos médicos o enfermeros que fuman; mucha gente sigue hablando por teléfono mientras conduce aunque conozca los peligros que entraña; y es frecuente que alguien decida ponerse a dieta o hacer ejercicio de forma habitual pero no consiga ser constante. Ninguna de estas conductas aparentemente irracionales se debe principalmente a la falta de información sobre sus riesgos o beneficios.

Ante esta situación, distintas metodologías de cambio conductual han evolucionado para favorecer la adopción de mejores comportamientos. Todas ellas parten de la premisa de que los humanos son previsiblemente irracionales y que los métodos empíricos permiten detectar y abordar un sinfín de factores no racionales que obstaculizan la mejora del comportamiento. A continuación, detallamos cuatro escuelas de la ciencia del comportamiento complementarias, que a veces se superponen entre sí.

- 1 **Comunicaciones de cambios conductuales y sociales (SBCC).** Una amplia gama de teorías y modelos con elementos tomados del marketing y de la ciencia de las comunicaciones, que se suele utilizar sobre todo en la sanidad pública¹. Por lo general, tratan de influir en los conocimientos, las actitudes y las normas sociales mediante mensajes motivacionales probados y validados con rigor, transmitidos por varios canales que se refuerzan entre sí.
- 2 **Métodos participativos.** La tesis de estos modelos es que aquellas personas cuyos comportamientos deben cambiar tienen que ser agentes proactivos y conscientes en el proceso de cambio, no meros destinatarios pasivos de la comunicación. Entre los enfoques participativos, podemos mencionar la investigación de acción participativa (PAR)² y la desviación positiva (PD)³. Todos ellos aprovechan el poder de la acción colectiva y las normas sociales para impulsar cambios a escala individual, familiar y comunitaria.
- 3 **Métodos de diseño** tomados del mundo de la arquitectura, el urbanismo y el diseño industrial. Inicialmente la idea de base era que las características y la disposición física de los espacios y los objetos influyen en los comportamientos de los usuarios. En los últimos años, el concepto de “diseño centrado en el ser humano” (HCD)⁴ se ha ampliado para englobar elementos de las SBCC y los métodos participativos.
- 4 **Economía conductual**, una disciplina más reciente surgida en el campo de la economía y la psicología, que popularizaron Thaler (2009) y Kahneman (2013) entre otros y se concentra en los sesgos cognitivos universales que dan forma al razonamiento humano. Recurre a instrumentos como las opciones predeterminadas, los recordatorios y otros acicates para superar o aprovechar los sesgos cognitivos y fomentar así mejores comportamientos.⁵

“Distintas metodologías de cambio conductual han evolucionado para favorecer la adopción de mejores comportamientos.”

A principios de 2018, la Fundación Bernard van Leer encargó una evaluación sobre el modo en que sus contrapartes de todo el mundo utilizaban estos métodos. El estudio, que abarcaba entrevistas y revisión de documentación, reveló que varias contrapartes ya utilizaban algunas de las disciplinas mencionadas. Sin embargo, la mayoría de ellas no realizaban sistemáticamente ciertas prácticas esenciales, como los análisis de obstáculos conductuales, la segmentación demográfica y psicográfica, la prueba previa de mensajes e intervenciones, y la supervisión y evaluación de las intervenciones de modificación del comportamiento.

Casi ninguna entidad utilizaba más de uno de los métodos expuestos, y muchas seguían invirtiendo gran cantidad de recursos en divulgar información sobre comportamientos “buenos” y “malos”. Si bien la experiencia demostraba claramente que muchos de estos programas brindaban efectos positivos en los

- 1 En la sección “SBCC Online Learning” del sitio web de Health Communication Capacity Collaborative hay información técnica más detallada y ejemplos.
- 2 El sitio web Participatory Action Research & Organizational Change contiene definiciones de PAR y bibliografía relacionada.
- 3 En Positive Deviance Initiative (online) hay una descripción, instrumentos metodológicos y casos prácticos globales.
- 4 En IDEO.org hay una descripción y más recursos.
- 5 En Center for Advanced Hindsight (online) hay fichas con una lista de sesgos cognitivos y ejemplos de intervenciones ideadas para abordarlos o aprovecharlos.



VAMOS USAR O PENSAMENTO

- Vamos falar bonito!
- Vamos sorrir ao ler!
- Vamos usar o gesto!
- Vamos cantar!

VAMOS USAR O PENSAMENTO



Infantil

Foto: Jon Spaul/Fundación Bernard van Leer

comportamientos, en general no era posible obtener respuestas empíricas sobre qué personas cambiaban (o no) de comportamiento, ni sobre cómo se podían mejorar las actividades o los mensajes para lograr efectos más contundentes y constantes en las conductas.

Ahora la Fundación ha lanzado una iniciativa para capacitar a sus contrapartes de modo que integren mejor la ciencia del comportamiento en su trabajo. En colaboración con el Centro de Programas de Comunicación (CCP) de la Universidad Johns Hopkins y el Centro Busara de Economía Conductual, en otoño de 2018 la Fundación organizó talleres en Estambul y Lima para estudiar las posibilidades que brindaban los métodos conductuales con vistas a mejorar el impacto de las contrapartes. Según los debates entablados en aquella ocasión, en 2019 el Centro Busara y el CCP favorecerán la integración de la ciencia del comportamiento en una serie de iniciativas en curso, como las siguientes:

- mejora de las prácticas sanitarias antes y después del parto entre las poblaciones vulnerables de los Países Bajos
- trabajo con las ciudades Urban95 de Perú, Colombia e Israel para afrontar obstáculos conductuales, como la violencia, los residuos sólidos y otros problemas que limitan el uso de los espacios públicos por parte de los menores de 5 años y quienes los cuidan
- fomento de prácticas de crianza y alimentación positivas en programas de salud y de educación para padres, tanto gubernamentales como no gubernamentales, en Costa de Marfil e Israel
- aumento del uso de la baja de paternidad y fomento de comportamientos positivos en los padres durante dicho periodo, con las contrapartes de los Países Bajos y Brasil
- mejora de la eficacia del trabajo encaminado a modificar comportamientos que se lleva a cabo en programas de visitas domiciliarias de Perú y Brasil.

En todos los programas, se hará hincapié en la supervisión y la evaluación para analizar la eficacia de estas intervenciones, y se prevé contar con los primeros resultados en los próximos 9-12 meses. Se invertirá en la capacitación de las contrapartes para reducir la necesidad de asistencia técnica externa a medio plazo. Por último, la Fundación seguirá buscando formas de ampliar este trabajo con más donatarios, contrapartes, donantes e iniciativas del campo del desarrollo de la primera infancia.

➔ [Para la versión en línea de este artículo: espacioparalainfancia.online/2019-25](https://espacioparalainfancia.online/2019-25)

REFERENCIAS

Center for Advanced Hindsight. (Online). Resources. Disponible en: <http://advanced-hindsight.com/resources/> (último acceso en febrero de 2019).

Health Communication Capacity Collaborative. (Online). SBCC Online Learning. Disponible en: <https://healthcommcapacity.org/health-communication/sbcc-online-courses-2/> (último acceso en febrero de 2019).

IDEO.org. (Online). Human-centred design sits at the intersection of empathy and creativity. Disponible en: <https://www.ideo.org/approach> (último acceso en febrero de 2019).

Kahneman, D. (2013). *Thinking, Fast and Slow*. Nueva York: Farrar, Straus y Giroux.

Participatory Action Research & Organizational Change. (Online). What is PAR? – Defining PAR. Disponible en: <https://participation.wordpress.com/whatpar/defining-par/> (último acceso en febrero de 2019).

Positive Deviance Initiative. (Online). What is Positive Deviance? y sección Resources. Disponible en: <https://positivedeviance.org/> (último acceso en febrero de 2019).

Thaler, H. R. y Sunstein, C. R. (2009). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Nueva York: Penguin Group.