

Fomento de la lectura en familia en Jordania

Pruebas con un chatbot que envía mensajes basados en la conducta para potenciar la alfabetización en lengua árabe



Dima Masri

Especialista en
investigación y diseño

Bassem Saad

Director ejecutivo

Nour Alawamleh

Responsable de
implementación de programas

Queen Rania Foundation for Education and
Development, Amán (Jordania)

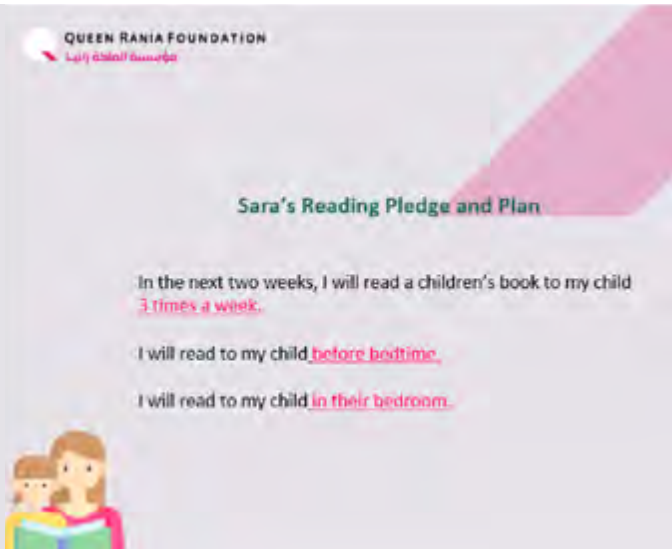


La Queen Rania Foundation (QRF) está preparando una campaña nacional en Jordania para fomentar cambios de comportamiento que lleven a una mayor implicación parental en actividades de alfabetización temprana. El programa consta de un componente basado en el envío de mensajes y una serie de intervenciones que integran las ciencias del comportamiento. Recientemente hemos probado un chatbot que anima a las madres a leer a sus hijos e hijas y hemos sacado conclusiones útiles para diseñar la campaña nacional.

Como muchos otros países árabes, Jordania tiene grandes problemas de alfabetización. Según las evaluaciones internacionales realizadas, desde la primera infancia hasta la enseñanza secundaria son habituales las deficiencias en la comprensión lectora (Banco Mundial, 2021). Es crucial desarrollar la alfabetización a una edad temprana, pues de ello depende todo el aprendizaje. Sin embargo, en Jordania la enseñanza no es obligatoria durante la primera infancia: solo el 2 % de los niños y niñas de hasta 4 años están escolarizados, mientras que la tasa sube al 5 % en la franja de edad de 4 y 5 años, y al 63 % entre la población de 5 y 6 años.

Se ha observado que el 88 % de los y las menores de 6 años en Jordania pasa la mayoría del tiempo con su madre (O'Donnell Weber y otros, 2021), así que es esencial crear entornos de aprendizaje en el hogar que faciliten la alfabetización.

En una encuesta nacional para conocer mejor los comportamientos parentales existentes en el país (*ibidem*), únicamente el 6,3 % de las madres declaró haber leído a sus hijos o hijas en los últimos tres días,



y tan solo el 0,3 % aseguró que lo hacía de forma habitual. En la mayoría de las familias con menores de 6 años, no se habían adoptado, en los tres días previos a la encuesta, comportamientos como cantar o conversar, que fomentan la alfabetización. No obstante, el estudio también ha revelado que las madres valoran la educación y quieren lo mejor para sus hijos e hijas (*ibidem*). En palabras de Um Fursan, madre de un niño de 4 años: «Lo que quiero es que tenga la oportunidad de aprender». Mohammad, padre de dos hijos, dice que quiere que tengan éxito, estudien y les vaya mejor que a él en la vida.

Uso de un chatbot para que las familias se comprometan a adoptar nuevos comportamientos

En el estudio inicial empezamos a detectar factores que dificultaban o facilitaban la implicación de las familias en actividades de alfabetización temprana. Después, mediante sesiones de observación, estudiamos más a fondo las rutinas y los entornos domésticos, y sugerimos posibles soluciones al principal obstáculo detectado: la percepción de falta de tiempo.

Sabemos que es clave integrar los nuevos comportamientos en la rutina existente y, según las ciencias del comportamiento, es más probable que adoptemos un hábito si nos fijamos un objetivo claro y nos comprometemos a cumplirlo, así que diseñamos un programa con un plan de implementación personalizado en el que las madres

← Ejemplo de promesa

deciden de antemano cuándo, dónde y con qué frecuencia leer.

Para probar con rapidez esta intervención experimental, nos pusimos en contacto con familias que ya participaban en nuestro programa de orientación parental, que se dirige solo a las madres y se empezó a ejecutar de forma virtual después de la pandemia. Decidimos utilizar un chatbot¹ ([se puede probar aquí](#)), pues se trata de una solución escalable y flexible que permite a las madres actuar cuando mejor les venga. Las invitamos a sumarse a un nuevo programa de lectura en casa de dos semanas de duración. La idea no podía ser más sencilla: cada vez que la madre leyese a su hijo o hija, debía enviar un mensaje por Facebook Messenger con el título o una foto del libro.

«Es más probable que adoptemos un hábito si nos fijamos un objetivo claro y nos comprometemos a cumplirlo».

Dividimos a las madres que habían mostrado interés en dos grupos: uno de control y otro para probar la intervención. Pedimos a todas ellas que compartiesen los títulos o fotos de los libros que leían. Las del grupo de intervención, además, tenían que especificar de antemano con qué frecuencia, a qué hora y dónde iban a leer a su hijo o hija durante las dos semanas siguientes, y se generaba una promesa virtual personalizada con sus respuestas.

Constatamos que la intervención de este modo no era eficaz. Al final del programa, un 60 % de las madres del grupo de control que respondieron a nuestra encuesta declaró haber leído al menos un libro durante las últimas dos semanas, mientras que el porcentaje en el grupo tratado fue del 58 %.

¹ Hay una versión de demostración del chatbot en <https://qrf.eflow.app/embed>

Solo el 17 % de las que habían hecho la promesa la habían respetado. Como esta intervención se llevó a cabo con pocas madres, los resultados se deben interpretar con cautela. Tenemos que investigar más y descubrir qué factores ayudaron a algunas madres y cuáles generaron obstáculos para otras. Por ejemplo, algunas no sabían dónde encontrar lecturas adecuadas para la edad de sus hijos e hijas, así que tal vez sea buena idea regalar libros en futuros programas. También conviene analizar la utilidad de los recordatorios y su frecuencia ideal.

Conclusiones sobre las intervenciones automatizadas

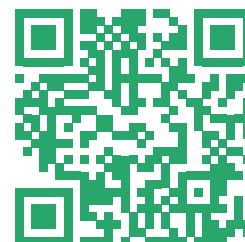
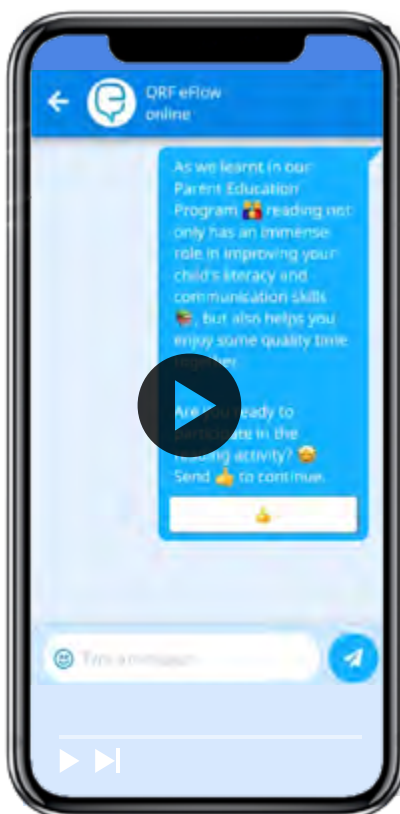
Este pequeño experimento ha sido revelador para el diseño y la implementación de intervenciones basadas en las ciencias del comportamiento y ejecutadas con soluciones tecnológicas. Hemos utilizado [eFlow](https://www.eflow.app/),²

una plataforma educativa en la nube con un chatbot interactivo que funciona en WhatsApp y Facebook Messenger, la cual nos ayudó a:

- programar distintos mensajes y recordatorios para los dos grupos de participantes;
- generar automáticamente promesas personalizadas;
- llevar un seguimiento de la actividad de las madres con chats individuales, y analizar los datos.

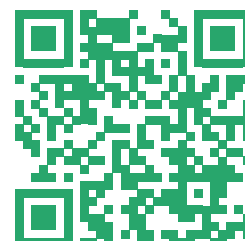
«Las intervenciones virtuales podrían tener inconvenientes. Tal vez el riesgo de abandono sea mayor, pues es más difícil implicar a la gente».

² Más información sobre la aplicación eFlow en <https://www.eflow.app/>



↑ Escanee el código QR para obtener una versión de demostración del chatbot

↓ Escanee el código QR para ver el vídeo



Sin embargo, también hemos aprendido que las intervenciones virtuales tienen posibles inconvenientes. Puede ser más difícil implicar a las personas virtualmente que cara a cara, lo que aumenta el riesgo de que abandonen, sobre todo teniendo en cuenta que las tasas de finalización de los programas en línea tienden a ser bajas (Onah y otros, 2014). También sería interesante estudiar si las madres cumplirían un compromiso si se imprimiera en papel y se les pidiera que lo firmaran, en lugar de que el compromiso se generara únicamente de forma virtual, ya que algunas pruebas sugieren que los compromisos virtuales generan un menor nivel de implicación emocional (Chou y otros, 2020).

Dado que las intervenciones virtuales minimizan los costes logísticos, como el transporte, permiten llegar a miles de madres, una ventaja potencial que justifica nuevos experimentos. La QRF tiene previsto trabajar con colaboradores expertos en las ciencias del comportamiento y en la primera infancia para llevar a cabo nuevas investigaciones y aplicar lo aprendido a una campaña nacional plurianual de cambio de comportamiento, cuya fase piloto comenzará en 2023.

➤ Este artículo está disponible en [espacioparalainfancia.online/2022-14](https://www.espacioparalainfancia.online/2022-14)

Bibliografía

Banco Mundial. (2021). *Jordan Learning Poverty Brief*. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/403191624871019778/pdf/Jordan-Learning-Poverty-Brief-2021.pdf>

Chou, E. Y., Hsu, D. Y., & Hennon, E. (2020). From slacktivism to activism: Improving the commitment power of e-pledges for prosocial causes. *PLoS One*, 15(4): e0231314. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231314>

O'Donnell Weber, N., Del Vecchio, D., Comings, J., Brancel, M., Tobin, M., Hua, H., Masri, D., & Ghawi, G. (2021). *Parental Behavior in the Early Years*. https://www.qrf.org/sites/default/files/2022-07/parenting_study.pdf

Onah, D., Sinclair, J., & Boyatt, R. (2014). Dropout rates of massive open online courses: Behavioural patterns. *Proceedings of the 6th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN14)*, Barcelona. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2402.0009>