

- *Educación. Una campaña en Holanda asume que las diferencias entre chicos y chicas son naturales. (septiembre 2017).*

EDUCACIÓN

Las diferencias entre niños y niñas son naturales Una campaña en Holanda (septiembre de 2017)

La campaña asume que las diferencias entre niños y niñas son naturales

- *Dejad a los chicos ser chicos: vídeo de sensibilización rompe el discurso de la ideología de género*



Los chicos tienen su propia forma de jugar y coartarla les perjudica: es el mensaje, hoy revolucionario, de la campaña.

Carmelo López-Arias / ReL

27 septiembre 2017

-Una **campaña de sensibilización** en Holanda alerta de un problema real: el alto nivel de **fracaso escolar de los chicos en comparación con las chicas**, y la mayor atención e impulso que ellas reciben en el ámbito educativo, con descuido de sus compañeros masculinos, cuyo rendimiento es significativamente peor.

-Si señalar este hecho supone ya posicionarse **contra la corriente cultural dominante**, aún es más osado el vídeo que apoya la campaña. En él se parte de la base de las **diferencias naturales entre niños y niñas** para proponer que no se coarte en exceso la necesaria expansión que los chicos necesitan para descubrir el mundo a su modo.

-Un vídeo emblemático de la campaña: un golpe a la ideología de género.

La campaña es obra de **SIRE** [Stichting Ideële Reclame, Fundación para una Buena Publicidad], una fundación creada en 1967 en el ámbito de la industria de la comunicación e inspirada en el **American Advertising Council**. Su finalidad es despertar en la sociedad holandesa el interés sobre **cuestiones importantes de la vida en común que pasan desapercibidas**.

-"Los niños y las niñas son iguales, pero no son lo mismo", sostiene la campaña:

"Los educadores holandeses perdemos a veces de vista que **los chicos se desarrollan y aprenden de forma diferente a las chicas**. En general, los educadores esperan que los chicos se comporten tranquilamente, escuchen con atención y permanezcan sentados. Sin embargo, los chicos aprenden mejor **descubriendo, experimentando, asumiendo riesgos**. En los últimos años los educadores apreciamos poco el comportamiento de los chicos. Los chicos entonces bajan el ritmo y frenan su desarrollo. Hay opiniones científicas divergentes sobre si las diferencias entre chicos y chicas son innatas o adquiridas en la educación. Sin embargo, todos coinciden en que debería prestarse atención a este problema. SIRE quiere preguntar a todos los educadores holandeses sobre su comportamiento con los chicos, para que los chicos consigan el espacio suficiente para desarrollarse en la forma conveniente para ellos. Los Vaqueros Indestructibles de SIRE, los niños conseguirán el espacio para aprender experimentando".



-La alusión a los **Vaqueros Indestructibles** es el motivo publicitario que expresa la idea contraria a que el temor a unos "vaqueros rotos" sirva de excusa para limitar la forma expansiva de jugar y comportarse de los chicos.

Los padres reconocen el problema

Los datos que ofrece la campaña **son claros**:

- los chicos reciben tres veces más **reprimendas** que las chicas por el mismo comportamiento;
- hay el triple de chicos que de chicas en la atención a la diversidad por **problemas de aprendizaje o comportamiento**;
- el trastorno por **déficit de atención** e hiperactividad se diagnostica cuatro veces más en chicos que en chicas y se medica cinco veces más;

Además, SIRE ha comprobado [la preocupación de los padres o madres con hijos varones ante esta cuestión](#):

-el 44% reconoce que actualmente el "**comportamiento de chico**" está reprimido en la sociedad;



-el 56% reconoce que los chicos no dispone de **espacio suficiente** para desarrollarse de forma conveniente;

-el 45% reconoce que se enfrentan a estos problemas en su relación cotidiana con ellos;

-el 76% opina que debería prestarse **mayor atención** a este asunto.

-No se trata, y el vídeo lo expresa claramente, de que los chicos no deban tener normas de comportamiento y educación, sino de que, si se les cortan las alas en exceso en su forma de manifestarse o al jugar conforme a su sexo, "se retraen, **reducen su autoestima**, su actitud cambia a 'haga lo que haga, da igual', pierden la concentración con mayor velocidad, reducen su motivación y disminuye su rendimiento escolar".

-En apoyo de la campaña, SIRE ha recabado la [opinión de varios profesores y expertos](#), los doctores [Angela Crott](#) (Historia), [Lauk Woltring](#) (Investigación del Desarrollo), [Louis Tavecchio](#) (Pedagogía), [Mark van Vugt](#) (Psicología Evolutiva) y [Jens van Tricht](#) (Emancipación).

Los ideólogos de género, incómodos ante la realidad

-**Lucy van der Helm**, directora de SIRE, ha defendido en [radio](#) y [televisión](#) esta campaña, a la que los ideólogos de género reprocharon que mantiene "**estereotipos**" que ellos, frente a los datos científicos y la experiencia

universal de cualquier padre o educador, consideran de origen cultural y no natural.



Lucy van der Helm, durante una entrevista en RTL en julio pasado, donde defendió la campaña ante las acusaciones de los ideólogos de género.

-Van der Helm sostuvo en diversas intervenciones que los chicos y las chicas **son distintos, se manifiestan de forma distinta y necesitan una atención distinta** en su distinto desarrollo psicofísico. La campaña pretende que los profesores holandeses se interrogan a sí mismos sobre ello. Y puso como ejemplo la imagen simbólica que cierra el anuncio: un niño subiendo a un árbol. Sin invitar a la imprudencia, el alarido de felicidad del niño ante la **experiencia de la emoción y el triunfo** expresa la idea de la campaña con la misma fuerza que sus Vaqueros Indestructibles.