



Nota informativa

Con motivo del estreno en cines de la película “La Saga Crepúsculo: Amanecer Parte 2”

Carrefour y la Saga Crepúsculo impulsan junto a Down España el proyecto educativo “H@z Tic Down”

- **Esta iniciativa de la Fundación Solidaridad Carrefour pretende dotar de equipamiento tecnológico a diferentes organizaciones de familias y personas con síndrome de Down**
- **Niños y jóvenes se beneficiarán de una nueva metodología de enseñanza que facilitará su acceso a la educación**

(Madrid, 16 de noviembre de 2012).- Con motivo del estreno en cines de la última entrega de la Saga Crepúsculo, Amanecer Parte 2, Carrefour pone a la venta en exclusiva, a partir del 21 de noviembre en todos sus hipermercados, la **Pulsera Solidaria Amanecer**, con la que colaborar en el proyecto educativo “H@z Tic Down”. Esta iniciativa de Down España y Fundación Solidaridad Carrefour está destinada a recaudar fondos para dotar de recursos educativos y material específico a diferentes organizaciones de familias y personas con este tipo de discapacidad intelectual.

El precio de las pulseras solidarias Amanecer es de 2 euros, de los que la Fundación Solidaridad Carrefour destinará uno a la financiación de este programa educativo que facilitará el acceso a la educación de niños y jóvenes con síndrome de Down.

El principal objetivo de “H@z Tic Down” es crear aulas educativas en distintas entidades integradas en la Red de Educación de Down España e incorporar a ellas herramientas y recursos tecnológicos de Infantil y Primaria, adaptados a las necesidades de aprendizaje de alumnos con síndrome de Down.

Estos alumnos se beneficiarán de una nueva metodología de enseñanza a través de Pizarras Digitales Interactivas (PDI), además de poder acceder a recursos educativos y material específico adaptado en formato digital. Las pizarras digitales constituyen una nueva herramienta educativa que favorece un aprendizaje más dinámico, atractivo y personalizado, y que pone a disposición del profesorado más recursos para renovar sus metodologías y tratar la diversidad.

Según Down España, con los alumnos con esta discapacidad intelectual es recomendable utilizar lo menos posible las exposiciones orales y largas, procurando reemplazarlas por estrategias didácticas más instrumentales y prácticas.

Las nuevas tecnologías han demostrado tener un gran potencial para el aprendizaje y la inclusión social de las personas con síndrome de Down, sobre todo si se tienen en cuenta algunas características psicológicas y de aprendizaje propias de las personas con discapacidad intelectual.

El aprendizaje digital incrementa la capacidad de almacenamiento y procesamiento de información de los alumnos, posibilita una mejor comprensión de lo abstracto, fomenta la reflexión y permite corregir trastornos del lenguaje, además de reforzar la visión, la audición y la coordinación motriz del niño, entre otras ventajas.

Down España agrupa a 83 instituciones de síndrome de Down de toda España, siendo la organización de referencia del síndrome de Down en nuestro país. Desde hace más de 20 años, trabaja con el objetivo de asegurar la autonomía para la vida del colectivo. A través de sus programas y publicaciones de Atención Temprana, Salud, Educación, Empleo y Vida Independiente, ofrece apoyo a la persona con síndrome de Down en todas las áreas de su ciclo vital, consiguiendo su plena integración en la sociedad.

La **Fundación Solidaridad Carrefour** coordina todos los programas que desarrolla el Grupo Carrefour en materia de acción social en España. Apoya especialmente los proyectos en beneficio de la infancia desfavorecida, de la integración laboral de personas con discapacidad o en riesgo de exclusión, y promueve la participación de los empleados del Grupo en las iniciativas sociales.

TEMA: Carrefour y la Saga Crepúsculo impulsan junto a Down España el proyecto educativo “H@z Tic Down”

Contacto:

Virginia Carretero: 91 545 01 97 / vcarretero@servimedia.net

Elena Barrena: 91 545 01 83 / 619 259 347; ebarrena@servimedia.net

Comunicación externa de Carrefour: 91 333 12 40 / 50 prensa.es@carrefour.com