

DOWN ESPAÑA presenta su nueva campaña a favor de la educación inclusiva de los niños con síndrome de Down

Fuente: Agencias

"La única educación posible es la inclusiva": Mateo San Segundo, presidente de DOWN ESPAÑA

Campaña "¿Quién es quién?" de DOWN ESPAÑA por la educación incl...



Hoy se ha presentado en Madrid la nueva campaña '¿Quién es Quién?' de DOWN ESPAÑA, cuyo objetivo es impulsar la educación inclusiva en nuestro país. Se trata de una campaña muy emotiva con la que la Federación quiere alertar sobre la necesidad de mejorar la educación de los niños con síndrome de Down en los colegios ordinarios. Muchos de ellos están siendo derivados a centros de educación especial o acuden a colegios donde no reciben los apoyos que necesitan, siendo vulnerado así su derecho a una plena inclusión en la sociedad, recogido en la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad de la ONU (ratificada por España en 2008).

El acto de presentación ha tenido lugar en el Colegio Cardenal Spínola de Madrid, un centro educativo pionero en el modelo de educación inclusiva que acoge a niños con síndrome de Down en los diferentes niveles educativos. Al mismo han acudido el presidente de DOWN ESPAÑA, Mateo San Segundo, el director general de Fundación ONCE, José Luis Martínez Donoso, el director del Colegio Cardenal Spínola, Iván Benito y el director creativo ejecutivo de la agencia Tiempo BBDO, Tomás Ferrándiz.

Según ha explicado Mateo San Segundo durante la presentación, la campaña 'Quién es Quién' así como el resto de acciones que se llevan a cabo en toda España para impulsar la educación inclusiva son realmente fundamentales, pues "sin una educación de este tipo no es posible un futuro inclusivo para las personas con síndrome de Down". "Cualquier educación debe ser inclusiva, si no, no es educación", ha añadido.

En la misma línea, Martínez Donoso ha explicado cómo las personas con discapacidad continúan enfrentándose a barreras que hacen que la inclusión sea un camino largo, pero necesario. "La inclusión no es un camino fácil, pero hay que seguir trabajando. Nosotros llevamos toda la vida apostando por la inclusión en todos los ámbitos: deporte, educación.", ha apuntado el presidente de Fundación ONCE.

Por su parte, el director del centro en el que se rodó la campaña ha asegurado que "la educación inclusiva está dentro del ideario del Colegio Cardenal Spínola, pues se basa en avales científicos". "Los mejores profesionales en educación avalan este modelo y los innumerables beneficios de este aprendizaje heterogéneo. No existen alumnos con necesidades, sino colegios con barreras. Hay que eliminarlas. Los colegios tenemos que adaptarnos a los alumnos que tenemos y no al revés", ha explicado.

"La inclusión es un derecho de todos los niños"

El director creativo ejecutivo de la agencia que ha producido el spot de la campaña, Tomás Ferrándiz, ha agradecido la oportunidad de trabajar para hacer llegar un mensaje tan necesario "del que todos podemos aprender". "Todos sabemos los beneficios que la educación inclusiva tiene para los niños con síndrome de Down, pero esta campaña nos enseñado también lo que este modelo aporta al resto de niños, a sus maestros y al centro educativo en general", ha destacado.

Por otro lado, el presidente de DOWN ESPAÑA ha hecho público el "Decálogo por una educación inclusiva de DOWN ESPAÑA", un documento que sienta las bases de una educación para todos y en el que se recogen las demandas de la Federación en este ámbito. Este decálogo reconoce que la educación inclusiva es un derecho y pide una educación para todos en la que nadie quede fuera, una educación que cree sociedades inclusivas de calidad, que permita que

todos progresen. Una educación en positivo que enseñe valores y sea flexible, que prepare para la vida y permita la mejora constante de los centros y su profesorado.

DOWN ESPAÑA espera que la enorme emotividad del mensaje consiga que éste se haga viral, como ha ocurrido con campañas anteriores. El spot se completa con diferentes acciones dirigidas a la sociedad para mejorar la inclusión educativa de los niños con síndrome de Down, como exposiciones temporales en toda España y la edición de un libro realizado con la colaboración de Penguin Random House Grupo Editorial. La publicación, que verá la luz durante el primer trimestre del próximo año, contendrá los dibujos realizados por niños de 8 colegios de: Madrid, Huesca, Sevilla, Écija, Valdepeñas, Ciudad Real, Lleida y Valladolid.

La campaña cuenta con la colaboración de cerca de 50 televisiones nacionales, autonómicas y locales: TVE1, La 2, Tele5, Antena 3, FDF, Cuatro, Divinity, Energy, BeMad, Telemadrid, Blaze, Castilla La Mancha TV, Canal Extremadura, Lleida TV, Ceuta TV, RTV Canarias, RTCyL, 13 TV, RTV Murcia, Europa Press, EFE TV, Net TV Vocento, Canal 8 Jerez, 7 TV, Correo TV, TV Ferrol, Levante TV, Canal Rías Baixas, IB TV Mallorca, Aragón TV, PTV Córdoba, Canal Málaga, Antequera TV, Calamocha TV, la Tele TV, TV Local Graus, Canal 4 TV, Televisió D´Eivissa I Formentera, Popular TV, Onda Jerez, Soria TV, Localia Televisión, Huesca TV, Teleminho y Canal 25.





Alamo Networks S.L. © 2008-2019 Todos los derechos reservados
© Murcia.com es un portal independiente, sin dependencia de organismos oficiales
C, Álamo 8 30850 Totana (Murcia) España