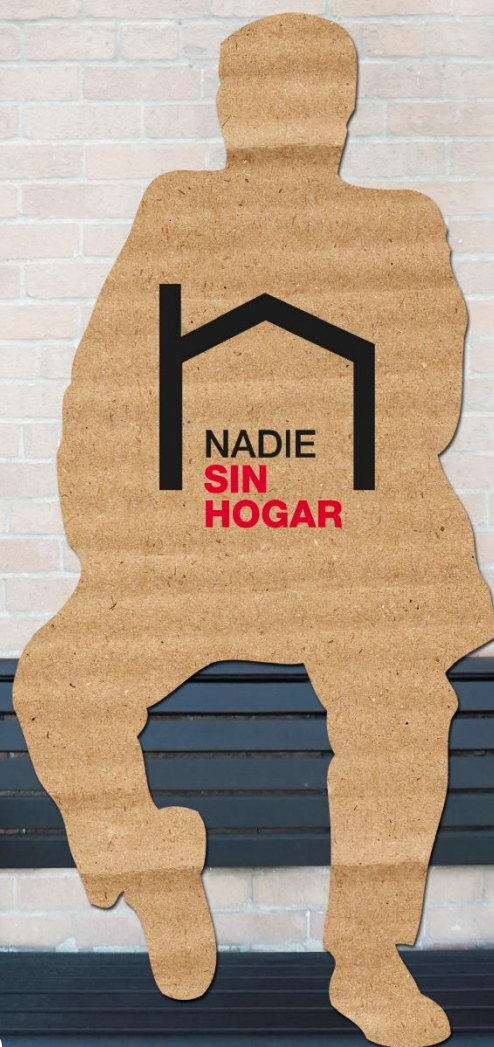


HAZME VISIBLE

**POR DIGNIDAD.
NADIE SIN HOGAR**

CAMPAÑA DE PERSONAS SIN HOGAR
27 DE NOVIEMBRE 2016



GUÍA DE CAMPAÑA

Organiza:



Entidades
colaboradoras:



GUÍA DE CAMPAÑA 2016

"POR DIGNIDAD. NADIE SIN HOGAR"

"Porque el ejercicio universal de la dignidad humana es posible, estamos llamados a vivir con una mirada alternativa, creadora, que es capaz de hacer posible lo imposible¹".

INTRODUCCIÓN

Llevamos ya 24 años de Campaña "Nadie Sin Hogar". 24 años transmitiendo un mensaje de dignidad, de derechos, de posibilidad, de rostros y personas concretas que ponen nombre y piel a las salvajes cifras del descarte y la exclusión.

Carmen, Luciano, Abdel, Alexandra, Antonio, Claudia...son miles las personas en situación de sin hogar, y cada una de ellas con una historia de vida, con un pasado que a veces pesa mucho en el presente, pero por encima de todo con un futuro, inmediato, que nos interpela y reclama dignidad, acceso a derechos, un hogar....

Después del quinquenio de Campaña 2010-2015 comenzamos un nuevo periodo, donde debemos gritar juntos y juntas que "¡NO HAY DERECHO!", que NADIE SIN HOGAR es imprescindible y posible, por dignidad y por derecho. Decimos "¡NO!" a la economía de la exclusión. Queremos proponer y construir un modelo de sociedad diferente, que ponga a las personas y su dignidad en el centro, no únicamente acabar con la pobreza. No queremos una sociedad de personas sin derechos, de expulsiones, de descartes, de exclusión radical... Todo ello debe indignarnos, conmovernos, movilizarnos. Frente al individualismo creciente, al anonimato en que vivimos, a la indiferencia ante la realidad del otro, desde la Campaña "Nadie Sin Hogar" llamamos a ser en común: porque mis derechos son tus derechos, porque las situaciones que atentan a la dignidad de cualquier persona ponen en cuestión mi propia dignidad.

Eso es lo que pretende ser esta Campaña, un ejercicio de sensibilización y compromiso común con la realidad de las personas en situación de sin hogar. Esa responsabilidad tiene que llevarnos a un horizonte de soñar posible lo que hoy parece imposible: que toda persona viva con dignidad en un hogar propio, en paz y permanente.

¹ Víctor Renes. "Ama y Vive la Justicia". Campaña Institucional 2014-2017. Cáritas Española

PROPUESTA DE LA GUÍA DE CAMPAÑA

Como propuesta de trabajo para esta Guía de Campaña invitamos a un recorrido por sus diferentes apartados y epígrafes, que presentan la siguiente estructura:

- 1. NO PARTIMOS DE CERO, PONEMOS EN VALOR LO CONSEGUIDO (Pág. 4)**
- 2. INICIAMOS UN NUEVO PERIODO: 2016-2018 (Pág. 5)**
- 3. PARTICIPACIÓN Y EMPODERAMIENTO: CLAVES PARA EL TRIENIO (Pág. 9)**
- 4. PRINCIPALES CONTENIDOS. EN 2016: POR DIGNIDAD (Pág.10)**
 - 4.1 ANÁLISIS DE LA REALIDAD (Pág. 13)**
 - 4.2 ¿QUÉ PROPONEMOS? GESTOS PARA LA DIGNIDAD (Pág. 16)**
 - 4.3 MATERIALES DE CAMPAÑA (Pág. 19)**
 - 4.4 FLASHMOB 2016 (Pág. 21)**

1. NO PARTIMOS DE CERO, PONEMOS EN VALOR LO CONSEGUIDO...

- **Incorporación de entidades sociales que trabajan con personas sin hogar a la Campaña, lo que supone un gran aporte.** Se amplía la participación con el Equipo Confederal de Cáritas, y con las principales entidades y plataformas que a nivel estatal desarrollan su intervención con personas en situación de sin hogar (FACIAM, fePsh, BesteBi y La XAPSL)
- Es la **única Campaña de sensibilización sobre la situación de las personas sin hogar con presencia y desarrollo Estatal, que desarrollamos las entidades sociales de manera conjunta**, visibilizando personas y familias que están en situación de máxima, severa (y muy doliente) exclusión social.
- Aunque se centra en las situaciones de mayor exclusión social, la de las personas en situación de sin hogar, incorpora su mirada desde las **4 tipologías ETHOS**: sin techo, sin vivienda, vivienda insegura, vivienda inadecuada.
- Da un mensaje sobre **derechos humanos** desde hace años, y se fundamenta en **claves de exclusión, desigualdad y pobreza**, frente a interpretaciones que hacen referencia a situaciones individuales o personales. #SonDerechosNoRegalos se ha convertido en una etiqueta muy utilizada y valorada en redes sociales y distintos espacios de sensibilización.
- “Nadie Sin Hogar” se ha convertido en algo más que un lema: es un clamor, un compromiso cotidiano con la dignidad y los derechos, todos los días, en todas partes...



2. INICIAMOS UN NUEVO PERIODO: 2016-2018

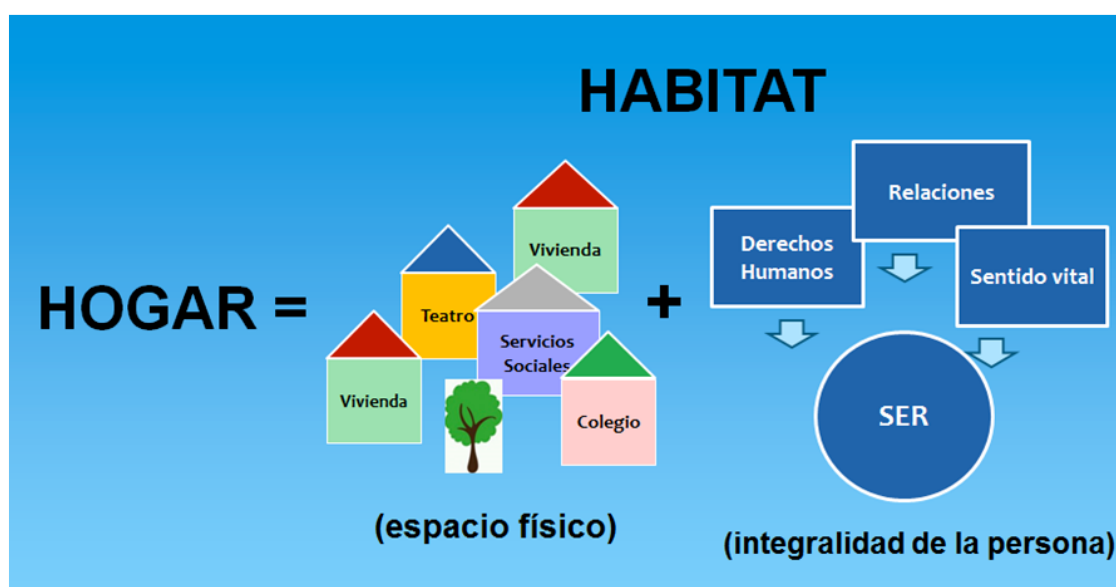
- **Objetivo General de la Campaña “Nadie Sin Hogar” en el trienio:** sensibilizar en torno a la situación de las personas sin hogar, compartir y generar conocimiento, movilizar produciendo cambios. Que la sociedad se acerque y conozca la realidad de la exclusión residencial grave, y los rostros concretos de quienes más la sufren: las personas en situación de sin hogar, contribuyendo finalmente a que vivan mejor, a que puedan recuperar y poner en valor su dignidad, y accedan y ejerzan sus derechos. Para ello necesitamos hacer una Campaña en la que nos informamos/formamos/tomamos conciencia, energizamos, influimos, y pasamos a la acción/movilización.

El **objetivo último** de la Campaña es **que toda persona viva con dignidad en un hogar propio, en paz y permanente.**

- Cuando hablamos de **hogar**, recordamos lo que venimos trabajando en las Campañas desde hace varios años: **“Vivir sin hogar es mucho más que estar sin techo”**². “Nadie sin hogar” quiere decir: nadie sin acceso a derechos, nadie sin red, nadie sin afecto, nadie sin dignidad....

Por tanto, al referirnos a un **hogar** tenemos en cuenta:

- **El espacio físico:** la vivienda y el entorno (Hábitat) sustentables y asequibles.
- **La vivencia integral de la persona, el Ser:** conformado a su vez por el **sentido vital** (el del propio ser humano, único en sí mismo y en su desarrollo integral), el **ámbito relacional** (el ser humano con los otros: familia, vecindario, comunidad, población, sociedad), y el acceso, sostén y garantía de los **Derechos Humanos** (todos y cada uno de los derechos, en conjunto y al mismo nivel: empleo, educación, participación, salud, protección social, vivienda etc.)



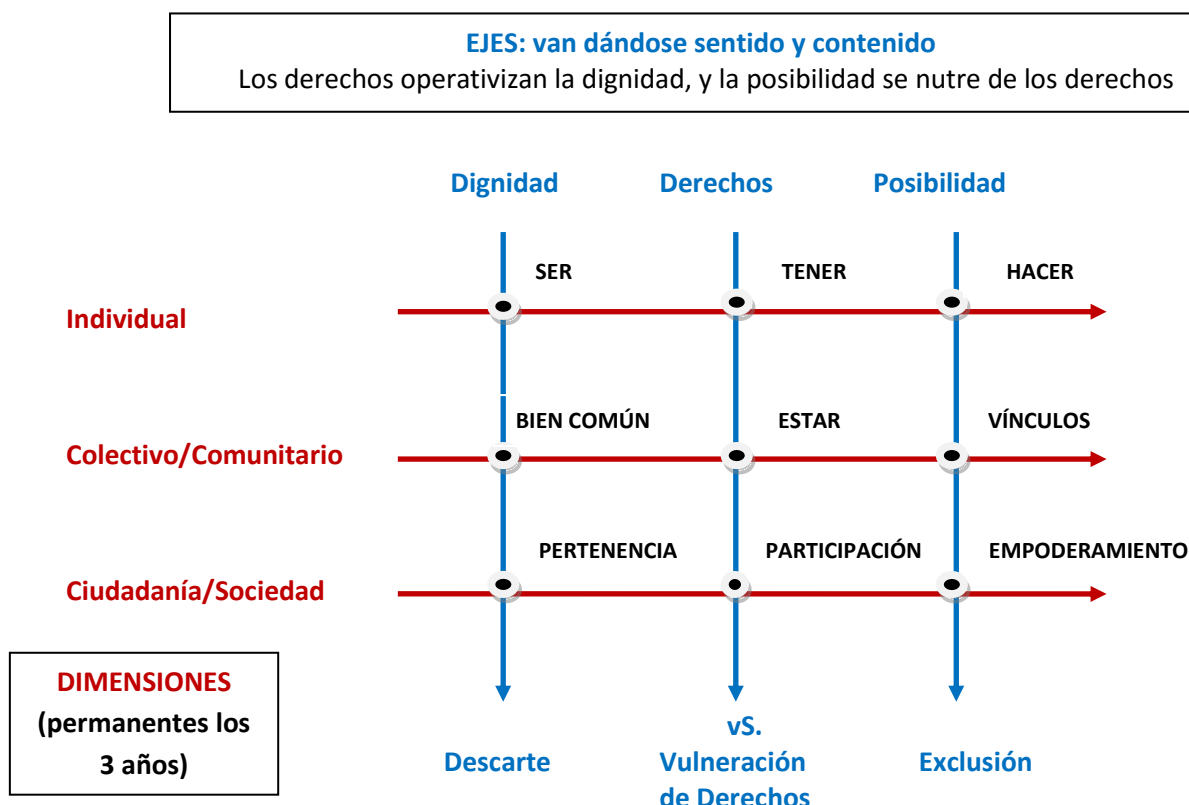
Fuente: Cáritas Española

² “No tener hogar es más que estar sin techo”. Documento Base de la Campaña de Personas Sin Hogar 2008, Cáritas Española

- **Las líneas-fuerza que guían la Campaña “Nadie Sin Hogar” son:**
 - ✓ **Todo ser humano es irrepetible, y tiene derecho a vivir en dignidad y a acceder a los derechos humanos** (en igualdad de condiciones y provistos de las herramientas suficientes) **que las diferentes legislaciones internacionales, nacionales, autonómicas y locales reflejan en sus normas.**
 - ✓ Las asociaciones, sindicatos, entidades sociales, organizaciones, etc., hemos de **incidir ante las administraciones públicas en la necesidad de garantizar el acceso y ejercicio de los derechos humanos de todas las personas**, en especial los de aquellas que mayor exclusión sufren, las personas en situación de sin hogar.
 - ✓ Nos encontramos inmersos en **un modelo socioeconómico que excluye a las personas más vulnerables y que genera desigualdad, que debemos cuestionar y ante el que generar debates** que nos permitan avanzar realmente hacia un Estado del Bienestar y del Bien Común.
 - ✓ **Es fundamental la visibilidad de las personas en situación de sin hogar**, de ahí que sean tan importantes las acciones de sensibilización y la información a toda la sociedad. **El vínculo y el cambio surgen desde el interés y el acercamiento**, y no pueden existir sin la visibilidad y el reconocimiento de la realidad de las personas sin hogar.
 - ✓ **Las personas en situación de sin hogar ven negado en muchas ocasiones el ejercicio de su ciudadanía**, y son privadas del acceso a muchos de sus derechos básicos (asistencia sanitaria, vivienda, protección social, empadronamiento, participación vecinal, procesos electorales, etc.). Por ello son imprescindibles **políticas públicas comprometidas que pongan a las personas en el centro, favoreciendo el ejercicio de sus derechos. Es imprescindible el compromiso de toda la sociedad para que “Nadie Sin Hogar” sea una realidad:** Administraciones públicas, ciudadanía, entidades sociales, medios de comunicación, organizaciones, etc.

- **Horizonte temporal y contenidos:**
 - Se desarrolla en un **trienio (2016-2018)**, manteniendo **“Nadie Sin Hogar”** como parte del lema permanente.
 - Seguimos apostando por **la centralidad absoluta de la personas en situación de sin hogar** en la Campaña.
 - Se incorpora la **mirada de derechos de manera global**, no incidiendo en uno concreto cada año: todos los derechos juntos, a la vez, todos los días, en todas partes... Seguimos insistiendo como en campañas anteriores en que **los derechos no son regalos, son inherentes al ser humano.**
 - Se fundamenta en la idea de **generar tejido inclusivo, de red**, conformada por 3 ejes principales (**Dignidad, Derechos y Posibilidad**), interrelacionados y entramados por 3 dimensiones principales: **individual, colectivo/comunitaria y ciudadana/sociedad.**

- De manera gráfica, sería **una red, ejes que entrelazados y a través de las diferentes dimensiones generan inclusión, sostén:**



- Lo **opuesto** a los ejes de dignidad, derechos y posibilidad sería lo que queda fuera de la red, lo que queremos evitar: (vs) **el descarte, la vulneración de derechos y la exclusión.**
- Los **nodos** o interrelaciones que se generan entre los ejes y las dimensiones suponen aspectos fundamentales de los procesos de inclusión, imprescindibles para dar sentido al tejido inclusivo de sostén. No son estáticos ni puntuales, ni tienen que producirse exclusivamente en los cruces señalados, sino que impregnan y son necesarios en todo el proceso.

La propuesta de la Campaña en este nuevo periodo pasa por **poner en valor cada año uno de los ejes, con sus nodos de interrelación con las dimensiones**, y que vertebrarían así los contenidos:

- “Nadie Sin Hogar”**

{

 - **2016: Eje de la Dignidad.** Con el desarrollo de los nodos que se dan en relación al Ser, Bien Común, Pertenencia.
 - **2017: Eje de los Derechos.** Con el desarrollo de los nodos que se dan en relación al Tener, Estar, Participación.
 - **2018: Eje de la Posibilidad.** Con el desarrollo de los nodos que se dan en relación al Hacer, Vínculos, Empoderamiento.

Aparecen en los nodos las **necesidades existenciales** (siguiendo la teoría de las necesidades de Max Neef³) de: SER, TENER, HACER y ESTAR, como elementos y necesidades nucleares del ser humano, que con su satisfacción van reforzando el tejido inclusivo. Se trata de algo sinérgico: las necesidades se dan todas a la vez (sin seguir un orden lineal), se van cubriendo y satisfaciendo, y al mismo tiempo fortalecen y sostienen la red. Vemos la necesidad como capacidad, como potencia. No sólo como carencia, o algo a llenar.

Cualquier planteamiento sobre necesidades, satisfacción, posibilidad, derechos, dignidad, etc., en relación al diálogo exclusión/inclusión y a su comprensión, debe partir de **un compromiso profundo con la realidad, con el otro, con nosotros**. Siguiendo a Lía Berisso⁴, la persona en situación de exclusión es nuestro 'otro' radical del siglo XXI, del capitalismo globalizado que se vincula con la “no integración” social. Nos pone delante el miedo a nosotros mismos, a nuestra propia exclusión. Estando atravesados también por esos mismos ejes y dimensiones expresadas gráficamente, en tanto que somos personas privilegiadas, las salvamos parcialmente. Por tanto esa “otredad”, nos interpela, nos llama a la conciencia y nos compromete.

Las referencias a las dimensiones (individual, comunitaria y ciudadana) situadas en el gráfico tienen que ver con:

- a) **La dimensión individual:** la persona como centro, principio y fin de su propio proceso. Entender la **inclusión más como un camino que como una meta**, una forma de estar que principalmente recorre la persona. La persona en el centro de cualquier política, proceso, recorrido....
- b) **La dimensión comunitaria:** La inclusión no puede reducirse a facilitar a la persona los instrumentos que le ayuden a manejar su vida con el máximo de autonomía sino que tiene que ayudar a **crear espacios integradores**, donde sea posible la convivencia y la relación mutua entre personas de características diferentes. Se da en un entorno, con unos vínculos determinados, o en ausencia de los mismos y por tanto en necesidad de refuerzo y reconstrucción. Esto requiere de un trabajo comunitario en el que podemos distinguir dos aspectos:
 - 1. La reconstrucción de las redes personales de relación, y
 - 2. La dinamización de la red comunitaria, impulsando y fortaleciendo la capacidad de convivencia y apoyo. Aquí entrarían las tareas de sensibilización, impulso de las redes vecinales, fomento del voluntariado de proximidad, apoyo a familias o personas significativas, etc.
- c) **La dimensión ciudadana, la sociedad:** fomentando la participación, el sentido de pertenencia, el bien común, el compromiso y el empoderamiento. Se refuerza así **la responsabilidad del conjunto de la sociedad, como ciudadanía activa y comprometida** que se informa y actúa en consecuencia. Sumando, generando sinergias, poniendo en valor el que juntos y juntas somos más. También reclamando a los diferentes actores y agentes implicados (individuos, entidades, colectivos, organizaciones, administraciones, etc.) su compromiso e implicación.

³ Max-Neef Colab, Manfred; Elizalde, Antonio Elizalde, y Hopenhayn, Martín, (1993). *Desarrollo a Escala Humana. Concepto, aplicaciones y algunas reflexiones*. Norman-Comunidad. Montevideo.

⁴ Lía Berisso: “Por un paradigma emancipatorio”. Revista “Ariel” nº 5. Julio 2010, Uruguay.

3. PARTICIPACIÓN Y EMPODERAMIENTO: CLAVES PARA EL TRIENIO

Participación como derecho, como herramienta, como necesidad, como elemento de dignidad, como posibilidad... Participación en su **doble vertiente**⁵:

- la intervención activa de los sujetos **en la construcción de su propia realidad**, de manera transversal y permanente
- y una **dinámica de intercambio** que genera una **mutua transformación** entre la persona y el hecho en el cual se participa (por ejemplo, la sociedad).



Si queremos avanzar hacia procesos integradores con las personas es imprescindible contemplar la **participación como un elemento generador de inclusión activa y emancipadora**, y por lo tanto favorecerlo.

El objetivo es que las personas en situación o riesgo de exclusión sean capaces, por sí mismas, de elaborar un proyecto de vida, de formular metas de forma autónoma y de llevar a cabo planes para alcanzarlas. También de formar parte activa del proyecto donde participen, sea de Cáritas o de cualquier otra entidad. Dentro de ese mismo concepto de autonomía personal se incluye **la capacidad de vivir y relacionarse dentro de la comunidad social**, de tomar parte, de acceder y ejercitar sus derechos, de participar en la vida social, económica, cultural, política de su entorno. O sea, una plena inclusión social significaría que las personas han alcanzado la condición de **sujeto participante** en la dinámica de la comunidad social en la que viven⁶.

La participación empodera a las personas para que tomen parte en las decisiones y acciones que afectan a sus vidas. Se basa en la convicción de que las personas tienen derecho a opinar sobre el desarrollo y el funcionamiento de los servicios que usan, teniendo en cuenta las posibles barreras que inciden en la toma de decisiones. El **empoderamiento** significa facilitar que los individuos reclamen sus derechos y alcancen su potencial y aspiraciones

Es parte de nuestra responsabilidad y compromiso el crear y establecer espacios híbridos e innovadores en los que se genere conocimiento y participación colectiva. Sabemos, por ejemplo, que **la soledad es un factor que incrementa la vulnerabilidad y la exclusión social**. No sabemos, a veces, cómo actuar frente a situaciones de este tipo. Así, por ejemplo, podemos pensar en nuestros centros y actividades no como espacios dedicados meramente a ofrecer actividades o cubrir necesidades básicas, sino también a facilitar relaciones y generar sentido de pertenencia.

En nosotros y nosotras, en las entidades, en el territorio, está el ir trabajando en el paso del "discurso de la participación" a la **práctica participativa**, reflexionando en nuestros equipos y con las propias personas en situación de sin hogar, favoreciendo la participación, acompañando en ella, atreviéndonos fuera de lo convencional. No es una coetilla que podamos añadir a todos los discursos, no es un tema ni son ciertas actividades que incluir en

⁵ "Guía metodológica de la participación social de las personas en situación de pobreza y exclusión social". EAPN

⁶ "Participación para la inclusión y la transformación social". EAPN 2012

nuestros programas, es un “cómo” que recorre toda la práctica, el acompañamiento, la organización y la acción en todos sus niveles.

En relación a las razones para considerar a la persona como agente participativo es, fundamentalmente, **su condición de ser humano** y, por ende, el ejercicio de los derechos que le corresponden. Otra razón reside en que pueden aportar una perspectiva directa de las necesidades para una atención que permita una mejora de la calidad de vida. La condición de “expertas por experiencia” en la materia supone un valor enriquecedor para poder diseñar y gestionar unos servicios que se adapten a las demandas de la población directamente interesada. La participación supone una toma de poder personal, que capacita a la persona para tener el control sobre su propia vida. La participación activa de las personas en los servicios y recursos, por ejemplo, en su planificación, prestación o evaluación, contrarresta los sentimientos de impotencia y pasividad. Por lo tanto, tiene influencia directa en el proceso de recuperación basada en la inclusión y participación ciudadana.

4. PRINCIPALES CONTENIDOS. EN 2016: POR DIGNIDAD

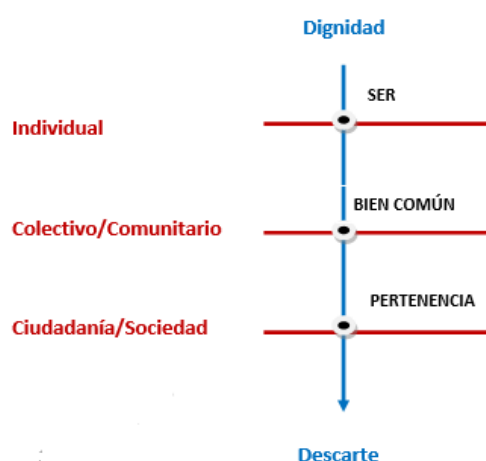
Para la Campaña 2016, el punto de partida es **la dignidad de toda persona**. La dignidad reside en el **hecho de que somos**, no un qué, sino un **quién, seres y personas únicas**, insustituibles, dotadas de intimidad, de inteligencia, voluntad, libertad, de capacidades...

Objetivos de la Campaña en 2016:

1. **SENSIBILIZAR y SENSIBILIZARNOS**, a la sociedad entera, Administraciones, jóvenes, adultos, profesionales, etc., sobre la realidad de las personas en situación de sin hogar. Una mirada de dignidad y derechos que nos debe mover y conmover.
2. **DENUNCIAR** y cuestionar con fuerza el modelo socioeconómico actual, generador de descarte y expulsiones, y que tiene su mayor impacto en aquellas personas en situación de mayor vulnerabilidad y exclusión, las personas sin hogar.
3. **PROPORCIONAR HERRAMIENTAS PARA LA ANIMACIÓN-SENSIBILIZACIÓN, DENUNCIA e INCIDENCIA**, en colegios, grupos, parroquias, comunidades, asociaciones, redes, etc., para que así puedan profundizar en la realidad de las personas en situación de sin hogar. La Campaña puede servir de germen y semilla de las posibles acciones de influencia e incidencia política ante las diferentes administraciones.

Manteniendo un enfoque desde las tres dimensiones planteadas anteriormente y sus interrelaciones con el eje de la dignidad:

- Dimensión individual: **Ser**
- Dimensión colectivo/comunitaria: **el Bien Común**
- Dimensión social/ciudadana: **Pertenencia**





Las personas en situación de sin hogar, más allá de las dificultades que viven, de los estereotipos y prejuicios que muchas veces tenemos, son ante todo **personas, seres humanos con plena dignidad**. Esto, que parece una obviedad, requiere ponerlo en valor e implica reconocer los derechos inalienables de toda persona por el hecho de serlo. **La dignidad humana es algo incondicional**, es la natural condición humana misma, y por tanto no ha de ser conquistada o ganada a través del trabajo ni por ningún otro medio. La dignidad no reside en aspectos como el trabajo o la educación, sino en la propia persona

"Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros". Así dice el artículo 1 de la Declaración Universal Derechos Humanos⁷. Todas las personas somos iguales (ninguna persona es superior a otra, ninguna persona es inferior a otra) y de este principio se deriva que todos y todas tenemos los mismos derechos. Y algo muy importante es la referencia a dicha igualdad como fundamento de un trato fraternal entre las personas: **Me preocupa lo que te pasa, me pongo en tu lugar, me importas, te veo, no paso de largo...** Apelamos a la empatía, a la capacidad de situarnos en el lugar del otro, para establecer una relación basada en el reconocimiento de la dignidad de todas las personas, y aunque parezca una obviedad, también de las personas en situación de sin hogar.

El lema de la Campaña de este año es **"Por dignidad. Nadie Sin Hogar"**. Directo, sencillo, rotundo. La simple apelación a nuestra humanidad nos pone delante la urgencia de reconocernos iguales en dignidad y derechos. Y un elemento fundamental para la dignidad de las personas en situación de sin hogar es la visibilidad: si no te veo, si no te reconozco, no puedo reconocerte en ti, no puedo poner en valor la dignidad que nos une e iguala como seres humanos. De ahí el grito y el clamor que acompaña el lema de este año: **"Hazme visible"**. Es una petición clara al reconocimiento de la dignidad y humanidad de las personas sin hogar, pero no sólo: es también una exigencia desde el dolor, desde la ausencia del ejercicio de derechos... Este reconocimiento, que parte de la visibilidad, no puede quedarse en una mera observación, sino que **es un motor de cambio que nos debe mover e incitar a la acción**, al reclamo de la dignidad y al acceso y ejercicio de derechos de las personas en situación de sin hogar.

⁷ Aprobada y proclamada por la Asamblea General de Naciones Unidas en su resolución 217 A (III), de 10 de diciembre de 1948

En este sentido, la **Relatora Especial de Vivienda de Naciones Unidas (Leilani Farha)**, en su “Informe sobre una vivienda adecuada como elemento integrante del derecho a un nivel de vida adecuado y sobre el derecho de no discriminación a este respecto” destaca entre otras que ***“...la humillación que sufren las personas sin hogar en su vida diaria no se puede subestimar. Pongamos por ejemplo la experiencia de las mujeres que carecen de instalaciones sanitarias adecuadas...o de las familias que son tratadas como “desechos humanos”, obligadas a establecerse en vertederos de basura o al lado de ellos. Las personas sin hogar han dicho a la Relatora Especial, a menudo a través de lágrimas, que, más que ninguna seguridad material, lo que anhelan es ser “vistas”, reconocidas y tratadas por la sociedad como seres humanos con su dignidad inherente y respeto”***.⁸

De la dignidad, unidad e igualdad de todas las personas deriva, en primer lugar, **el principio del bien común**, al que debe referirse todo aspecto de la vida social para encontrar plenitud de sentido. El bien común al que hacemos referencia no es la suma de los bienes individuales, tampoco la sociedad es la mera suma de los individuos. La sociedad es necesaria para que la persona se realice como tal, y debe presentar una serie de condiciones que hagan posible el desarrollo simultáneo de la persona y de ella misma. No hablamos aquí de unas condiciones mínimas de desarrollo, ni de algo necesariamente material (aunque lo material forma parte de la “integridad” del desarrollo humano). Hablamos de **condiciones de posibilidad**, que permitan el desarrollo y bienestar de todos los seres humanos. En realidad este no está relacionado únicamente con la perspectiva material del bienestar sino con el desarrollo en sentido amplio, y lo busca **para todas y cada una de las personas**.



Supone el disfrute de los derechos para todas las personas, para toda la comunidad/sociedad, y también ha de construirse con las personas sin hogar.

⁸ “Informe de la Relatora Especial sobre una vivienda adecuada como elemento integrante del derecho a un nivel de vida adecuado y sobre el derecho de no discriminación a este respecto”.2015
<https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G15/294/55/PDF/G1529455.pdf?OpenElement>

4.1 ANÁLISIS DE LA REALIDAD

Es fundamental para la Campaña y para su labor de sensibilización, el contar con la perspectiva del análisis de la realidad, que nos ayude a **dimensionar y entender las condiciones de absoluta indignidad** en que viven muchas personas, sobre todo las personas en mayor situación de exclusión y descarte, las personas sin hogar. No queremos ni podemos obviar el contemplar la realidad a través de unos datos que nos deben doler y conmover, que nos sirvan de combustible para movilizarnos y pasar a la acción. A la luz de diferentes datos extraídos del último informe FOESSA y otras fuentes (como la Encuesta de Población Activa, o la Encuesta de Condiciones de Vida), el Equipo de Estudios de Cáritas Española ha elaborado un documento que hemos incluido como elemento de apoyo dentro de los Materiales de Campaña de este año 2016. De dicho documento⁹ extraemos e incluimos en la Guía de Campaña sus principales conclusiones:

VIVIMOS EN UNA SOCIEDAD FRACTURADA

La fractura social de nuestra sociedad no es un efecto de la crisis sino una consecuencia del modelo socio-económico. La crisis no es la causante de todos los problemas, ya que 2 de cada 3 personas en situación de exclusión provienen de antes de la crisis. La época de bonanza, en la que se generaba empleo y crecimiento económico por encima de la media europea, no sirvió para evitar las elevadas tasas de pobreza, de privación material y de desigualdad social.



La desigualdad y la pobreza aumentan la fractura social

Desde 2007 el crecimiento en la desigualdad es generalizado y constante. Estamos a la cabeza de Europa en términos de desigualdad, solo por detrás de Rumanía. Una desigualdad que se observa en que la renta del 20% más rico es 6,8 veces superior a la del 20% más pobre, o en que si España fuera un pueblo de 100 habitantes, 1 persona poseería tanta riqueza como 80 personas.

La crisis no ha afectado a todos por igual: se ha ensañado con las rentas medias y especialmente con las más bajas. Las tasas de pobreza alcanzan los niveles más altos desde que se realiza el registro estadístico, manteniendo al 22,2% de la población bajo el umbral de pobreza. Y especialmente preocupante es la situación de pobreza severa que alcanza a 5 millones de personas, el 7,4% de la población y que la obliga a vivir menos de 332€ al mes y un hogar de 2 adultos y dos menores disponga de menos de 697€ al mes.

⁹ “¿En qué sociedad vivimos?”. Documento de análisis y apoyo para la Campaña “Nadie Sin Hogar”, elaborado por el Equipo de Estudios. Cáritas Española 2016

Tras los años de crisis, el punto de partida es peor

La crisis ha supuesto el empeoramiento de las condiciones de vida de muchas personas, especialmente de las personas más pobres y más vulnerables. Por tanto nuestro punto de partida actual es mucho peor que el previo a la situación de crisis: la tasa de pobreza es más alta, especialmente la de la pobreza severa, existe mayor desigualdad económica y salarial, mayor desempleo (con especial dificultad para las personas de referencia del hogar) y aumento del desempleo de larga duración, mayor número de hogares sin ingresos, y el nivel más bajo de protección social y de inversión económica para luchar contra la pobreza y la exclusión social.

Aunque la situación previa a la crisis, caracterizada por el crecimiento económico, ya era precaria y los pilares de nuestro modelo social ya eran frágiles, otros elementos de la protección social se han debilitado aún más tras estos años de recesión económica y desinversión en las políticas sociales.

VIVIMOS EN UNA SOCIEDAD DEL DESCARTE

Vivimos en un mundo de expulsiones. En épocas anteriores el sistema económico ha basado su funcionamiento en mecanismos de activación laboral y de consumo. Ahora los tiempos que estamos viviendo se caracterizan por la expulsión de las personas y la destrucción de nuestro planeta, como fórmula para seguir produciendo beneficios y privilegios para una élite humana.

El descarte se produce en el ámbito productivo, ya sea mediante la vivencia del desempleo, o la experiencia de un empleo precario. El descarte alcanza su máxima expresión cuando afecta a las personas, privándolas de un hogar. Dejando a un lado, por tanto a aquellas personas que no acceden al elemento más básico donde las personas encontramos el calor, la protección y la seguridad que precisamos.

El descarte desde el desempleo

El desempleo se ha convertido en uno de los factores más decisivos para la entrada de las personas en la espiral de la pobreza y la exclusión. El desempleo prolongado en el tiempo es la principal fuente de pobreza económica, pero también es fuente de crisis personal. El desempleo crónico genera vaciamiento personal, y el mercado laboral actual y las políticas de empleo se muestran como ineficaces para ayudar a las personas a salir de esta espiral.

4.791.000 personas descartadas del mercado laboral. Es la primera vez en la historia reciente de nuestro país: que pasamos 6 años seguidos con una tasa de paro superior al 20%, y que la tasa de paro de la persona de referencia del hogar supera el 15% y se mantiene por encima de este índice 7 años.

El descarte desde la precariedad laboral

El trabajo ha dejado de ser un espacio de seguridad y derechos. El trabajo ha dejado de ser una fuente de ingresos suficiente para cubrir los gastos básicos de muchos hogares. El 15% de los trabajadores se encuentran en pobreza.

Los contratos indefinidos tienen una duración muy variable y no constituyen una protección contra la salida del empleo. Casi 9 de cada 10 contratos son temporales. Y de los contratos temporales, casi 1 de cada 4 tienen una duración inferior a los 7 días.

El descarte desde la vivienda y el hogar

Un exponente claro de una sociedad que descarta, son las **40.00 personas en situación de sin hogar que viven en España**, aquellas familias que sufren la amenaza de perder su vivienda, o aquellas que pierden el derecho a habitar una vivienda, y son desahuciadas. Una realidad que afecta a muchas familias y que solo en 2015 se mostró a través de 68.135 ejecuciones hipotecarias.

Otras familias sufren el descarte al no tener una vivienda digna, ya sea por la inseguridad de ésta o por su inadecuación. **La inseguridad en la vivienda afecta a 1,1 millones de hogares y a 3,6 millones de personas en España** y significa el vivir bajo alguna de las siguientes situaciones: Vivir en una vivienda sin título legal (vivir temporalmente con familiares o amigos de forma involuntaria, vivir en una vivienda sin contrato de arrendamiento, etc.), notificación legal de abandono de la vivienda, vivir bajo la amenaza de violencia por parte de la familia o de la pareja, etc.

La inseguridad en la vivienda afecta a 1,1 millones de hogares y a 3,6 millones de personas en España

La inadecuación de la vivienda afecta a 1,4 millones de hogares y a 5 millones de personas en España

La inadecuación de la vivienda afecta a 1,4 millones de hogares y a 5 millones de personas en España y se produce cuando se sufre alguna de las siguientes condiciones: Vivir en estructuras temporales, asentamientos, chabolas, cuevas, etc., sin acceso adecuado a suministros públicos (como agua, electricidad o gas), vivir en situaciones de hacinamiento, vivir en una vivienda no apropiada según la legislación estatal, etc.

UNA SOCIEDAD DEL BIEN COMÚN A TRAVÉS DEL ESTADO DE BIENESTAR

Un estado de bienestar para afrontar los riesgos sociales

Aunque la inmensa mayoría de los españoles consideran que el bienestar de las personas es una responsabilidad colectiva, los últimos años han estado caracterizados por una desinversión del estado de bienestar y por una reforma social orientada hacia la privatización e individualización de los riesgos sociales. El 74% de los españoles cree que el Estado debe tener la responsabilidad principal a la hora de asegurar que todos los ciudadanos puedan gozar de un nivel de vida digno.

Las políticas sociales no son un gasto sino una inversión, ya que contribuyen a luchar contra la desigualdad. Buena prueba de ello es que durante los últimos años, las políticas sociales, a pesar de su debilidad creciente, han reducido la desigualdad en un 46% (pensiones, salud, educación...).

4.2 ¿QUÉ PROPONEMOS? GESTOS PARA LA DIGNIDAD

Ante este panorama, que puede parecer desalentador, nuestra responsabilidad y compromiso con las personas en situación de sin hogar nos debe llevar a insistir (como decíamos al inicio del documento) en que ***“el ejercicio de la dignidad universal es posible”***. Tenemos mucho que decir, desde una apuesta concreta por las personas y por un modelo social inclusivo que no genere desigualdad, pobreza y exclusión.



Una luz de esperanza desde el empleo¹⁰

El descarte de muchas personas está siendo provocado por el papel que la economía ocupa en nuestra sociedad y por el tipo de economía que se ha consolidado como referencia. Un modelo económico que es origen del descarte de las personas.

Una situación que puede ser revertida desde **la apuesta por una nueva economía, una economía que no descarte a la persona, que defienda el bien común y la centralidad de la persona**. En este sentido la **economía solidaria** ya es una realidad y una luz de esperanza para muchas personas, al configurarse como una economía al servicio de la garantía y la protección de los derechos de las personas, como una herramienta para la protección y la promoción de la dignidad y la vida.

¹⁰ Extraído del documento “¿En qué sociedad vivimos?”, o.c.

No todo es empleo

Sin embargo, no todo es empleo. Ante las grandes dificultades que algunas personas tienen para recorrer un itinerario de inserción laboral, es preciso complementar las acciones destinadas a la activación con políticas dirigidas a la mejora de nuestro sistema de garantía de rentas. Un sistema que sirva como soporte, entre otras personas, para aquellas para las que la empleabilidad es un destino demasiado alejado de su presente. La situación de muchas personas y familias sin ingresos, que viven en la pobreza severa, podría ser atajada mediante **una renta garantizada para personas y familias**.

Es necesario por tanto **incrementar la inversión que se realiza en políticas sociales** como herramienta de cohesión y de justicia social, que compense las enormes desigualdades de partida que existen en la sociedad española.

La apuesta por el bien común

En ocasiones entendemos el Bien Común desde una perspectiva individual, señalando que busca incrementar el bienestar del máximo número de personas. Como decíamos anteriormente, no está relacionado únicamente con la perspectiva material del bienestar sino con el desarrollo en sentido amplio, y lo busca para todas y cada una de las personas.

Ahora bien, debe ser provechoso para todos, salvo que por razón de justicia y equidad haya de favorecer a los más débiles, por ser las principales víctimas de un proceso estructural que los arrincona. Para ello partimos de dos premisas como referencia:

- **Construir una sociedad basada en derechos universales y no en privilegios individuales.**
- **Priorizar a aquellos que están en una situación de mayor vulnerabilidad, tanto en España como fuera de nuestras fronteras.**

Para avanzar en esta propuesta urge **una mayor implicación de la sociedad civil**, pero no como alternativa a “lo público”, sino **como complemento y sinergia**, ya que en él reside la garantía de derechos que permite asumir los riesgos sociales de forma colectiva, con la implicación de todos. Espacios que se refuerzan entre sí y que se configuran como constructores del bien común desde los principios de la solidaridad y la subsidiariedad.



En la medida en que como sociedad no somos capaces de visibilizar, reconocer y poner en valor la dignidad y derechos de todas las personas que la componen, vivimos en una sociedad más empobrecida. Hemos de ser capaces de vivir la **dignidad de ida y vuelta**, reconocer que “tu dignidad es la mía, y yo también me dignifico como persona a través de ti”.

En base a todo lo anterior, y a modo de propuestas para toda la sociedad, planteamos los siguientes **GESTOS PARA LA DIGNIDAD**¹¹:

- ✓ **Es fundamental la visibilidad de las personas en situación de sin hogar.** El vínculo y el cambio surgen desde el interés y el acercamiento, y no pueden existir sin la visibilidad y el reconocimiento de la realidad de las personas sin hogar. Un gesto que **amplíe la mirada cotidiana hacia las personas en situación de sin hogar**, que nos saque de la cómoda miopía en que vivimos, una mirada movilizadora de dignidad y derechos.
- ✓ Es necesario un **compromiso del conjunto de las Administraciones** para desarrollar **políticas públicas que pongan a las personas en el centro** (en especial a las persona sin hogar), y que apuesten por la protección y garantía de acceso a derechos básicos. Una sociedad del bien común a través del Estado de Bienestar.
- ✓ **La creación de mensajes positivos que luchen contra la discriminación y estigma que sufren las personas en situación de sin hogar es una tarea esencial de los medios de comunicación.** Se trata de conocer en profundidad la realidad del sinhogarismo y sus situaciones complejas, como gesto y compromiso con la dignidad que todo ser humano tiene por el simple hecho de serlo.

¹¹ En el quinquenio 2010-2015 planteábamos una serie de peticiones a las Administraciones Públicas, medios de comunicación y sociedad en general, bajo el epígrafe “¿Qué pedimos?”. En este nuevo periodo de Campaña hemos querido recoger algunas propuestas en forma de “gesto”, que creemos pueden ayudar a que “Nadie Sin Hogar” sea una realidad.

4.3 MATERIALES DE CAMPAÑA

En este nuevo periodo hemos revisado algunos de los materiales que veníamos proponiendo y utilizando en Campañas anteriores, en el intento de que sigan siendo útiles y adaptados a las acciones de sensibilización que llevamos a cabo. Se incorporan también nuevos elementos de merchandising (camiseta y mochila), y como se puede observar, incorporamos un nuevo logotipo de “Nadie Sin Hogar”, manteniendo la esencia de lo que representa y el formato con la casa.

El proceso de creación y concepto del nuevo logo queda mejor expresado gráficamente:



1) Cuadernillo “Nadie sin Hogar”: 2016¹². Intenta exponer de manera visual, sencilla y directa todos los contenidos que, con el lema “*POR DIGNIDAD. NADIE SIN HOGAR*” lleva a cabo la Campaña 2016. Disponible en las **cuatro lenguas del Estado** y en **inglés**.

2) Cartel. A cuatro colores, y en las cuatro lenguas del Estado. El cartel tiene dos tamaños, (48x68 y 38x28), para su mejor difusión en comercios, vía pública, etc.

3) Díptico. Disponible en las cuatro lenguas. Documento explicativo de la Campaña del Día de las Personas sin hogar 2016. Contiene un resumen de los principales datos y planteamientos del cuadernillo de la Campaña.

¹² Una vez finalizado el periodo de Campaña 2010-2015, donde utilizamos los cuadernillos 0-6, y como elemento diferenciador entre distintos periodos, en este trienio utilizaremos el año de cada Campaña para numerar los cuadernillos.

4) Manifiesto. Para leer en actos públicos, flashmob, ruedas de prensa, remitir a periódicos y revistas locales, publicar en Boletines propios... y para su trabajo en grupos ya introducidos en este campo (voluntarios de los Centros, profesionales diversos, Equipos diocesanos...).

5) Presentación en PowerPoint del Cuadernillo 2016 + Documento de Apoyo. Presentación formativa y extensa, que ayuda a trasladar sus contenidos de manera visual y sirve de apoyo a ponencias, charlas, coloquios, trabajo personal o de grupos.

6) Material pedagógico para niños y niñas. Para ser utilizado con niños/as de entre 6 y 12 años, con propuestas para su implementación en clase o en grupos.

7) Material pedagógico para jóvenes. Para ser trabajado con jóvenes entre 13 y 18 años en centros educativos, grupos scouts, de tiempo libre, catequesis de confirmación etc.

8) Material pedagógico para personas adultas. Unificaría lo que en campañas anteriores eran el guion metodológico del cuadernillo y el material para participantes, con el fin de que los contenidos de la Campaña puedan ser utilizados en general con personas adultas, ya sean participantes, voluntarios, técnicos, etc.

9) Material de contenido audiovisual. Ampliando lo que en años anteriores era el material de canciones y el guion de trabajo para su uso en las diferentes actividades, se incorpora este año este material que contendrá diferentes enlaces a propuestas audiovisuales (canciones, cortos, documentales, películas, etc.)

10) Material pastoral. Unifica y desarrolla lo que en anteriores campañas eran el guion litúrgico y el material de apoyo para comunidades parroquiales. El documento contiene una relación adaptada a la festividad del domingo correspondiente, que presenta, introduce, y describe la Campaña “Nadie Sin Hogar”. También contiene propuestas de textos, oraciones y dinámicas de grupo para la reflexión y profundización pastoral sobre la Campaña “Nadie sin hogar”.

11) Testimonio. Una persona participante compartirá en primera persona su experiencia en relación a lo que queremos transmitir en la Campaña, que este año se centra en la dignidad.

12) Documento de preguntas y respuestas de la Campaña “Nadie Sin Hogar”. Con el fin de que ayude a clarificar determinados conceptos y preguntas que nos pueden surgir alrededor de los contenidos de la Campaña.

13) Documento de apoyo “¿En qué sociedad vivimos?”. Elaborado por el Equipo de Estudios de Cáritas Española

14) Cuña de radio. Presentación del lema de la campaña y pinceladas de las ideas, datos y reivindicaciones de la misma (disponible en audio).

15) Vídeo de Campaña 2016 y vídeo-flash¹³.

¹³ Este año se está valorando el sustituir el formato de DVD habitual para el envío de materiales por otro más práctico y eficiente (USB, o a través de herramientas de almacenamiento en internet, “la nube”, etc.). Por dicho motivo no aparece como uno de los materiales de Campaña.

18) Cuestionario de Evaluación. Para los equipos responsables de la Campaña. Su aporte es fundamental en la recogida de las mejoras, aciertos, iniciativas, inquietudes, propuestas etc., que nos ayudan a mejorar la Campaña *Nadie sin hogar*. Este año se realizará a través de la herramienta online de SurveyMonkey.

DÍA: JUEVES 24 DE NOVIEMBRE DE 2016
HORA: 12.00 horas

El uso común de materiales como la **ropa negra, careta blanca, camiseta**, cartones, periódicos, etc. (para lanzar nuestros mensajes) ha dado unidad e identidad compartida a “Nadie Sin Hogar”, y ha ayudado mucho a transmitir nuestro mensaje.

