



mira a las personas sin hogar

Guía de estilo para Periodistas

2ª edición

Una guía de estilo para ayudar
a los profesionales de la comunicación
a ofrecer una información de calidad
sobre las personas sin hogar



EUROPEAN ANTI POVERTY NETWORK ES



Índice

1. Prólogo3
2. Claves para entender la situación en España4
3. Algunos datos8
4. Términos: lo que dicen las palabras10
5. Las personas sin hogar como (necesaria) fuente de información11
6. Prácticas que ayudan13
7. La voz del voluntariado14
8. Las imágenes15
9. Esquema de prácticas15
10. Propuestas17
11. Algunas redes y organizaciones que trabajan con personas sin hogar18

Coordinador: Alberto Senante
Jonás Candalija, EAPN ES
Enrique Cuesta, Acción en Red
Gabriela Jorquera, EAPN Madrid

Patricia Prieto, Asociación Realidades
Jesús Sandín, Solidarios para el Desarrollo
José María Servián, Fundación Rais
Diseño y maquetación: www.avviopublicidad.com

1. Prólogo

Esta Guía de Estilo pretende ser una herramienta para los profesionales de la comunicación y todos aquellos voluntarios y voluntarias que deseen comunicar la situación de las personas sin hogar. A pesar de su cercanía física, la realidad de este colectivo sigue siendo una de las más desconocidas, lo que facilita que se perpetúe el estigma, los prejuicios y los falsos mitos que han acompañado tradicionalmente a estas personas.

Explicar las causas de su situación, comprobar las dificultades a las que se enfrentan, denunciar la vulneración de sus derechos básicos, así como dar espacio a los aspectos positivos y normalizadores, son planteamientos que los profesionales de la comunicación deben tener en cuenta para ofrecer una información completa en noticias donde participen personas sin hogar.

En este documento se ofrecen propuestas y soluciones prácticas para que el profesional de la comunicación pueda acercarse a esta realidad compleja, emplear un lenguaje adecuado, y dar una visión más real y menos estereotipada de uno de los principales grupos de personas excluidas que viven en España.

El propósito de esta Guía no es, por tanto, que los medios de comunicación den necesariamente una "imagen positiva", "políticamente correcta" de estas personas, ni "dulcificar" uno de los problemas más serios y olvidados a los que se enfrenta nuestra sociedad, sino que, simplemente, las personas sin hogar puedan recibir por parte de los medios de comunicación un trato similar al resto de la sociedad, como uno más de los pasos necesarios para luchar contra su exclusión.



2

Claves para entender la situación en España

La existencia de personas sin hogar es un problema propio de las sociedades modernas, y se relaciona con procesos de exclusión social; es decir, cuando la sociedad no incluye o integra a las personas en uno o varios de estos ámbitos:

Económico

(participación en el trabajo o en el consumo)

Político-legal

(derecho a la protección social, participación política)

Social-relacional

(pérdida de apoyo de las redes sociales o familiares¹)

En España **miles de personas viven y duermen en la calle**, o en los escasos recursos disponibles para ellos, donde no pueden realizar plenamente un proyecto personal, tiende a empeorar su salud física y mental, con facilidad ven vulnerados sus derechos y carecen de oportunidades laborales.

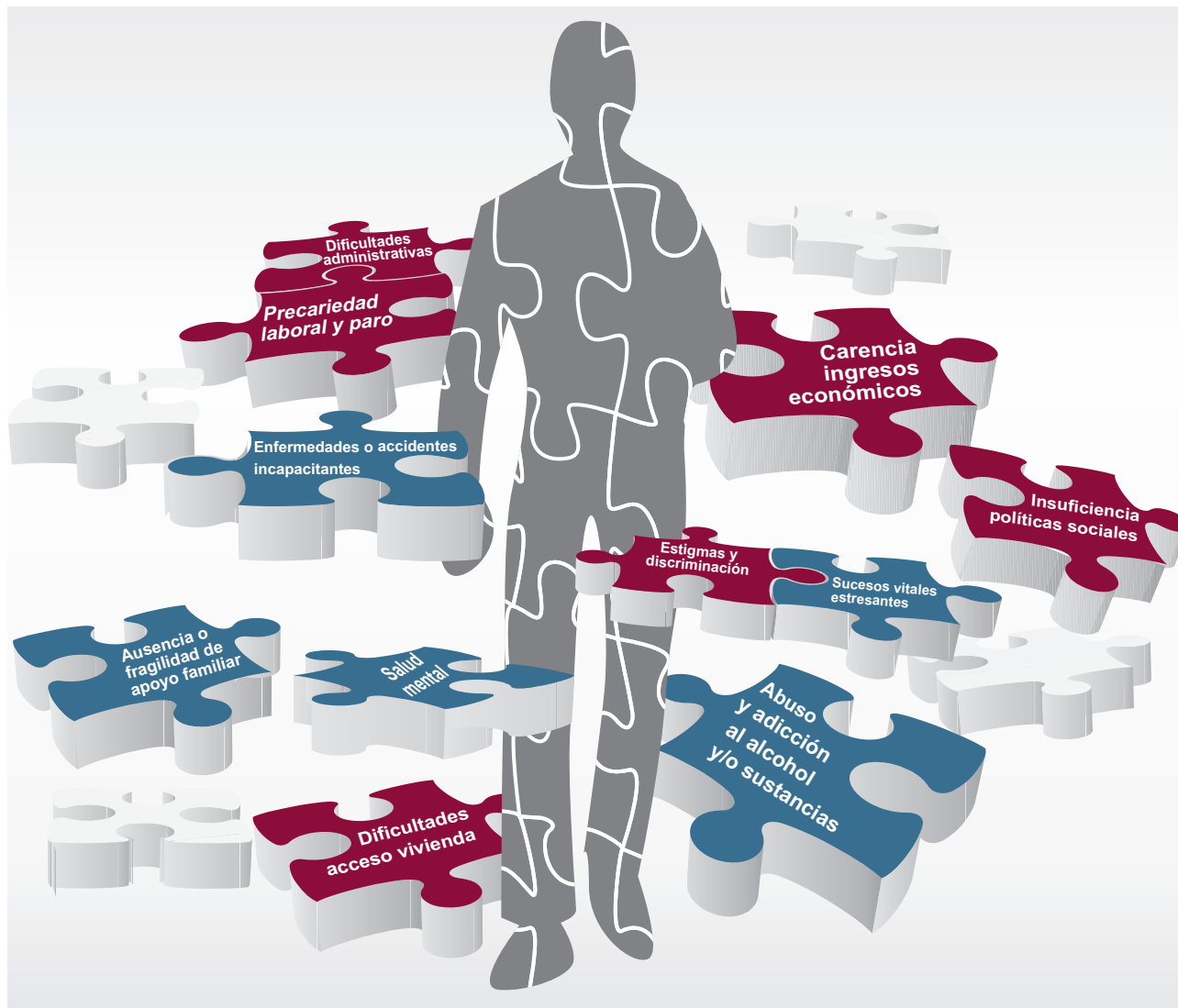
¿Cómo se llega a estar sin hogar?

El que haya personas que viven en calle es consecuencia directa de una sociedad que excluye, que niega constantemente oportunidades, que ofrece niveles desiguales de acceso a los bienes y recursos sociales, y que no asegura ni garantiza un nivel mínimo de bienestar a toda la ciudadanía. Esta situación, si bien golpea con especial violencia a un grupo de ciudadanos, también afecta a la sociedad en su conjunto.

Para entender la situación de las personas sin hogar es necesaria una doble mirada: a la exclusión como parte del funcionamiento de la sociedad, y como una realidad personal.

Algunos de los **Factores de Vulnerabilidad**, es decir, las características o situaciones externas o personales y familiares que pueden contribuir a que una persona se encuentre en esta situación, pueden ser las que mostramos en este gráfico:

¹ Fundación Luis Vives, Claves sobre la pobreza y la Exclusión social en España.





Salir de la calle

Las razones por las que una persona puede llegar a estar sin hogar son múltiples; pero una característica común a todas es que una vez estando allí, la salida no es fácil. ¿Por qué cuesta tanto salir?

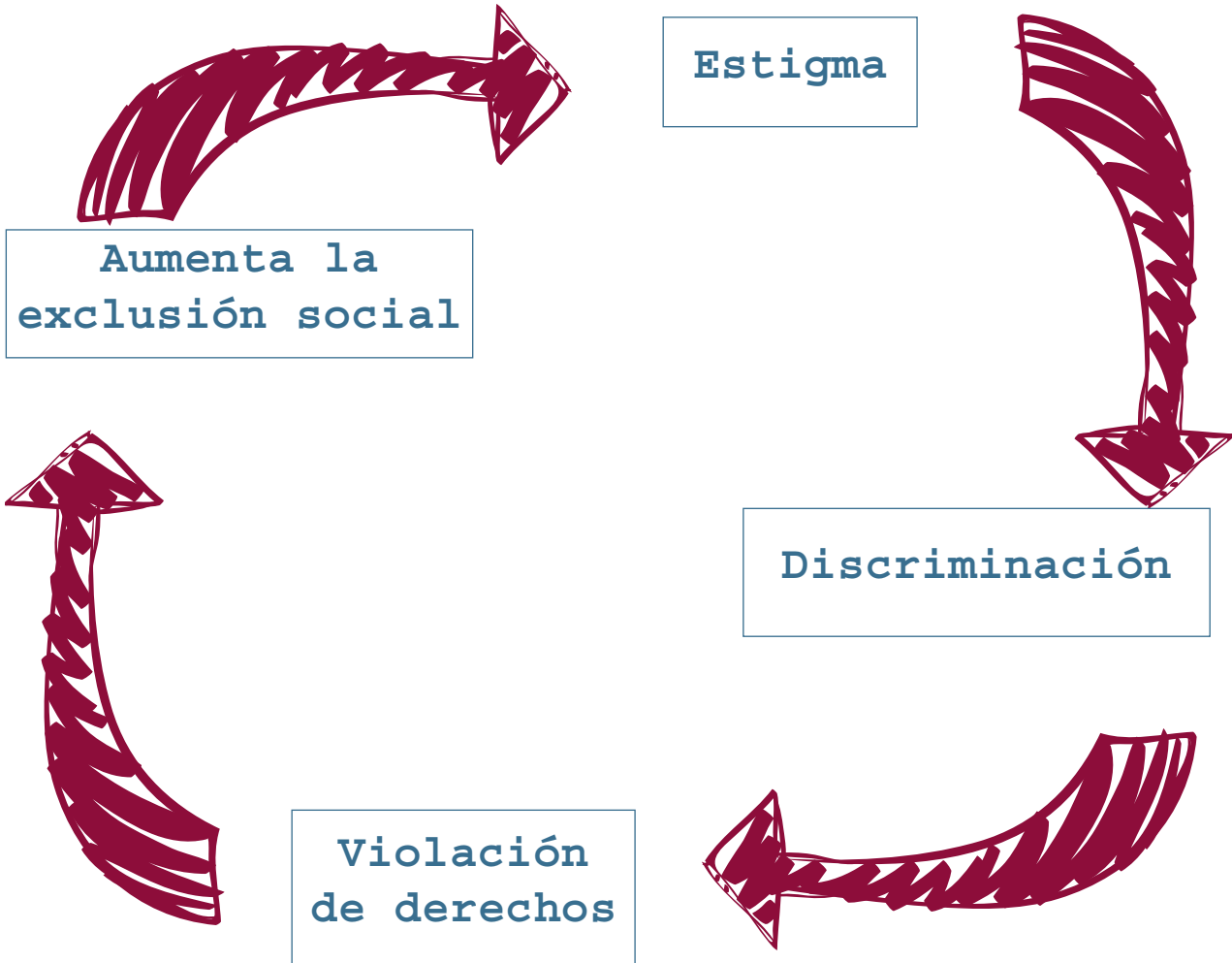
En primer lugar, casi todos los **recursos sociales** destinados a las personas sin hogar se limitan a cubrir las necesidades primarias; problemáticas como la enfermedad mental o el alcoholismo y otras adicciones perpetúan las situaciones de sinhogarismo, pero no existen prácticamente recursos específicos que les ayuden a superar estos graves problemas.

Por último, en parte fruto del desconocimiento, **la sociedad** tiende a **rechazar y mostrar indiferencia** hacia las personas sin hogar. Los **prejuicios sociales** impiden ver la dureza de la vida de estas personas, y **apartan la responsabilidad** de

la ciudadanía y de las administraciones públicas frente a esta situación.

El estigma en torno a las personas sin hogar es perjudicial en sí mismo; para las personas que lo padecen significa culpa, vergüenza y aislamiento. La expresión de los prejuicios termina dañando, rechazando o negando los derechos de los otros, por ejemplo, negar o dificultar el acceso a la vivienda o al empleo a las personas que están en situación de calle, agredirles o negar o limitar el uso de espacios públicos. Como resultado de esta discriminación, se violan sus derechos.

La ignorancia, los tópicos y los prejuicios acentúan la marginación y la soledad y los deja en una situación de mayor exclusión social, la cual, a su vez, suma nuevos estigmas y disminuye la posibilidad de estas personas de lograr una vida plenamente integrada.





3 Algunos datos

En España no existen datos actualizados y exactos sobre cuántas personas están sin hogar, aunque podemos utilizar algunas estimaciones. Sabemos que 10.452.606 personas están en riesgo de pobreza y exclusión, lo que equivale al 23,17% de su población, es decir, casi uno de cada 4 resi-

dententes². Siguiendo la tipología europea de sinhogarismo y exclusión residencial, Ethos en su sigla en inglés, en Europa se estima que 3 millones de personas se encuentran sin vivienda y sin techo, y otros 15 millones habitan en viviendas precarias. En España las cifras estimadas son las siguientes³:

Categoría Ethos	Cifra Estimada
Sin Techo (sin cobijo de ningún tipo, duermen en la calle)	6.190 personas
Sin vivienda (cuentan con un lugar para dormir pero es temporal, en instituciones o albergues)	33.464 personas

Las otras dos categorías son **Vivienda Insegura** (personas en grave riesgo de exclusión por diferentes motivos como alquiler sin contrato, desahucio, violencia doméstica etc.) para las que en España

no hay datos; y **Vivienda inadecuada** (en caravanas o asentamientos ilegales, viviendas insalubres, hacinamiento extremo), que se estima en 1.475.037 personas.

² Eurostat, EU-SILC 2010.

³ CABRERA, P. y RUBIO M.J. (2009), "Personas "sin hogar" en España: evolución y diseño de políticas públicas", Revista Temas para el Debate, nº 174, mayo.



4 Términos: lo que dicen las palabras

En muchas ocasiones, los términos que emplean los medios de comunicación para designar a los sin hogar tienen una fuerte **carga peyorativa**, no describen de modo adecuado la realidad de este colectivo, sino que repiten prejuicios que la sociedad les ha atribuido, generando una falsa percepción.

Términos propuestos

Personas sin hogar

‘Personas sin hogar’ o ‘Sin hogar’ parecen los términos más acertados para aludir a la situación de las personas que viven en la calle, en albergues o en infraviviendas. Con el término ‘sin hogar’ se hace referencia a la **carencia de un espacio** donde desarrollar una vida autónoma, así como a **la ruptura de relaciones personales** que han sufrido estas personas.

También se consideran adecuadas expresiones como ‘personas que viven/duer-

men en la calle’, o referir la situación concreta de la persona ‘que duerme en un cajero de la calle...’, ‘que vive en la Plaza...’.

Personas sin techo

El término ‘sin techo’ es adecuado únicamente para nombrar a las personas que **viven y duermen en la calle**. Se limita a las carencias físicas de estas personas, dejando de lado los aspectos personales que conlleva esta situación. Además, muchas personas sin techo en ocasiones duermen en albergues, pensiones o casas, por lo que, en rigor, dejan de ser sin techo, manteniendo su condición de sin hogar.

Términos inexactos

Indigente

Con este término ‘indigente’ generalizamos una situación de **abandono y falta absoluta de medios** que no se verifica en la mayoría de las ocasiones. Se limita a

nombrar las carencias físicas, sin reparar en las consecuencias personales y sociales que supone la situación de sin hogar.

Mendigo

Se refiere a quienes practican la mendicidad, es decir, sólo entre el 10 y el 15% de las personas sin hogar, por lo que el término es **altamente inexacto**.

Vagabundo

Describe una situación de movilidad que **no coincide con la realidad** de las personas sin hogar. La mayoría permanece en un entorno limitado, determinado por la localización de los recursos sociales.

5. Las personas sin hogar como (necesaria) fuente de información

En muchas ocasiones, los medios de comunicación ofrecen informaciones sobre hechos que protagonizan personas sin hogar, **pero sin contar con ellas como fuente informativa**. La apertura de un recurso, un problema vecinal, o el trabajo de una organización social son noticias en

las que la perspectiva de los sin hogar parece prescindible. En estos casos, se informa **sobre ellos, pero sin ellos**.

Según los Libros de Estilo de los principales medios de comunicación españoles⁴, los periodistas deben consultar todas las fuen-

³ Algunos ejemplos de Libros de Estilo sobre la consulta de fuentes de información: Libro de estilo de EL PAIS. Santillana Ediciones Generales. 2002. Madrid. LAS FUENTES. 1.6 "En los casos conflictivos hay que escuchar siempre a las dos partes en litigio". Estatuto de redacción EFE: Informaciones «basadas en la veracidad de los hechos, la consulta de todas las fuentes». Preámbulo, Pág 1. Vocento y José Martínez de Sousa. Libro de Estilo Vocento. Ediciones Trea. Gijón. 2003. El periodista «debe buscar por sistema a los protagonistas de la noticia para ofrecer su testimonio en directo». pág. 21.



tes de información implicadas en una noticia. En el caso de las personas sin hogar, debido a su situación particular, el **testimonio** resulta **irreemplazable**, puesto que sólo ellas pueden informar con una determinada perspectiva acerca de su situación. Los Ayuntamientos y las organizaciones sociales pueden aportar datos, argumentos, aspectos generales, pero en ningún caso pueden sustituir la voz de los verdaderos protagonistas de los hechos sobre los que se informa.

Pensar que, debido a su difícil situación, las personas sin hogar no son capaces de expresar su punto de vista, explicar las causas de sus acciones, o señalar qué necesitan para mejorar su vida, es uno más de los prejuicios que acompañan a este colectivo.

Los medios de comunicación tienden a **obviar las referencias personales** de las personas sin hogar. El nombre, la edad, el origen, la profesión (actual o anterior), son algunos de los elementos que emplean normalmente los medios para referirse a los y las protagonistas de las informaciones. Sin embargo, en muchas ocasiones estas referencias 'desaparecen'

cuando se trata de personas excluidas. Sin estas menciones, pasan a nombrarse únicamente por el colectivo al que pertenecen, relegando su individualidad. Además, esta tendencia hace ver que, aparentemente, las personas sin hogar no comparten ningún rasgo personal con el resto de la sociedad.

Siempre y cuando las personas accedan a darlos, este tipo de datos personales pueden ser necesarios para **contextualizar la vida** de estas personas. Sin ellos, se da a entender que la persona ha estado siempre sin hogar, o que es un hecho que se debe a su voluntad, y no a una serie de factores sociales, personales y/o económicos.

Por último, mencionar las **capacidades personales** y las acciones que realizan a diario tanto para sobrevivir como para mejorar su situación, es un modo de dar una información más completa sobre este colectivo, más acorde con la realidad que viven, y alejarse de los estereotipos de 'vagos y maleantes'⁵ que la sociedad tiende a adjudicarles.

⁵ En 1933 se promulgó la "Ley de Vagos y Maleantes" que se mantuvo durante buena parte del franquismo, continuada por la Ley de Peligrosidad del año 1970 que incluía a los "mendigos habituales".

06 Prácticas que ayudan

Por múltiples motivos, en ocasiones resulta difícil contar con el testimonio de las personas sin hogar implicadas en una noticia. Establecer un diálogo previo con ellos, ir acompañados de miembros de organizaciones sociales que conozcan a estas personas, ofrecerles el anonimato en sus declaraciones, y dar la posibilidad de que no muestren su rostro a cámara, pueden ser algunas prácticas que ayuden al informador a que la **persona sin hogar se preste a relatar** su versión de los hechos.

En cualquier caso, es importante **respetar el anonimato** de las personas sin hogar (tanto en el texto como en las imágenes) **en el caso de que no accediesen expresamente a aparecer en un medio de comunicación.**

Esta Guía de Estilo propone abordar las informaciones de las personas sin hogar

desde una perspectiva inclusiva, es decir teniendo en cuenta la **condición de ciudadanos** de las personas sin hogar. Para ello, es necesario que se informe sobre la **vulneración sistemática de sus derechos sociales**, y se supere el tratamiento informativo que se limita a presentar a este colectivo como un **problema para otros**, o que informa sobre el mismo a través de la **compasión.**

Además, esta dura realidad social también provoca **aspectos positivos**, humanos y solidarios. Los medios de comunicación pueden tener en cuenta la lucha cotidiana que realizan las personas sin hogar para sobrevivir y mejorar su futuro, la ayuda mutua que se prestan, o las relaciones personales que establecen entre ellas, con la comunidad y con las ONG que les atienden.



7. La voz del voluntariado

Aunque como hemos dicho, la perspectiva de las propias personas sin hogar resulta insustituible, la mirada de los voluntarios y voluntarias puede ayudar a dar un **aspecto más humano** y a que la información sea más completa.

El voluntariado social conoce la realidad de las personas sin hogar, porque la comparte a través de una **relación personal de respeto y confianza mutuos**. Sabe de sus problemas, entiende las causas de su situación, y puede dar una **visión cercana y concreta** de los casos de exclusión que sufre este colectivo por parte de la sociedad y las administraciones.

Además, al incluir la relación que establecen las personas sin hogar y voluntarias se desmontan muchos de los falsos prejuicios que recaen en las primeras, como el de que son personas hurañas, sin capacidad ni interés para relacionarse con el resto de la sociedad.

Así, se puede dar un **enfoque positivo**, no sólo de la realidad de las personas sin hogar, sino también de la propia sociedad. Al hablar de voluntariado se muestra una forma comprometida de ciudadanía que se implica en los problemas colectivos. Se abandona por lo tanto el discurso pesimista de “nada se puede cambiar”, por otro más atractivo y real en el que los problemas se pueden solucionar con la participación de todos.

En este sentido, **los medios de comunicación pueden desempeñar un importante papel en la construcción de una sociedad comprometida por la inclusión social**, puesto que tienen el poder y la capacidad de influir en la opinión pública, concienciar a la sociedad, fomentar la reflexión, y el conocimiento de la realidad. **Los medios deben ser instrumentos generadores de sensibilización y conciencia ciudadana** en la lucha contra la exclusión social.

8. Las imágenes

Las imágenes que ofrecen los medios de comunicación de los sin hogar no reflejan las múltiples facetas de la vida de estas personas. En su mayoría, estas **imágenes recurren al estereotipo** y tienden a presentarles como seres aislados, inactivos, o descuidados. Mientras que en otras ocasiones se les identifica únicamente a través de objetos estigmatizantes como cartones, botellas, carros de la compra, etc.

Para dar una visión más ajustada de la realidad, las imágenes que ilustran estas

informaciones deberían mostrar sus distintas relaciones personales, acciones cotidianas, sus sentimientos o pensamientos, es decir, toda representación que no se reduzca a cubrir las necesidades básicas: comer, dormir, abrigarse...

A menudo, las personas sin hogar no desean aparecer en los medios de comunicación, por lo que conviene ofrecerles la posibilidad de tomar imágenes en las que no se les reconozca, respetando así su **derecho a la intimidad**.

9. Esquema de prácticas

Términos

Adecuados

“Persona sin hogar”, “Sin hogar”, “persona que vive/duerme en la calle”.
“Sin techo” referido a personas que vivan en la calle.

Inadecuados

“Indigente”, “mendigo”, “vagabundo”. No usar tecnicismos: “sin domicilio fijo”, “PSH” o homeless.



Planteamientos

Adecuados

Estar sin hogar es fruto de un **proceso** donde intervienen factores personales y sociales.

Las personas sin hogar necesitan medidas de **integración**, no sólo recursos asistenciales.

Contextualizar la situación de las personas sin hogar como un proceso de exclusión social y de vulneración de derechos.

Inadecuados

Las personas están **en la calle porque quieren**.

“**Salir de la calle**” es un proceso que sólo depende de la voluntad de las personas sin hogar.

Presentar a los sin hogar simplemente **como un problema** o desde la **compasión**.

Contenidos

Adecuados

Consultar como **fuentes de información** a las personas sin hogar, así como a las organizaciones que defienden sus derechos.

Incluir **datos personales**: nombre, edad, origen, profesión, sentimientos, ideas, siempre que la persona acceda a darlos.

Mostrar los aspectos positivos: su lucha cotidiana por mejorar, las relaciones que establecen entre ellos y con el resto de la sociedad.

Ofrecer a las personas sin hogar no mostrar su rostro ante la cámara, y garantizarles el **anonimato** en sus declaraciones.

Inadecuados

Ofrecer únicamente la **versión de otros** actores sociales (Ayuntamiento, vecinos) cuando las personas sin hogar forman parte de una noticia.

Referirse a estas personas únicamente **por el colectivo** al que pertenecen.

Tratarlos como **seres extraños, aislados**, diferentes al resto de personas.

Entrevistar a los sin hogar con cámaras o micrófonos **sin un diálogo previo**.

Imágenes

Adecuados

Imágenes que muestren relaciones personales, sentimientos, acciones.

Inadecuados

Imágenes donde aparezcan personas aisladas y pasivas, o identificarles con objetos como cartones, botellas, etc.

10 Propuestas

Administración Pública

Ante la escasez de recursos sociales, los cuáles en la mayoría de los casos están destinados a la mera subsistencia de la persona y no a la integración socio-laboral.

¿Qué puede hacer?

Fomentar políticas de prevención, y asegurando la asistencia social y sanitaria individualizada a la que tiene derecho todo ciudadano.

Crear más servicios que permitan garantizar una atención digna y adecuada a las necesidades de las personas sin hogar, con un enfoque interdisciplinar y una intervención integrada.

Favorecer la **inserción laboral y el acceso a la vivienda** son pasos necesarios para que los sin hogar recuperen su autonomía personal.

Promover programas para la **integración social** de las personas sin hogar y superar así la situación actual donde la mayoría de recursos se destinan a la **mera subsistencia** de este colectivo (techo, ropa, abrigo, comida).

Medios de Comunicación

Ante una visión que suele ser alejada de la realidad y cargada de estereotipos.



¿Qué pueden hacer?

Concienciar a la sociedad, fomentando la reflexión y el conocimiento de la realidad. Los medios deben ser instrumentos generadores de sensibilización y conciencia ciudadana en la lucha contra la exclusión social.

Sociedad Civil

Ante la actitud de indiferencia y desprecio que la sociedad muestra ante las personas sin hogar.

¿Qué puede hacer?

Acercarse a la realidad de las personas sin hogar. **Comprender que son personas que merecen ser tratadas como cualquiera y comprender que es responsabilidad de todos** que se produzcan estas situaciones tan extremas de exclusión.

Organizaciones No Lucrativas

Ante soluciones asistenciales que sólo “gestionan” el problema del sinhogarismo sin conseguir afrontarlo y erradicarlo.

¿Qué pueden hacer?

Generar propuestas para abordar las temáticas que entroncan con el sinhogarismo (derechos, empleo, vivienda, política social etc.). Implicar a la ciudadanía, llegar a aquellos espacios donde no llegan las administraciones y reclamar a éstas un modelo de intervención social más flexible y adecuado. Contribuir a que las acciones que se realicen estén centradas en las personas y sus necesidades.



11

Algunas redes y organizaciones que trabajan con personas sin hogar

REDES

EAPN España

www.eapn.es

jonas.candalija@eapn.es

EAPN- Madrid

www.eapnmadrid.org

eapnmadrid@eapnmadrid.org

FACIAM

www.faciam.org • faciam@faciam.org

FEPS

jsandin@solidarios.org.es
solea.ssgg@caritas.es

ENTIDADES

ACCIÓN EN RED

www.accionenredmadrid.org
exclusion@accionenredmadrid.org

ASOCIACIÓN REALIDADES

www.asociacionrealidades.org
comunicacion@asociacionrealidades.org

CÁRITAS MADRID

www.caritasmadrid.org
maria.blanc@caritasmadrid.org

CENTRO DE DÍA LUZ CASANOVA

www.proyectosluzcasanova.org/luzcasanova.html
rsanchez@proyectosluzcasanova.org

FUNDACIÓN ARRELS

www.arrelsfundacio.org/
comunicacio@arrelsfundacio.org

FUNDACIÓN IMPULSO SOLIDARIO

www.faciam.org/spip.php?article120
fundacion@impulso-solidario.org

FUNDACIÓN LESMES

www.fundacionlesmes.org/2009/
fundacionlesmes@fundacionlesmes.org

FUNDACIÓN RAIS

www.fundacionrais.org/
comunicacion@rais-tc.org

FUNDACIÓN SAN MARTÍN DE PORRES

www.fundacionsmp.org
fundacion@fundacionsmp.org

HERMANDAD DEL SANTO REFUGIO

www.hermandaddelrefugio.es
secretaria@hermandaddelrefugio.es

MOVIMIENTO CUARTO MUNDO

www.cuarto.mundo.free.fr
aacuartomundo@wanadoo.es

PROVIVIENDA

www.provivienda.org/index_a.php
comunicacion@provivienda.org

PROHABITATGE

www.prohabitatge.org/esp/home
prohabitatge@prohabitatge.org

RED ACOGE

www.redacoge.org • acoge@redacoge.org

SOLIDARIOS PARA EL DESARROLLO

www.solidarios.org.es/
info@solidarios.org.es



www.eapnmadrid.org



EUROPEAN ANTI POVERTY NETWORK **ES**

www.eapn.es



Financia:

 <p>GOBIERNO DE ESPAÑA</p>	<p>MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD</p>
<p><input checked="" type="checkbox"/> POR SOLIDARIDAD OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL</p>	