

CALLE DE
NADIE DEBERÍA
VIVIR EN LA CALLE



**SOMOS PERSONAS,
TENEMOS DERECHOS.
NADIE SIN HOGAR.**

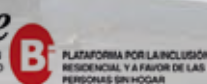
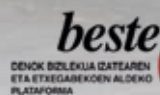
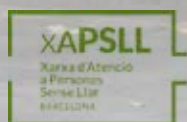
**Campaña de personas sin hogar
26 de noviembre de 2017**

**HOJA
DE RUTA**

Elaborado por Cáritas Diocesana de Ciudad Real

ORGANIZA:

ENTIDADES COLABORADORAS:



Con este documento queremos proponer una “hoja de ruta” de posibles actividades a realizar en el territorio y en diferentes espacios en relación a la Campaña y sus contenidos. Se trata de una propuesta que ayude a enfocar y orientar las acciones y los tiempos, sin que por ello suponga que sean las únicas posibles.

Se plantea una hoja de ruta desde el punto de vista de la planificación estratégica general de las actividades de sensibilización, que pueden culminar en la celebración de la Campaña, con el ideal de no reducir la sensibilización al momento justo en torno al Día de las Personas en situación de Sin Hogar.

Es conveniente plantearse unas premisas desde las POSIBILIDADES y las DIFICULTADES con las que contaremos para ello, y valorar cuestiones como:

- Nuestro entorno. No es lo mismo un planteamiento diocesano que local (por ejemplo, un centro, albergue...), ni si es una ciudad grande o un pueblo pequeño,
- Recursos humanos y económicos con los que contamos,
- Tiempo,
- Materiales que tenemos y necesitaremos,
- Implicación de los participantes,
- Capacidad creativa,
- Experiencias de años anteriores

Se puede crear un grupo motor con voluntarios, participantes y técnicos que impulsen todo el trabajo. Si es preciso, podemos ampliar a un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)

También tendremos que “aterrizar” los objetivos que nos marcamos para el año o el curso, o la semana de campaña, según nuestro planteamiento y siempre de acuerdo a las metas, visión y misión de nuestro programa. Igualmente, podemos definir nuestros destinatarios. Así podemos plantearnos un público diversificado para nuestras acciones de sensibilización, centrándonos un año en colegios, otro en instituciones, en el entorno comunitario, etc. Luego desarrollaremos las actividades propiamente dichas, con periodicidad y responsables y, finalmente, una evaluación.

A modo de ejemplo, proponemos a continuación dos posibilidades de trabajo. Una para el desarrollo de un número mayor de acciones y recursos y una segunda con un planteamiento más reducido. Lo que se pretende no es tanto aterrizar en las actividades en sí como facilitar una herramienta para preparar una agenda que oriente y sea motor de las acciones de sensibilización. Se pueden añadir muchas más, en función de las propias posibilidades.

HOJA DE RUTA GENERAL PARA UNA CAMPAÑA **AMPLIA CON ACTIVIDADES MENSUALES**

OBJETIVO: Hacer visible la realidad de las PSH en nuestra comunidad y reflexionar con los jóvenes sobre su situación y estereotipos, realizando acciones públicas todos los meses.

ACCIONES	ACTIVIDADES	PERIODO	INCIO	FIN	RESPONSABLE	INDICADORES (REALIZACIÓN Y RESULTADO)
Concurso de dibujo infantil "Qué es para ti una persona sin hogar"	-Planteamiento y diseño desde el grupo motor. -Presentación a los equipos de Cáritas de responsables y otros implicados. -Selección de colegios (definición de escenarios) y presentación a los equipos docentes.	ENERO				-grupo motor constituido. -planteamiento preparado -presentaciones realizadas. -incorporación de las aportaciones realizadas -revisión con los cambios -listado de colegios -calendario de visitas preparado -nº de reuniones celebradas con los equipos docentes -calendarización de actividades
	-Presentación en las aulas. Charlas coloquio sobre el sinhogarismo.	FEBRERO				-nº de charlas realizadas sobre el nº programado -nº de participantes que asisten
	-Recogida de dibujos. Puede hacerse en el contexto de un coloquio según las edades. Trabajar la prevención.	MARZO				-nº de dibujos recogidos -coloquios realizados
	-Reunión del "jurado" y presentación pública de los dibujos con una exposición. En la inauguración se entregarán los premios, algo simbólico realizado quizá en los talleres. Puede hacerse en un espacio público o en un centro y aprovechar para tener jornadas de puertas abiertas.	ABRIL				-exposición realizada
Entrevista a algún docente sobre la experiencia en su centro	-TV, radio y prensa local.	MAYO				-nº de actos celebrados en los medios -nº de personas que participan
Organizar jornadas de juegos al aire libre	-Contactar con campamentos urbanos y preparar material para realizar juegos al aire libre.	JUNIO				-mapa de campamentos a contactar -calendario de contactos -nº de contactos establecidos -material de juegos preparado
	-Celebrar un día de juegos en espacios abiertos.	JULIO				-nº de espacios en los que se trabaja -nº de participantes -valoración por parte de los asistentes sobre ítems establecidos (organización, materiales, horarios, responsables)
	-Celebrar un día de juegos en espacios abiertos.	AGOSTO				ídem
Preparar la Campaña	-Reuniones de los equipos para preparar las actividades. -Difundir fecha y lema.	SEPTIEMBRE				-reuniones de preparación celebradas -listado de actividades con responsables y calendario
Trabajando la campaña.	-Trabajar contenidos con participantes, grupos intraeclesiales, etc.	OCTUBRE				-nº de actividades realizadas -nº de participantes -grado de interés
	-Envío de materiales a instituciones, medios de comunicación, colegios, grupos.... -Ruedas de prensa, marchas, acampadas, espacios de oración, colocación de carteles, flashmob, coloquios.... y demás actividades que programemos repartidas a lo largo del mes o la semana de campaña.	NOVIEMBRE				-envíos realizados -nº de actividades realizadas -nº de participantes -grado de repercusión alcanzado (si surgen demandas posteriores: visitas a los proyectos, llamadas...)
Evaluación general del año	-Evaluar, extraer conclusiones y dar a conocer a todos los agentes que han participado a lo largo del año en las distintas actividades.	DICIEMBRE				-evaluaciones realizadas

En todos los actos se tendrá en cuenta el envío previo de notas de prensa y el contacto con agentes significativos en medios de comunicación y otras entidades, publicación en las redes sociales y entrega a los asistentes de material (pueden aprovecharse los dípticos que tengamos de años anteriores). La idea es que todos los meses haya eco en los medios de comunicación, sin restar protagonismo al propio periodo de Campaña.

INDICADORES:

- nº de acciones de difusión realizadas
- material entregado
- grado de repercusión alcanzado (notas de prensa publicadas, medios que asisten)

HOJA DE RUTA GENERAL PARA UNA CAMPAÑA CON MENOS RECURSOS Y CON ACTIVIDADES MENSUALES

OBJETIVO: Hacer visible la realidad de las PSH en nuestra comunidad, recordando que su situación va más allá de un día al año.

ACCIONES	ACTIVIDADES	PERIODO	INCIO	FIN	RESPONSABLE	INDICADORES (REALIZACIÓN Y RESULTADO)
Colocación de carteles informativos sobre las personas sin hogar	-Planteamiento y diseño desde el grupo motor. -Preparación del material. -Presentación a los equipos de Cáritas de responsables y otros implicados.	ENERO				-grupo motor constituido. -planteamiento preparado -material preparado -presentaciones realizadas -incorporación de las aportaciones realizadas -revisión con los cambios -calendarización de actividades
	-Colocar el último fin de mes, en un espacio visible de la fachada de uno de nuestros centros, parroquia, sede de Cáritas... un cartel de tamaño grande con palabras y frases relativas a la realidad del sinhogarismo. La acción coincidirá con el día en que se celebrará la campaña (26 de cada mes este año).	FEBRERO A DICIEMBRE				-cartel colocado
	-Trabajar contenidos con participantes, grupos intraeclesiales...	OCTUBRE				-nº de actividades realizadas -nº de participantes -grado de interés
Trabajando la Campaña	-Envío de materiales a instituciones, medios de comunicación, colegios, grupos.... -Ruedas de prensa, marchas, acampadas, espacios de oración, colocación de carteles, flashmob, coloquios... y demás actividades que programemos repartidas a lo largo del mes o la semana de campaña.	NOVIEMBRE				-envíos realizados -nº de actividades realizadas -nº de participantes -grado de repercusión alcanzado (si surgen demandas posteriores: visitas a los proyectos, llamadas...)
Evaluación	-Evaluar, extraer conclusiones y dar a conocer a todos los agentes que han participado a lo largo del año en las distintas actividades.	DICIEMBRE				-evaluaciones realizadas

De cara a la difusión en medios, se enviará nota de prensa al inicio de la actividad para darla al conocer.

Además de esta propuesta más estratégica, cuya realización no queda acotada en el tiempo al período fuerte e importante de Campaña sino que se desarrolla a lo largo del año, hay fechas señaladas o significativas en las que podemos incorporar acciones de sensibilización y que también podemos planificar. A modo de ejemplo: el Día Mundial de la Justicia Social (20 de febrero), Día Mundial de Lucha Contra la Pobreza (17 de octubre), Día de la Caridad, Campaña Institucional, Día Internacional del Voluntariado (5 de diciembre), etc.

De manera complementaria adjuntamos una propuesta de actividades concretas que incluimos en la hoja de ruta de la Campaña 2016, y que se pueden llevar a cabo tanto en el periodo de Campaña como en diferentes momentos del año:)

Actividades en los Centros para Personas sin hogar:

1. Organizar una sesión explicativa de la Campaña. Se puede utilizar el Díptico, la presentación de la Guía, los Cuadernillos, los materiales audiovisuales de la Campaña.
2. Sesión de reflexión sobre la pobreza (económica, social, cultural, emocional...) y la exclusión/inclusión social y residencial; utilizando fórmulas creativas de trabajo y puesta en común: pinturas, barro, murales en pared... pancartas de tela
3. Incluir las sugerencias de las personas en situación de sin hogar, que les permitan participar en las acciones que juntos vayáis construyendo (acampada pública, concentración frente al ayuntamiento, festivales, entrega Dípticos, recogida de firmas, presencia en Medios de comunicación...)
4. Organizar un "Día de puertas abiertas", para dar a conocer el Centro a vecinos, colegios, asociaciones, parroquias...
5. Proponer a las personas en situación de sin hogar pintar un gran mural en una de las paredes del Centro o en un parque o espacio público (según las posibilidades de autorizaciones para ello) donde quede reflejado lo que en los encuentros de reflexión se haya compartido.
6. Participar en actividades externas con productos del Centro, la película o el documental de la Campaña, o con representaciones dramáticas, coros...
7. Organizar celebraciones lúdicas/convivencias (cena-picnic, comida...) con la participación de los trabajadores, voluntarios, personas en situación de sin hogar...
8. Visitas con los acogidos a Facultades, Colegios, etc.
9. Taller de fotografía con los acogidos para que a través de este arte ellos puedan reflejar su realidad, luego se haría una exposición.
10. Representar una obra de teatro con las personas residentes en el centro.

Actividades intraeclesiales:

1. Presentación de la Campaña, en una sesión conjunta a las Cáritas Parroquiales e Interparroquiales. Se puede enmarcar en un contexto de celebración (eucarística) y/ o lúdica (compartir merienda, cena, etc., que cada cual aporte algo); con carta del Sr. Obispo, invitando a las comunidades a participar; presentación de la Campaña por parte del Delegado Episcopal a los Párrocos. Se puede utilizar el cuadernillo de Campaña. Jornadas de formación para voluntarios en diversos ámbitos (diocesano, regional...), con alguno de los materiales.
2. Envío del Material Pastoral a Parroquias y Centros religiosos, acompañado de carta de presentación del Obispo o del Delegado Episcopal de Cáritas. Aún mejor sería

intentar que se recogiera el Guion Litúrgico propuesto en las Hojas dominicales de cada Diócesis o Parroquia (tratarlo con la Comisión de Liturgia).

3. Organización de una oración parroquial, colegial o universitaria con jóvenes, donde se puedan utilizar los materiales de canciones-música de esta Campaña y las lecturas bíblicas contenidas en el Material Pastoral. Utilizar la simbología de ser persona-ser persona sin hogar... o de la mochila...
4. Presentación personal al párroco del Material Pastoral mediante algún miembro del Equipo de Cáritas. Se puede sugerir su utilización en una de las Misas, si no es posible en todas.
5. Entrega personal, por parte de alguna persona del Equipo, del material de Campaña, con pequeña presentación del mismo en las Parroquias.
6. Sesiones de reflexión con grupos de catequesis, jóvenes, etc., utilizando el material específico para trabajar y reflexionar en Grupos parroquiales de la Campaña 2014.
7. Difundir el material entre el resto de programas de Cáritas, especialmente en aquellos que afectan a otros colectivos en exclusión, y que también tienen una situación vital de ausencia de hogar.
8. Entrega de Dípticos y Cuadernillo de la campaña (y recogida de firmas, si se ha decidido) al acabar las diversas celebraciones, así como reparto de pegatinas u otros materiales, si hay niños.
9. Difundir el material entre responsables de Catequesis y de Pastoral.
10. Aprovechar los Medios de comunicación propios de la Diócesis para incluir artículos, separatas, cuadernillos, cuñas radiales, el vídeo de este año con el tema del acceso al derecho a la salud etc.
11. Oraciones con espacios para compartir: murales... pintadas en papel continuo... telas...
12. Jornadas formativas y/o informativas.
13. Celebrar el día de las personas sin hogar conjuntamente con alguna parroquia (preparación de la eucaristía, actividades con los distintos grupo parroquiales, comida-convivencia) todo ello con la activa participación de las personas que en ese momento residan en el centro.
14. Integrar la campaña como parte importante dentro del plan anual de animación comunitaria de tal manera que, no sea algo puntual y concreto de una fecha sino algo fundamental a tener en cuenta por cualquier Cáritas parroquial, tengan o no cercana esta realidad, pues se trata de la expresión más dura de la exclusión social.

Actividades públicas en lugares abiertos:

1. Festivales de teatro, música...con lectura del manifiesto y entrega de Dípticos y Cuadernillos al final.
2. Aprovechar el transporte público (metro, autobús...) para explicar el sentido de la Campaña, con entrega de Dípticos. Colocar pancartas en las marquesinas de los autobuses.
3. Colocar pancartas/paneles informativos en sitios céntricos y transitados. Mesas informativas en las calles, con entrega de trípticos, pegatinas, Manifiesto...
4. Organizar una comida típica al aire libre, con participación de usuarios, entrega Dípticos y pegatinas,
5. Entregar el Manifiesto a personalidades públicas, alcaldes, representantes de fuerzas políticas por medio de un acto público...
6. Dormir una noche delante del Ayuntamiento. Puede ser en acampada, involucrando a grupos juveniles, de tiempo libre...
7. Realizar un trabajo creativo artístico comunitario sobre la persona, la diversidad, las posibilidades de participación de las personas que están en situación de exclusión... con jóvenes, niños, adultos y afectados: pintada de mural en pared, pintada no permanente de suelo en parques o avenidas, elaboración de cometas, etc.
8. Organizar juegos de pistas... pruebas... rastreos... con jóvenes y niños.
9. Organizar eventos de tipo benéfico (cenas, conciertos....)
10. Realizar dinámicas grupales educativas que impliquen a los ciudadanos
11. Participar en ferias y eventos

Actividades públicas en centros cerrados:

1. Charlas informativas, con entrega de díptico y cuadernillos, para jóvenes y adultos, en centros educativos, centros sociales o vecinales, sindicatos, colegios profesionales. Puede tener impacto hacerlo frente a lugares visibles y/o Oficinas de la Administración pública, en la medida que sea posible.
2. Presentación de la situación actual (utilizar la Guía de Campaña y los diferentes documentos propuestos en la Campaña) y de las propuestas alternativas (en Universidades, Colegios profesionales...)
3. Mesas redondas, debates... con participación de entidades públicas y privadas, profesionales y usuarios (puede utilizarse el Cuadernillo).

4. Organizar Jornadas de trabajo, dirigidas a diferentes agentes y profesionales que desarrollen su intervención en materia de vivienda. Debatir sobre la situación en las comunidades autónomas y ayuntamientos.
5. Exposiciones de fotografías (a ser posible itinerantes para llegar a un mayor número de personas y localidades), de trabajos, de los “productos” de los talleres.
6. Ofrecimiento a Centros escolares para trabajar a lo largo del año (utilizando los materiales específicos para niños – primaria- y jóvenes – secundaria- que tiene la Campaña).
7. En la organización de actividades públicas, es importante convocar a la mayor variedad de grupos sociales (o, incluso, celebrarlas en sus propios locales): Colegios de abogados, arquitectos, trabajo social, pedagogos, psicólogos, educadores sociales, asociaciones cívicas y culturales, sindicatos, etc.
8. Utilizar los materiales audiovisuales de la Campaña: documentales, películas, canciones, cuña radial y presentación de Power Point.
9. Charlas en asociaciones de vecinos y otros colectivos que lo soliciten
10. Videoforum utilizando, a ser posible, los locales de otras entidades e invitando a otras organizaciones
11. Organizar premios en centros escolares (de dibujo, de cuentos, de cómics....)

Medios de comunicación social:

1. Identificar en el territorio a medios de comunicación y personas significativas de los medios que puedan colaborar y comprometerse en la difusión de la Campaña, así como de otras acciones de sensibilización que llevemos a cabo en el marco de la misma.
2. Generar espacios y acciones públicas de difusión de la Campaña, donde los medios puedan tener protagonismo, conducir la actividad, etc.
3. Envío de un pequeño “dossier”, con comunicado de prensa, Díptico, Cuadernillos, Manifiesto del Centro, cuña radial, documental etc., a prensa, radio y TV locales.
4. Escribir artículos, participar en tertulias...
5. Avisar e invitar los diversos Medios de comunicación a todas las actividades públicas que se organicen, a las Jornadas de puertas abiertas, etc.
6. Organizar “desayunos” o “almuerzos” de información y sensibilización, mesas de debate, etc., con periodistas.
7. Entrevistas, anuncios, comunicados, reseñas de actos y eventos

8. Recoger el impacto informativo generado en los medios con las acciones de sensibilización (reportajes emitidos, noticias, enlaces web, etc.)
9. Utilizar y difundir diferentes materiales de sensibilización dirigidos a los medios de comunicación (“Guía de Estilo sobre sinhogarismo” de la XAPSSL, que se adjunta como material este año, documento de “Preguntas y respuestas” de la Campaña 2017, o el “Material de sensibilización para periodistas” de la Campaña 2013)

Web y medios telemáticos:

1. Gestión de nuestra web: inclusión de referencias a la Campaña, links, etc.
2. Envío de correos con la Campaña a público objetivo
3. Uso de aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Line, Telegram, etc.)
4. Uso de redes sociales (Facebook, Twitter)