

MEMORIA TRABAJO FINAL DE GRADO

DERECHO A TECHO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
UNIVERSITAT JAUME I

AUTORAS

ALBA BOIX MARTÍNEZ
ANNA MENDEZ AUBALAT

TUTOR

HUGO DOMÈNECH

INDICE

1. Introducción: presentación del producto, objetivos, interés y justificación de su selección.....	2
2. Fase de preproducción: describir las gestiones con las fuentes, selección de contenidos y previsión de los gastos necesarios para su realización.....	3
3. Fase de producción: justificar el enfoque seleccionado para abordar la temática, secciones, estructura, diseño, interactividad, usabilidad, etc.....	6
4. Fase de postproducción: los elementos utilizados para la creación de la página.....	9
5. Valoración final: conclusiones más destacadas de la experiencia adquirida mediante el desarrollo del proyecto y propuestas futuras de mejora.....	11
-SUMMARY.....	13

1. *Introducción:* presentación del producto, objetivos, interés y justificación de su selección

Nombre del blog: Derecho a techo

URL: <http://www.derechoatechowe.com/>

Fecha de creación: 22 de marzo de 2015

Derecho a Techo es una página web que trata uno de los temas más relevantes de la actualidad, los desahucios, concretamente, en la provincia de Castellón. Las personas que los sufren, son una parte de la sociedad que aparece en los medios de comunicación de forma generalizada, es decir, sin nombre y en muchas ocasiones, sin voz. Queremos personificar a los ciudadanos que se encuentran en esta situación precaria, pero no solo a ellos, sino también a aquellas personas que en situaciones deplorables sacan su máxima solidaridad. Seguiremos a las familias, a los más afectados y a aquellos que luchan por los derechos de todos los ciudadanos, realizando reportajes, tanto escritos, radiofónicos como audiovisuales, entrevistas y fotografías. *Derecho a Techo* es una web dirigida a todos los públicos, ya que los desahucios no entienden de edad, género o raza.

Los principales objetivos que propusimos al plantear el trabajo fueron varios. En primer lugar, queremos transmitir el silencio que viven los afectados por los desahucios, su problemática y su exclusión social. Informándonos sobre este tema, nos percatamos de que los desahucios cada año han ido en aumento, sin embargo, las noticias sobre estos se han vuelto inexistentes, sobre todo, en el ámbito audiovisual. Por este motivo, nuestro propósito principal es dar voz y cara a las personas que sufren en silencio estas drásticas situaciones, es decir, nos hemos convertido en el altavoz que necesitan las víctimas de la Ley Hipotecaria. Otro de los objetivos, enfocado también, hacia los ciudadanos presionados por las entidades bancarias para pagar sus hipotecas, ha sido el hacerles comprender que existe mucha gente a su servicio, y que pueden encontrar ese apoyo tan ansiado en varios rincones de la estructura social.

El interés que despierta *Derecho a Techo* es la pluralidad. A través de diferentes voces, enfoques y colores políticos creamos el complejo conjunto que suponen los lanzamientos hipotecarios. Queremos conocer y transmitir

quién son las personas que se esconden tras este drama, tanto positiva como negativamente. No solo nos hemos centrado en los que sufren las peores consecuencias, sino que también hemos indagado en aquellos que han provocado esta terrible situación. Además, no satisfechas con investigar estos ambos extremos, hemos indagado en aquellas personas que a causa de su profesión se ven diariamente involucradas en este tema como psicólogos, abogados, arquitectos o ingenieros.

Para poder profundizar en este ámbito social, consideramos que el periodismo de proximidad era una buena opción a considerar. Por esta razón, optamos por centrarnos en la provincia de Castellón, puesto que además de ser la más próxima a nosotras, es aquella en la que más han aumentado los desahucios desde que se iniciaron en 2007. Así que, una vez seleccionado este criterio de carácter local, nos centramos en nuestro objetivo principal: hacer visible lo que los actores político-económicos y mediáticos esconden.

2. Fase de preproducción: describir las gestiones con las fuentes, selección de contenidos y previsión de los gastos necesarios para su realización

Desde el inicio, nuestra gestión ha sido clara. El objetivo de actuar como altavoz de los desahucios a través del filtro periodístico ha supuesto la condición *sine qua non* en todos y cada uno de los encuentros con las diferentes fuentes.

En primera instancia decidimos dividir las fuentes a las que íbamos a entrevistar en tres grupos, puesto que queríamos abarcar todo lo relacionado con los desahucios. Nuestro primer grupo hacía referencia a los afectados de forma directa, es decir, aquellas personas que habían sido desalojadas de sus casas, aquellas que estaban a punto de ser enviadas, o aquellas que luchaban para evitar que ellos mismos u otras personas fueran expulsados de sus domicilios. El segundo grupo al que nos referíamos era aquella gente del extremo completamente opuesto, es decir, a las entidades bancarias y a los políticos. Y, finalmente, nuestro tercer grupo agrupaba a todo lo que afecta a un desahucio, y, sobre todo, aquello que interviene de forma indirecta, es decir, psicólogos, abogados, asociaciones de animales, etc.

Una vez realizada esta división, empezamos a contactar con las distintas fuentes y a fijar fechas para las entrevistas. A continuación, mostramos una tabla con las fechas en las que entrevistamos a las fuentes, dónde las entrevistamos y que materiales usamos.

Fuente	Cargo	Fecha	Lugar	Materiales
3 anónimas	Afectadas por la Ley Hipotecaria, con posibilidad de ser desahuciadas	23/03/2015	Plataforma de Afectados por la Hipoteca, Castellón	iPad (audio)
César Defez	Activista de la PAH y afectado por la Ley Hipotecaria	23/03/2015	Plataforma de Afectados por la Hipoteca, Castellón	iPad (audio) Cámaras Canon 3100 y Nikon 3000
Jorge Stegger	Corresponsable del Banco de Alimentos de Castellón	25/03/2015	Plataforma de Afectados por la Hipoteca, Castellón	iPad (audio) Cámara Canon 3100 y Nikon 3000
María Jesús Garrido	Activista de la PAH, Castellón	25/03/2015	Manifestación en la Plaza Fadrell, Castellón	Cámara Canon 3100 y Nikon 3000
Rosa María Luna	Psicóloga	27/03/2015	Consulta en Vinaròs	iPad (audio)
David García	Encargado del CAU, asociación protectora de animales de Vinaròs	28/03/2015	En la protectora de Vinaròs	iPad (audio) Nikon 3000
Xaro Miralles	Candidata a la alcaldía de Benicarló por el PSOE	1/04/2015	Sede del PSOE en Benicarló	iPad (audio) Cámaras Canon 3100 y Nikon 3000
Miguel Ángel	Director del Banco Mare Nostrum	21/04/2015	Banco Mare Nostrum, Vinaròs	
Isabel Galera	Psicóloga voluntaria de la PAH	22/04/2015	Plataforma de Afectados por la Hipoteca, Castellón	iPad (audio) Canon 3100
Jose Antonio Forner	Ingeniero	28/04/2015	Oficinas dde ZAYAN GRUP	iPad (audio)
Josep	Candidato nº3	13/05/2015	Plaza	iPad (audio)

Barberà	de la candidatura de Coalició-Compromís en Benicarló		Constitución de Benicarló	
Iñaki Facundo	Cerrajero	13/05/2015	Cafetería Peña Vinaròs	iPad (audio)
Francesc Prats	Activista de la PAH, Vinaròs	14/05/2015	Plataforma de Afectados por la Hipoteca, Vinaròs	Nikon 3000
Paloma Díaz	Abogada de la PAH, Vinaròs	14/05/2015	Plataforma de Afectados por la Hipoteca, Vinaròs	Nikon 3000
Mar Delgado	Activista de la PAH de Altea y cuarta candidata de "Altea amb trellat"	13/05/2015	L'Hort de les Flors (Benicarló)	iPad(Audio)

En primer lugar y, haciendo referencia al ámbito provincial que albergamos, contactamos con la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) de Castellón. Esta asociación, atenta y predispuesta a atendernos en cualquier momento, nos invitó a las reuniones semanales que hacen los lunes por las tardes, donde los ciudadanos con problemas por la Ley Hipotecaria, acuden a en busca de ayuda. Una vez allí, los activistas y colaboradores de la asociación, nos dejaron grabar toda la reunión, hablar con los afectados que accedían y, sobre todo, los activistas de la plataforma, nos ofrecieron entrevistas particulares para explicarnos detenidamente la función que llevan a cabo. Asimismo, la PAH también trabaja con psicólogos y abogados voluntarios, quienes acuden los lunes por las tardes a las reuniones informativas, y estos, sin problema alguno, accedieron a ser entrevistados. Aunque dichas entrevistas las realizamos más adelante, como bien podemos observar en la tabla anterior.

Una vez tratados aquellos que se han visto afectados por la crisis del ladrillo, optamos por entrevistar a los que se encuentran al otro lado. Contactamos de forma telefónica con varios banqueros de Vinaròs, pero solo uno accedió a realizar una entrevista. Este, director del Banco Mare Nostrum nos citó, personalmente, en su despacho, pero una vez empezada la entrevista, decidió

no responder a nuestras preguntas. Asimismo, también contactamos, vía redes sociales, con políticos de nuestra zona, Peñíscola, Benicarló y Vinaròs, quienes, sin problemas, nos citaron en sus sedes para la realización de las entrevistas.

Además, como empezamos diciendo, no solo apostamos por centrarnos en la Plataforma de Afectados por la Hipoteca, sino que buscamos todos los pilares que se ven afectados cuando una familia pierde su vivienda. Gracias a esto, nos centramos en las mascotas y realizamos una entrevista al CAU, asociación protectora de animales situada en Vinaròs. Esta agrupación nos permitió acceder a las instalaciones, hablar con el coordinador, con los voluntarios y, sobre todo, ver de primera mano cómo se encuentran estos animales, quienes han sido abandonados por sus dueños.

Y, finalmente, decidimos entrevistar a ciudadanos, quienes a causa de su profesión viven alrededor de esta situación. Entre ellos contactamos con un cerrajero encargado por los bancos de cambiar las cerraduras de las viviendas desahuciadas, hablamos con un ingeniero, quien ha vivido desde muy cerca las presiones bancarias y, para terminar, nos reunimos con varios psicólogos y abogados, quienes diariamente atienden a ciudadanos con este problema.

En cuanto al gasto que nos ha llevado la realización de las entrevistas ha sido prácticamente inexistente. Únicamente hemos invertido 14€, cada una, para la compra de dos tarjetas de memoria, ya que al realizar videos necesitábamos unas tarjetas de mayor capacidad. Respecto a las cámaras, Canon 3100 y Nikon 3000, y al Ipad, ya los teníamos de antes, por lo que nuestro gasto ha sido de 28€ en total.

Asimismo, debemos añadir que hemos contactado con todas las fuentes a través de las redes sociales, como bien pueden ser Facebook y Twitter, pero, sobre todo, por vía telefónica.

3. Fase de producción: justificar el enfoque seleccionado para abordar la temática, secciones, estructura, diseño, interactividad, usabilidad, etc.

Nuestro enfoque ha sido, desde el inicio de la página web, muy claro, dar a conocer cómo este problema silenciado por las entidades bancarias y por los partidos políticos se encuentra en auge, a pesar de que estos no hagan nada para evitarlo. Como hemos dicho en la presentación del tema, queremos ser el altavoz de estas personas, quienes día a día luchan por sus derechos, sobre

todo, por el de una vivienda digna, como se expone en el Artículo 47 CE: *"Todos los españoles tienen derecho a disfrutar de una vivienda digna y adecuada. Los poderes públicos promoverán las condiciones necesarias y establecerán las normas pertinentes para hacer efectivo este derecho, regulando la utilización del suelo de acuerdo con el interés general para impedir la especulación. La comunidad participará en las plusvalías que genere la acción urbanística de los entes públicos."*

Respecto a las secciones que hemos elegido encontramos:

- **Inicio:** esta sección contiene cuatro fotografías, en blanco y negro, las cuales representan de forma clara nuestro trabajo periodístico. La imagen central, correspondiente a una fotografía de un desahucio, hace hincapié en el tema que vamos a tratar. Seguidamente, las otras tres imágenes de tamaño inferior, hacen referencia a que es un producto periodístico y, una a una, nos llevan a las diferentes secciones de la página web. Las fotografías se muestran en blanco y negro, puesto que transmiten elegancia, nobleza y claridad. Cuando quitamos la información de color de la imagen, nos es más fácil centrarnos en otros aspectos de la fotografía, como la expresión, las formas, la composición, el dramatismo, la textura, entre otros, lo que nos permite conseguir una carga de mayor emotividad y sentimiento. Además, en la parte inferior hemos explicado, brevemente, el tema de nuestra web, junto con el artículo de la constitución que lo ampara. Finalmente, hemos querido plasmar la cita que mejor representa nuestra web: "Lo que no se ve, no existe".
- **¿Quiénes somos?:** en este mostramos de forma más elaborada y extensa sobre qué trata nuestra página web, a quién va dirigida y por qué la hemos llevado a cabo. Además, nos presentamos personalmente y añadimos nuestros correos y Twitter, para que cualquier persona pueda contactar con nosotras.
- **Reportajes:** únicamente encontramos reportajes escritos en los que mostramos todo lo relacionado con los desahucios, a través de ejemplos, pero, sobre todo, a través de la experiencia de las fuentes entrevistadas. Cada reportaje tiene su espacio particular titular, son

extensos y cumplen con todas las normas periodísticas. Además y, para seguir con la línea que transmite nobleza, elegancia y claridad, presentamos todas las imágenes en blanco y negro.

- **Multimedia:** en este apartado mostramos reportajes radiofónicos y audiovisuales.
- **Entrevistas:** junto con la sección de reportajes, uno de los apartados más completos e interesantes de nuestra web. Una a una, muestra todas las entrevistas que hemos llevado a cabo. Asimismo y, siguiendo la línea de nuestra página todas las fotografías se muestran en blanco y negro.
- **Caja de recortes:** exhibimos los titulares, más recientes, relacionados con los desahucios. Únicamente mostramos el titular, pero haciendo clic en este vamos directamente a la noticia completa del periódico correspondiente.
- **Galería:** exponemos todas las fotografías que hemos realizado, obviamente, relacionados con nuestro tema principal o con alguno de nuestros reportajes. En este caso y, rompiendo con la línea de la web, hemos mostrado todas las imágenes en color, ya que por sí solas, muestran la fuerza de las situaciones que viven los afectados.

Relacionado con el diseño, nos hemos decantado por una web simple, clara y ordenada, donde cada trabajo se muestra en su apartado correspondiente. Gracias a esto, la navegación es muy rápida y los usuarios pueden ir directamente a la sección que desean. Respecto al color, en nuestra web predomina el gris, puesto que según la psicología de los colores este simboliza neutralidad, indecisión, ausencia de energía, tristeza, duda y melancolía. El color gris es una fusión de alegrías y penas, del bien y del mal. Muchas veces da la impresión de frialdad metálica, pero también sensación de brillantez, lujo y elegancia. Además y, como bien hemos explicado antes, todas las imágenes no pertenecientes a la sección de galería se muestran en blanco y negro, puesto queremos hacer hincapié en la emotividad y sentimiento que transmiten.

Haciendo referencia a la hipertextualidad, nosotras la hemos trasladado toda a las fotografías. Cada imagen nos traslada a la página web sobre lo que trata nuestra entrevista o reportaje, es decir, si nuestro reportaje habla sobre la función de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca, la fotografía nos trasladará a la página web de esta. ¿Por qué hemos decidido apostar por esto? Hemos decidido optar por los enlaces en las fotografías, puesto que tratamos un tema muy importante y relevante en la sociedad, por lo que queremos que nuestros lectores no tengan ninguna distracción a la hora de leer nuestros trabajos, y puedan observarlos de principio a fin, sin que ningún enlace los traslade fuera de nuestra web. Sin embargo, cuando nos referimos al cajón de recortes, queremos todo lo contrario, por lo que cada titular presenta un link para que los lectores accedan a la página web concreta de cada noticia.

La interactividad en nuestra web la mostramos de tres formas. La primera la vemos en la sección de ¿quiénes somos?, donde todos los usuarios pueden dejar su comentario directamente en la web. En cuanto a las otras dos formas, nos referimos a las redes sociales que presenta Derecho a Techo, que son Facebook y Twitter, donde los usuarios pueden interactuar con nosotros en tiempo real y de forma directa.

Finalmente y, en cuanto a la usabilidad, nuestra página web es muy sencilla, puesto que hemos apostado por la usabilidad antes que por la estética. Nuestra web es eficaz, ya que trata todo lo relacionado con los desahucios. Es eficiente, puesto que puedo acceder de forma clara y rápida a cada sección de esta, al igual, que a todos los trabajos que contienen. Y, además, es satisfactoria, ya que consigo lo que busco de forma simple, clara y rápida.

4. Fase de postproducción: los elementos utilizados para la creación de la página

Los elementos que hemos utilizado son simples, directos y útiles, del mismo modo que la página web. Hemos creado una plataforma limpia, visible y accesible, que, a través de las posibilidades que ofrece el soporte, es fácilmente utilizable por todo nuestro entorno. Desde “*Derechoatechweb*” pretendíamos crear un espacio social y lo hemos conseguido gracias a nuestra presencia en las redes sociales y la estrategia del *boca a boca* de todos

aquellos que han tenido contacto con este proyecto y de su alrededor más cercano. Los perfiles de *Facebook*, “Derecho a techo”, y de *Twitter*, @Derechoatecho15, han sido dos elementos fundamentales a la hora de crear la difusión necesaria de nuestro trabajo. Tanto el perfil de *Facebook* como el de *Twitter* han servido de altavoz de nuestra página web, puesto que informaban a nuestros seguidores de todas las novedades que íbamos añadiendo a la web. Estamos hablando de un producto periodístico especializado y de proximidad, es por ello que, el público objetivo de “*Derechoatechowe*” coincide con el territorio más próximo a nuestro círculo social, es decir, la provincia de Castellón.

La plantilla que hemos comprado para construir nuestra plataforma ha sido de “1&1 Mi web”, un formato que permite acceder a la interfaz de intranet desde varios puntos simultáneos, una característica que la hace cómoda, rápida y eficaz. De este modo, las dos creadoras de la web podemos trabajar al unísono desde nuestros puntos de residencia habitual. Otra de las ventajas que presenta esta empresa es la facilidad de acceso, ya que, a través de dichas redes sociales, se ha publicado el enlace (*link*) a la web en múltiples ocasiones. Así, todos los seguidores de estos perfiles han podido ser testigos del proceso de evolución de este nuestro proyecto hecho realidad.

Otro de los puntos a tener en cuenta de “1&1 Mi Web” es que ofrece el dominio incluido, por lo que los usuarios que quieran acceder a nuestra página web lo pueden hacer muy rápidamente. Además, 1&1 cuenta con un servicio de optimización, por lo que nuestra web ha conseguido una buena posición en Google y otros buscadores, por lo que este acceso que tenemos es aún más cómodo y veloz.

Asimismo, para llevar a cabo esta página web no hacen falta conocimientos técnicos, puesto que para crear y adaptar la web, no es necesario descargar ningún software ni tener conocimientos de programación. El editor “arrastrar y soltar” que posee, permite mover de manera fácil e intuitiva los diversos elementos de tu página y situarlos en el lugar que desees. También debemos añadir, que esta página web cuenta con la última tecnología, con las mejores tendencias de diseño y con las funciones más avanzadas. Última tecnología, ya que nuestra web puede ser vista desde diferentes dispositivos móviles. Mejores tendencias de diseño, puesto que ofrece una gran variedad de plantillas, las

cuales se adaptan al estilo y tema principal de tu web, Y, las funciones más avanzadas, ya que podemos incluir imágenes, videos, links, hipervínculos, entre otros elementos.

5. Valoración final: conclusiones más destacadas de la experiencia adquirida mediante el desarrollo del proyecto y propuestas futuras de mejora

A través de la investigación que hemos experimentado gracias a este trabajo académico, ha sido muy grande el asombro vivido por la cantidad de historias y personas silenciadas que se ven afectadas por la Ley Hipotecaria española. Desde un primer momento tuvimos el firme objetivo de contar lo que alguien no quiere que se sepa, basándonos en las palabras del periodista George Orwell: *“Periodismo es difundir aquello que alguien no quiere que se sepa, el resto es propaganda”*. Estamos satisfechas del resultado de nuestro trabajo, aunque sabemos que puede mejorar en varios aspectos. En primer lugar, tenemos el deber de corregir, en un futuro, la ampliación de la cobertura de información que posee la página web. Pasaremos de contener información provincial a autonómica, y así, poder mostrar a más gente que los desahucios siguen siendo una lacra de nuestra sociedad, que continúan estando a la orden del día y que sigue habiendo gente que no tiene un techo bajo el que dormir por no poder hacer frente a la deuda hipotecaria de su hogar. En segundo lugar, otro de nuestros próximos objetivos es darnos a conocer en diferentes plataformas sociales que colaboren con los ciudadanos que están viviendo esta carencia. Queremos que los afectados nos conozcan, nos cuenten su historia y que, si lo desean, esta se haga pública para ejercer presión psicológica contra los responsables de este problema.

Ha sido una aventura enriquecedora para todas las partes colaboradoras. Nosotras hemos vivido en primera persona el día a día de aquellas personas que se ven al borde del desahucio y de las que ya han sufrido el lanzamiento de su vivienda. Hemos acudido a concentraciones, manifestaciones, asambleas, reuniones de negociación entre bancos y activistas, reuniones de grupo en la PAH de Castellón y Vinaròs, hemos hablado con políticos de varios partidos, se nos ha negado la entrada a entidades financieras, pero sobre todo,

hemos comprendido que los desahucios siguen ahí, sigue habiendo gente que no puede comer por pagar la hipoteca y sigue habiendo familias viviendo en la indigencia. Otra de las cosas que nos ha impactado es, que familias enteras que hace relativamente poco formaban parte de la clase media, ahora piden comida en comedores sociales y bancos de alimentos solidarios. Gracias a este proyecto, sabemos que nadie es más que nadie, que no somos quién para juzgar a los demás, y que aquellos que presumen de nivel de vida pueden llegar a verse en la situación de desespero que viven los ciudadanos a los que hemos tenido acceso.

Entre todas las vivencias que hemos experimentado, dos han sido bastante impactantes. La primera hace referencia al factor vergüenza que sufren los afectados por este problema, cosa que en ocasiones les lleva a optar por perder la casa antes que por pedir ayuda. En una de las reuniones que realiza la Plataforma de Afectados por la Hipoteca de Castellón y, en la que estábamos presentes con nuestras cámaras de video, una de las afectadas decidió marcharse de la charla, por el único motivo de no ser grabada, puesto que ni familiares ni vecinos sabían de su problema y prefería seguir así. El otro de los sucesos que nos sorprendió, es como las entidades bancarias evitan estos temas y, sobre todo, como mienten sobre los datos. En una de las entrevistas concertadas con el director del Banco Mare Nostrum de Vinaròs, este aceptó conversar de forma informal con nosotras, con el acuerdo de no ser grabado ni expuestas sus declaraciones. Durante esta breve conversación, puesto que no podía ser utilizada en nuestro trabajo, el director optó por desmentir los datos que declaran las Plataformas de Afectados por la Hipoteca, al igual que por asegurar que los bancos negocian, en todo momento, con los ciudadanos afectados por la Ley Hipotecaria.

El drama de los desahucios es el Talón de Aquiles de esta década. La deuda hipotecaria y la dificultad de obtener la dación en pago son un virus que se sufre en silencio, ya sea por vergüenza, por desconocimiento o por falta de empatía de los grandes medios de comunicación. Se ha silenciado la voz de miles de ciudadanos, ya que existen muchos intereses por parte del poder político, económico y judicial para que estos no salgan a la luz pública. Es por ello por lo que decidimos emprender este camino, por todas esas personas, por

las pocas noticias que recibimos de ellas, por la expansión del problema y por la impasividad con la que se actúa al hacer frente a los desahucios.

SUMMARY

We have created a website that is specialized in provincial journalism focusing on topics that, despite not having real media interest, do exist. In "*Derecho a Techo*" (*Right to a roof*), the name of the website, you can find a lot of journalistic articles, especially interviews that cover a wide range of topics related to evictions in the province of Castellon. We chose this social problem because we believe it is right and necessary that all those who are being affected by the Mortgage Law in our province are heard. With our work we want to give a face, a voice, and represents de feelings and opinions of the people, who have this problem and are living it.

Throughout the project, we talked to professionals in the field of psychology and law that dedicate part of their time trying to solve each of the conflicts of people asking for help. However, professionals are not the only citizens who offer their free service. We have also got to know ordinary citizens, who even without resources or work lend their help to all those people that are in a worse situation than they are. We are talking about a nation wide crisis that has gotten out of hand. Gradually, the violation of the right to adequate housing has spread to other parts of society too and is now reaching more than 300 evictions every day. Since we started to give form to our work we have been doing reports, that are written, made for radio and audiovisual ones, as well as interviews and photographs. "*Derecho a Techo*" is a website that is committed to diversity. We have created a platform aimed at all audiences because evictions don't understand about differences in ethnics, social classes, gender or age. During the thinking process and the developing stage of our idea we established clear and specific goals, which are two of the characteristics of journalism.

The first idea was to broadcast the silence felt by those affected by evictions, their problems and their social exclusion. As we advanced in our research, we realized that the evictions have been increasing year after year, however, news of these evictions has been evaporating to be practically nonexistent, especially on television. That is why, our first main objective was giving a voice and face to

the people who suffer these horrible situations in silence, therefore, we have become the speaker needed for victims of the Mortgage Law. On the other hand, our second objective was focused on citizens who, pressured by banks to pay their exorbitant mortgages, realized that there are many people at their service and that they can find the much-needed support in various corners of society.

Since the beginning of the crisis, social organizations and platforms have mushroomed. The precarious situations of sectors such as education, health, housing and culture have been affected by difficulties and the drastic cuts that the government and banks decided to make. That is why, little by little, citizens with fighting spirits have joined forces to tackle injustice and pressure coming from these institutions.

Continuing with the objectives we started with, we wanted to focus on one in particular: making visible what the government, banks and big media want to hide. This is why, we chose the province of Castellon to concentrate on, as well as being the closest to us, it has the most significant evictions increase in since they started in 2007.

From the moment we started this journalistic investigation, our motive was to act as a speaker for the evicted using a journalistic view. This motive was essential in each one of the meetings with the different people we interviewed. For a better organization, we decided to divide the sources we would contact, into three groups.

The first group referred to the directly affected, those citizens who had been evicted from their houses, those who were about to be forcibly evicted, or those fighting to prevent themselves or others being evicted from their homes. The second group on which we focused was completely the opposite, which ment banks and politicians. And finally, our third group brought together everything and everyone affected by an eviction, and, above all, everything and everybody indirectly involved, such as psychologists, lawyers, animal associations, etc.

After establishing these groups, we began to talk to our various contacts and set dates for interviews and meetings. We have chosen to work in a subtle way, talk to people, and show them the confidence they needed to talk to us honesty and openly. First and referring to the provincial level of our investigation, we contacted the Platform Affected by Mortgage (PAH) in Castellon. This nonprofit

social platform also works with psychologists and volunteer lawyers, who come together on Monday afternoon at briefings, and they had no problem whatsoever with being interviewed.

After concluding our interviews with those who have been affected by the crisis of mortgage debts and lack of possibilities to be discharged for the remaining mortgage debts by handing back their property (*datio pro soluto*), we started to interviewing those who are on the other side. We phoned loads of bankers in Vinaròs, but only one of them agreed to do an interview, the director from *Banco Mare Nostrum*. However, (one of the many anecdotes about this experience) once the meeting was arranged and everything prepared to do the interview, he refused to talk and asked us to leave his office.

Also we contacted some politicians in our area in add through the social networks, Peñíscola, Benicarló and Vinaròs, who invited us to their offices to do the interviews, without any kind of problem

In add, we are committed to not only focus on the Platform of People Affected by the Mortgage, but we also looked for everything and everybody affected when a family loses their home referring. To this, we focused on pets and conducted an interview with El CAU, an animal protection organization located in Vinaròs. Finally, we decided to interview citizens, who are involved in the problem as a result of their profession. Among them, we contacted a locksmith contracted by banks to change the locks on the evicted homes. We talked to an engineer, who has experienced up close the pressure applied by banks and, finally, we met with several psychologists and lawyers, who daily attend people with this problem.

Given the economic situation, we focused on a project that would be as cheap as possible. We have just invested 14€ each for the purchase of two memory cards because to make videos we needed cards with a bigger capacity. The rest of the materials, which were the two cameras and the iPad, were ours.

When we wrote down everything, we focused on five technical and esthetic aspects. The design is based on a simple, clear and uncluttered website, where each topic has its own section. The chosen colour was gray, along with black and white tones because these colours symbolize neutrality, indecision, lack of energy, sadness, doubt and melancholy. Referring to the hypertext, we have moved all of the pictures. We decided to do this because we are treating a very

important and relevant issue in our society, so we want our readers to have no distractions when reading the articles and read them from beginning to end. Interactivity on our website is shown in three ways: the section of “¿Who are we?” on *Facebook* and on *Twitter*, where users can interact with us in real time. In terms of usability, it’s an effective website because everything is about evictions. It is efficient, that’s because people can access to each section of it in a quickly and clearly way, as well as, all the work they contain. Moreover, it is satisfactory when people get what they are looking for in a simple, clear and fast way.

Finally, to design and maintain our website we don’t need technical knowledge, because to create and adapt the website, we do not need to download any software or have any programming knowledge. However, *Derecho a Techo* features the latest technology, the best design trends with the most advanced features. Therefore, we can say that we have fulfilled the premise of journalist George Orwell, which is: “broadcast what people want to hide”. No doubt, it has been an enriching adventure for all parties involved.



Derechoatecho