

VOCES DE LA CALLE

DOSSIER TÉCNICO



Enfoque comunicacional

El área de comunicación Voces de la Calle funcionaba mediante un departamento compuesto por voluntarios y voluntarias audiovisuales, sin exclusividad a los talleristas que sin embargo, también podían estar involucrados.

El grupo se informaba mediante el canal de comunicación interna de la página de Facebook, otorgando una vía de transparencia interna e interacción entre los integrantes del voluntariado.

Por otro lado, para lograr un mayor alcance comunicacional se utilizaban las diversas plataformas de redes sociales, tales como Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, Google +, y YouTube. Mediante estas se difundía la información a través de flyers u otros materiales, se comunicaban los ciclos de talleres, y las próximas actividades a realizar.

La comunicación interna de la organización es crucial ya que ayuda a flexibilizar y a agilizar el trabajo en terreno y a la distancia. Se ocupaban redes sociales, se hacían reuniones frecuentes, convivios y actividades extra para mantener el espíritu de grupo, la motivación y la calidad de las actividades interactivas y relaciones humanas. Se generaban documentos de uso interno con una gráfica específica desde diplomas, certificados de participación, fichas, cartas de ética, presentaciones, listados y manuales dirigidos a los voluntarios integrantes de Voces de la Calle.