

**CARACTERIZACIÓN DEL PROGRAMA DE MÚSICA DE LA FUNDACIÓN
MÚSICA POR COLOMBIA DESDE LAS PROPUESTAS DE LA
COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL. UN ANÁLISIS A PARTIR DEL
DISCURSO DE ALFONSO GUMUCIO.**

LIZETH BUSTAMANTE BOSSA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Programa de Comunicación Social

Cartagena de Indias, D. T. y C.

Marzo, 2010

**CARACTERIZACIÓN DEL PROGRAMA DE MÚSICA DE LA FUNDACIÓN
MÚSICA POR COLOMBIA DESDE LAS PROPUESTAS DE LA
COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL. UN ANÁLISIS A PARTIR DEL
DISCURSO DE ALFONSO GUMUCIO.**

LIZETH BUSTAMANTE BOSSA

Sistematización de una experiencia

Monografía de práctica social

MG. LUIS RICARDO NAVARRO

Tutor

Comunicador Social

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Programa de Comunicación Social

Cartagena de Indias, D. T. y C.

Marzo, 2010

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Cartagena de Indias, D. T. y C., marzo de 2010.

Agradecimientos

A Dios.

A mis padres.

A mi familia.

Por su gran paciencia y apoyo incondicional.

TABLA DE CONTENIDOS

1. TEMA.....	6
2. DESCRIPCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
3. OBJETIVOS.....	12
3.1. Objetivo general.....	12
3.2. Objetivos específicos.....	12
4. JUSTIFICACIÓN.....	13
5. PREGUNTA PROBLEMA.....	15
6. MARCO TEÓRICO.....	16
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	21
8. PRESUPUESTO.....	21
9. INFORME DE SISTEMATIZACION.....	22
9.1 Rasgos generales.....	22
9.2 DESCRIPCION Y RESULTADOS DEL INFORME.....	26
9.3 PRIMERA CATEGORIA: PARTICIPACION Y APROPIACION COMUNITARIA.....	27
9.3.1 Análisis de comportamiento.....	27
9.3.2 En los niños (Previa práctica social).....	28
9.3.3 En los niños (Posterior práctica social).....	30
9.3.4 De los padres (Posterior práctica social)	31
9.3.5 Análisis y tratamiento de la información.....	32
9.4 SEGUNDA CATEGORIA: LENGUA Y PERTINENCIA CULTURAL...33	33
9.5 TERCERA CATEGORIA: GENERACION DE CONTENIDOS LOCALES.....	35
9.6 CUARTA CATEGORIA: EL USO DE TECNOLOGIA	36
9.7 QUINTA CATEGORIA: REDES Y CONVERGENCIA	38
10. BILIOGRAFIA.....	40
11. ANEXOS.....	44

1.0TEMA

CARACTERIZACIÓN DEL PROGRAMA DE MÚSICA DE LA FUNDACIÓN MÚSICA POR COLOMBIA DESDE LAS PROPUESTAS DE LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL. UN ANÁLISIS A PARTIR DEL DISCURSO DE ALFONSO GUMUCIO.

2.0DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Tras una compilación de experiencias, trabajos de campo, entrevistas y apoyos informativos de la dirección de la Fundación Música por Colombia y del entonces patrocinador de dicha fundación (empresa Siemens), se describe a continuación un proyecto que se convierte en un esquema de estudio a partir del discurso de diferentes teóricos de la comunicación para el cambio social, tomando como eje temático al boliviano Alfonso Gumucio.

Cartagena de Indias no es sólo patrimonio histórico de la humanidad, no es sólo una ciudad para mostrar por su historia, sus playas y su gran riqueza arquitectónica. Sin duda, Cartagena es más que eso. En algunos casos, la lectura de los medios de comunicación, sobre esta ciudad, no siempre va acorde con la realidad. Pobreza y falta de oportunidades, son factores poco protagonistas en noticieros y prensa, los barrios deprimidos y marginados de esta ciudad casi siempre quedan ocultos.

La situación de Cartagena frente a las ciudades principales de Colombia no es alentadora respecto al

tema de la pobreza y las variables relacionadas con el desarrollo urbano. Al interior de la ciudad, a través de sus barrios, es posible encontrar concentraciones específicas de estos fenómenos que manifiestan la gravedad de las condiciones de algunos barrios frente a la situación favorable de unos pocos.

La pobreza urbana en Cartagena es un problema que supera lo que se observa en las principales ciudades del país. Además se ha encontrado que las personas pobres no sólo se encuentran concentradas espacialmente en sitios específicos de la ciudad, sino que además no cuentan con las condiciones sociales y las oportunidades necesarias para superar esta situación, lo que lleva a que permanezcan en un círculo de pobreza permanente. (Perez Javier, 2007, p.56).

Ante estas situaciones, los procesos de comunicación se convierten en una manera de abordar las problemáticas sociales, porque permiten a las comunidades definir quiénes son, cuáles son sus aspiraciones y necesidades y cómo pueden trabajar colectivamente para mejorar sus vidas.

En categoría de extrema pobreza, se encuentra el barrio Nelson Mandela de Cartagena, un “asentamiento de conformación irregular ubicado al sur occidente de la ciudad. Su origen se remonta al año de 1994, poblado por familias provenientes en su gran mayoría de Urabá y Córdoba en situación

de desplazamiento por la violencia”. (Galarza K. Diagnóstico social participativo, 2004, p.8).

A partir de allí, gobierno y diferentes grupos, iniciaron una labor para los distintos grupos desplazados que llegan a la ciudad. Es así como nace en el año 2002, la Fundación Música por Colombia como respuesta al compromiso social adquirido por la Sinfónica de Cartagena, una institución de carácter privado que opera desde 1996, cuyo objetivo es brindar servicios de capacitación musical a niños y jóvenes de los estratos más altos de la ciudad.

Música Por Colombia es una propuesta pedagógica fundada con la intención de masificar la enseñanza de la música gratuita para niños y jóvenes de los sectores menos favorecidos de Cartagena, usando la música como herramienta restauradora del tejido social en comunidades altamente afectadas por la pobreza y la violencia.

A partir del esfuerzo de esta propuesta, las directivas de Música por Colombia emplean recursos de su empresa privada (Sinfónica de Cartagena), para trasladar los espacios de creación musical a zonas altamente vulnerables. Su director, Edgar Vargas, pretende a partir de este proyecto, mostrar las experiencias de los niños y apoyar así, al fortalecimiento de la participación de los actores de la comunidad.

Después de adquirir una amplia experiencia, fruto del trabajo musical que desarrollamos en los Colegios más importantes de Cartagena, formar y consolidar una orquesta sinfónica, cuatro grupos de cámara, preparar a cientos de solistas y organizar más de 150 conciertos; los gestores de este proyecto nos dimos a la tarea de socializar la música, permitiendo que esta experiencia de vida, fuera compartida por miles de niños sin oportunidades económicas pero con iguales o mayores condiciones de talento (Vargas, Edgar, 2008).

El objetivo de este proyecto apunta a conformar espacios de creación artística y musical en cada barrio de la ciudad, generando motores de pacificación y progreso, involucrando en todo momento a las comunidades educativas con mayor incidencia en las zonas escogidas y creando comités de apoyos con los padres de familia de los niños seleccionados, con el fin de servir como difusores naturales de los procesos.

Esta propuesta de formación musical consta de: capacitación de docentes locales, dotación instrumental para las orquestas infantiles, arreglos musicales para los grupos, realización de conciertos en cada comunidad de los grupos en formación y conciertos de agrupaciones profesionales que respaldaran esta labor. Todo esto con el ánimo de formar público en cada zona que aprecie el trabajo de los grupos musicales y valore el esfuerzo comunitario.

Como punto de partida de este proyecto, se determinó escoger el barrio Nelson Mandela por tratarse de una comunidad altamente vulnerable. La comunidad educativa elegida para el proceso de audiciones y escogencia de los niños participantes, fue el Colegio Jesús Maestro, “Sueños y oportunidades”. Se inició el proceso con 45 niños que muy pronto se convertirían en 100 alumnos, que compartirían su tiempo escolar con la enseñanza del violín, marimbas, flautas, guitarras y percusión, para luego convertirse en la primera orquesta infantil de Música por Colombia.

La estrategia de autogestión y sostenibilidad planteada por el programa, pretendía unir el esfuerzo de la Sinfónica de Cartagena, con el sector privado para la financiación de los proyectos musicales. “Conociendo la dificultad para que una sola empresa asumiera la responsabilidad de todo el proceso; diseñamos un plan de patrocinio parcial de coros y orquestas, dirigido a diferentes instituciones privadas que en conjunto financiaran la totalidad de Música por Colombia.” (Vargas Edgar, 2008).

El respaldo de la Fundación Mario Santo Domingo y Pro-Niño, hizo posible que en sus inicios el grupo contara con una dotación completa de instrumentos sinfónicos, con los que iniciaron una nueva etapa instrumental que vinculó a siete maestros especializados y permitió abrir las puertas a 50 niños más en el proceso de iniciación musical.

Dentro de los nuevos retos está expandir por todo el país la creación de nuevos centros en diferentes barrios de la ciudad. Para el desarrollo de este proyecto y con el fin de basar la elaboración del mismo, en un modelo metodológico de comunicación, se ha seleccionado el autor Alfonso Gumucio Dagron, para tomar cada una de las experiencias desde la comunidad y aterrizarlas dentro de las diferentes categorías que expone este autor, como características esenciales dentro de un proceso de comunicación para el cambio social.

“Alfonso Gumucio, nació en Bolivia en 1950. Es escritor, cineasta, fotógrafo y ejerce como especialista en comunicación para el desarrollo. Ha dirigido más de diez películas documentales y ha publicado alrededor de 16 libros de ensayos, cuento y poesía.” (Poetas de Bolivia, 2003). Ha estudiado por varios años la evolución de la comunicación para el cambio social en los últimos cincuenta años y es uno de los autores de la reciente obra, *Antología de Comunicación para el Cambio Social*, obra en que se basa este proyecto, con el fin de conocer acerca de los diferentes pensamientos y postulados de los teóricos de la comunicación y a su vez, analizar los procesos de comunicación del programa infantil de la Fundación Música por Colombia, desde las categorías que expone el propio autor, como condiciones esenciales dentro del proceso de comunicación para el cambio social.

Por lo anterior, y teniendo en cuenta la experiencia y la participación comunitaria en diferentes sectores de la ciudad y del país, se considera

pertinente elaborar un análisis -a partir del discurso de Alfonso Gumucio- del programa de música de la Fundación Música por Colombia, desde las propuestas de la comunicación para el cambio social.

3.0 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Caracterizar el programa de música de la Fundación Música por Colombia, en los niños del barrio Nelson Mandela de Cartagena, a partir de las categorías del discurso de la comunicación para el cambio social, propuestas por el teórico boliviano Alfonso Gumucio, con el fin de entregar un análisis académico a la fundación, útil para la proyección social de la propuesta.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Sustentar teóricamente desde los postulados de Alfonso Gumucio, como experiencia de comunicación para el cambio social, el programa de música de la Fundación Música por Colombia, en los niños del barrio Nelson Mandela de Cartagena.
- b. Identificar los cambios de comportamiento comunicativo en los procesos de interacción social, desde el marco conceptual propuesto por Alfonso Gumucio, a través de los esquemas participativos propuestos por el

programa de música de la Fundación Música por Colombia, en los niños del barrio Nelson Mandela de Cartagena.

4.0 JUSTIFICACIÓN

A partir de la existencia de un proyecto musical en Cartagena respaldado por la Fundación Música por Colombia, para el beneficio de familias y especialmente de niños pertenecientes a zonas vulnerables de la ciudad, se plantea un análisis que permita conocer los principales factores del proyecto, que se integren a un modelo de comunicación para el cambio social.

Como señala el director de la fundación, "Es importante el desarrollo de un proyecto comunicativo que nos permita conocer las fortalezas y debilidades del programa y que ofrezca diferentes estrategias que aporten a la participación de los niños, padres de familia y comunidad en general en los procesos de aprendizaje y empoderamiento del mismo." (Vargas, Edgar, 2008).

Dentro de las categorías presentadas por Gumucio, en el ámbito de la Comunicación para el cambio social, este proyecto es importante para la comunidad debido a que permite la interacción social, participación ciudadana y construcción de esfera pública. De esta forma, el análisis pretende demostrar la necesidad de una comunicación pensada para el cambio social, para la transformación y para el reconocimiento de los

participantes, trabajando con ellos y desde sus comunidades.

Con relación a estas categorías, Gumucio plantea lo siguiente:

CON	VS.	PARA
Investigar, planificar, comunicar, con la comunidad y desde ella, para promover el diálogo y el debate.		Investigar, diseñar, probar, diseminar mensajes, evaluar para la comunidad o por ella, es algo que permanece externo a la vida de la gente.

Por esta razón se hace necesario diseñar la propuesta de realización de estrategia de comunicación hacia el cambio social para que personas, instituciones y organizaciones logren de manera conjunta fortalecer y articular su voz, este proceso de comunicación es fundamental para el desarrollo de la comunidad por lo que promueve la participación ciudadana y la construcción de opinión, propiciando espacios para el diálogo.

A través de este proyecto, me gustaría integrar a los niños de la comunidad de Nelson Mandela, de tal manera que las personas tengan la capacidad de crear y administrar procesos de comunicación que originen valores democráticos y contribuyan a mejorar sus vidas con identidad propia. (Vargas, Edgar, 2008).

De este modo, la comunidad es vista como un agente constructor y a su vez el motor de esfuerzo para resolver problemas de hábitat, ya sea a nivel colectivo

o individual, en el cual también pueden intervenir los medios de comunicación en el desarrollo y avance de la localidad.

Por lo anterior, y considerando la importancia del proyecto musical en Cartagena y la ausencia de un informe de este tipo en la facultad de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar, es pertinente desarrollar una caracterización del programa de música de la Fundación Música por Colombia, en los niños de Nelson Mandela. Así mismo, conocer las estrategias y procesos comunicativos desarrollados, a partir de un análisis sustentado en el marco teórico, propuesto por el boliviano Alfonso Gumucio y así plantear puntos en común y categorías rectoras para comprender el contexto del proyecto.

5.0 PREGUNTA PROBLEMA

¿Cuáles son las características comunicativas que se pueden establecer, a partir de la propuesta teórica del académico Alfonso Gumucio, del programa de música implementada en la Fundación Música por Colombia?

6.0 MARCO TEÓRICO

Para la realización de este proyecto que tiene como fin caracterizar el programa de música de la Fundación Música por Colombia, en los niños del barrio Nelson Mandela de Cartagena a partir de las categorías del discurso de la comunicación para el cambio social, se tomará como punto de partida, el concepto de comunicación para el cambio social según la teoría del boliviano Alfonso Gumucio. Para este teórico, “la Comunicación para el Cambio Social es un proceso de diálogo y debate, basado en la participación y en la acción colectiva, a través del cual la propia gente determina lo que necesita para mejorar sus vidas”. (Gumucio, 2008, p.23).

Bajo este planteamiento la Fundación Música por Colombia, se sitúa dentro de este marco desde que inicia el proyecto educativo con el propósito de brindar espacios comunicativos a través de los cuales los niños y jóvenes pudieran expresarse libremente, intercambiar ideas y establecer procesos de participación en la comunidad, convirtiéndolos en promotores y ampliadores del proceso comunicacional.

Tal como lo expresa Gumucio en el texto Antología de Comunicación para el Cambio Social (CPSC) “En la CPCS, el proceso es más importante que los productos, tal como sucede con la comunicación participativa y alternativa. La participación de los actores sociales, quienes a su vez son comunicadores, ocurre en el marco de un proceso de fortalecimiento colectivo que precede al desarrollo de mensajes” (2008, p. 23).

La comunicación para el cambio social es utilizada evidentemente para llevar a cabo procesos de desarrollo que busquen cambiar ciertos comportamientos

individuales. No obstante esta comunicación para el cambio social puede ser explicada, como el proceso de entender a una parte de un grupo, creando mensajes que puedan persuadirlos y que correspondan a sus intereses, para generar cambios en los comportamientos prácticos negativos.

Al hablar de comunicación para el cambio social, con el propósito de fortalecer una comunidad y creándole identidad cultural propia, a través de la música como espacio para la expresión de las necesidades de los habitantes de dicha comunidad, se hablaría de un empoderamiento por parte de las personas de la localidad. Los individuos empoderados cuentan con la capacidad de ser actores de sus intereses y motivaciones, de esta forma aportan al desarrollo de su gestión y sus iniciativas, a partir del auto fortalecimiento, confianza, control y decisión propia, con el fin de interactuar y compartir sus experiencias con las demás personas. El empoderamiento es un estado de las personas que se asumen como sujetos o actores de sus propias vidas, con la posibilidad de actuar basados en la conciencia sobre sus intereses y en el reconocimiento de sus propias capacidades. (Sen, 2001).

Esta comunicación para el cambio social se define también como un proceso de dialogo público y privado, por medio del cual las personas definen quiénes son, qué es lo que quieren y cómo lo pueden obtener.

Lo que busca la comunicación para el cambio social es:

- Llevar a cabo procesos de diálogo.

- Hacer que los propios individuos de la comunidad sean agentes de su propio cambio. No limitándose a la comunicación como herramienta para transmitir mensajes.
- Incentivar la participación de los individuos de la comunidad. No sólo limitarse a dar información.

Bayuelo, Cadavid, Durán, González Tamayo y Vega (2008), nos expresan que existen multiplicidad de términos que se le dan a medios sin ánimo de lucro, manejados cerca de la comunidad local, por esa razón destacan: medios alternativos, medios participativos, medios comunitarios, medios populares, medios radicales y medios ciudadanos.

En la comunicación participativa, lo más importante es la comunidad, que son los beneficiarios del proyecto, tal como lo afirma Gumucio (2001), quien nos muestra que la definición de comunicación participativa aún está en proceso de construcción, no tiene una definición precisa, sin embargo, hay diversidad de experiencias con respecto a ésta, pero algunos casos han fallado, ya que, aunque la comunidad tiene la necesidad de expresarse y comunicar, los entes encargados de esto no han tomado conciencia de ello, sin tener en cuenta que se tiene que beneficiar a los que lo necesitan.

Por lo anterior, es importante trabajar desde la comunicación y desde la comunidad, proponiendo procesos que aporten a la transformación y al cambio de comportamiento de los integrantes, con el fin de propiciar en ellos la apropiación de esos contenidos. Para esto es indispensable tomar como eje central, el diálogo en cada uno de los procesos, “tomando a la comunicación

como un ejercicio básicamente de interlocución y permanente construcción de sentidos a través de los cuales sea posible establecer una comprensión de las relaciones sociales. Para la escuela crítica la comunicación es una herramienta de poder que aliena a los individuos mediante los productos culturales generados por las distintas industrias culturales. “(Adorno & Horkheimer, 1972)

Este concepto sugiere una ciudadanía participativa y preparada para generar desde su propio poder iniciativas encaminadas a la búsqueda de cambios sociales. “La participación democrática se basa en el empoderamiento (Rodríguez & Obregón, 2002) como modelo para construir ciudadanía”.

La mayoría de los autores dan hoy cuenta de valiosas experiencias de intervención, de contacto con comunidades y de implementación de herramientas operativas de la comunicación para generar cambios sociales, cambios de comportamiento y cambios en la manera de producir la comunicación. Esto se puede corroborar, entre otros, en los textos del boliviano Alfonso Gumucio *Haciendo olas* (2001), el colombiano Rafael Obregón (2002; 2005) en *Comunicación y salud*; y el danés Tomas Tufte y sus textos de *Eduentretenimiento en África y América Latina* (2004, 2005). (Navarro Luis, 2009, p.7)

Tal como lo indica Gumucio en su texto *Antropología de Comunicación para el Cambio Social*; la participación de las partes interesadas a nivel local, se considera esencial en todo el espectro de los modelos de comunicación alternativos, horizontales y participativos. El derecho de comunicarse y la

apropiación del proceso de comunicación constituyen el meollo de estos planteamientos. (2008, p.19).

En este orden de ideas, es pertinente aprovechar esta experiencia comunicativa con el fin de evaluar y aplicar las estrategias que aporten al desarrollo y al cambio de los integrantes del programa y su entorno.

7.0 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MESES	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PRIMERA FASE																				
SEGUNDA FASE																				
TERCERA FASE																				

8.0 PRESUPUESTO

TRANSPORTE HACIA LA FUNDACION	\$ 300.000
ALIMENTACION	\$ 350.000
TRANSPORTE HACIA NELSON MANDELA Y OTROS SECTORES	\$ 200.000
PAPELERIA	\$ 200.000
TEXTOS	\$ 200.000
IMPREVISTOS	\$ 250.000
TOTAL GASTOS	\$ 1.500.000

9.0 INFORME DE SISTEMATIZACION

9.1 Rasgos generales

Después de 16 semanas de trabajo, se logró determinar los principales aspectos entre la fundación y sus participantes.

El trabajo consistió en tres fases que permitieron conocer la dinámica de la fundación y el comportamiento de los niños y su entorno, principalmente el comportamiento posterior de la participación de los procesos y esquemas desarrollados durante la intervención de la estudiante de Comunicación Social, en el desarrollo de la práctica social.

La implementación y el desarrollo de los espacios de creación musical, estuvieron concentrados en el barrio Nelson Mandela. Los niños beneficiarios de este proyecto, fueron niños con edades comprendidas entre los 9 y 15 años. Con ellos se trabajó a partir de encuentros, talleres y charlas, con el fin de determinar la eficiencia e integralidad del proceso musical y el grado de conocimiento hacia la fundación. También se desarrollaron visitas en el salón comunal del barrio Nelson Mandela y talleres dirigidos a padres de familia.

Como señala Vargas, “No es fácil encontrar la aceptación en algunos padres y miembros de la comunidad, debido a que no lo ven como un proyecto de comunicación y participación, sino como un elemento de invasión de sus espacios.” (2008).

Las frecuentes visitas de directivas, docentes, invitados y en algunos casos la presencia de la Policía, era producto del desarrollo de prácticas, talleres y encuentros con los niños. Pese a que los padres de familia de los participantes fueron enterados del programa a través de un informe enviado por el colegio, no existía una estrecha relación ni compenetración de los mismos con el programa al cual pertenecían sus hijos.

A partir de entonces, se iniciaron estrategias para la apropiación del proceso en los padres de familia. Fueron desarrolladas diferentes actividades que permitieran a los padres, comprender la existencia y el manejo de la fundación y de las presentaciones, la creación del programa infantil y la importancia de la participación de los niños y de la comunidad en general dentro del proceso comunicativo.

El cumplimiento de las distintas fases o etapas, fueron desarrolladas teniendo en cuenta las fuerzas impulsoras de la comunicación para el cambio social, las cuales están representadas según Gumucio en su texto, Antología de Comunicación para el cambio Social, 2008, p.24).

- a) La sostenibilidad de los cambios sociales es segura cuando las personas y comunidades afectadas, se apropian del proceso de comunicación y sus contenidos.
- b) La comunicación para el cambio social es horizontal y fortalece los vínculos comunitarios al amplificar las voces de los más pobres.
- c) Las comunidades deben ser las protagonistas de su propio cambio y administrar sus herramientas de comunicación.

- d) En lugar de concentrarse en la persuasión y la diseminación de información, la comunicación para el cambio social fomenta el diálogo en una relación de igualdad, el debate y la negociación desde dentro de las comunidades.
- e) Los resultados del proceso de comunicación para el cambio social, deben ir más allá del comportamiento individual y tomar en cuenta normas sociales, políticas actuales, la cultura y el contexto de desarrollo general.
- f) La comunicación para el cambio social busca fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la voz y en general, el empoderamiento de la comunidad.
- g) Rechaza el modelo lineal de la transmisión de información desde un emisor central, a un receptor individual y en cambio, fomenta un proceso cíclico de interacciones centradas en el conocimiento compartido y la acción colectiva.

Teniendo en cuenta los aspectos anteriormente mencionados, el proyecto se desarrollo mediante las siguientes fases:

Primera fase: (5 semanas).

Dentro de esta primera etapa se realizó un diagnóstico general. La etapa de diagnóstico permitió conocer la situación actual de la fundación, así como sus potenciales y perspectivas. Abarcó además el análisis de un conjunto de procesos y constituyó un período de suma importancia para la proyección de la fundación.

En esta primera fase se desarrolló un análisis interno que incluyó entrevistas y análisis de documentación formal de la organización, con el objetivo de conocer la visión que se tenían sobre las problemáticas, fortalezas y debilidades de los procesos desarrollados.

Segunda fase: (6 semanas).

Luego de implementar cada una de las estrategias en la primera etapa, se dio paso al análisis de ideas y proyectos para ejecutar en la población beneficiada. Las acciones desarrolladas hicieron total énfasis en procesos de desarrollo para el cambio social.

A continuación se desarrollaron una serie de programas y beneficios para la comunidad educativa, entre ellos, charlas y talleres, realizados a los niños y padres de familia.

Tercera fase: (5 semanas)

En esta etapa de control se realizó seguimiento de los resultados arrojados en las distintas facetas evaluativas, permitiéndonos conocer la aceptación, eficacia y cobertura de atención que se obtuvo en el proceso.

Por lo anterior, es importante destacar cómo fue el comportamiento de la comunidad, después de la participación en el proceso comunicativo.

El desarrollo de estas fases fueron aplicadas dentro de las condiciones del proceso de comunicación para el cambio social, según Gumucio, las cuales se aplicaron en el siguiente apartado del trabajo.

9.2 DESCRIPCION Y RESULTADOS DEL INFORME

La comunicación para el cambio social según Gumucio, depende en gran medida del contexto y de las condiciones culturales. A continuación se establecen los lineamientos a tratar durante el informe, basado en las categorías o condiciones esenciales, propuestas por Gumucio en su texto Antología de Comunicación para el Cambio Social, 2008, p.24.

- Primera categoría: Participación y apropiación comunitaria . (Item 9.3 del presente informe de sistematización).
- Segunda categoría: Lengua y pertinencia cultural. (Item 9.4 del presente informe de sistematización).
- Cuarta categoría: Generación de contenidos locales. (Item 9.5 del presente informe de sistematización).
- Quinta categoría: El uso de tecnología apropiada. (Item 9.6 del presente informe de sistematización).
- Sexta categoría: Redes y convergencia. (Item 9.7 del presente informe de sistematización).

9.3 PRIMERA CATEGORIA: PARTICIPACION Y APROPIACION COMUNITARIA

En un trabajo conjunto entre niños, padres de familia y comunidad en general, se desarrolló:

- 8 talleres de orientación con sesiones de dos horas cada una, realizados con docentes de la fundación, estudiantes y padres de familia en el salón comunal del barrio Nelson Mandela y en diferentes colegios de la zona sur-occidental de la ciudad. En el desarrollo de las charlas se trabajaron temas como: Comunicación para el cambio social, empoderamiento y participación comunitaria. (Véase Anexos 1-3)
- 4 reuniones con padres de familia en donde se brindó una completa información acerca de la fundación, misión, visión, patrocinadores y actividades que desarrollan los niños. (Véase Anexos 1-3)

TEMA	OBJETIVO TALLERES
<p data-bbox="228 1570 777 1659">COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL</p> <p data-bbox="347 1957 657 1991">EMPODERAMIENTO</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="855 1406 1361 1771">1. Incentivar en los niños pertenecientes al programa, padres de familia y entorno, un proceso de diálogo y debate, con el fin de promover la participación activa de todos los actores. <li data-bbox="855 1794 1361 2004">2. Fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la voz y en general el empoderamiento de

<p style="text-align: center;">PARTICIPACION COMUNITARIA</p>	<p>la comunidad.</p> <p>3. Incentivar a los niños y padres de familia, a sentirse protagonistas de su propio cambio y administrar sus herramientas de comunicación, con el fin de promover la participación y apropiación de los procesos desarrollados dentro de la fundación y en su comunidad.</p>
---------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

9.3.1 Análisis de comportamiento

9.3.2 En los niños (Previo práctica social)

Durante los encuentros programados en el salón comunal del barrio Nelson Mandela, los niños divididos en sus respectivos grupos o talleres, manifestaron como era su comportamiento en la comunidad como miembros del programa musical. Así mismo solicité que respondieran preguntas relacionadas con el rendimiento académico, tiempo libre, actividades recreativas, uso de los instrumentos musicales, conocimiento y sentido de pertenecía hacia la fundación y la relación con sus padres.

Los factores más sobresalientes fueron los siguientes:

- Desaprovechamiento del tiempo libre.
- Falta de interés en las actividades desarrolladas en la comunidad.
- Hábitos regulares de estudios.

- Desinterés en las actividades recreativas.
- Desinterés en el cuidado de los instrumentos musicales
- Ausencia de un carnet o formato que los identificara como integrantes de la fundación, dentro y fuera de ella.
- Falta de conocimiento acerca de los patrocinadores de su escuela.
- Desinterés en las actividades recreativas de su comunidad.
- Desinterés por vincular a sus padres en el proceso musical.

De igual forma se trabajó con los padres de familia en charlas y talleres, donde se dio respuesta a preguntas relacionadas con la participación de los mismos en el proceso que enfrentan sus hijos, en temas como, sentido de pertenencia hacia la fundación, grado de interés por resaltar su comunidad y grado de conocimiento hacia las actividades desarrolladas por sus hijos dentro y fuera de la fundación.

Los factores más sobresalientes como resultado de dichos encuentros, fueron los siguientes:

- Poca participación en las actividades de la fundación y de la comunidad.
- Falta de interés y poca colaboración, en el préstamo del salón comunitario para las practicas de los niños.
- Desinterés por mostrar o resaltar su comunidad.
- Falta de conocimiento acerca de las presentaciones y actividades desarrolladas por sus hijos en la fundación.

A partir de este diagnóstico se propuso las siguientes temáticas y actividades a desarrollar, en el curso de las charlas programadas durante la práctica social.

- Resaltar la importancia del proceso que enfrentan los niños y los beneficios de crear actividades recreativas en la comunidad, con el fin de mostrar a las demás comunidades y a la ciudad en general, la participación y la apropiación de los procesos.
- Destacar la importancia y las ventajas de facilitar a los niños el salón de la comunidad para las prácticas musicales.
- Importancia de la música en el desarrollo de los niños.
- Aprovechamiento del tiempo libre y del rendimiento académico, para poder pertenecer a una actividad extracurricular.
- Información acerca del patrocinador de la escuela de música.
- Presentación de la nueva misión y visión de la fundación. (Véase anexo 4)
- Creación de formatos de inscripción de todos los estudiantes, debido a que no existía base de datos de los mismos. (Véase anexo 5)
- Creación de diferentes formatos que permitieran a los padres de familia, conocer acerca de las actividades y presentaciones de sus hijos. (Véase anexos 6-7)

9.3.3 En los niños (Posterior práctica social)

Para el desarrollo de este proceso y con el propósito de establecer los comportamientos posteriores del grupo objetivo, se realizaron talleres y charlas, aplicando las categorías de comunicación para el cambio social propuestas por Alfonso Gumucio (que se reseñaron en páginas anteriores), obteniendo los siguientes resultados:

- Mayor aprovechamiento del tiempo libre.
- Interés por las actividades desarrolladas en la comunidad.
- Mejoramiento e interés en los hábitos de estudio.
- Compromiso y mayor participación en las actividades recreativas de la comunidad.
- Mejoramiento en el uso y manejo de los instrumentos musicales.
- Carnetización a la comunidad infantil.
- Claridad acerca del patrocinador de la escuela de música.
- Participación en las actividades recreativas de su comunidad.
- Mayor interés y compromiso por vincular a sus padres en el proceso de aprendizaje musical.

9.3.4 De los padres (Posterior práctica social)

Al igual que en lo anterior, para el desarrollo de este proceso, se tuvo en cuenta las categorías de comunicación de Alfonso Gumucio que se reseñaron en páginas anteriores.

Luego de la realización de talleres y charlas, se obtuvo los siguientes resultados, acerca del comportamiento de los padres con relación a sus hijos y al proyecto musical:

- Mayor interés en la participación de las actividades de sus hijos y las actividades de la comunidad.
- Conocimiento e información periódica, acerca de las presentaciones y actividades desarrolladas por la fundación.

- Mayor compromiso con el préstamo del salón comunitario, para las prácticas de los niños.
- Interés por resaltar la importancia de pertenecer a una comunidad que cuenta con el beneficio de un grupo orquestal.

9.3.5 Análisis y tratamiento de la información

El proceso de participación y apropiación fue alcanzado por la comunidad tras involucrarse activamente en las actividades desarrolladas en el programa.

Según Gumucio, “demasiados proyectos de comunicación en el contexto del desarrollo fracasaron debido a la falta de participación y compromiso de los sujetos/agentes del cambio. Por lo tanto una de las condiciones principales es la participación y la apropiación del proceso de comunicación.” (Antología de comunicación para el cambio social, 2008. p.24)

Miembros del sector, niños y padres de familia aceptaron el reto de convertirse en agentes de cambio, fortaleciendo la identidad cultural, la confianza, el compromiso y en general el empoderamiento de la comunidad; permitiendo así abrir nuevos espacios de comunicación, con el fin de ser reconocidos y tenidos en cuenta en las normas sociales y políticas actuales.

Es así como la fundación, a partir de la creación de nuevos conceptos desarrollados a partir de las teorías de Gumucio, durante el curso de la práctica social; compromete su esfuerzo en generar el mayor número de acciones de formación musical, promover eventos, difundir información cultural y desarrollar toda clase de acciones logísticas y pedagógicas que hacen parte de su objeto

social y que contribuyen de manera efectiva al crecimiento cultural de la región y el de cualquier zona donde opere.

9.4 SEGUNDA CATEGORIA: LENGUA Y PERTINENCIA CULTURAL

Para que cambien los comportamientos hay que cambiar los significados. Esto es lo que ocurre cuando las personas pasan por procesos de transformación. Están transformando los códigos culturales que moldean su visión del mundo. De la misma manera procesos de concientización y empoderamiento que estimulen la participación tanto individual como colectiva, pasan por la transformación de códigos culturales. (Rodríguez, Obregón & Vega, 2002)

La visión negativa de invasión que era tenida del programa en sus inicios, cada vez fue cambiando hasta el punto de verse identificados todos los miembros de la comunidad con la propuesta comunicativa. Se convirtieron en agentes de cambio y multiplicadores de información, en cuanto invitaban a grupos de diferentes localidades a participar del proyecto. Sus voces de confianza y el sentido de apropiación con el programa, se hacían cada vez mayor en el proceso comunicativo.

Gumucio señala que “la comunicación para el cambio social apoya las voces y culturas marginadas para que establezcan canales de comunicación horizontales, fomenta el intercambio cultural en igualdad de condiciones y el aprendizaje a través del diálogo en un proceso de crecimiento mutuo.” (Antología de comunicación para el cambio social, 2008, p.24).

PROCESO	CAMPAÑA
Las comunidades toman en mano su propio futuro a través de un proceso de participación democrática en la planificación de la estrategia de comunicación.	Las comunidades son movilizadas mediante campañas que suelen ser caras, poco sostenibles y no dejan establecida en la comunidad, una capacidad propia de gestión.

Fuente: Elaborado por Alfonso Gumucio, 2007.

Los talleres y charlas con los niños y padres de familia, aportó significativamente al proyecto, debido a que se conoció que desde el ingreso de los niños en el proceso comunicativo desarrollado, existe en ellos un mayor sentido de pertenencia, transformación personal y para su comunidad, manejo positivo del tiempo libre, mayor nivel de socialización, estímulo para la sana competencia y apropiación de los procesos.

9.5 TERCERA CATEGORIA: GENERACION DE CONTENIDOS LOCALES

Como lo señala Gumucio, los modelos verticales de comunicación para el desarrollo dan por sentado que “las comunidades pobres en los países de desarrollo carecen de conocimiento. El proceso de comunicación para el cambio social, reconoce la especificidad de la lengua y de la cultura, más aun, apoya la legitimidad del conocimiento local.” (Antología de Comunicación para el Cambio Social, 2008, p.24)

HORIZONTAL	VERTICAL
Las personas se comunican horizontalmente, participan en el proceso de cambio social con una visión crítica y toman decisiones colectivas.	Las personas son receptores pasivos de información y de instrucciones verticales, las decisiones las toman agentes ajenos a la comunidad.

Fuente: Elaborado por Alfonso Gumucio, 2007.

En esta categoría fue posible desarrollar con los niños participantes y los padres de familia, procesos de aprendizaje en una población vulnerable, de acuerdo a las propuestas de Gumucio; a través de la realización de talleres dirigidos con los cuales se obtuvo la apropiación de los procesos y contenidos, permitiendo así la sostenibilidad de los cambios sociales.

A partir de esta experiencia, se puede establecer que no es sólo en los países desarrollados y en poblaciones no vulnerables, donde existe conocimiento y prácticas de procesos adquiridos. “la comunicación para el cambio social

fortalece la generación de contenidos locales y el restablecimiento de conocimientos propios acumulados a lo largo de décadas”. (Gumucio Alfonso, Antología de Comunicación para el cambio social, 2008, p.25).

Basado en este concepto, Zuleima Ramos de 12 años, integrante de la fundación, expresó por que fue importante participar del proceso:

“Participar de las charlas fue muy importante pues conocimos el valor que tenemos en nuestra sociedad y sobretodo en nuestra comunidad. La oportunidad que nos dieron de participar en las diferentes actividades, nos sirvió para aprovechar el tiempo libre, unir a nuestros padres en todo lo que hacemos y compartir nuestras experiencias. Creo que es importante que proyectos como estos se repitan en nuestra ciudad”. (2008)

9.6 CUARTA CATEGORIA: EL USO DE TECNOLOGIA

En esta categoría Gumucio destaca, “muchos proyectos fracasan porque estaban equipados con tecnología que a las personas no les era posible amortizar, renovar ni controlar. La comunicación para el cambio social fomenta procesos, no tecnologías. El uso de la tecnología debe satisfacer no sólo necesidades reales, sino también el potencial de apropiación por los actores participantes.” (Antología de Comunicación para el Cambio Social, 2008, p.25).

Es importante establecer que para el sostenimiento y funcionamiento de los procesos adquiridos en los niños y padres de familia, la tecnología no es lo primordial. En este caso, para lograr la apropiación de los contenidos durante el desarrollo de este proyecto, han sido fundamentales los siguientes elementos:

LOS NIÑOS

La comunicación social, tenga o no intencionalidad de ello, siempre es educativa. Educar, en términos amplios significa incidir en la formación y cambio de conocimientos, actitudes y prácticas de las personas y ello requiere de manera inevitable de la comunicación. Por ende, la relación entre educación y comunicación es permanente y mucho más evidente cuando los receptores de los mensajes son niños, niñas y adolescentes.

FUENTE: Elaborado por Isch Edgar, 2006.

LA MÚSICA

El ser humano se comunica a través de la música y lo hace de manera natural, ya que esta es en esencia un lenguaje humano, un medio de comunicación.

A través de la música nos sólo nos comunicamos y expresamos con los demás, sino que también lo hacemos con nosotros mismos y con el mundo que nos rodea.

FUENTE: Elaborado por Salvatella, Brunny

PADRES DE FAMILIA - COMUNIDAD

La acción comunicativa, como parte de la acción social, colabora en los tres procesos que conforman la socialización:

1. Recepción y reproducción cultural.
2. Integración social.
3. Desarrollo de la personalidad y de la identidad personal.

De la multitud de conceptos de acción, empleados en teoría sociológica,

Habermas, los reduce así :

- El concepto de **acción teleológica** que ocupa el centro de la teoría filosófica de acción desde la época de Aristóteles. El actor realiza un fin o hace que se produzca el estado de cosas deseado.
- El concepto de **acción regulada por normas** se refiere no al comportamiento de un actor en principio solitario que se topa en su entorno con otros actores, sino a los miembros de un grupo social que orientan su acción por valores comunes.

FUENTE: Elaborado por Vargas Mendoza Jaime, 2007.

Por lo anterior, es claro observar como a partir de esta categoría, se pudieron articular los anteriores conceptos dentro de un sistema tecnológico apropiado, dejando evidencia de que no sólo a través de los medios tangibles de comunicación, se puede desarrollar y extender la sostenibilidad de un proceso comunicativo.

9.7 QUINTA CATEGORIA: REDES Y CONVERGENCIA

La primera comunidad de Cartagena interesada en multiplicar el proyecto de música, fue el barrio Zapatero, quien diseñó el montaje de los espacios de creación musical gracias a una escuela del sector y una empresa privada. Otro sector de la ciudad donde se lleva a cabo este proyecto es Membrillal, una comunidad aislada del casco urbano, favorecida gracias al apoyo de una empresa del sector privado. En Sincelejo el programa se unió a la Fundación

Cantares para implementar los modelos de capacitación y de autogestión. En Cerromatoso Córdoba, la Fundación San Isidro también implementó el programa cubriendo a más de 400 niños con la propuesta.

En el Municipio de Lebrija-Santander se inició la formación de 150 niños de comunidades rurales. En total hay aproximadamente 1500 niños que trabajan con el modelo de Música por Colombia y que actualmente su formación depende de los aportes que reciben del sector privado.

Con relación a esta categoría, Gumucio expone que “los procesos de comunicación que se aíslan, que no establecen un diálogo con experiencias similares, tienen menos probabilidad de crecer y ser sostenibles. La comunicación para el cambio social, promueve el diálogo y el debate, no sólo dentro de la comunidad, sino también en relación con otros procesos similares, ya que el establecimiento de redes, contribuirán al fortalecimiento de los procesos”. (2009)

10. BIBLIOGRAFIA

BAYUELO, Soraya. CADAVID, (2008). Amparo. DURAN, Orley. GONZALES, Alirio. TAMAYO, Camilo. VEGA, Jair. *Lo que vamos quitando a la guerra*. Editorial Clemencia Rodriguez, , University of Oklahoma. Bogotá.
<http://www.c3fes.net/docs/quitandoalaguerra.pdf>

Bolivia web interactive. Extraído el 2 de Febrero de 2010.

<http://boliviaweb.com/poetry/gumucio.htm>

GALARZA, Karol, (2004). *Diagnóstico social participativo del sector Nelson Mandela*, Cartagena, Colombia

GUMUCIO, Dagron, Alfonso (2001). *Haciendo olas*. Informe para la fundación Rockefeller.
http://www.comunicacionparaeldesarrollo.org/media_files/download/haciendoolas.pdf

GUMUCIO, Dagron, Alfonso. *La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: púlpito*. <http://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/gumucio3.htm>

GUMUCIO, Dagron Alfonso, (2008) Antología de Comunicación para el Cambio Social, p.19-25.

ISCH, Edgar. (2006). *Medios de comunicación, niñez y adolescencia*
Síntesis de la ponencia presentada en las Jornadas de Comunicación y
Responsabilidad Social organizadas por el Observatorio Ciudadano de la
Comunicación. Cuenca, 7 y 8 de junio de 2006.

GALARZA, K. (2004). *Diagnóstico social participativo*, p.8

NAVARRO, Luis. (2009). *La emergencia de una comunicación política
pensada desde la resignificación de la esfera pública y la ciudadanía*. Bogotá,

PEREZ, Javier. SALAZAR Irene (2007). *La pobreza en Cartagena. Un
análisis por barrios*. Documentos de trabajo sobre Economía Nacional. Banco
de la República. Cartagena.
<http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/documentos/DTSER-94.pdf>

PINEDA, N. (1999). Tres conceptos de ciudadanía para el desarrollo de
México. *Revista Este país*, 34.

RESTREPO, Ernesto. (2002). *Medios y nación*. Bogotá.

RODRÍGUEZ, C., OBREGÓN, R. & VEGA, J. (2002). *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Quito: Fundación Friedrich-Ebert- Stiftung Proyecto Latinoamericano de Comunicación.

SALVATELLA, Brunny. *Importancia de las música para los niños*. Puerto Rico
<http://www.mydigitalmemoriesstudio.com/page6.html>

SEN, Gita. (1995). National Development and Local Environmental Action: the Case of the River Narmada. En: Bhaskar, V. y Glyn, A. (ed.), *The North, the South and the Environment Ecological Constraints and the Global Economy*. Eartscan: United Nations University Press.

Tufte, T. (2008, junio) El eduentretenimiento: buscando estrategias comunicacionales contra la violencia y los conflictos. [Version electronica].
Revista Brasileira de Ciencias de Comunicacao.

VARGAS, Abril, Edgar. (2008). Entrevista semiestructurada. Fundación Música por Colombia.

VARGAS, Mendoza Jaime, (2007). *Síntesis Teoría de la acción Comunicativa*. http://www.conductitlan.net/jurgen_habermas.ppt

11. ANEXOS

1. FOTOS DE TALLERES CON LOS NIÑOS



2. FOTOS DE TALLERES CON LOS PADRES DE FAMILIA



3. REDISEÑO MISION Y VISION DE LA FUNDACION

FUNDACIÓN MUSICA POR COLOMBIA.

MISIÓN.

Es una fundación cultural, sin ánimo de lucro, que promueve la auto gestión financiera y que impulsa el desarrollo del talento artístico musical de miles de niños en Cartagena y otras regiones del país, usando modelos pedagógicos propios, prácticos y modernos, que estimulan la formación de grupos musicales mixtos, de gran calidad con énfasis en canto, que pueden mostrar en un escenario y frente a un público, el avance artístico y el crecimiento personal de quienes conforman los procesos académicos, cada vez que se requiera.

La Fundación Música por Colombia compromete su esfuerzo a generar el mayor número de acciones de formación musical, promover eventos, difundir información cultural y desarrollar toda clase de acciones logísticas y pedagógicas que hacen parte de su objeto social y que contribuyen de manera efectiva al crecimiento cultural de la región Caribe y el de cualquier zona en donde opere.

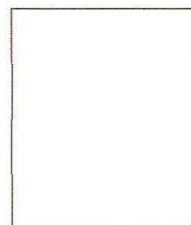
VISION.

La Fundación Música por Colombia se proyecta como una de las organizaciones culturales de mayor impacto social en la región Caribe, que promueve y difunde acciones artísticas y pedagógicas, contribuyendo al crecimiento cultural de las comunidades en donde opera.

La Fundación Música por Colombia, generará en los próximos cinco años, la formación de 20 escuelas de iniciación musical, con productos artísticos propios, representados en grupos musicales mixtos de gran calidad, que pueden demostrar en un escenario y frente a un público, su progreso artístico, facilitando de este modo la autogestión del proceso pedagógico, que buscará siempre ampliar la cobertura en educación gratuita para los niños que viven en las zonas más afectadas por la pobreza en las diferentes ciudades en donde operemos.

4. DISEÑO FORMATO INSCRIPCION ESTUDIANTES

FUNDACION MUSICA POR COLOMBIA
INSCRIPCION DE ESTUDIANTES
PROGRAMA _____



INFORMACION PERSONAL:

NOMBRES: _____

APELLIDOS: _____

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____

EDAD: _____

DIRECCION: _____

TELEFONOS: _____

INSTITUCION A LA QUE PERTENECE: _____

GRADO: _____

CATEGORIA MUSICAL: _____

INFORMACION FAMILIAR:

NOMBRE DEL PADRE: _____

TELEFONO: _____

NOMBRE DE LA MADRE: _____

TELEFONO: _____

NOMBRE DEL ACUDIENTE: _____

TELEFONO: _____

5. DISEÑO FORMATO CARTA DE SELECCIÓN A ESTUDIANTES

Señores:

PADRES DE FAMILIA

Ciudad

La Fundación Música por Colombia es una entidad sin ánimo de lucro, que se basa en la creación y formación de grupos musicales, con el fin de impulsar el desarrollo del talento de miles de niños de Cartagena y de otras regiones del país.

Nos complace informarles que su hijo ha sido seleccionado por nuestra fundación para hacer parte de uno de los programas gratuitos de música que dictaremos en la escuela _____ con el patrocinio de la empresa _____.

El programa se desarrollará a partir del mes de marzo y el horario será enviado por escrito por el profesor encargado.

Para garantizar un excelente proceso dentro del programa musical que ofreceremos, necesitamos previamente su autorización para así poder realizar la adecuada vinculación del estudiante a la Fundación.

Estamos seguros que con la colaboración de ustedes, esta será una gran oportunidad de enriquecimiento personal para su hijo.

Si está de acuerdo con la vinculación del niño (a) al programa llene por favor la siguiente autorización:

Yo _____, identificado con c.c # _____ de _____, autorizo la vinculación del niño (a) _____, a la Fundación Música por Colombia, permitiendo de este modo que reciba clases gratuitas de música en horario diferente a sus clases escolares. Conozco que las clases serán dictadas dentro de la institución a la que pertenece, por un profesor autorizado por la fundación. Para las presentaciones que se realicen por fuera de la institución autorizo la participación de mi hijo (a), con previa información por escrito.

FIRMA

6. DISEÑO CARTA INFORMACION PRESENTACIONES

SEÑORES
PADRES DE FAMILIA
CIUDAD

La Fundación Música por Colombia le informa que el grupo _____ del programa de música de Nelson Mandela, tendrá el día _____, una presentación en las instalaciones de _____.

La presentación se realizará a las _____. Los niños deberán reunirse en _____, donde serán recogidos por un bus que los transportará de vuelta hasta el mismo lugar donde los recogió, aproximadamente a las _____.

En la presentación los niños serán supervisados por el coordinador de la actividad y recibirán un refrigerio.

Es obligación para el día de la presentación portar el carnet de la Fundación Música por Colombia y el uniforme.

Para garantizar mayor seguridad necesitamos que autorice el traslado de su hijo hasta el lugar de la presentación.

Yo _____ identificado con c.c # _____ de _____, autorizo el traslado de mi hijo (a) hasta el lugar de la presentación el día _____. Conozco claramente el propósito y las condiciones de este evento y acepto formalmente la participación de mi hijo (a) en esta presentación.

FIRMA



7. DISEÑO FORMATO CARNET

