Programa Talleres de formación y desarrollo de proyectos musicales

1ª Unidad Producción Artística: ¿Cómo produzco una banda o colectivo musical?
Análisis de experiencias de procesos realizados en Chile, Brasil y Uruguay

a. Ubicación geografía , oportunidades actuales y en la región para la música Uruguaya
b. Introducción a la industria: Creando la Agenda
c. Presentación de la banda "Vistiendo la canción"
d. Creación de Gacetilla
e. Importancia del posicionamiento de la imagen de una banda: ¿Cómo hacer noticia con mi banda? ¿A través de qué medios lo puedo hacer?
f. Determinación de lugares donde difundir un proyecto musical

Ejemplos a trabajar Préstame tus fans (Proyecto de colectivos PERU)
Teoría de los 1000 fans verdaderos (Chile)
Fuera del eje (Proyecto de circulación Brasil)
Duración: 120 minutos

2ª Unidad. **Historia de la música nacional y su identidad** a cargo del profesor Tabaré Arapi
a. Que sabemos de nuestra historia Musical
b. La música Uruguaya pos -dictadura
Duración 120 minutos

3ª Unidad: **Legislación y Derechos de los Músicos Rol de los artistas y de los trabajadores de la cultura en la profesionalización.**
a. Herramientas de profesionalización y marco jurídico legal.
b. Contratos de actuación, Empleado o contratado? La Factura, soluciones individuales o colectivas.
c. Los aportes sociales y los impuestos. BPS, DGI, BSE y MTSS.
d. Ley 18384 Estatuto del Artista y Oficios Conexos. Certificado de Artistas. Beneficios y requisitos.
e. Fondos para las artes y la cultura. Los proyectos y sus claves.
f. Diseño y viabilidad de Proyectos * - Formulación de proyectos: diagnóstico, fundamentación, objetivos, descripción. - ¿Qué fondos concursables existen? ¿Cómo postular a fondos concursables? - ¿Qué fondos de emprendimientos existen? ¿Cómo postular a fondos de emprendimientos.
Duración: 120 Minutos

4ª Unidad **El nuevo mundo digital**
a. Evaluación: Desarrollo una estrategia
b. Internet y herramientas no tradicionales
c. La promoción y sus nuevas herramientas. El mundo digital y sus posibilidades.
d. Experiencia de relaciones entre medios de comunicación y artistas