Ejercicios para el Módulo 1: Mentalidad emprendedora

Contenido

Módulo 1: La mentalidad emprendedora

Introducción 2

Esquema teórico 3

Ejercicios

Ejercicio 1 – Cuestiona tu idea de "negocio": el compositor como emprendedor 5

Ejercicio 2 – ¿Qué competencias no musicales necesita un compositor profesional? 7

Ejercicio 3 – ¡Conozca su contexto! 10

Ejercicio 4 – ¿Qué puedo ofrecer como compositor? 12

Ejercicio 5 – ¿Qué es el modelo económico social y solidario? ¿Por qué eso importa? 14

Recursos de aprendizaje **17**

Bibliografía **19**

EU SMART Composer cuenta con el apoyo del programa Erasmus+. El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta
publicación no constituye una aprobación de los contenidos, que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

© EU SMART COMPOSER, 2023. Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional, en el marco del proyecto EU SMART COMPOSER 2020-1-SE01-KA202-077931 de la UE. Se autoriza la reproducción siempre que se cite la fuente y se indique cualquier modificación. Para cualquier uso o reproducción de fotografías u otro material que no sea propiedad del proyecto EU SMART Composer, deberá solicitarse permiso directamente a los titulares de los derechos de autor.

Para citar esta publicación:
EU Smart Composer Manual, octubre de 2023, https://eusmartcomposer.eu

Módulo 1: La mentalidad emprendedora

Introducción

La profesionalización de los músicos clásicos es un campo de investigación incipiente, y los estudios serios sobre la profesionalización en el sector de la educación musical han surgido lentamente en los últimos 30 años, mucho más lentamente que la investigación sobre la profesionalización en otros campos de la disciplina/ industria (Gaunt & Westerlund, 2021: xix). Por lo tanto, sólo hace relativamente poco tiempo que los actores de la industria de la música clásica contemporánea han encontrado el vocabulario para articular explícitamente sus necesidades de ciertas habilidades dentro del sector. Dicho esto, los expertos en las industrias creativas y culturales (ICC) están pidiendo el desarrollo de prácticas educativas para que los compositores (y de hecho todos los artistas) del futuro puedan tener éxito de una manera sostenible y creadora de valor. Los expertos entrevistados para el Informe europeo SMART Composer de la UE (2022) coincidieron en que los compositores del futuro deberían:

· Comprender su valor individual,
· Estar abiertos a todo el mundo en el que operan,
· Desarrollar experiencia en diferentes habilidades y conocimientos duros y blandos que les permitirán realizar un trabajo variado/innovador, junto con otros expertos, en la sociedad.

A lo largo de la historia, los músicos siempre han desplegado implícitamente una amplia gama de competencias no musicales para superar los desafíos que inevitablemente surgen a lo largo de sus carreras. Por lo tanto, han sido, en mayor o menor grado, competentes empresarialmente – o han tenido personas con la competencia empresarial necesaria en su entorno (pensemos en el padre de Mozart, por ejemplo). Sin embargo, hoy en día siguen existiendo obstáculos importantes para que los estudiantes de composición aprendan sobre esta perspectiva, incluido el sesgo estructural de la política educativa que favorece la formación musical sobre el desarrollo de habilidades no musicales, o la resistencia personal de los educadores a enseñar habilidades en las que apenas están entrenados y que tradicionalmente tenían. sido despedido.

Los compositores exitosos “hacen que las cosas sucedan” de una manera que crea valor social y económico para ellos y para los demás en una relación dinámica y receptiva con la sociedad. Pueden tomar la iniciativa y crear sus propias oportunidades para su beneficio y el de los demás. Esta simple descripción podría referirse a cualquier emprendedor, pero en el caso de los compositores se relaciona específicamente con la forma en que componen música como un servicio pago para otros y ganan dinero explotando las composiciones que producen. Los compositores pueden ganar dinero componiendo y con sus composiciones de muchas maneras, y cuanto más conscientes sean de esto, más probabilidades tendrán de maximizar el dinero que pueden ganar con su trabajo. Al abordar su carrera con una mentalidad emprendedora y armados con habilidades en marketing digital y branding, los compositores del futuro estarán mejor equipados para crear carreras exitosas en sus propios términos.

En este módulo, los estudiantes:

- Obtener una conciencia más refinada de cuál es la profesión de compositor,
- Explorar la relación entre la profesión de compositores, la industria de la música clásica y la sociedad en general.

- Considere qué habilidades son necesarias para los compositores profesionales,
- Comprender la mentalidad empresarial y los obstáculos a ese enfoque.
- Conozca el modelo económico social y cómo se aplica a la industria de la música clásica.

Los objetivos de aprendizaje de este módulo son que los estudiantes de composición:

- Articular su propuesta de valor como compositor,
- Desarrollar conciencia sobre cómo podrían posicionarse en la industria de la música clásica y diseñar estrategias para su progresión profesional.
- Evaluar su competencia en varios ámbitos relacionados con el emprendimiento y planificar su propio desarrollo de habilidades profesionales.
- Analizar estudios de casos de otros compositores (compañeros) y realizar investigaciones de mercado básicas en la industria de la música clásica.
- Comprender la mentalidad emprendedora y el modelo económico social y conceptualizar cómo podría beneficiar su avance profesional.

En un esfuerzo por adaptar esta formación a los compositores, todos los ejercicios se han formateado en una especie de binario o “forma sonata”: una llamada/pregunta del formador, una respuesta requerida de los participantes y una recapitulación de todo lo que se ha hecho. aprendió.

Esquema teórico

Este módulo ha sido diseñado de acuerdo con las conclusiones del Informe Europeo SMART Composer de la UE, en cuyas conclusiones se articuló una conceptualización en tres partes de lo que necesitan los compositores del futuro. Los compositores necesitan:

- Comprender su valor individual (es decir, un sentido profesional de uno mismo),
- Estar abierto a todo el mundo en el que operan (es decir, otros/el entorno profesional/ la sociedad),
- Desarrollar experiencia en diferentes habilidades y conocimientos, duros y blandos, que les permitan realizar un trabajo variado/innovador, junto con otros expertos, en la sociedad (habilidades, actitudes, conocimientos con los que uno mismo puede relacionarse con los demás/el entorno profesional/la sociedad).

La siguiente imagen articula esta conceptualización con 3 círculos concéntricos: el compositor está en el centro, con diferentes habilidades/comportamientos/competencias relacionadas entre ellos y el círculo exterior, que representa el mundo exterior.

Imagen: Helen Wyllie

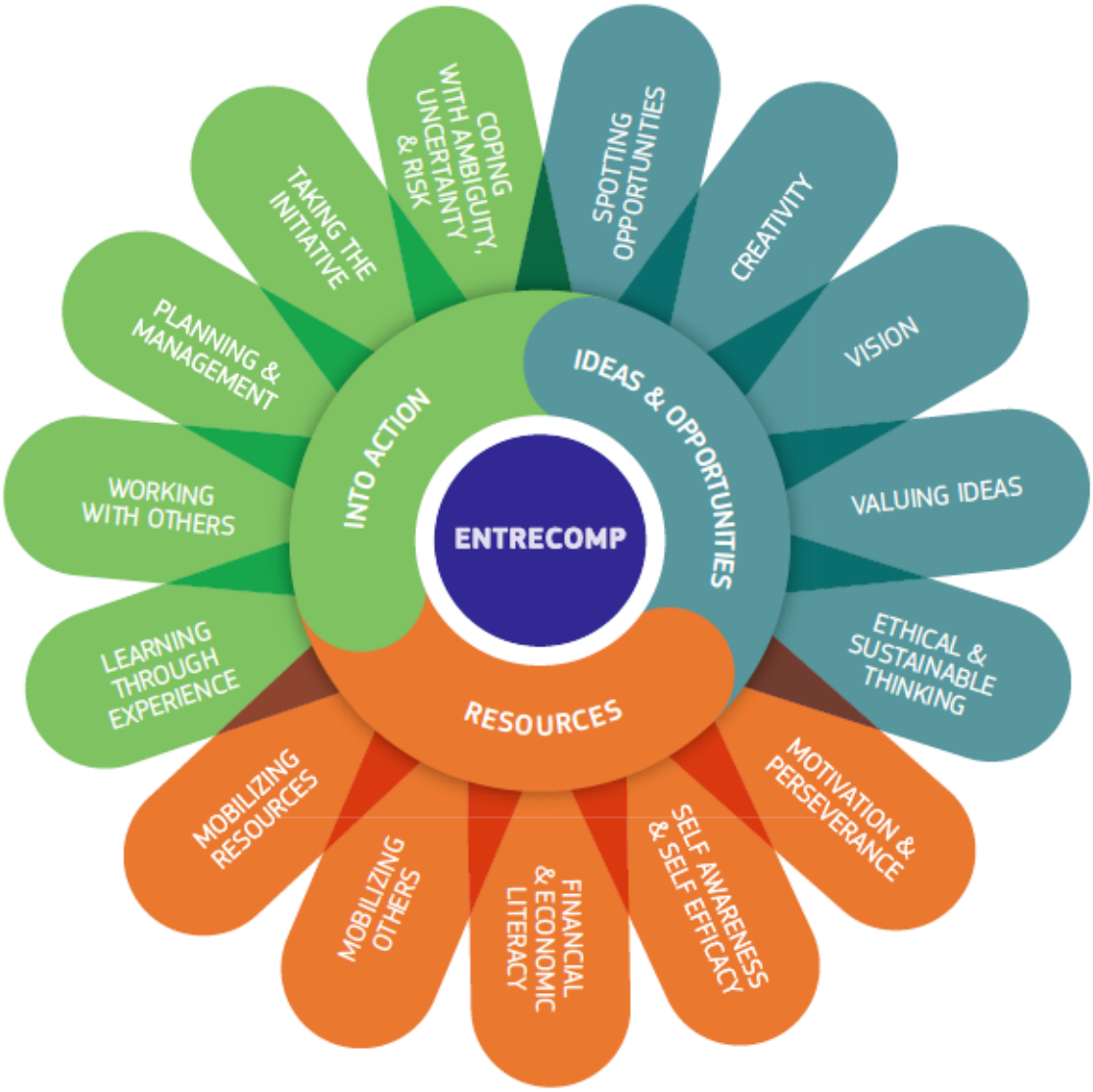
Ejercicios

Ejercicio 1 – Desafía tu idea de “negocio”: el compositor como emprendedor

tipo de ejercicio
Este es un ejercicio de discusión que tiene como objetivo deconstruir y reconstruir el concepto de “emprendimiento”. Se puede ejecutar de diferentes maneras.
Descripción/Contexto
Como parte de su funcionamiento profesional, los compositores “hacen que las cosas sucedan” de una manera que crea valor social y económico para ellos y para los demás en una relación dinámica y receptiva con la sociedad. Por lo tanto, son, en mayor o menor grado, competentes empresarialmente –y aquellos que tienen más éxito profesional a menudo son los más competentes empresarialmente. Sin embargo, siguen existiendo obstáculos importantes para que los estudiantes de composición aprendan sobre esta perspectiva, incluido el sesgo estructural de la política educativa que favorece la formación musical sobre el desarrollo de habilidades no musicales, o la resistencia personal de los educadores a enseñar habilidades en las que apenas están entrenados y que tradicionalmente habían sido aprendidas. despedido.
Objetivos de aprendizaje
1. Que los participantes tomen conciencia de sus actitudes y las de los demás hacia la idea de emprender. 2. Los participantes reconceptualizarán una definición compartida de emprendimiento que podría estar más alineada con sus valores. 3. Que los participantes comprendan cómo una mentalidad emprendedora es una parte necesaria para crear una carrera exitosa para ellos mismos.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Grupo o individual
Materiales necesitados
Pizarra o rotafolio
Duración estimada
30-45 minutos
Instrucciones
En primer lugar, facilitar un debate entre los estudiantes con el objetivo de deconstruir lo que significa para ellos “emprendimiento”. Invite a diferentes interpretaciones de la palabra y pregunte a los estudiantes qué asocian con estas definiciones: invítelos a juzgar si les gustan, están de acuerdo o se sienten cómodos con diferentes interpretaciones. ¿Es el “emprendimiento” diferente del “comercialismo”? ¿Es un emprendedor intrínsecamente materialista y sólo le interesa el dinero? ¿Se sienten cómodos con la idea de trabajar en el “negocio de la música”? ¿Qué temen o no les gusta de estos conceptos?

En segundo lugar, reconstruir una definición de "emprendimiento" como resultado de la discusión y compararla con la siguiente definición: "La competencia empresarial es la capacidad de "hacer que algo suceda", o específicamente, la capacidad de crear beneficios sociales y económicos para uno mismo y otros en una relación receptiva y dinámica con la sociedad". ¿Qué piensan los estudiantes sobre esta definición? ¿Qué efecto tiene sobre sus concepciones y preocupaciones previas?

Finalmente, muestre a los estudiantes las habilidades y descriptores del marco EntreComp y analice cómo se aplican estas habilidades a ellos.



Fuente: Unión Europea (2018): "EntreComp: The European Entrepreneurship Competence Framework". Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

Resumen
Recapitulación: Basado en opiniones de expertos de toda la industria de la música clásica europea, el proyecto EU SMART Composer define la competencia empresarial como la capacidad de un individuo para relacionarse con la sociedad que lo rodea de una manera responsiva, dinámica y flexible con la intención de crear beneficio social y económico para ellos mismos y para los demás. Dirigir una empresa no lo convierte a uno en empresario, capitalista, materialista ni en riesgo de explotar o ser explotado por otros. Más bien, ser consciente de que los compositores profesionales dirigen su propia empresa les permite crear la empresa que desean, definir sus propias medidas de éxito y, en última instancia, sostener sus medios de vida y sus medios de vida. Siempre es importante recordar que no es necesario que los compositores dominen todas las habilidades del marco EntreComp. Es posible que el logro de la competencia en algunas habilidades empresariales no se logre mediante la enseñanza teórica, sino más bien practicando esas habilidades en situaciones reales y reflexionando sobre los resultados, a veces durante varios años. Sin embargo, los compositores profesionales deberían poder identificar sus fortalezas y debilidades utilizando herramientas que les permitan hacerlo y, posteriormente, pedir ayuda en forma de formación o en colaboración con otros expertos. De esta manera, los compositores pueden perfeccionar y desarrollar empresarialmente sus habilidades, proyectos y carreras de una manera innovadora y creativa.
Enlaces / referencias
Unión Europea (2018): "EntreComp: El marco europeo de competencias empresariales". Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
Para obtener más información sobre el marco EntreComp, siga los enlaces sugeridos en Recursos de aprendizaje (a continuación)

Ejercicio 2 – ¿Qué competencias no musicales necesita un compositor profesional?

tipo de ejercicio
Se trata de un ejercicio de análisis y recopilación de ideas que se puede realizar de muchas maneras diferentes.
Descripción/Contexto
La profesionalización de los músicos clásicos es un campo de investigación incipiente, y los estudios serios sobre la profesionalización en el sector de la educación musical han surgido lentamente en los últimos 30 años, mucho más lentamente que la investigación sobre la profesionalización en otros campos de la disciplina/industria (Gaunt & Westerlund, 2021: xix). Por lo tanto, sólo hace relativamente poco tiempo que los actores de la industria de la música clásica contemporánea han encontrado el vocabulario para articular explícitamente sus necesidades de ciertas habilidades dentro del sector. A pesar de ello, los músicos a lo largo de la historia siempre han

implícitamente desplegó una amplia gama de competencias no musicales para superar los desafíos que inevitablemente surgen a lo largo de sus carreras.

Todas las fuentes de ingresos enumeradas anteriormente son extremadamente competitivas y ninguna de ellas es sencilla y requiere una variedad de habilidades y conocimientos para poder explotarlas con éxito. El éxito en cualquier método a menudo requiere una colaboración compleja con otros especialistas en música, gestión de proyectos y publicaciones/derecho. Cada método es a menudo tan complejo que muchos compositores sólo pueden explotar uno u otro método a lo largo de toda su carrera, y es posible que muchos otros nunca logren hacerlo. La mayoría de los compositores deben complementar sus ingresos por otros medios, normalmente enseñando composición, interpretación instrumental o musicología en diferentes niveles del sistema educativo, o componiendo para cine, televisión, videojuegos u otros géneros. Desafortunadamente, desde la invención de la música en streaming, los ingresos por regalías mecánicas han disminuido hasta el punto de no ser gratificantes financieramente.

No es posible saber y poder hacer todo a la perfección, y ese no es un objetivo aconsejable para ningún estudiante. Más bien, es importante que los compositores sean conscientes de sus fortalezas y debilidades y tengan una estrategia mediante la cual se puedan abordar las debilidades, o mejor aún, explotar positivamente tanto las fortalezas como las debilidades.

Objetivos de aprendizaje

1. Los participantes aumentarán sus conocimientos sobre las competencias requeridas de un compositor profesional.
2. Los participantes autoevaluarán sus competencias de FP utilizando el Marco de Competencias SMART Composer de la UE
3. Los participantes crearán una estrategia para mejorar su competencia en diferentes áreas.

Tamaño del grupo/individual si corresponde

Individual, parejas o grupo

Materiales necesitados

Trabajo previo

Proyecto EU SMART Composer (2021): “Marco de competencias empresariales, de marketing digital y de marca para educadores de música de FP que trabajan con estudiantes de composición”. 13-20.

Duración estimada

30 minutos

Instrucciones

En primer lugar, examine la herramienta de evaluación del marco de competencias de SMART Composer de la UE y comprenda lo que significan las diferentes competencias. Las competencias se enumeran en orden de prioridad según VET Music Experts, pero vale la pena considerar si los participantes individuales las priorizarían de manera diferente según su situación particular.

En segundo lugar, utilizando los ejemplos de estudios de caso que ha examinado, identifique dónde y cómo los compositores han utilizado algunas de las competencias enumeradas en el Marco de Competencias para Compositores SMART de la UE. Discuta los resultados de este análisis.

Los estudiantes deben utilizar la Herramienta de Evaluación para autoevaluar su propia competencia en habilidades que consideren importantes para su desarrollo profesional. Los estudiantes deben usar la columna "Evaluación de necesidades" para abordar áreas de competencia que requieren desarrollo, utilizando el establecimiento de objetivos INTELIGENTES para crear el comienzo de un plan de autodesarrollo o una estrategia profesional.

Resumen

Recapitulación: Ningún compositor necesita dominar todas las competencias no musicales posibles, pero los estudiantes deben ser conscientes de las competencias necesarias para realizar sus proyectos o tener un alto nivel de profesionalismo. Los compositores experimentados y expertos en la industria de la música clásica siempre colaboran con otras personas con habilidades complementarias, pero es necesario saber qué bases de habilidades deben cubrirse.

El proyecto EU SMART Composer presentó un llamado a la acción para estudiantes de composición basado en las recomendaciones de los expertos y los deseos expresados. Los expertos de toda la industria europea de la música clásica piden a los estudiantes de composición que:

- Comprenda su valor individual
- Esté abierto a todo el mundo en el que opera.
- Desarrolla experiencia en diferentes habilidades y conocimientos duros y blandos que te permitirán realizar un trabajo variado e innovador, junto con otros expertos de la sociedad.
- Ten el valor de pedir ayuda a otros expertos y a personas con experiencia.
- Encuentre formas de colaborar con otros actores de la industria (instituciones de educación superior, instituciones musicales, instituciones gubernamentales, etc.)

Los compositores equipados con FP o múltiples habilidades profesionales pueden crear oportunidades para realizar carreras gratificantes e incluso superar obstáculos como la falta de ingresos sostenibles y la falta de financiación, problemas de prejuicios sistémicos, lejanía rural o los impedimentos de Covid-19. Por encima de todo, el desarrollo de competencias en FP capacita a los compositores para emprender acciones positivas y gratificantes en la sociedad, y aumenta el beneficio para la sociedad de la contribución de sus competencias.

Enlaces / referencias

Proyecto EU SMART Composer (2021): “Marco de competencias empresariales, de marketing digital y de marca para educadores de música de FP que trabajan con estudiantes de composición”. 13-20.

Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.

Para obtener más información sobre la situación de los compositores contemporáneos en Europa, posibles fuentes de ingresos para los músicos y cómo definir una propuesta de valor, siga los enlaces sugeridos en Recursos de aprendizaje (a continuación).

Ejercicio 3 – ¡Conozca su contexto!

tipo de ejercicio
Se trata de un ejercicio de aprendizaje activo y kinestésico que se realizará cara a cara. Es particularmente útil para estudiantes que necesitan sentir o experimentar una idea que de otro modo permanecería puramente abstracta. El ejercicio se puede adaptar para uso en línea mediante el uso de una pizarra interactiva o cualquier forma que les permita controlar dónde pueden ubicarse en relación con los demás.
Descripción/Contexto
Rara vez, o nunca, existe una forma predeterminada o fácilmente definida de ingresar a las industrias creativas y culturales (ICC) como artista independiente: al comienzo de la carrera, la hoja de ruta es vaga, con desvíos imprevistos y muchos callejones sin salida. Esto se debe a que la industria se construye entre las personas y las instituciones que la integran a través de una combinación de acuerdos formales y explícitos y, fundamentalmente, relaciones informales e implícitas. Adquirir experiencia en la industria ha significado tradicionalmente comprender gradualmente cómo funcionan estas relaciones, saber con quién se debe tener relaciones y refinar los comportamientos profesionales que se esperan. Esto lleva tiempo. Sin embargo, desde la perspectiva de un emprendedor, comprender el mercado en el que se trabaja y eliminar la vaguedad lo antes posible es una parte crucial para evaluar la viabilidad y sostenibilidad de su empresa. Los empresarios necesitan comprender a sus clientes, beneficiarios, partes interesadas y posibles financiadores para poder adaptar su empresa y lograr obtener ganancias rápidamente, o arriesgarse a desperdiciar sus recursos. Al identificar las instituciones, organismos y personas clave que componen la industria en forma de un mapa físico, y comprender cómo estos actores se sirven entre sí como clientes, empleadores o financiadores, etc., uno puede ver mejor el camino que debe tomar para su propio negocio. propia empresa creativa cuando uno se posiciona en el mapa. El resultado ideal es detectar posibles lugares hacia los que dirigirse o evitar, y tal vez incluso identificar algunos atajos.
Objetivos de aprendizaje
1. Que los participantes aprendan activamente cómo aumentar su conocimiento del mercado, es decir. el sector creativo y cultural 2. Los participantes aumentarán su conocimiento del sector creativo y cultural. 3. Los participantes practican la detección de oportunidades.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Individual o grupal
Materiales necesitados
papel A4

Duración estimada
30-45 minutos
Instrucciones
En un espacio mediano-grande, haga que el grupo se pare en círculo. Pide a una persona que escriba en una hoja de papel uno de los organismos o personas que integran la industria de la música clásica que conozcas en su red personal. Esto podría incluir: compositores, artistas intérpretes o ejecutantes, financiadores gubernamentales/nacionales, estudios de cine/juegos, teatros, clubes/lugares, restaurantes, teatros de ópera, orquestas, pequeños conjuntos, publicidad, redes sociales, prensa, agentes, profesores, filántropos, derechos de interpretación. Sociedades, Asociaciones profesionales, Salas de conciertos, Conservatorios/Escuelas de música, Universidades, Escuelas públicas, Estudiantes, Público La primera persona se sitúa en algún lugar del círculo. Uno a uno, otros escriben un organismo/persona y entran en el círculo, poniéndose en relación física con los demás del círculo y justificando su elección: por ejemplo, los “agentes” podrían situarse entre los “intérpretes” y las “salas de conciertos”. ” porque intermedian esa relación, y los “estudiantes” podrían alejarse del “gobierno” porque se sienten lejos de comprender cómo les afecta. Cuando todos estén en el mapa, pídales que consideren diferentes formas de ver la industria. ¿Quién es cliente de quién? ¿Quién emplea a quién? ¿Quién tiene mayor o menor poder para decidir sobre las acciones de la industria? ¿Quién es la persona más "importante" del mapa? Analice otra forma de mapear la industria. Sobre todo, considere, para su empresa/conjunto de habilidades: 1. Definir tu audiencia: ¿quiénes son tus clientes? ¿Las personas que te pagan por componer? ¿Quiénes son los beneficiarios? ¿La gente usa/escucha tu música? ¿Qué tan grande es esta audiencia? ¿Qué servicio o propuesta de valor les ofrecéis? ¿Son de fácil acceso? 2. Ampliar su audiencia: ¿a qué otros clientes podría dirigirse? ¿Qué tan grande sería esa audiencia? ¿Qué propuesta de valor les ofrecerías? 3. Colaboradores y asociaciones: ¿quién puede ayudarle a acceder a su(s) audiencia(s)? ¿Hay alguien que pueda ayudarte a brindar una nueva propuesta de valor a otra audiencia? ¿Con quién necesitas crear relaciones de trabajo? 4. Compañeros: desde un enfoque comercial convencional, sus pares son sus “competidores” porque compiten por las mismas oportunidades que usted. Sin embargo, en un ecosistema que se nutre de la diversidad, puede ser más útil tener la actitud de que “están todos juntos en esto”. De aquellos compañeros que están teniendo éxito, ¿qué puedes aprender de ellos? ¿Cómo podría posicionarse para aumentar sus oportunidades? ¿Existen formas de compartir recursos o colaborar para aumentar la eficiencia? ¿Hay colaboradores potenciales con los que debería buscar establecer relaciones?
Resumen
Recapitulación: Ver la industria desde esta perspectiva empresarial puede iluminar rápidamente conocimientos clave que a menudo se mantienen envueltos en un velo de misterio (el "mito del genio" se basa en que el éxito parezca excepcional) o se malinterpreta como algo fijo (ver un ejemplo de modelo clásico) cuando en realidad está en proceso de cambio (ver modelo reconcebido). Identificando las instituciones, organismos y personas clave que componen la industria en forma de un mapa físico, y

Al comprender cómo estos actores se sirven entre sí como clientes, empleadores o financiadores, etc., uno puede ver mejor el camino que debe tomar para su propia empresa creativa cuando se posiciona en el mapa. Esto se puede hacer periódicamente a lo largo de la carrera, ya que el mapa evolucionará con el tiempo y pueden aparecer nuevas oportunidades o dificultades.
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
Para obtener más información sobre cómo realizar una investigación de mercado y definir una propuesta de valor, siga los enlaces sugeridos en Recursos de aprendizaje (a continuación)

Ejercicio 4 – "¿Qué puedo ofrecer como compositor?"

tipo de ejercicio
Se trata de un ejercicio de análisis y recopilación de ideas que se puede realizar de muchas maneras diferentes.
Descripción/Contexto
Aunque las personas que se identifican como compositores pueden realizar muchos trabajos diferentes para llegar a fin de mes, la profesión de compositor es bastante específica: es una persona que gana dinero explotando las composiciones que produce o prestando un servicio como compositor. Los compositores pueden ganar dinero componiendo y con sus composiciones de muchas maneras, y cuanto más conscientes sean de esto, más probabilidades tendrán de maximizar el dinero que pueden ganar con su trabajo. A los compositores les interesa que estas fuentes de ingresos generen tantas oportunidades como sea posible de manera sostenible: escribir un estudio de piano de tres minutos que entre en una colección para estudiantes principiantes de piano podría generar más ingresos y costar menos esfuerzo que una sinfonía de cinco movimientos que Tardó 4 años en componer y sólo ve una actuación. En el siguiente ejercicio, exploraremos posibles fuentes de ingresos para los compositores y comenzaremos a considerar la forma específica en la que un compositor puede posicionar u ofrecer sus productos y servicios a los clientes, también llamado su "propuesta de valor".
Objetivos de aprendizaje
1. Participantes para definir/redefinir su propuesta de valor 2. Los participantes profundizarán su comprensión de los flujos de ingresos. 3. Los participantes practican la detección de oportunidades.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Individual o grupal
Materiales necesitados
Pizarra o rotafolio Estudios de caso de compositores
Duración estimada

30-45 minutos

Instrucciones

Pregunte al grupo de qué manera los compositores de música contemporánea pueden ganar dinero con la composición. Escriba en una pizarra o en un rotafolio las diferentes fuentes de ingresos que los compositores pueden explotar en sus carreras e intente definir lo más fielmente posible cuáles son estas fuentes.

Luego analice los estudios de casos de Composer para:

- Información que puede profundizar su comprensión sobre cómo los compositores ganan dinero con la composición.
- Instituciones/actores que podrían enriquecer su mapa industrial
- Indicaciones de cuánto dinero se puede esperar que ganen los compositores y la eficiencia de su proceso (tiempo versus dinero)
- Cualquier otra información que revele formas efectivas de ganar dinero con la composición.

Resumen

Recapitulación: Al final del ejercicio, debería tener información sobre los flujos de ingresos de los compositores similar a la siguiente:

- **Comisiones**-donde se le paga a un compositor por componer una pieza musical para un concierto/ intérprete específico
- **Becas/Premios/Concursos**-donde los compositores participan en procesos de selección competitivos para ganar una oportunidad de comisión paga
- **Residencias y proyectos de Investigación Creativa/Académica**-donde los compositores participan en procesos de selección competitivos para recibir una comisión remunerada o un proyecto de investigación remunerado que se llevará a cabo en una institución/universidad específica durante un período específico (de varias semanas a un año, o años en el caso de un doctorado)
- **Tarifas de rendimiento**-donde un compositor toca su propia música por una tarifa
- **Regalías de interpretación/publicación**-donde al compositor se le paga una pequeña cantidad por la interpretación en vivo o retransmitida de su obra (esto se puede añadir a una tarifa de interpretación)
- **Regalías mecánicas**-donde al compositor se le paga una pequeña cantidad por el uso de sus partituras
- una grabación de sus piezas en un CD o archivo digital
- **Avances de grabación/publicación**-donde una editorial o sello discográfico pagará por el derecho exclusivo de publicar/grabar y vender ciertas obras de un compositor
- **Venta de partituras**-donde la gente compra la música del compositor en forma de partituras; a veces mediado por un editor que se quedará con un porcentaje de las ventas
- Un método de ingresos crecientes es**proyectos participativos y co-creativos**-donde a un compositor se le paga por colaborar o liderar a otros en un proceso de composición compartido, generalmente en un contexto educativo

Finalmente, los estudiantes de composición deberían tomarse un momento para articular su(s) propuesta(s) de valor y sus fuentes de ingresos potenciales o específicas.

Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
Es posible que incluso desee volver a mirar el mapa de su industria y reconsiderar qué oportunidades podrían aparecer después de este examen. Para obtener más información sobre la situación de los compositores contemporáneos en Europa, las posibles fuentes de ingresos para los músicos y cómo definir una propuesta de valor, siga los enlaces sugeridos en Recursos de aprendizaje (a continuación).

Ejercicio 5 – ¿Qué es el modelo económico social y solidario? ¿Por qué eso importa?

tipo de ejercicio
Se trata de un ejercicio de análisis y recopilación de ideas que se puede realizar de diferentes maneras.
Descripción/Contexto
La economía es el estudio de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Los economistas y otros científicos sociales que buscan comprender cómo interactúan estas cosas en un entorno determinado crean modelos teóricos basados en la evidencia que observan en diferentes sistemas. Los sistemas económicos son las formas en que las sociedades en diferentes lugares y épocas han tratado de organizar sus economías: desde el feudalismo, el capitalismo, el socialismo y el comunismo. En el sistema capitalista que conocemos, la ganancia o pérdida del capital es el valor que dicta dónde se asignan los recursos. Sin embargo, siempre ha habido sectores de la sociedad que hicieron de los objetivos sociales su negocio: lo que solían llamarse organizaciones del 'tercer sector', como organizaciones benéficas, organizaciones comunitarias y empresas sin fines de lucro. Esto es lo que ahora llamamos economía social: organismos que se mueven por la misión de servir al bien común, proteger los servicios de interés general y aumentar el bienestar individual y comunitario organizando su actividad de una manera diferente. Estas organizaciones incluyen asociaciones/ organizaciones benéficas, cooperativas, mutuas, fundaciones y empresas sociales que sitúan las preocupaciones sociales y medioambientales en el centro de su modelo de negocio, priorizando el impacto social sobre la maximización de beneficios. El estudio de estos organismos y sus interacciones ha llevado a la conceptualización del modelo económico social", que se considerará de gran relevancia para los trabajadores de las ICC. En el modelo económico social, los miembros de la sociedad tienen en cuenta las cuestiones económicas y sociales y resuelven los problemas mediante la cooperación social. En otras palabras, cambiar la forma en que se realiza una actividad económica puede ayudar a abordar preocupaciones sociales. Puede adoptar diferentes formas, pero las investigaciones muestran que, como tendencia general, las sociedades que siguen modelos económicos sociales son más resilientes y capaces de resolver ciertas crisis, incluidas las fallas gubernamentales o de mercado. Figura 1.

Fuente: https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/social-economy-and-the-covid-19-crisis-curre nt-and-future-roles-f904b89f/

Las organizaciones de economía social también tienden a compartir valores de "socialidad" o "publicidad", que han sido descritos como: bien público, equidad, apertura y ciudadanía.

Figura 2.

Fuente: Instituto de Investigación de Políticas y Desarrollo Social http://isdpr.org/en/achievements/04#:~:text=%22Social-economic%20model%22%20refers,as%20 a%20type%20of%20publicness .

Objetivos de aprendizaje

1. Que los participantes comprendan los fundamentos del modelo económico social y solidario y cómo puede beneficiarles en sus carreras artísticas.
2. Los participantes analizarán las organizaciones artísticas para ver qué tan alineadas están con el modelo económico social y solidario.

Tamaño del grupo/individual si corresponde

Grupo o individual

Materiales necesitados

Pizarra o rotafolio

Estudios de casos de compositores

Duración estimada

30-45 minutos

Instrucciones

Utilizando los estudios de caso de Composer, investigue los organismos descritos en los estudios de caso e identifique cómo podrían ajustarse a aspectos del modelo económico social como se resume en la Figura 1, específicamente:

1. Movilizar múltiples tipos de recursos: ¿un organismo moviliza varios tipos de recursos (ingresos por ventas, subsidios públicos, donaciones, voluntariado) de diferentes fuentes (sector público, empresas, fundaciones, individuos)? ¿Son valorados por diversos actores por los diferentes beneficios que producen (beneficios públicos y colectivos, beneficios individuales directos, beneficios indirectos)?
2. Prácticas sostenibles: ¿un organismo implementa prácticas sostenibles que sean respetuosas de las principales necesidades humanas y de los ecosistemas naturales del medio ambiente?
3. Gobernanza inclusiva: ¿un organismo involucra y empodera a diversos actores en sus procesos de toma de decisiones? ¿Facilita decisiones informadas sobre el impacto económico o social o aumenta la participación en la sociedad democrática?
4. Anclaje local: ¿el organismo opera a nivel local, entendiendo lo que funciona y lo que no funciona en un contexto local y respondiendo rápidamente a los problemas que surgen en las áreas locales?
5. Cooperación: ¿la organización amplía el potencial de innovación social colectiva colaborando con las partes interesadas locales (ciudadanos, sociedad civil, formuladores de políticas, empresarios, investigadores)? ¿Experimentan con formas nuevas y cooperativas de trabajar para desarrollar soluciones basadas en el lugar, basándose en objetivos colectivos y los activos complementarios de diferentes actores?

Resumen

Recapitulación: El modelo económico social, que ha sido desarrollado por científicos sociales a través del análisis de las tendencias económicas en el “tercer sector”, brinda a los compositores-empresarios un marco dentro del cual pueden entender su negocio y cómo opera en la sociedad. También puede resultar tranquilizador para algunos compositores que las cualidades de las empresas sociales puedan concordar o incluso dar un nombre a valores que ya tienen: movilidad en la financiación, prácticas sostenibles, gobernanza inclusiva, anclaje local y cooperación. Estas cualidades deberían proporcionar a los empresarios

ejemplos de cómo pueden refinar sus prácticas comerciales para que estén más en línea con sus propios valores o ambiciones profesionales para contribuir aún más a la sociedad, abriendo a los compositores a inspirarse en un mundo empresarial más amplio fuera de las ICC.

Lo más importante es que el uso de las herramientas y la terminología de la economía social brinda a los empresarios compositores un lenguaje con el que pueden describir con precisión sus empresas y proyectos a quienes están dentro y fuera de las ICC, en particular a aquellos que de otro modo podrían mostrarse escépticos sobre el valor de las artes. - incluidos financiadores, partes interesadas, organizaciones asociadas o instituciones gubernamentales. Ser capaz de articular de forma clara y precisa el valor socioeconómico de la propia empresa, en lugar de afirmar vagamente que "el arte cambia el mundo para mejor", demuestra un nivel de profesionalismo y autoconciencia que se espera en un alto nivel. de hacer arte. Es una forma de poner el arte en el contexto del mundo real para crear valor real.

Enlaces / referencias

https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/social-economy-and-the-covid-19-crisis-curre nt-and-future-roles-f904b89f/

http://isdpr.org/en/achievements/04#:~:text=%22Social-economic%20model%22%20refers,as%20a%20type%20of%20publicness .

Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.

El Módulo 4 proporciona información más detallada sobre la Economía Social y Solidaria

Recursos de aprendizaje

Ejercicio 1	Otras lecturas: "EntreComp - el Emprendimiento Marco de competencias" https://www.wecanproject.eu/index.php/en/intellectual-outputs/methodological-guide3/25-methodologic-guide-part-a/topic2/53-topic2-2	Este enlace define las competencias empresariales enumeradas en el marco EntreComp.
	Lectura adicional: "El Marco europeo de competencias empresariales (EntreComp)" https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en	Este enlace es al propio marco EntreComp, un documento muy útil para comprender con todo detalle la competencia empresarial.
Ejercicio 2	Compositor inteligente de la UE Proyecto (2021): "Marco de emprendimiento, marketing digital y branding competencias para la FP Educadores musicales que trabajan con estudiantes de composición"	Este marco de competencias, que está dirigido principalmente a educadores musicales de FP, puede adaptarse para que lo utilicen los estudiantes de composición, especialmente con fines de autoevaluación.
Ejercicio 3	Otras lecturas: "Comprender el mercado" https://www.practicalbusinessskills.com/getting-started/creating-abusiness-plan/understanding-themarket#:~:text=One%20of%20the%20most%20important,things%20they%20have%20in%20common	Este enlace proporciona información útil sobre la importancia de comprender el mercado y definir la propia propuesta de valor.
	Lectura adicional: "Conocer y comprender tu mercado" https://businessguide.ebrd.com/posts/knowing-and-understandingyour-market	En este enlace se proporciona información aún más detallada sobre cómo realizar estudios de mercado y posicionarse en el mercado.
Ejercicio 4	Estudios de casos de compositores	Estos son estudios de casos de cómo compositores reales en Europa ganan dinero a partir de diversas fuentes de ingresos.

		que revelan información sobre quienes pagan a los compositores por sus servicios (el mercado), cómo los compositores interactúan con sus clientes y otros que les pagan, cuántos ingresos pueden generar de dichas actividades y la naturaleza de las actividades mismas.
	Más vigilancia: UE COMPOSITOR INTELIGENTE- Seminario web 1 "El Mentalidad empresarial" https://youtu.be/MsQmnTLcAhM	Este seminario web explica aún más sobre la situación de los compositores profesionales en Europa y es complementario a todo lo contenido en este módulo.
	Lectura adicional: "Propuesta de valor: definición con 8 ejemplos ganadores (2023)" https://www.shopify.com/blog/value-proposition	Este enlace proporciona una guía práctica para crear una propuesta de valor con ejemplos detallados.
	Lectura adicional: "¿Cómo se gana dinero actuando o componiendo músicos? 26 ingresos transmisiones reveladas" https://musicschoolcentral.com/ make-money-performing-composi ng-musician-26-revenue-streamsdisclosed/ #:~:text=For%20compo sers%2C%20commissions%20are %20quizás,escriba%20music%20f o %20an%20conjunto .	Este enlace proporciona una lista útil y exhaustiva de posibles fuentes de ingresos para músicos distintos de la composición.
Ejercicio 5	Estudios de casos de compositores	(ver Recursos de aprendizaje para el ejercicio 2)

Bibliografía

Westerlund, Heidi y Helena Gaunt.*Ampliar el profesionalismo en la música y la educación superior: un juego cambiante*. Oxford: Routledge, 2021

Unión Europea. “EntreComp: El marco europeo de competencias empresariales”. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2018.

Proyecto SMART Composer de la UE. “Marco de competencias empresariales, de marketing digital y de marca para educadores musicales de FP que trabajan con estudiantes de composición”. ___, 2021.

Ejercicios para el Módulo 2: Empoderamiento

Contenido

Ejercicio 2.1 – Nube de palabras sobre empoderamiento 2
Recursos de aprendizaje 3
Ejercicio 2.2 – Introspección y extrospección 4
Recursos de aprendizaje 5
Ejercicio 2.3 – Impacto social en los recursos 6
de aprendizaje musical 7
Ejercicio 2.4 – Mapeo de su impacto social 8
Recursos de aprendizaje 9
Ejercicio 2.5 – Cómo organizar y por qué 10
Recursos de aprendizaje 11
Ejercicio 2.6: encontrar nuevas colaboraciones 12
Recursos de aprendizaje 13
Ejercicio 2.7 – Webinar: GÉNERO, INCLUSIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO 14
Recursos de aprendizaje 15
Ejercicio 2.8: Asumir el compromiso de Keychange 17
Recursos de aprendizaje

Ejercicio 2.1 – Nube de palabras sobre empoderamiento

tipo de ejercicio
Este ejercicio se realiza en una sesión grupal, preferiblemente en un espacio compartido, no una reunión digital.
Descripción/Contexto
Utilice el servicio en línea Mentimeter (menti.com) y deje que los participantes creen juntos una nube mundial. Permítales responder esta pregunta con una palabra a la vez: ¿Cuáles son tus fuerzas motrices y pasiones? .
Objetivos de aprendizaje
El objetivo es identificar patrones, tanto similitudes como diferencias, entre las fuerzas impulsoras dentro del grupo. A cada persona se le da la oportunidad de reflexionar sobre lo que le motiva, de encontrar la mejor motivación para avanzar con una idea o proyecto.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Mínimo 5 personas.
Materiales necesitados
Cuenta gratuita en Mentimeter.com Computadora portátil y proyector
Duración estimada
30 minutos
Instrucciones
Comience presentando al grupo el concepto de empoderamiento y por qué es relevante en el emprendimiento (ver esquema teórico). Abra la presentación de Mentimeter y permita que los participantes inicien sesión para responder la pregunta en menti.com. Reflexiona junto con el grupo mientras aparecen las respuestas en la pantalla. ¿Que patrones ves? ¿Alguna similitud? ¿Alguna palabra inesperada en la nube? Recapitulación con el grupo: ¡Hemos identificado nuestro motor! ¿Qué podemos aprender de esto y cómo se puede utilizar este conocimiento cuando se desarrollan nuevas ideas o se planifica el trabajo? ¿Cómo podemos desarrollar aún más estas ideas?
Resumen
Enlaces / referencias

http://www.mentimeter.com
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.

Recursos de aprendizaje

...	...

Ejercicio 2.2 – Introspección y extrospección

tipo de ejercicio
Este ejercicio se realiza en una sesión grupal, preferiblemente en un espacio compartido, no en una reunión digital.
Descripción/Contexto
Este ejercicio permitirá a los participantes observar diferentes factores que los afectan como compositores y emprendedores. Una parte mira hacia adentro y la otra mira hacia afuera: cómo llegaron a donde están hoy y quién tiene el poder de influir en sus decisiones. .
Objetivos de aprendizaje
El objetivo es comprender mejor las decisiones que toma como compositor y cómo otras personas o instituciones afectan sus decisiones. Tener una visión clara de esto le ayudará a comprender la relación entre su propia visión, las aportaciones de otras personas y las coincidencias.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Mínimo 3 personas. Máximo 7 personas por grupo.
Materiales necesitados
Pizarra o rotafolio Notas Post-it Proyector (opcional)
Duración estimada
40 minutos
Instrucciones
Introspección: tú como compositor Deje que los participantes escriban y discutan en el grupo. Descríbete a ti mismo como compositor. Ahora: ¿Quién soy? ¿Como llegué aqui? Futuro: ¿Qué quiero lograr? ¿Como llego hasta ahí? Si desea profundizar la discusión, el grupo puede buscar ejemplos de respuestas anteriores de su propia institución o los ejemplos en elpresentación de Powerpoint.

Ejemplos: ¿Cómo llegaste aquí? **Extrospección: El mundo que me rodea** Después de la introspección, es hora de dejar que los participantes exploren la pregunta: "¿Quién tiene el poder?". Utilice una pizarra o un rotafolio para dibujar en 4 columnas: Económico, emocional, artístico y profesional. Deje que los participantes escriban en notas adhesivas los diferentes actores que afectan sus decisiones en estos 4 campos y colóquelos en cada columna. Discutir: ¿Qué factores puedo cambiar/controlar? ¿Cómo puedo influir en ellos? ¿Las respuestas dentro del grupo difieren entre sí?
Resumen
Enlaces / referencias
presentación de Powerpoint
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
¿Cómo se correlaciona esto con el ejercicio Mapeo de la industria musical del módulo 1? ¡Conversar!

Recursos de aprendizaje

...	...

Ejercicio 2.3 – Impacto social en la música

tipo de ejercicio
Sesión grupal o reunión digital..
Descripción/Contexto
Este ejercicio brindará a los estudiantes una breve descripción general del concepto de "impacto social" y cómo se puede aplicar al trabajo como compositor, músico u otras partes de la industria musical. También les permitirá explorar sus propias ideas sobre cómo contribuir al cambio positivo en el mundo que los rodea, a través de la música. .
Objetivos de aprendizaje
El objetivo es comprender que lo que haces como compositor o emprendedor impacta a las personas y al mundo que te rodea, positiva o negativamente. Este ejercicio también le permitirá explorar qué problema social le gustaría abordar y prepararlo para el Ejercicio número 4: Mapear su impacto social.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Mínimo 3 personas. Máximo 10 personas por grupo.
Materiales necesitados
presentación de Powerpoint Notas Post-it
Duración estimada
40 minutos
Instrucciones
El instructor comenzará con una presentación teórica de la frase impacto social, utilizando el material de la presentación en powerpoint. Esto definirá el impacto social y dará ejemplos de problemas sociales abordados por proyectos dentro de la industria de la música. Si hay tiempo, también puede mostrar un breve videoclip de los seminarios web de EU Smart Composer que aborde el tema con más detalle. La presentación también plantea la pregunta de por qué los compositores y empresarios deberían preocuparse por el impacto social. Finalizará el ejercicio dejando que los participantes respondan la pregunta: ¿En qué tema le gustaría participar? Discuta las respuestas dentro del grupo y utilice el material en el siguiente ejercicio, donde los participantes tendrán la oportunidad de desarrollar aún más sus ideas de impacto social.
Resumen

Enlaces / referencias
presentación de Powerpoint
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
¿Cómo se correlaciona esto con el ejercicio Mapeo de la industria musical del módulo 1? ¡Conversar!

Recursos de aprendizaje

...	...

Ejercicio 2.4 – Mapeo de su impacto social

tipo de ejercicio
Sesión grupal o reunión digital.
Descripción/Contexto
Este ejercicio permite a los participantes dar el primer paso para desarrollar una estrategia para generar un impacto positivo como compositor o músico. El lienzo de impacto social es una plantilla para especificar qué tipo de impacto pretende lograr un emprendedor o grupo. Le ayuda a mapear los resultados previstos para un proyecto o idea de negocio, decidir a qué problema social se dirige y qué tipo de actividades necesitará para realizar un cambio. .
Objetivos de aprendizaje
Después de este ejercicio, los participantes habrán desarrollado aún más sus ideas sobre cómo generar un impacto positivo a través de un proyecto o idea de negocio. Habrán escrito actividades concretas que les ayudarán a abordar un problema social y establecer metas para lo que quieren lograr. Hacer esto en un grupo más grande también les ayudará a pensar en nuevas formas de generar impacto social dentro de la industria de la música.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Mínimo 3 personas. Máximo 10 personas por grupo.
Materiales necesitados
presentación de Powerpoint Lienzo de impacto social
Duración estimada
30 minutos
Instrucciones
Este ejercicio se puede utilizar solo o utilizar las ideas de impacto social desarrolladas en el ejercicio anterior. Estas ideas pueden aplicarse a un solo proyecto o a una idea de negocio en general. Los participantes recibirán el Lienzo de Impacto Social y tendrán 15 minutos para completar las tres columnas: ¿Cuáles son los resultados previstos de su proyecto? ¿Qué tema social estás abordando? ¿Qué actividades se llevan a cabo como parte de su proyecto? Utiliza los 15 minutos restantes para compartir los resultados del lienzo dentro del grupo y discutir si crees que es posible lograr el impacto positivo que te propusiste.
Resumen

Enlaces / referencias
presentación de Powerpoint
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
Utilice el resultado del lienzo de impacto social e inclúyalo en el lienzo de modelo de negocio más detallado en el ejercicio número 3.3

Recursos de aprendizaje

...	...

Ejercicio 2.5 – Cómo organizarse y por qué

tipo de ejercicio
Sesión grupal o reunión digital.
Descripción/Contexto
Este ejercicio permite a los participantes explorar el valor de trabajar junto con otras personas y por qué otros lo han encontrado útil. Combinará la observación de algunos ejemplos y una discusión grupal sobre por qué es necesaria la colaboración musical. .
Objetivos de aprendizaje
El propósito de este ejercicio es aprender el valor de colaborar con otros compositores o músicos, y cómo trabajar juntos es una manera de encontrar nuevas oportunidades o formas de crear conciencia sobre ciertos temas. También permitirá al grupo compartir sus propias experiencias de colaboración y aprender unos de otros.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Mínimo 3 personas. Máximo 10 personas por grupo.
Materiales necesitados
presentación de Powerpoint
Duración estimada
20 minutos
Instrucciones
Utilizando los ejemplos de la presentación en PowerPoint, el líder del ejercicio mostrará a los participantes cómo otras personas han organizado sus colaboraciones y cómo ha sido valiosa para ellos como músicos o compositores. “Me gusta que todos sean parte de esto. Nadie está por encima de nadie y es fácil tomar decisiones democráticas. Lo cual creo que muchas bandas ya hacen” - Johanna Boes, Oh Mothership (una cooperativa musical sueca) Después de analizar los ejemplos, se invita a los participantes a discutir los cinco argumentos de por qué es necesaria la colaboración musical, presentados por Icon Collective: 1. APROVECHAR DIFERENTES HABILIDADES Y COMPARTIR IDEAS 2. AUMENTA LA PRODUCTIVIDAD 3. APRENDE NUEVAS TÉCNICAS 4. RECIBA COMENTARIOS ÚTILES Y CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS 5. AMPLIA TU RED Y TU BASE DE FANS Deje que el grupo discuta: ¿Estás de acuerdo o en desacuerdo? ¿Cuáles son tus experiencias? ¿Qué ganarías al probar algunas de las actividades sugeridas?

Resumen
Enlaces / referencias
presentación de Powerpoint
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.

Recursos de aprendizaje

...	...

Ejercicio 2.6: encontrar nuevas colaboraciones

tipo de ejercicio
Preferiblemente realizado en una sesión grupal, con los participantes en la misma sala.
Descripción/Contexto
Este es un ejercicio de networking que permite a los participantes compartir sus ideas de proyectos y encontrar nuevas formas de colaborar con otros miembros del grupo. También se puede utilizar para completar partes del Business Model Canvas utilizado en otros ejercicios. .
Objetivos de aprendizaje
El propósito de este ejercicio es aprender el valor de colaborar con otros compositores o músicos, y cómo trabajar juntos es una manera de encontrar nuevas oportunidades o formas de crear conciencia sobre ciertos temas. También permitirá al grupo compartir sus propias experiencias de colaboración y aprender unos de otros.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Mínimo 3 personas. Máximo 10 personas por grupo.
Materiales necesitados
Notas Post-it Lienzo de modelo de negocio (opcional)
Duración estimada
30 minutos
Instrucciones
Deje que los participantes escriban 1 o 2 ideas que quieran realizar y que se beneficiarían al trabajar junto con otra persona u organización. Anota en notas o post-its todo lo que necesites; recursos, competencias, conexiones, habilidades. Publique las notas en una superficie de la sala y deje que los participantes exploren las diferentes ideas y vean si encuentran algo en lo que quieran colaborar. Regresen a sus asientos y repase cada idea. Deje que el participante de la búsqueda presente su nota y abra la discusión al grupo para ver si puede encontrar una coincidencia. Termine la sesión con un momento para compartir información de contacto entre los participantes.
Resumen

Enlaces / referencias
presentación de Powerpoint
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
El resultado de este ejercicio podría utilizarse en el Social Business Canvas.

Recursos de aprendizaje

...	...

Ejercicio 2.7 – Webinar: GÉNERO, INCLUSIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO

tipo de ejercicio
Presentación en vídeo seguida de una discusión grupal.
Descripción/Contexto
Este ejercicio es una introducción a temas que a menudo se denominan cuestiones transversales. Se basa en un seminario web en el que participa la Dra. Michelle Phillips del Royal Northern College of Music y el compositor Bernard Foccroulle. Se combina con una sesión de debate sobre la situación de la industria musical y la vida profesional de los compositores. .
Objetivos de aprendizaje
Después de este ejercicio, los participantes habrán explorado nuevas perspectivas y aprendido sobre cuestiones y desafíos relacionados con el género, la igualdad y el cambio climático, y cómo los compositores pueden incluir estas ideas en sus proyectos.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Mínimo 5 personas.
Materiales necesitados
Notas Post-it Lienzo de modelo de negocio (opcional)
Duración estimada
60 minutos
Instrucciones
Los participantes están invitados a ver el seminario web EU Smart Composer: Temas transversales GÉNERO, INCLUSIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO El seminario web cuenta con la Dra. Michelle Phillips del Royal Northern College of Music (Reino Unido) y el compositor Bernard Foccroulle (Bélgica). Los participantes pueden ver el seminario web juntos como grupo o se les puede asignar que lo vean solos antes de continuar con el ejercicio. La segunda parte del ejercicio es una discusión grupal sobre el tema del seminario web. • ¿Cuáles fueron sus pensamientos sobre el seminario web? • ¿Estás abordando actualmente alguno de los temas de tu arte o profesión? • ¿Reconoce alguna de las cuestiones relativas a la inclusión o el equilibrio de género en su propia organización o vida laboral?
Resumen

Enlaces / referencias
Seminario web: https://www.youtube.com/watch?v=7tOefnGsMd0&feature=share
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.

Recursos de aprendizaje

...	...

Ejercicio 2.8: Asumir el compromiso de Keychange

tipo de ejercicio
Sesión grupal para uso en espacios físicos o reuniones digitales.
Descripción/Contexto
Este ejercicio es una oportunidad para que los participantes exploren cuestiones sociales o ambientales y cómo podrían contribuir con soluciones dentro de su rol como compositor. Esto se hace asumiendo el compromiso clave, una iniciativa de la organización musical Keychange. .
Objetivos de aprendizaje
Después de este ejercicio, los participantes habrán explorado nuevas perspectivas y aprendido sobre cuestiones y desafíos relacionados con el género, la igualdad y el cambio climático, y cómo los compositores pueden incluir estas ideas en sus proyectos.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Mínimo 5 personas.
Materiales necesitados
Proyector de vídeo o pantalla Libretas individuales o acceso a computadora o tableta. presentación de Powerpoint
Duración estimada
20 minutos
Instrucciones
Es mejor realizar este ejercicio después de aprender sobre cuestiones transversales en el ejercicio anterior o en el seminario web EU Smart Composer. Keychange Pledge ya ha tenido un gran impacto en la industria de la música. Es una herramienta eficaz y un apoyo personalizado para aumentar la representación en todo el mundo de la música. Festivales, lugares, promotores, agentes de reservas, sellos discográficos, empresas, organizaciones, institutos educativos y emisoras pueden asumir el Compromiso Keychange y trabajar por una industria musical con equilibrio de género. Utilice la presentación en PowerPoint para informar a los participantes sobre Keychange Pledge y lo que pueden hacer para ayudar a la causa. La presentación también da ejemplos de lo que puede hacer una organización o institución musical: Por ejemplo: las orquestas podrían utilizar el objetivo 50:50 para los compositores contratados y/o el número de intérpretes, el número de intérpretes principales y el equilibrio del personal superior. Luego se invita a los participantes a explorar el sitio web Keychange.eu y elegir entre una variedad de acciones que pueden aportar a su proyecto u organización.

Después de escribir esto, los participantes compartirán sus notas con sus compañeros de estudios o de trabajo y discutirán juntos acciones futuras.

- ¿Cuáles son los problemas en mi organización o entorno?
- ¿Cuáles son las posibles soluciones?

Resumen

Enlaces / referencias

https://www.keychange.eu/

presentación de Powerpoint

Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.

Recursos de aprendizaje

...	...

Ejercicios para el Módulo 3: Emprendimiento cooperativo

INTRODUCCIÓN 1

Esquema teórico 1

EJERCICIOS 1

Ejercicio 1: ¿Por dónde empiezo?

Ejercicio 2 -Tengo una gran idea nueva, ¿qué hago con ella?

Avión de negocios

Ejercicio 3 – "Tengo una gran idea nueva, ¿qué hago con ella?

El 5 Ẃ S y una H

Ejercicio 3: ¿Cómo puedo lograrlo?

Ejercicio 5– ¿Cómo hago para que esto suceda?

Lienzo modelo de compositores

INTRODUCCIÓN

La cooperación es un concepto fundamental tanto en las empresas individuales como en las colectivas; Implica que las personas unan fuerzas para lograr un objetivo o ventaja compartido. En los negocios, significa la unión y el trabajo conjunto de personas que reúnen recursos financieros y no financieros para satisfacer las necesidades socioeconómicas y culturales de los miembros de una comunidad. El panorama del emprendimiento cooperativo requiere la integración de la creatividad, la innovación y una gestión estratégica inteligente. Sorprendentemente, también puede servir como una poderosa herramienta para fomentar el entendimiento mutuo y salvar las disparidades culturales. La esencia de las cooperativas reside en respetar e integrar estos principios. La toma de decisiones en las cooperativas se rige por una ética democrática y cada miembro tiene voz en las deliberaciones. La membresía voluntaria y abierta subraya aún más la naturaleza inclusiva de las cooperativas, donde las personas se reúnen voluntariamente para mejorar colectivamente su bienestar. Manteniendo su autonomía e independencia individuales, los miembros de la cooperativa se convierten con orgullo en copropietarios, participando activamente en los procesos de gestión de la cooperativa.

Para los emprendedores, adoptar un paradigma cooperativo en sus iniciativas empresariales puede aportar muchos beneficios diferentes. La productividad se dispara a medida que la colaboración aprovecha diversos conjuntos de habilidades

y perspectivas. Este entorno colaborativo se convierte en un conducto para el intercambio fluido de conocimientos, promoviendo un ciclo de aprendizaje continuo entre los miembros. El marco cooperativo también facilita un valioso mecanismo de retroalimentación que fomenta el refinamiento y la mejora de las ideas.
En conclusión, la cooperación en la práctica es mucho más que un simple concepto; encarna el espíritu de unidad, las aspiraciones compartidas y el poder de la acción colectiva. En los negocios, las cooperativas son un testimonio del potencial de las personas que se unen para lograr una mejora mutua. Al adoptar una toma de decisiones democrática, valorar la membresía abierta y preservar la autonomía, las cooperativas ejemplifican una colaboración armoniosa. La adopción de principios cooperativos puede abrir un mundo de mayor productividad, intercambio de conocimientos, redes enriquecidas y la realización de una visión compartida.

Al embarcarse en un viaje educativo atractivo y divertido, los participantes profundizarán en la teoría del emprendimiento cooperativo a través de este módulo divertido y transformador. Más allá del ámbito de la teoría, este módulo ofrece un conjunto de conocimientos y aplicaciones prácticas, equipando a las personas con poderosas herramientas comerciales del mundo real que tienen el potencial de fomentar un cambio en su enfoque de la industria de la música.

Al seguir este módulo, sus estudiantes:

- **Adquirir el lenguaje empresarial cooperativo:**En este módulo, los estudiantes se familiarizarán con las palabras y frases específicas utilizadas en las prácticas comerciales cooperativas. Esto les ayudará a comunicarse eficazmente sobre sus proyectos profesionales. Aprenderán a expresar sus ideas con claridad, tanto de forma escrita como oral. Esta habilidad les hará más fácil trabajar con otros en la industria de la música y compartir sus planes con confianza.

- **Comprender si los negocios musicales cooperativos son posibles:**A medida que los estudiantes avancen en este módulo, obtendrán herramientas prácticas basadas en situaciones comerciales reales. Estas herramientas les ayudarán a descubrir si sus ideas para proyectos musicales cooperativos realmente podrían funcionar. Al utilizar estas herramientas, podrán observar de cerca los detalles y ver si sus planes tienen sentido en el mundo real. De esta manera, pueden tomar decisiones inteligentes sobre si seguir adelante con sus ideas.
- **Averiguar qué es bueno y qué es desafiante:**Este módulo enseñará a los estudiantes cómo mirar sus proyectos musicales desde diferentes ángulos. Aprenderán a ver qué partes son fuertes y qué partes podrían necesitar mejoras. Al comprender estas fortalezas y debilidades, pueden mejorar sus proyectos. Además, los estudiantes aprenderán a prestar atención a cosas ajenas a su proyecto, como la competencia y las oportunidades. Esto les ayuda a estar preparados para diferentes situaciones y a tomar buenas decisiones para sus proyectos musicales.

Ejercicios para el Módulo 3: Emprendimiento cooperativo

Ejercicio 1: ¿Por dónde empiezo?

tipo de ejercicio
En general, este ejercicio es una forma práctica de mejorar el vocabulario empresarial y la comprensión de conceptos relevantes de los estudiantes. Fomenta el aprendizaje activo, la participación en contenidos del mundo real y el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico a través del debate y la discusión.
Descripción
Este ejercicio es un ejercicio de vocabulario o mapeo conceptual diseñado para ayudar a los estudiantes a familiarizarse con términos y conceptos específicos relacionados con negocios, emprendimiento y proyectos. Los capacitadores proporcionarán una plantilla dividida en 2 columnas, una con terminología comercial y la otra con conceptos, frases. o situaciones que deben relacionarse con estas palabras. Las palabras se pueden elegir en función de las necesidades y los intereses de la clase, pero también de los aspectos y teorías que hayan tratado los formadores. ¡Tenga en cuenta que algunos conceptos pueden ser difíciles de interpretar y puede surgir un debate!
Propósito/meta
1.Los participantes adquirirán conocimientos sobre la terminología empresarial cooperativa específica. 2. Los participantes aprenderán a expresar correctamente sus ideas cuando hablen de proyectos orientados a los negocios.
Tamaño del grupo
Grupo o individuos
Materiales necesitados
Bolígrafos y papel, y una buena selección de su terminología empresarial favorita.
Duración estimada
20 minutos
Instrucciones

1. **Introducción por parte del facilitador**: El facilitador comienza proporcionando a los estudiantes un texto o video que describe el proyecto de alguien. Es probable que este texto o vídeo contenga varios términos, jerga o conceptos relacionados con el negocio.
2. **Formato del ejercicio**: El formato del ejercicio consta de dos columnas:
   - **Columna 1 (Terminología empresarial)**: En esta columna, se pide a los estudiantes que enumeren o anote la terminología o conceptos comerciales que identifiquen en el texto o video proporcionado.
   - **Columna 2 (Palabras de texto/video)**: En esta columna, los estudiantes deben enumerar palabras o frases que encuentran en el texto o video.
2. **Identificación del concepto**: Los estudiantes ven el video o leen el texto con atención e identifican conceptos, terminología o jerga relacionados con los negocios presentes en el contenido.
4. **Vinculación de conceptos**: Después de identificar los términos en ambas columnas, se pide a los estudiantes que vinculen los conceptos que identificaron en la columna "Terminología empresarial" con las palabras o frases correspondientes del texto o video en la columna "Palabras de texto/video". Este paso requiere que comprendan y reconozcan cómo se utilizan los términos en el contexto del proyecto descrito.
5. **Debate y Discusión**: Algunos conceptos pueden estar abiertos a interpretación o pueden tener múltiples significados. Esto puede dar lugar a debates y discusiones entre los estudiantes mientras comparan sus interpretaciones y conclusiones sobre los conceptos identificados.
6. **Recapitulación**: Los objetivos del ejercicio se resumen:
   - **Familiaridad con los conceptos**: Los estudiantes se familiarizan más con negocios específicos, emprendimiento y conceptos y terminología relacionados con proyectos interactuando activamente con ellos en el contexto de un proyecto del mundo real.
   - **Vinculación conceptual**: Al vincular los conceptos identificados con las palabras o frases de Con el texto o el vídeo, los estudiantes obtienen una comprensión más profunda de cómo se aplican estos términos en la práctica.
   - **Debate y pensamiento crítico**: El ejercicio promueve el pensamiento crítico y el debate mientras los estudiantes se enfrentan a la interpretación y aplicación de conceptos empresariales.

Enlaces / referencias

https://www.dynamicenglish.cl/blog-feed/vocabulario-para-emprendedores https://www.idos-research.de/uploads/media/The_CoOperative_Firm._Keywords.pdf https://miro.com/templates/concept-map/

Ejercicios para el Módulo 3: Emprendimiento cooperativo

Ejercicio 2 - "Tengo una gran idea nueva, ¿qué hago con ella?

tipo de ejercicio
El ejercicio es una actividad creativa y experiencial diseñada para ayudar a los participantes a comprender el concepto de "proyectos" y su longevidad. Se trata de un ejercicio de aprendizaje activo y kinestésico que se realizará cara a cara. Es particularmente útil para estudiantes que necesitan sentir o experimentar una idea que de otro modo permanecería puramente abstracta; de hecho, emplea planos de papel para desarrollar una discusión sobre los factores que pueden influir en los proyectos.
Descripción
Este ejercicio es una forma creativa de involucrar a los participantes en la reflexión sobre sus proyectos, la comprensión de su duración potencial y el reconocimiento de los factores externos que pueden afectar sus resultados. Combina actividad física (creación y lanzamiento de aviones de papel) con elementos reflexivos y metafóricos para facilitar el aprendizaje y la discusión. El instructor llevará a los estudiantes a pensar qué es un "proyecto" y cómo se prolonga en el tiempo (como sugiere la palabra "pro-jacere"). Los proyectos pueden ser tanto de corto como de largo plazo, aunque su duración no necesariamente determina si tendrán éxito. Se pedirá a los estudiantes que escriban en una hoja de papel los objetivos más allá de sus proyectos, luego la doblen y hagan un avión de papel. Luego, uno a uno, lo irán lanzando. La idea es salir al aire libre y hacer que el avión vuele lejos si su proyecto va a durar mucho tiempo, o dejarlo caer cerca si el proyecto tiene objetivos a corto plazo. Posteriormente, el formador entablará un debate y analizará si ha habido factores (tanto internos como externos) que puedan influir en los proyectos. Recuerde, al igual que los aviones de papel no siempre vuelan exactamente según lo planeado, los proyectos también pueden tomar caminos inesperados.
Propósito/meta
1. Que los participantes aprendan activamente qué es exactamente un proyecto; 2. Los participantes reflexionan en qué plazo se realizarán sus proyectos; 3. Que los participantes aprendan activamente cómo los factores internos y externos involucrados en un proyecto pueden tener un impacto en él tanto positiva como negativamente.

Tamaño del grupo

Individual o grupos

Materiales necesitados

Papel A4
Instrucciones para hacer un avión de papel si es necesario
Un espacio abierto (si es posible)

Duración estimada

30 metros

Instrucciones

Introducción: El instructor explica el concepto de "proyecto" y cómo puede abarcar diferentes períodos, independientemente de su duración que determine su éxito.
Reflexión: Se pide a los participantes que piensen en su propio proyecto y en cómo puede evolucionar y continuar en el tiempo.
Metáfora: El instructor introduce una metáfora comparando la construcción de una casa de ladrillos (un proyecto a largo plazo) con los proyectos de los participantes. Esta metáfora ayuda a los participantes a comprender la idea de proyectos a corto y largo plazo.
Actividad: Los participantes crean aviones de papel y escriben lo que los motiva respecto a sus proyectos en los aviones. Luego se les ordena que lancen sus aviones.
Lanzamiento simbólico: El objetivo del lanzamiento del avión es simbólico. Si el proyecto de un participante está destinado a durar mucho tiempo, intenta hacer que el avión vuele lejos. Si el proyecto es más a corto plazo, dejarán caer el avión cerca.

Discusión: Después de la actividad, se produce una discusión sobre los diversos factores, tanto internos como externos, que pueden influir en la trayectoria y el éxito de los proyectos. Esta discusión se lleva a cabo al aire libre, utilizando el aire como símbolo de estos factores influyentes.
Conclusión: El ejercicio enfatiza que, así como los aviones no siempre siguen una trayectoria perfecta, los proyectos también pueden tomar rutas inesperadas e impredecibles.

Enlaces / referencias

https://www.edutopia.org/discussion/ultimate-ice-breaker-making-flying-paper-planes
https://faculty.babson.edu/krollag/teamwork/paper_airplane.html
https://www.youtube.com/watch?v=54noZe-0B1c
https://www.youtube.com/watch?v=71-pBSPaczY

Ejercicios para el Módulo 3: Emprendimiento cooperativo

Ejercicio 3 – “Tengo una gran idea nueva, ¿qué hago con ella?

tipo de ejercicio
Este ejercicio es una herramienta valiosa para que los participantes obtengan una comprensión más profunda de sus proyectos, evalúen su viabilidad y desafíos potenciales, y promuevan el debate y el pensamiento crítico. Alienta a los participantes a adoptar una visión holística de sus proyectos, considerando varios factores internos y externos que pueden afectar el éxito del proyecto.
Descripción
El ejercicio es un ejercicio de análisis estructurado y completo que se utiliza a menudo en la gestión de proyectos, la planificación estratégica y el desarrollo empresarial. Está diseñado para ayudar a los estudiantes o participantes a evaluar críticamente sus proyectos abordando aspectos clave a través de una serie de preguntas. Este tipo de ejercicio a menudo se denomina análisis "5W y 1H", donde los participantes exploran quién, qué, por qué, dónde, cuándo y cómo de sus proyectos. Las "5 preguntas" son un conjunto de preguntas que se utilizan a menudo en periodismo, investigaciones y resolución de problemas para recopilar información esencial y proporcionar una comprensión integral de una situación o historia. Las 5 W significan: Quién: Esta pregunta busca identificar a las personas o entidades involucradas en la situación. Se trata de comprender a los individuos o grupos relevantes para el contexto. Qué: esta pregunta se centra en los eventos, acciones o circunstancias que son centrales para la historia o situación. Ayuda a definir los aspectos centrales de la situación. Dónde: Esta pregunta indaga sobre el lugar o lugar donde se están desarrollando los hechos o donde ocurrieron. Comprender el contexto geográfico es crucial. Cuándo: Esta pregunta se refiere al momento de los acontecimientos. Busca establecer cuándo ocurrieron los hechos, ya sea una fecha, un período de tiempo o un período específico de la historia. Por qué: La pregunta "por qué" profundiza en las motivaciones, causas, motivos o factores que llevaron a los hechos o situación. Su objetivo es descubrir las causas y motivaciones subyacentes. Además, se agrega a la lista una sexta pregunta, "Cómo", para indagar sobre los métodos, procesos o medios por los cuales ocurrieron o se llevaron a cabo los eventos. Por lo tanto, es posible que escuche acerca de las "5 preguntas y respuestas" (quién, qué, dónde, cuándo, por qué y cómo) cuando se habla de recopilación y análisis completos de información. Estas preguntas ayudan a garantizar una comprensión completa y completa de un tema o cuestión.

Propósito/meta
1.Los participantes analizarán el contexto en torno a sus proyectos. 2.Los participantes aprenderán a formular preguntas sobre cuestiones contextuales que potencialmente pueden afectar sus proyectos. 3.Los participantes aprenderán a familiarizarse con la terminología empresarial.
Tamaño del grupo / individual
Grupo, parejas o individual.
Materiales necesitados
Papeles y bolígrafos
Duración estimada
30 metros
Instrucciones
Análisis estructurado: El ejercicio proporciona un marco estructurado para que los participantes analicen sus proyectos. Les orienta a considerar sistemáticamente diversos aspectos, garantizando un examen exhaustivo. **Exploración del contexto del proyecto**: El facilitador invita a los estudiantes a analizar la**contenido y contexto** t de sus proyectos definiendo sus "5w y an h": qué, quién, dónde, cuándo, por qué y cómo. Esto les ayudará a obtener una comprensión más clara del alcance y propósito del proyecto. **Generando discusión**: El ejercicio tiene como objetivo generar discusión entre los estudiantes impulsándolos a pensar críticamente sobre sus proyectos. Al abordar las preguntas, los participantes pueden descubrir nuevos conocimientos y perspectivas, fomentando el debate y la colaboración. **Expresión del valor del proyecto**: Se insta a los participantes a pensar en cómo expresan el valor de su proyecto, lo cual es esencial para una comunicación eficaz y la participación de las partes interesadas. **Enlace con actividad anterior**: El ejercicio está diseñado para conectarse con una actividad previa con aviones de papel. Este vínculo probablemente sirva para ilustrar cómo el análisis del contexto y los factores del proyecto se puede aplicar a situaciones del mundo real, estableciendo paralelismos entre las dos actividades.
Enlaces / referencias
https://www.appvizer.com/magazine/operaciones/project-management/the-5-ws-in-business https://www.business2community.com/startups/the-5-ws-of-a-winning -startup-0131100 https://www.cbsnews.com/news/the-five-ws-of-business/
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.

Ejercicios para el Módulo 3: Emprendimiento cooperativo

Ejercicio 4: "¿Cómo puedo lograrlo?"

tipo de ejercicio
El ejercicio de análisis FODA es una herramienta valiosa para que los estudiantes evalúen y comprendan los diversos factores que pueden afectar el éxito o los desafíos de sus proyectos. Fomenta el pensamiento estructurado y proporciona un marco para la toma de decisiones y la planificación estratégicas.
Descripción
El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica utilizada por individuos, organizaciones y empresas para evaluar su situación actual o un proyecto o iniciativa específica. FODA significa Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas. Implica un examen exhaustivo de estos cuatro factores para tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias efectivas. Aquí hay una breve descripción general de cada componente de un análisis FODA: **Fortalezas**: Son los atributos o características internas positivas que le dan a una entidad una ventaja competitiva. Las fortalezas pueden incluir cosas como una marca sólida, empleados talentosos, tecnología avanzada o procesos eficientes. Identificar las fortalezas ayuda a una entidad a comprender lo que hace bien y lo que puede aprovechar para lograr sus objetivos. **Debilidades**: Las debilidades también son factores internos, pero representan áreas en las que una entidad carece o se desempeña por debajo de su potencial. Estos podrían incluir falta de recursos, tecnología obsoleta, mala gestión o procesos ineficientes. Identificar las debilidades es crucial para abordar áreas que necesitan mejora o desarrollo. **Oportunidades**: Las oportunidades son factores o tendencias externos que una entidad puede aprovechar para lograr sus objetivos. Estos podrían ser mercados emergentes, nuevas tecnologías, preferencias cambiantes de los consumidores o condiciones económicas favorables. Reconocer oportunidades permite a una entidad adaptarse y crecer aprovechando las circunstancias externas. **Amenazas**: Las amenazas, al igual que las oportunidades, son factores externos, pero representan desafíos o riesgos potenciales que podrían impedir el progreso. Estos podrían incluir competencia, crisis económicas, cambios regulatorios o cambios en el comportamiento del consumidor. La identificación de amenazas ayuda a una entidad a prepararse y mitigar problemas potenciales. Para realizar un análisis FODA, las personas u organizaciones suelen crear una matriz con cuatro cuadrantes, uno para cada uno de los cuatro componentes. Luego hacen una lluvia de ideas y enumeran elementos de cada categoría según su situación particular o el contexto específico que están analizando. Una vez completado, el análisis puede guiar la toma de decisiones, como la elaboración de estrategias para aprovechar las fortalezas y oportunidades mientras se abordan las debilidades y se mitigan las amenazas. El análisis FODA es una herramienta versátil que se utiliza en diversos campos, incluidos negocios, marketing, gestión de proyectos y

desarrollo personal. Proporciona un marco estructurado para evaluar el estado actual de las cosas y tomar decisiones informadas para lograr objetivos y gestionar los desafíos de forma eficaz.
Propósito/meta
1.Los participantes aprenderán a definir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de sus propios proyectos; 2. Los participantes desarrollarán una plena conciencia de todos los factores involucrados en la toma de decisiones comerciales; 3.El participante aprenderá a reconocer los factores externos e internos que rodean sus proyectos.
Tamaño del grupo
Individual, parejas o grupo
Materiales necesitados
Bolígrafos, plantilla FODA y posiblemente un tablero para la lluvia de ideas.
Duración estimada
20 minutos
Instrucciones

Proporcionar una plantilla FODA: El facilitador proporciona a los alumnos una plantilla de análisis FODA. Esta plantilla suele tener cuatro secciones: Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.
Explicación de uso: El facilitador explica cómo utilizar la plantilla de análisis FODA y el propósito de cada sección:

- **Fortalezas**: Factores internos que son ventajosos para el proyecto.
- **Debilidades**: Factores internos que son desventajosos para el proyecto.
- **Oportunidades**: Factores externos que podrían beneficiar el proyecto.
- **Amenazas**: Factores externos que podrían plantear desafíos o riesgos al proyecto.

Listado de artículos: Luego se pide a los alumnos que enumeren tres elementos en cada sección de la plantilla FODA. Estos elementos deben estar relacionados con su proyecto específico.
Análisis de factores internos y externos: Al enumerar elementos en cada sección, los estudiantes participan en el pensamiento crítico para identificar factores internos y externos que afectan su proyecto. Las fortalezas y debilidades suelen ser factores internos que la organización o el proyecto pueden controlar o influir, mientras que las oportunidades y amenazas son factores externos que pueden afectar el proyecto pero que están fuera del control de la organización.

Recapitulación: Los objetivos del ejercicio se resumen:

- **Reflexionando sobre el FODA**: Se anima a los estudiantes a reflexionar sobre las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de sus proyectos. Esta reflexión les ayuda a comprender mejor el estado actual del proyecto.
- **Reconocer factores**: A través del análisis, los estudiantes aprenden a reconocer y diferenciar entre factores internos y externos que pueden influir en el proyecto.
- **Enlace con actividad anterior**: El ejercicio puede estar conectado a una actividad anterior. (Actividad 1) para enfatizar la importancia de considerar factores externos e internos al evaluar el contexto de un proyecto. Este enlace ayuda a los estudiantes a aplicar las habilidades de análisis desarrolladas en este ejercicio a situaciones del mundo real.

Enlaces / referencias

https://www.mindtools.com/amtbj63/swot-analysis https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html https://www.youtube.com/watch?v=I_6AVRGLXGA

Ejercicios para el Módulo 3: Emprendimiento cooperativo

Ejercicio 5: "¿Cómo puedo lograrlo?"

tipo de ejercicio
Este ejercicio es un enfoque práctico y práctico para la planificación de negocios y proyectos. Ayuda a los estudiantes a estructurar sus ideas, adaptarse a diferentes opciones de lienzo y perfeccionar los conceptos de sus negocios o proyectos. También fomenta la colaboración y la retroalimentación externa para mejorar el desarrollo del proyecto.
Descripción
El Business Model Canvas es una herramienta de gestión estratégica desarrollada por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur que ayuda a organizaciones, emprendedores y empresas a visualizar, diseñar y describir los componentes clave de su modelo de negocio. Es un marco de una página que proporciona una Forma estructurada de analizar y comunicar diversos aspectos de un negocio. El modelo de negocio Canvas consta de nueve bloques de construcción, cada uno de los cuales representa un aspecto fundamental de un negocio: Segmentos de Clientes: Este bloque define los diferentes grupos de personas u organizaciones que la empresa pretende servir o dirigirse como clientes. Propuestas de valor: este bloque describe el valor o los beneficios únicos que el negocio ofrece a sus segmentos de clientes objetivo. Responde a la pregunta de por qué los clientes Elige este producto o servicio. Canales: Los canales representan las diversas formas en que la empresa llega e interactúa con sus clientes para entregar sus propuestas de valor. Esto puede incluir plataformas en línea, físicas tiendas, equipos de ventas, etc. Relaciones con el cliente: este bloque describe el tipo de relaciones que la empresa establece con sus clientes, tales como asistencia personalizada, autoservicio, automatización apoyo, etc Flujos de ingresos: aquí se identifican las fuentes de ingresos de la empresa. Esto incluye estrategias de precios y modelos de ingresos (por ejemplo, suscripciones, ventas únicas, licencias, etc.).

Recursos clave: este bloque destaca los activos, capacidades y recursos críticos necesarios para entregar la propuesta de valor y administrar el negocio de manera efectiva.
Actividades clave: enumera las actividades más importantes que la empresa debe realizar para crear y entregar su propuesta de valor y operar con éxito.
Alianzas clave: este bloque identifica organizaciones, proveedores o colaboradores externos. en los que confía la empresa para optimizar sus operaciones o ampliar sus ofertas.
Estructura de costos: describe los diversos costos y gastos asociados con el funcionamiento del negocio. Ayuda a comprender los aspectos financieros del modelo de negocio.

Business Model Canvas es una herramienta versátil que se utiliza para la planificación empresarial, la innovación y análisis estratégico. Los empresarios y las organizaciones pueden utilizarlo para generar ideas y probar diferentes modelos de negocio, comunicar sus ideas de negocio a las partes interesadas y tomar decisiones informadas. decisiones sobre sus estrategias y operaciones. Es un marco valioso tanto para empresas emergentes como para empresas establecidas que buscan adaptarse a mercados cambiantes o explorar nuevas oportunidades.

Propósito/meta

1.Los participantes aprenderán a interiorizar correctamente ideas para vender o compartir proyectos;
2.Los participantes adquirirán conocimientos sobre el lienzo del modelo de negocio y la importancia de adaptar sus necesidades a opciones específicas;
3.Los participantes practicarán el trabajo en grupo y de forma cooperativa.

Tamaño del grupo

Grupo, Parejas o Individual

Materiales necesitados

Bolígrafos, plantilla, papel y tablero.

Duración estimada

1 hora

Instrucciones

Explicación del lienzo del modelo de negocio: El facilitador comienza explicando qué es un lienzo de modelo de negocio. Un lienzo de modelo de negocio es una herramienta visual que ayuda a las personas y a los equipos a trazar los componentes clave de un negocio o proyecto de forma estructurada. Por lo general, incluye secciones para elementos clave como segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con los clientes, flujos de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de costos.

Introducción a varias opciones de Canvas: El facilitador presenta diferentes versiones u opciones del lienzo del modelo de negocio. Estas opciones pueden incluir el lienzo original orientado a los negocios, un lienzo social diseñado para empresas sociales o organizaciones sin fines de lucro y un lienzo creativo adaptado a proyectos artísticos o creativos.

Proporcionar preguntas orientadoras: El facilitador proporciona a los estudiantes preguntas o indicaciones específicas que corresponden a cada sección del lienzo seleccionado. Estas preguntas guían a los estudiantes a completar el lienzo con información relevante relacionada con su proyecto.

Relleno de lienzo por parte del estudiante: Los estudiantes trabajan individualmente o en grupos para completar la plantilla del lienzo con sus propios elementos del proyecto. Utilizan las preguntas proporcionadas para estructurar sus pensamientos e ideas dentro de cada sección del lienzo.

Adaptación a la opción Canvas: Se anima a los estudiantes a considerar qué opción de lienzo (negocios, social, creativo) se adapta mejor a la naturaleza y los objetivos de su proyecto. Deberán adaptar los detalles de su proyecto a la opción de lienzo elegida.

Ejercicio de grupo: El ejercicio se puede mejorar realizándolo en un entorno grupal donde se elige el proyecto de un estudiante para su análisis. Este enfoque permite perspectivas y conocimientos externos sobre el proyecto seleccionado y reduce la subjetividad.

Recapitulación: Los objetivos del ejercicio se resumen:

- **Claridad en el modelo de negocio**: Los estudiantes obtienen una comprensión más precisa de sus modelo de negocio o proyecto rellenando el lienzo. Esto les ayuda a transmitir sus ideas de forma más eficaz.
- **Adaptación a la opción Canvas**: Los estudiantes aprenden a seleccionar la opción de lienzo más adecuada para su proyecto y a adaptar los detalles del proyecto en consecuencia.
- **Perspectiva externa**: Los ejercicios grupales que involucran proyectos externos introducen puntos de vista, reduciendo la subjetividad y potencialmente mejorando la viabilidad y eficacia del proyecto.

Enlaces / referencias

https://www.creativeprojectcanvas.com/ https://www.canva.com/graphs/business-model-canvas/ https://www.creativebusinessmodelcanvas.com/

Módulo 4: Branding y Digital Marketing

Tema 1: ¿Cómo quieres que te vean los demás?

Ejercicio 1: compartir pensamientos y sentimientos sobre la marca Ejercicio 2: abrir el armario
Ejercicio 3: Crea un panel de inspiración
Ejercicio 4: Presenta tu identidad visual
Ejercicio 5: Cierra el armario

Ejercicio 1: compartir pensamientos y sentimientos sobre la marca

tipo de ejercicio
Este es un ejercicio de discusión que tiene como objetivo deconstruir y reconstruir los conceptos de “Branding y Marketing”. Es un buen ejercicio inicial para crear un momento colectivo. Esto se puede hacer en círculo, de pie. Este ejercicio saca a los participantes de su zona de confort para superar obstáculos. Les ayudará a comprender mejor sus pensamientos y juicios preconcebidos, y a partir de ahí poder dar un paso atrás y confrontarlos con otras perspectivas.
Descripción
Problemas recurrentes: ✓ Pocos modelos a seguir como referencia para los recién llegados ✓ Muchos nativos digitales no sienten que les falte nada en el campo del branding y el marketing. ✓ Ni tiempo ni dinero para centrarse en algo que parece accesorio/superficial ✓ Además: ¿por dónde empezar? Bloqueos mentales comunes ✓'No sé por dónde empezar' ✓'A nadie le importa' ✓'Odio alardear' (o no quiero dar esa impresión) ✓'Sólo los artistas mediocres necesitan las redes sociales para ser reconocidos por sus pares. ✓'No tengo noticias que compartir en este momento' ✓'Odio escribir estas cosas' ✓'Qué pasa si fallo' ✓'¿No puedo simplemente contratar a alguien o una agencia para que haga esto por mí? ' ✓'Demasiadas herramientas y además solo tengo 10 seguidores'

Objetivos de aprendizaje

1. Los participantes rompen sus conceptos erróneos sobre Branding y Marketing Digital.
2. Los participantes aumentan su conocimiento sobre qué es una marca
3. Los participantes aumentan su conciencia sobre la importancia de la marca y el marketing digital para su carrera.

Tamaño del grupo

Individual o grupal

Materiales necesitados

Cartón, lápiz

Duración estimada

20 minutos

Instrucciones

- ¿Qué opinas de la marca?
¿Te resulta fácil presentarte a ti mismo y a tu trabajo?
- ¿Cuáles son tus miedos a la hora de venderte?

Los estudiantes se expresan sobre sus concepciones y sus miedos. El facilitador escribe las ideas principales en una cartulina y las agrupa por temas.

Resumen

Es importante deconstruir conceptos erróneos sobre branding, marketing digital como: Alguien puede hacerlo por mí, qué pasa si fallo, no tengo nada que compartir en las redes sociales, etc.

- ✔ En el mercado tan competitivo de la música, una marca sólida es una herramienta que puede ayudarte a conseguir empleo, contactos y oportunidades. Estás aumentando tus posibilidades.
- ✔ No eres un creador de contenido, eres un artista. La marca y el marketing ayudarán a centrarse en el compositor como persona, sus valores, talento y visión, no sólo en su "contenido".
- ✔ No se trata de ganar millones, sino del lujo de elegir la carrera profesional que deseas para ti.
- ✔ No existe una única forma de hacerlo: no te compares con los demás, deja que te inspiren.
- ✔ El fracaso es muy relativo, el éxito también: se trata de orientarse: probar, repetir y ajustar.
- ✔ Internet abre el campo de posibilidades para difundir tu mensaje y encontrar tu comunidad.
- ✔ La marca, el marketing y las redes sociales te brindan la posibilidad de mostrar quién eres a muy bajo costo y sin restricciones de espacio o tiempo.
- ✔ El valor está en el ojo del espectador (es decir, usted, lamentablemente, no puede decidir el valor de su trabajo, por lo que tiene que promocionarse y promocionarse para que eso cambie).
- ✔ El punto de partida es quién eres y qué haces.

Enlaces / referencias

Sam Kaner, "Cómo generar alegría en la zona de gemidos". https://www.nceas.ucsb.edu/news/how-spark-joy-groan-zone-collaboration

Su concepto de la zona de Gemidos puede ayudar a facilitar el taller sobre la desconstrucción de ideas preconcebidas.

Consejos adicionales

No te centres demasiado en su ansiedad, debes dejarles compartir sus sentimientos, entender que tienen desafíos comunes con los demás y hacerles entender la importancia de este tema.

Una buena forma de adaptar su taller es el método de combinar y mover. Grupos de 2 o 3 personas intercambian sus 3 mayores temores sobre lo digital y el marketing.
Luego se crean nuevos grupos de 5 o 6, comparten los 3 miedos más grandes que han encontrado e intentan ponerse de acuerdo sobre los 3 más comunes y explicar por qué.
Si el grupo tiene hasta 10, entonces, todos juntos, todo el grupo intenta volver a ponerse de acuerdo sobre los 3 mayores miedos.
Esta es una excelente manera de ayudar a los participantes a sentir valores comunes y crear energía grupal.

Consejos: como facilitador, sea proactivo, muévase por la sala, pídales que definan las palabras que escribieron en el papel. Interésate por sus ideas.

Consejos: como facilitador, trate de preparar su taller con anticipación, si es posible tenga el nombre y perfil de los participantes antes para poder crear grupos previos al taller que sean equilibrados en términos de género, antecedentes, experiencia, etc.

Consejos: No olvides que su música es parte de su marca (la música se puede utilizar como identidad de marca), debes hablar de música más que de marketing al principio.

Ejercicio 2: abrir el armario

¿Cómo te defines mejor?

tipo de ejercicio

Ejercicio online o presencial.
Los participantes explorarán su yo profesional y cómo comunicarlo. Es un ejercicio introspectivo.
Este ejercicio ayuda a diferenciar a los participantes de los demás en términos de identidad visual (branding).

Descripción

Abrir el armario es el primer paso para descubrir quién eres, plantearte cómo quieres ser conocido y definir tu “nicho”.

Como artista, debes descubrir quién eres para presentarte de forma clara y concisa. Sé consciente de tus fortalezas, tus valores y objetivos para poder construir una historia coherente. Para construir una marca personal sólida, es esencial un poco de introspección.
Aquí tienes un ejercicio sencillo que te ayudará con este proceso.

Por muy incómodo que parezca, la honestidad y el pensamiento profundo son parte integral aquí. Si tiene dificultades para responder estas preguntas, intente pedirles su opinión a amigos y familiares. Por supuesto, ninguno de los

Las respuestas a estas preguntas están escritas en piedra y cambiarán con el tiempo a medida que aprenda y crezca. Sin embargo, una vez que te conozcas mejor, podrás empezar a trabajar para proyectar una imagen de ti mismo.

Una vez que hayas determinado quién eres hoy, considera cómo quieres que te conozcan y concéntrate en quién quieres ser mañana. No olvides el método SMART para fijar tus objetivos.

Objetivos de aprendizaje

1. Los participantes definen/redefinen su propuesta de valor
2. Los participantes profundizan su comprensión de sí mismos (imagen, presentación, valor)
3. Los participantes construyen su propia marca a partir de su yo profesional, paso a paso.

Tamaño del grupo

Individual, parejas o grupo

Materiales necesitados

Plantilla de guardarropa

Duración estimada

45 minutos

Instrucciones

El facilitador utilizará la "plantilla de vestuario"

El facilitador pide a los estudiantes que formen grupos pequeños de 3 a 5 y compartan sus respuestas sobre

este tema. Preguntas formuladas:

En el frente izquierdo:¿Qué piensa la gente de ti si te mira por primera vez?

Dentro a la izquierda:¿Qué le dirías a alguien si te preguntaran quién eres? (solo cinco cosas)

En la copia de seguridad:¿Qué esperas que la gente sienta por ti cuando te conozcan?

En la parte trasera Abajo:¿Cuáles son los valores que te definen como artista?

Los estudiantes escriben en su propio guardarropa el resultado de su introspección y comparten sus respuestas con el grupo de 3-5 personas (para cada pregunta)

Resumen

PUNTOS CLAVE:

- ✔ Ya te estás comunicando sin saberlo (ya tienes una imagen, aunque no la hayas construido)
- ✔ Una marca se basa en la identidad, debes saber cómo eres. ¿Lo que te define? ¿Qué quieres decir sobre ti?
- ✔ Si no te comunicas, simplemente dejas que los demás construyan tu identidad...
- ✔ Debes identificar qué te define y cuál es la visión de la palabra que quieres transmitir a tu audiencia.
- ✔ Debes definir claramente: ¿Cuáles son tus valores, tus mensajes?

Enlaces / referencias
Para ir más allá en la Comunicación con perspectiva de Género https://eige.europa.eu/sites/default/files/20193925_mh0119609enn_pdf.pdf
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
La introspección lleva tiempo, utiliza la Plantilla para crear un primer tiempo de reflexión, luego un primer tiempo de debate entre los participantes. Deje las plantillas no utilizadas a disposición de los participantes e invítelos a trabajar en la plantilla en su tiempo libre, a reelaborarla, a hacer estas preguntas a sus familiares o profesores. Nada está escrito en piedra; Esta plantilla se puede utilizar para todos los proyectos. Haz comentarios sobre su forma de presentarlos, comentarios positivos y comentarios constructivos. Algunos consejos sobre cómo enviar comentarios en vivo: https://www.mindtools.com/al3dp8t/how-to-deliver-on-the-spot-feedback Consejo: No te olvides de la música durante este tiempo de introspección (fondos, inspiraciones, método, dónde tocas, para quién estás componiendo? ¿Por qué estás componiendo?)

Ejercicio 3: crear un panel de estado de ánimo

¿Cómo se crea una identidad visual?

tipo de ejercicio
Ejercicio cara a cara, artesanía. No es necesario tener experiencia o habilidades creativas. Es un ejercicio creativo, usar tijeras y pegamento para hacer un moodboard y pensar en cómo debería verse la imagen.
Descripción
Hay muchos aspectos diferentes que intervienen en la creación de una marca exitosa en la música, pero uno de los más importantes es el aspecto visual. Un músico o una banda de éxito, al igual que un sello discográfico de éxito, debe crear una marca para diferenciarse. Esa marca es la que hace que la gente quiera escuchar a ese músico y no a otra persona. Las imágenes de un músico incluyen todo, desde el logo en la portada de su álbum hasta la forma en que se visten en el escenario. Todas estas imágenes trabajan juntas para crear una marca unificada. Cuando se hace correctamente, esto puede ser una herramienta de marketing muy poderosa.
Objetivos de aprendizaje
1. Los participantes aprenden a transmitir su personalidad pública a través de imágenes. 2. Los participantes comprenden el poder de la comunicación visual. 3. Los participantes aprenden a elegir imágenes que realmente los representen a ellos y a su trabajo.
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Individual, parejas o grupo
Materiales necesitados

Plantilla de armario, hojas de papel, revistas, tijeras, pegamento.

Duración estimada

35 minutos

Instrucciones

Pide al participante que cree un mood board expresando quién es, eligiendo imágenes, colores y temas para expresar lo que quiere mostrar sobre él (valores, identidad, personalidad, estado de ánimo)

El facilitador forma nuevos grupos pequeños de 3 a 5 personas y les entrega revistas (tan variadas como sea posible). Cada estudiante debe elegir y recortar imágenes de las revistas para crear un moodboard que debe reflejar su propio vestuario.

Resumen

Este ejercicio ayuda a los participantes a conocerse mejor a sí mismos y definir las imágenes que necesitan, y trabajar con un fotógrafo para crear el sentimiento adecuado para la audiencia.
PUNTOS CLAVE:

- ✔ "mostrar no decir"
- ✔ Para definir tu marca, debes construir una identidad visual coherente que muestre tu marca, tu identidad, tus valores, tu visión más allá de las palabras.
- ✔ Debes crear una imagen coherente de ti mismo y componer tu marca mientras compones tu música: tomando decisiones de acuerdo con lo que quieres decir sin usar palabras.

Enlaces / referencias

Proyecto Involve Erasmus+ - Taller de alfabetización visual con N'a qu'un oeil.

Este proyecto ayuda a las personas a hacer visual su experiencia profesional.

Vea la caja de herramientas:**https://www.visualentrepreneurs.eu/involve-toolkit/**

https://www.naqu1oeil.com/

Consejos adicionales

Consejos útiles para crear un mood board para tu marca en Canvas:https://www.canva.com/learn/makea-mood-board/

Importante: cuando realice un taller sobre imágenes, recuerde los derechos de autor de las imágenes, es importante que los participantes RE-trabajen las imágenes cortando, pegando y escribiendo sobre las imágenes originales. Dos razones:1. respetar al autor de las imágenes sin utilizar las imágenes sin derechos y 2. hacerles comprender la importancia de su singularidad. La propia singularidad se materializa a través de la transformación, la reinterpretación de símbolos, imágenes, colores y palabras.
Como facilitador, anímelos a intentarlo, fracasar y volver a intentarlo.

Ejercicio 4: presenta tu identidad visual

¿Cómo se comunica de manera relevante?

tipo de ejercicio
Presencial o en línea Es un ejercicio de síntesis que permite elegir prioridades, grandes orientaciones y definir necesidades con precisión.
Descripción
En una sociedad donde la gente hace scroll y donde el tiempo apremia, es importante aprender a saber ENFOCARSE y ser sintético. Un pitch es un hilo rojo que acompañará a los participantes a lo largo de su camino. Es una forma de presentar su idea con palabras clave e ideas claras que cualquiera pueda entender, en cualquier lugar y en cualquier momento. Lo que hace que la gente se detenga en tu perfil o quiera saber más y contactarte es el toque personal que hará que te lo recuerden. Por lo tanto, el desafío consiste en traducir dimensiones intangibles como los sentidos (visuales, sonoros), atmósferas y sentimientos en imágenes y palabras.
Objetivos de aprendizaje
1. Los participantes comprenderán la importancia de definir su propia identidad visual e imagen de marca. 2. Los participantes aprenderán a elegir sus palabras para hablar sobre su comunicación sonora y visual.
Tamaño del grupo
Grupo o individual
Materiales necesitados
Plantilla de vestuario, Mood board hecho
Duración estimada
20 minutos
Instrucciones
Al observar los resultados de su propio panel de estado de ánimo y experimentar la retroalimentación de sus compañeros, cada estudiante debe elegir 5 oraciones para informar a alguien sobre su "identidad visual".
Resumen
PUNTOS CLAVE: ✔ El discurso de comunicación visual ayuda a los participantes a tener muy clara su propia identidad, a pensar en cómo las imágenes (fotos, colores, coherencia visual, tipo de situaciones mostradas) pueden impactar su mensaje. ✔ Los compositores también deben ser conscientes de que la mejor manera de controlar su imagen es elegir ellos mismos su comunicación y su marca. ✔ El pitch es una herramienta muy útil para entender qué no puede faltar y cuáles son las prioridades de su comunicación.

Enlaces / referencias
El instituto sueco, en colaboración con el fotógrafo sueco Tomas Gunnarsson, ha creado un folleto que examina las normas y estereotipos en las imágenes "Imágenes que cambian el mundo – Una guía para la comunicación igualitaria" https://sharingsweden.se/app/uploads/2020/03/images-that-change-the-world-guidebokenfinal.pdf Center Stage Online es un curso en línea para personas artísticamente activas en las artes escénicas y la música y desean desarrollar su comunicación y su liderazgo artístico. Hicieron especial hincapié en "elegir la imagen adecuada"https://www.centrestageonline.org/episodes/episode-9
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
La lista de verificación para asegurarme de que estoy eligiendo la identidad visual correcta corresponde a: - mis sentimientos (confianza, confianza, amor, paz, comodidad) - mi música (tipo de música, orígenes y antecedentes, inspiraciones) - mis valores (participativo, excelencia, relajado, innovador) - mi imagen (juventud, estilo de ropa)

Ejercicio 5 – Cerrar el armario (25 min)

tipo de ejercicio
Ejercicio de introspección y compartir perspectivas y soluciones.
Descripción
Una vez que hayas definido tu identidad, el siguiente paso es "vender" tu producto. La idea es saber qué necesitas adaptar para que tu producto sea único. En un mercado mundial, se trata de estar en el lugar correcto en el momento correcto y con el canal correcto. Puedes pensar primero en tu producto como una "base", que podría venderse en cualquier lugar, para cualquier persona en cualquier momento, pero rápidamente te darás cuenta de la importancia de rechazarlo para una audiencia especial que tiene propósitos y hábitos específicos.
Objetivos de aprendizaje
1- Los participantes entenderán el concepto de marketing mix 2- Los participantes se centrarán en su producto, identificarán dónde pueden vender y adaptarán sus precios y su promoción.
Tamaño del grupo
Grupo o individual
Materiales necesitados
Plantilla de guardarropa
Duración estimada
25 minutos

Instrucciones

El facilitador utilizará la “plantilla de vestuario” (creada en el ejercicio 2)

El facilitador pide a los estudiantes que formen grupos pequeños de 3 a 5 y compartan sus respuestas

sobre este tema. Preguntas formuladas:

En el frente a la derecha: ¿Quién mira tu guardarropa? (cómo es mirarte como artista)

¿Que estás vendiendo? (producto final, proceso de creación, mediación, sensibilización, enseñanzas...)

¿Dónde estás vendiendo? (Plataforma, red, convocatoria de propuestas...)

Resumen

Las cuatro P son una “mezcla de marketing” compuesta de cuatro elementos clave (producto, precio, plaza y promoción) que se utilizan al comercializar un producto o servicio. Por lo general, las empresas consideran las cuatro P al crear planes y estrategias de marketing para dirigirse eficazmente a su público objetivo.

Aunque existen muchas otras “combinaciones de marketing”, las cuatro P son las más comunes y fundamentales para crear un plan de marketing exitoso. En este artículo, aprenderá más sobre su propósito, su historia y encontrará un desglose detallado de las cuatro P.

¿Cuáles son las 4P del marketing? (Explicación de la mezcla de marketing)

Las cuatro P son producto, precio, plaza y promoción. Son un ejemplo de una "mezcla de marketing" o las herramientas y metodologías combinadas que utilizan los especialistas en marketing para lograr sus objetivos de marketing.

Las 4 P fueron conceptualizadas formalmente por primera vez en 1960 por E. Jerome McCarthy en el texto muy influyente Marketing básico, un enfoque gerencial [1].

Producto:

- ✔ ¿Cuál es su producto? (Música, partitura, experiencia, proceso de creación, formación, cursos, enseñanzas)
- ✔ ¿Qué hace su producto? ¿El producto satisface una necesidad no cubierta o proporciona una experiencia novedosa? (sentimiento, momento familiar, entretenimiento, empoderamiento...)
- ✔ ¿Quién es el público objetivo de su producto? (edad, género, etnia, grupos/individuos
- ✔ ¿En qué se diferencia su producto de lo que ofrecen otros? (Proceso, objetivos, transdisciplinariedad, mensaje, enfoque artístico...)

Precio:

- ✔ ¿Cuál es el costo de su producto? (viajes, tiempo de trabajo, colaboradores externos, costes de estructura, mobiliario y equipamiento técnico, comunicación...)
- ✔ ¿Cuál es el rango de precios de los competidores de su producto? (salario mínimo, benchmark de proyectos similares, convenios colectivos, estudios nacionales)
- ✔ ¿Cuál es el rango de precios de su público objetivo?
- ✔ ¿Qué precio es demasiado alto para tu audiencia? ¿Qué precio es demasiado bajo?
- ✔ ¿Qué precio se adapta mejor a su mercado objetivo?

Lugar:

- ✔ ¿Dónde venderás tu producto? (autoridades locales, fundaciones, sitios patrimoniales, escenarios nacionales, centros culturales, festivales, teatros, emisoras, operadores turísticos)
- ✔ ¿Dónde compra su público objetivo? (Online/offline, urbano/rural, festival, eventos culturales, TV, Radio, Redes sociales, Web...)
- ✔ ¿Qué canales de distribución son mejores para llegar a su mercado objetivo? (prensa, redes sociales, instituciones, fundaciones, redes profesionales...)

Promoción:

- ✔ ¿Cuál es el mejor momento para llegar a su público objetivo?
- ✔ ¿Qué canales de marketing son más eficaces para su público objetivo? (prensa, redes sociales, instituciones, fundaciones, redes profesionales...)
- ✔ ¿Qué enfoques publicitarios son más persuasivos para su público objetivo?

Otras mezclas de marketing:

Las cuatro P no son la única combinación de marketing que se utiliza en la actualidad. Algunas otras combinaciones de marketing modernas incluyen las cinco P, las siete P... Aunque cada una de ellas refleja ciertos aspectos de las cuatro P, también posee algunos elementos únicos que alteran su énfasis en el proceso de marketing.

Las cinco P son producto, precio, plaza, promoción y personas.
Las siete P son producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencia física.

Enlaces / referencias

El Marketing Mix y las 4P del Marketing: **https://www.mindtools.com/akksnwa/themarketingmixandthe4ps**

Center Stage Online es un curso en línea para personas artísticamente activas en las artes escénicas y la música y desean desarrollar su comunicación y su liderazgo artístico. Hicieron especial hincapié en "Hablar con las personas adecuadas sobre las cosas adecuadas":
https://www.centrestageonline.org/episodes/episode-5

Center Stage Online es un curso en línea para personas artísticamente activas en las artes escénicas y la música y desean desarrollar su comunicación y su liderazgo artístico. Hicieron especial hincapié en "transmitir su mensaje"
https://www.centrestageonline.org/episodes/episode-7

Consejos adicionales

Relaciones cualitativas: una de las cosas más importantes es tener la red adecuada, no la cantidad de relaciones.
Por eso, asegúrate de que tu red Linkedin esté vinculada a tus valores y proyectos, para mantenerte enfocado y no cansarte por la abrumadora información.

Módulo 4: Branding y Digital Marketing

Tema 2 – ¿Cómo provoco emociones e intereses a partir de mi historia?

Ejercicio 6: Cuente su propia historia

Ejercicio 7: Aumente su impacto biológico

Ejercicio 6 – Cuenta tu propia historia

¿Cómo construyes una historia a tu alrededor?

tipo de ejercicio
Ejercicio de introspección para compartir perspectivas y soluciones.
Descripción
El poder de la narración como herramienta de marca siempre ha sido uno de los ingredientes clave para el éxito en la industria de la música. Muchos especialistas en marketing de la industria musical se centran tanto en el "producto" que olvidaron la importancia de comunicar lo que representan a través de la promoción. La narración de marca significa utilizar diferentes medios (plataformas de redes sociales, videos, publicaciones, música) para captar la atención de su audiencia. La narración exitosa crea una conexión emocional entre la música y la audiencia. A largo plazo, esto generará lealtad y confianza. Todo esfuerzo de marketing necesita una historia. Y toda historia tiene personajes principales, un comienzo, un conflicto y una resolución. Antes de crear tu historia, debes decidir qué representa realmente tu música y encontrar la mejor manera posible de presentar tus valores y las personas detrás de tu marca a tu audiencia.
Objetivos de aprendizaje
1. Los participantes aprenden a utilizar el alcance de su identidad para construir su historia. 2. Los participantes comprenden la importancia de contar historias en la marca y el marketing. 3. El participante aprende cómo adaptar su discurso a su audiencia (1 audiencia = 1 discurso)
Tamaño del grupo/individual si corresponde
Individual y luego grupal
Materiales necesitados
Hojas de papel, lápiz
Duración estimada

30 minutos

Instrucciones

Escribe tu propia historia utilizando el ejercicio del Módulo 2 (Empoderamiento) y todo el material de tu guardarropa (especialmente la parte trasera del guardarropa). ¿Cual es tu historia? ¿Cuál es la historia que quieres contarle a tu audiencia? (Elija solo cinco oraciones)

Resumen

Este ejercicio ayuda al participante a resumir en una pequeña biografía los elementos del módulo de empoderamiento y branding.

PUNTO CLAVE:

- ✔ Alcance de tu identidad (de qué puedes y quieres hablar)
- ✔ Posicionamiento (tu música, tus valores, tu industria objetivo/redes profesionales)
- ✔ Contar una historia (incipit, elemento disruptivo, desarrollo (la búsqueda y las aventuras), clímax, proyecto como conclusión del proceso)
- ✔ Adaptar su discurso a su audiencia (profesional - música en vivo / mundo de sincronización / juegos / patrocinadores / socios institucionales - versus fanáticos) y el contexto (en línea/fuera de línea)
- ✔ Importancia del storytelling para empoderarte, compartir tus valores y crear tu propia marca
- ✔ ¿Por qué contar historias es una parte tan poderosa de tu marketing? "La gente no compra los mejores productos, sino los que puede entender más rápido" (Donald Miller)

El entorno del compositor ha cambiado drásticamente en los últimos años, ya que las plataformas de transmisión digital han hecho que sea más fácil que nunca para las personas encontrar y escuchar nuevos artistas. En este panorama que cambia rápidamente, una cosa permanece constante: el poder de una buena historia. Como compositor, ya eres un narrador. Componga su propia historia. Ya sea una historia de origen, una historia detrás de escena, una mirada a la historia de creación, una historia de grabación o edición o simplemente una narrativa que ayuda a los oyentes a comprender su música, la narración es esencial para construir una marca exitosa para un compositor.

Por supuesto, todos los compositores tienen historias diferentes que contar. Algunos pueden optar por centrarse en su viaje personal, mientras que otros prefieren resaltar el sonido único de su música. Lo importante es ayudar a los compositores a encontrar una manera de destacarse entre la multitud y conectarse con su audiencia a un nivel más profundo.

Enlaces / referencias

Algunas herramientas de storytelling del proyecto Erasmus+ Design Thinking for Social Change https://cambiosocial.how/

European Stories un proyecto Erasmus+, algunas herramientas para contar historias:https://eurostories.eu/toolbox/

Consejos adicionales

Centrarse en algunas herramientas:

Video Storytelling es el uso de videos para contar historias. El vídeo se grabará siguiendo la estructura del storyboard previamente diseñada. El vídeo se puede grabar utilizando un teléfono inteligente o una cámara de vídeo profesional. El proceso de edición del vídeo es crucial para tener, al final, una historia atrapante. La mejor opción es grabar un vídeo utilizando una cámara de vídeo profesional y una herramienta de edición profesional, pero incluso utilizando un simple teléfono inteligente y un editor de vídeo de bajo coste se pueden producir buenos resultados. Entregable: vídeo.

Visual Storytelling es el uso de narrativa visual para contar historias. La historia se puede contar utilizando imágenes, ilustraciones u otros medios visuales. A veces se integran música y efectos de sonido en las historias visuales. En el caso de las narrativas visuales para el cambio social sugerimos utilizar Instagram y Blush como la forma más sencilla de difundir y difundir causas sociales a través de imágenes e ilustraciones. Una historia visual será el entregable de esta acción.

El podcasting está experimentando un importante auge como medio de comunicación en los últimos años. Es análogo al fenómeno YouTube pero en el ámbito del audio. Los podcasts no son sólo una forma de contar historias de ficción sino también de debatir desafíos sociales a través de experiencias de podcasts comunitarios o compartir conocimientos y mejores prácticas relacionadas con el cambio social. Ese es el caso de "Líderes del cambio social", un podcast sobre liderazgo en cambio social, en los sectores público, privado y sin fines de lucro de Stephanie Malon-Rufi y Traci Warnberg-Lemm. A través de entrevistas con líderes de opinión en primera línea, aportaron consejos, ideas prácticas e historias para inspirar a las personas, energizando los esfuerzos para construir un mundo mejor.

Un podcast profesional requiere la implementación de un audio excelente. Sin embargo, incluso usando un simple teléfono inteligente es posible tener buenos archivos de audio. Aquí las instrucciones para grabar profesionalmente usando tu smartphone: Cómo grabar audio profesional con tu teléfono 2022|Tutorial completo para Android y Iphone - YouTube. Entregable: audiocuento.

Ejercicio 7: aumenta tu impacto biológico

¿Cómo podrías aumentar el impacto de tu biografía?

tipo de ejercicio
Ejercicio de introspección para compartir perspectivas y soluciones.
Descripción
Si bien el concepto puede parecer simple para quienes se encuentran en el inicio de sus carreras, una biografía es una de las piezas más esenciales del paquete de marketing de un artista. Existen múltiples beneficios al tener una biografía lista para enviar junto con tu música. Tu biografía será útil en una gran cantidad de oportunidades y situaciones. La mayoría de las veces, su biografía es necesaria en cuatro circunstancias particulares:

- **Marca**–Su biografía puede estar fácilmente en su sitio web, redes sociales, plataformas de transmisión digital
- su kit de prensa electrónico. Básicamente, debe aparecer en cualquier lugar donde su audiencia pueda acceder a usted y a su música o proyectos.
- **Prensa**–Tener una biografía lista será increíblemente útil para realizar entrevistas, perfiles, historias y cualquier otra red que se le presente.
- **Apariciones**–Las presentaciones en vivo son circunstancias en las que tu biografía será útil para aumentar la atención de tu audiencia.
- **Recaudación de fondos**–Si espera realizar actividades de divulgación para recaudar fondos, su biografía puede ayudarle a conseguir posibles subvenciones, préstamos, inversiones y crowdsourcing.

Objetivos de aprendizaje

1. Los participantes aprenden cómo aumentar el impacto de su biografía.
2. El participante aprende cómo adaptar su discurso a su audiencia (1 audiencia = 1 discurso)
3. Los participantes aprenden herramientas prácticas para evaluar la calidad de una biografía.

Tamaño del grupo

Individual y luego grupal.

Materiales necesitados

Paperbord, Hojas de papel, lápiz.

Duración estimada

30 minutos

Instrucciones

¿Cómo podrías aumentar el impacto de tu biografía?

Intenta considerar estas 4 preguntas:

QUIÉN LO LEE: ¿Es lo suficientemente explícito para la persona que lo lee? ¿Es atractivo para la persona a la que quiero convencer? ¿Para quién escribo?

DESCRIPCIÓN DEL SONIDO: ¿La biografía le da al lector una idea de qué esperar musicalmente?

ANTECEDENTES: ¿Hay suficiente contexto aquí para que un lector comprenda su identidad, antecedentes y valores?

LLAMAMIENTO ACCIONABLE: ¿Se sentirá tentado un lector a escuchar su música basándose únicamente en su biografía?

Resumen

Este ejercicio es un método para repensar una biografía y agregar una narración a una biografía conociendo los puntos principales.

- ✔ Piensa en la descripción de tu sonido.
- ✔ Piensa en la historia que quieres contar y la emoción que quieres compartir con tu audiencia.
- ✔ Piensa en tus antecedentes, inspiraciones e historia.
- ✔ Piensa en la visión de la palabra que quieres compartir con tu audiencia.
- ✔ Piense en un atractivo procesable, cree curiosidad por el producto que vende.
- ✔ Piensa en el lector y adapta tu historia al lector.

Enlaces / referencias

Consejos para escribir una buena biografíahttps://www.wix.com/blog/2020/07/how-to-write-a-bio/
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
CONSEJOS: > Al escribir una biografía, utilice la fecha y no el período de tiempo para no tener que cambiarla con frecuencia. > Utilice enlaces a los sitios web donde trabajó anteriormente, al sitio web de otros artistas que lo han inspirado. > Un paso al lado: incluso si eres un artista musical, cuéntale a la gente algo MÁS que no esté relacionado con la música. Si te gusta cocinar, patinar o si hablas portugués, díselo a la gente.

Módulo 4: Branding y Digital Marketing

Tema 3: "¿Cómo puedo crear una estrategia coherente para comunicarme con mi audiencia?"

Ejercicio 8 – La Red Social Ejercicio
9 – Es hora de planificar

Ejercicio 8: Magic Networking no existe

¿Cómo se crea una red cualitativa?

tipo de ejercicio
Usando una plantilla, el participante identificará sus redes (en línea y fuera de línea)
Descripción
El networking no es una ciencia. Por tanto, el networking consiste en tomarse el tiempo para elegir las relaciones, encontrando un equilibrio entre la calidad de los perfiles pero también la espontaneidad y el realismo de los mismos. Tener un equilibrio entre algunas personas que te aportan diferentes habilidades (si eres músico no necesitarás estar rodeado solo de músicos sino también de productores, managers, programadores, bailarines) y algunas personas que comparten los mismos valores que no necesariamente son en el mismo campo. Este segundo grupo de personas con las que compartes visión te será de gran ayuda para innovar y crear nuevos proyectos. La interdisciplinariedad y la colaboración pueden ser la clave para seguir adelante.
Objetivos de aprendizaje
1. El participante aprenderá a utilizar las redes sociales de forma más eficaz. 2. El participante comprenderá cómo centrarse en las plataformas que utilizan sus grupos objetivo y cómo desarrollar contenido. 3. Los participantes identificarán todas las redes (en línea/fuera de línea) que pueden usar
Tamaño del grupo
Individual y grupal
Materiales necesitados
Plantilla de plan de comunicación, hojas de papel, lápiz.
Duración estimada
30 minutos
Instrucciones
El facilitador compartirá con los estudiantes una plantilla de plan de comunicación. 1- Cada estudiante hará una lista de todas las redes que conoce (Online y Off-line) 2- Cada estudiante enumerará las redes utilizadas por su audiencia

3- Cada alumno enumerará las redes que utiliza o con las que está familiarizado
4- Cada Estudiante rellenará la plantilla, eligiendo sus redes más importantes (5 máximo)

El facilitador debe pedirle a su estudiante que rellene una plantilla de un plan de comunicación que le ayude a identificar y conocer todas las plataformas y redes donde puede compartir su trabajo.

Pregunta de la plantilla
- Red
- Publicar entre XX y XX
- Público: género, edad, lugar, cargo...
- Frecuencia de publicación:
- Política editorial (adaptada a la red)

Resumen

Este ejercicio debe ayudar a los estudiantes a identificar sus canales de comunicación.
- Debes conocer las especificidades de cada plataforma y cada red.
- ¿Quién es la audiencia en cada plataforma?
- ¿Dónde está mi audiencia? ¿Estoy utilizando la plataforma adecuada para llegar al objetivo adecuado?

Puntos clave:

- ✔ Elija sus herramientas/redes (sitio web/boletín/redes sociales/reuniones de redes profesionales)
- ✔ Crea tu identidad visual
- ✔ Defina su estrategia editorial y su calendario (contenido adecuado, para la audiencia adecuada, en el canal adecuado, en el momento adecuado)

Enlaces / referencias

Seminario web sobre redes

Consejos adicionales

Aplica al máximo la metodología SMART a tu plan de comunicación

- ✔ Específico
- ✔ Mensurable
- ✔ Alcanzable
- ✔ Importante
- ✔ Limitados en el tiempo
- ✔ Creately es un sitio web que comparte plantillas editables para redactar un plan de comunicación en 6 pasos

https://creately.com/guides/communications-plan-template/

Ejercicio 9 – Hora de planificar

¿Cómo se hace un plan de comunicación?

tipo de ejercicio

Mediante una plantilla, el participante tendrá acceso a una nueva herramienta: el plan de comunicación

Descripción

Un plan de comunicación le permite entregar información a las partes interesadas adecuadas identificando el mensaje que necesita promover, a quién se dirigen esos mensajes y en qué canales. Es importante planificar para asegurarse de no perder energía y tiempo en este asunto más adelante.

Objetivos de aprendizaje

1. Los participantes descubrirán herramientas para hacer más manejable su presencia en las redes sociales eligiendo prioridades y anticipándose a los contenidos.
2. El participante aprenderá cómo construir su presencia en línea.
3. El participante aprenderá cómo administrar sus redes sociales y hacerlo simple.

Tamaño del grupo

individual

Materiales necesitados

Plantilla de plan de comunicación, lápiz.

Duración estimada

60 minutos

Instrucciones

El facilitador compartirá con los estudiantes una plantilla de plan de comunicación.
El estudiante debe intentar rellenar el plan de comunicación de cada red y de cada mes con un ejemplo (foto, texto, enlace) según el target identificado en cada red, y según los objetivos de comunicación en cada plataforma.

Resumen

Puntos clave para construir tu presencia online

- Publicaciones de construcción de marca
- Contenido diverso que puede no tener nada que ver con su marca.
- Publicaciones de ventas: no deseas publicar demasiado contenido de ventas y asustar a los fanáticos con spam y, por otro lado, no deseas publicar tanto contenido aleatorio/personal que todos olviden que eres un artista. .

REGLA 70-20-10:

- El 70% de tu contenido debe ser creación de marca. Este eres tú en el estudio, tú en el camino, Fotos de programas agradeciendo a los fans o hablando de un próximo proyecto.
- El 20% de tus publicaciones deben ser misceláneas. contenido o publicaciones personales. Estas son las publicaciones que a los fanáticos les gusta ver: muestran su marca de una manera más personal. Aquí estás hablando de un buen restaurante que encontraste en la ciudad, hablando de los nuevos Jordan, actualidad, memes.

- El 10% de tu contenido debe ser contenido en el que realmente consigas que la gente compre tu trabajo. Estas son las publicaciones de descarga, las publicaciones que impulsan su merchandising o muestran sus preventas.

Consejos para mantener las cosas simples:

✔ Conócete a ti mismo y mantenlo manejable para ti
✔ Tómate el tiempo y comprométete a concentrarte en una hora (máximo)
✔ Planifique con anticipación y cree por lotes su contenido
✔ Recicla tu contenido y repite tus mensajes en tus distintos canales en diferentes formatos
✔ Adapte su tono y posicionamiento a cada red para servir mejor a sus objetivos estratégicos.

Enlaces / referencias
Center Stage Online es un curso en línea para personas artísticamente activas en las artes escénicas y la música y desean desarrollar su comunicación y su liderazgo artístico. Hicieron especial hincapié en “ser visibles en línea” y “obtener cobertura mediática”. https://www.centrestageonline.org/episodes/episode-10 https://www.centrestageonline.org/episodes/episode-12
Consejos adicionales, opciones o adaptaciones, lista de verificación, etc.
El calendario es tu mejor amigo: ten la siguiente herramienta No subestimes la fuerza de la repetición y los recordatorios, ayudan a tu audiencia a ser fiel y construir tu comunidad. 1 imagen vale más que 1000 palabras, ¡sea creativo con las imágenes!

Estudio de caso 1

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**“El Pescador y su Alma” - Producción de Ópera Juvenil**
Nombre del compositor **	**Oliver Rudland**
País de trabajo**	Francia
Nombre y descripción del organizador(es)/ institución/cliente **	Director: Olivier Dhénin Director: Lucien Julien-Laferrière Teatro de la Compañía Winterreise (https://www.winterreise.fr/) “**Winterreise: El viaje de invierno**, ciclo de canciones de Schubert con poemas de Wilhelm Müller. Un ciclo poético y musical que sintetiza la idea de la compañía creada por Olivier Dhénin: reunir palabra y música, libros y partituras, palabras y canciones del alma. Un viaje teatral y lírico al corazón del más suave de los inviernos: el del ser humano que espera la nueva estación y el tiempo de amar”.
Por favor explique en unas pocas oraciones el contexto de por qué/cómo recibió dinero para esto proyecto/actividad? **	La Compañía de Teatro Winterreise, que regularmente presenta producciones de ópera juvenil durante un curso de verano en Rochefort-sur-mer, Francia, decidió presentar una producción conjunta de 'L'enfant et les sortilèges' de Ravel, además de mi adaptación operística de 'El pescador y su alma'. '. El director, Olivier Dhenin, conoció mi trabajo gracias a una representación de otra ópera representada en Londres en 2006, a la que asistió en persona. Había escrito 'El pescador y su alma' para una producción en Cambridge, a Olivier le gustó la pieza y pensó que funcionaría bien para su proyecto de ópera juvenil (fue escrita especialmente para este tipo de organizaciones) y decidió montar una representación en el verano de 2015. .
Duración, tiempo completo/parcial, ubicación	Actuación en Théâtre de la Coupe d'Or, Rochefort-sur-mer, Francia.
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? **	Anteriormente había compuesto una ópera en un acto para una producción en Cambridge, basada en 'El pescador y su alma'; un cuento de Oscar Wilde; el libreto fue una adaptación del texto original de Wilde.
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	Desconocido
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	La producción de ópera de doble cartel (que incluía mi ópera y 'L'enfant et les sortilèges' de Ravel) se presentó durante tres noches entre el 31 de julio y el 2 de agosto de 2015. El teatro albergaba a varios cientos de espectadores cada noche, combinados con un elenco, un equipo y una orquesta. de unas 40 personas. Por lo tanto, alrededor de 700 personas vieron o participaron en la producción.
¿Algún proceso o contenido innovador?	La música fue diseñada para reunir a un coro de jóvenes (de entre 16 y 21 años) y cantar papeles de grandeza verdiana/wagneriana, y así educar a los jóvenes sobre el valor de tales estilos de ópera y música, es decir, a través de la participación. en lugar de observación.
Rango de tarifas esperado para esta actividad **	Tarifa única de 340,95 € (en 2015) por alquiler de piezas musicales
Sitio web y biografía del compositor** (200 palabras)	https://www.oliverrudland.com/operas Oliver Rudland es un compositor, libretista y director artístico de ópera inglés conocido por su estilo accesible de composición moderna. Fue educado en el Royal College of Music de Londres y en la Universidad de Cambridge, donde

	Ahora enseña composición. Sus óperas incluyen *El ruiseñor y la rosa* (una ópera romántica en un acto basada en Oscar Wilde), *El búho que tenía miedo a la oscuridad* (una ópera infantil basada en Jill Tomlinson) y *Martín Pincher* (una ópera cinematográfica basada en William Golding), todos los cuales han sido muy aclamados tanto por la crítica como por el público. Las comisiones recientes incluyen *Volar libre*, una obra para la orquesta de Opera North (marzo 2020), y *La tregua navideña*, una cantata para solistas, coro y orquesta para la London Choral Sinfonia (noviembre de 2018). Su música de cámara se ha presentado en el Southbank Center (Londres) y el DiMenna Center (Nueva York), y se ha presentado en muchos otros lugares y festivales de Europa y Estados Unidos. Oliver también tiene una experiencia considerable trabajando en un contexto comunitario. Actualmente está realizando una investigación doctoral sobre ópera comunitaria, para la que está componiendo una nueva ópera en dos actos basada en la novela de Barry Hines. *Un cernícalo por bribón*.
Otros comentarios	Aquí se puede escuchar una grabación de audio completa de una representación de la ópera: https://soundcloud.com/oliver-rudland/el-pescador-y-su-alma

Estudio de caso 2

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**Colaboración Ensemble Garage (composición, interpretación de composiciones propias y regalías)**
Nombre del compositor **	**Asignaciones bastardas (Caitlin Rowley, Josh Spear, Timothy Cape, Edward Henderson)**
País de trabajo**	Reino Unido/Alemania
Nombre y descripción del organizador(es)/institución/cliente * *	Ensemble Garage, un conjunto con sede en Colonia que se especializa en música contemporánea, con una fuerte conexión con la escena musical experimental. https://ensemblegarage.de/ "El Ensemble Garage, fundado en 2009, busca respuestas a cuestiones artísticas, sociales y estéticas que dan forma a nuestro tiempo. Al mismo tiempo, busca medios y métodos que puedan utilizarse hoy en día para crear campos de expresión en la composición. Desde su fundación, ha proporcionado impulsos artísticos innovadores centrándose en el reflejo de la sociedad (post)internet con todas sus manifestaciones de medios digitales y dando forma decisiva al desarrollo de la nueva música hacia formas de producción transmediales, teatrales y performativas.**"**
Por favor, explique en unas pocas frases el contexto de por qué/cómo recibió dinero para este proyecto/ actividad. **	Bastard Assignments (grupo de compositores e intérpretes con sede en el Reino Unido con miembros en el Reino Unido, Noruega e Italia) inició contacto con Ensemble Garage en octubre de 2021 para discutir un proyecto colaborativo en el que crearíamos nuevas piezas para ser interpretadas por ellos y por nosotros, primero en un concierto en Colonia después de una semana de talleres, con una segunda fase para llevarlos al Reino Unido para presentar el mismo programa para el público del Reino Unido (esta fase por confirmar).
Duración, tiempo completo/parcial, ubicación	A tiempo parcial entre mediados de junio de 2021 hasta que viajamos a Colonia el 13 de agosto de 2022. Del 13 al 19 de agosto, estuvimos trabajando a tiempo completo en este proyecto con miembros de Ensemble Garage en Colonia, principalmente en el lugar, Die Alte Feuerwache Köln (https ://altefeuerwachekoeln.de/).
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? **	Se compusieron 3 canciones. Josh Spear y yo compusimos*De la exquisita oscuridad*para percusión solista y electrónica en vivo. Edward Henderson compuso *Uno dos*para un conjunto de piano, teclado, percusión, bajo, tin whistle, dos saxofones y ROLI Seaboard Block. Timothy Cape compuso *Historia loca*para sintetizador, percusión, viola, saxofón y cuatro voces.
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	Ensemble Garage financió todo el proyecto con los restos de su financiación existente del Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen..
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	Principales beneficiarios: intérpretes/músicos (una prueba de primer contacto para ver qué podríamos crear juntos). El público de nuestra actuación en Colonia fue de unas 20-25 personas. Las grabaciones realizadas durante la actuación se distribuirán online y estimo que recibirán al menos 200 obras cada una.
¿Algún proceso o contenido innovador?	Creé una serie de pequeños videos que demostraban el progreso de la tecnología para Josh para que pudiera tener una idea de cómo estaba funcionando y tener la oportunidad de sugerir mejoras o solicitar cambios.

Rango de tarifas esperado para esta actividad **	800 € por cada miembro de Bastard Assignments, 3200 € de honorarios en total (más viaje y alojamiento cubiertos por Ensemble Garage). También habrá algunas regalías, pero la suma exacta se desconoce al momento de escribir este artículo.
Sitio web y biografía del compositor** (200 palabras)	http://bastardassignments.com http://caitlinrowley.com http://thejoshspear.com http:// edward-henderson.com http:// timothycape.net Bastard Assignments es un grupo de compositores e intérpretes con sede en el Reino Unido formado por Timothy Cape, Edward Henderson, Caitlin Rowley y Josh Spear. Aclamada como "una de las fuerzas más apasionantes de la música contemporánea" (*Tiempos financieros*, 2020), hacemos música experimental, trabajando colaborativamente en una práctica creativa compartida que abarca música de concierto, movimiento, piezas en línea, texto, video, improvisación y performatividad. Organizamos actuaciones en Londres y mostramos nuestro trabajo en todo el Reino Unido e internacionalmente. Hemos actuado en festivales como hcmf//, Aldeburgh Festival, LCMF, Virtually Reality, SPOR Festival en Aarhus y Konsertserien Periferien en Oslo, y también hemos sido retransmitidos varias veces en BBC Radio 3, tanto en directo como en grabaciones. Nuestro trabajo ha aparecido en artículos y perfiles en el *guardián*, el *Telégrafo*, el *Tiempos financieros*, *Nueva revista musical*, *El alambre* y *Friso* revista y reseñada en *El espectador*, el *Golpe de gracia* y el *Estándar de la tarde*.
Otros comentarios	Edad: >40

Estudio de caso 3

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**Residencia de artistas de Belgrado**
Nombre del compositor **	**Amble Skuse**
País de trabajo**	Serbia/Reino Unido
Nombre y descripción del organizador(es)/ institución/cliente **	Artista residente en Belgradohttps://belgradeartistinresidence.wordpress.com/ ***"Artista residente de Belgrado***es un programa que forma parte de la organización sin fines de lucro dirigida por artistas Center424, que se lleva a cabo en Belgrado, la capital de Serbia. Fue fundado en 2012 y desde entonces ha acogido a varios artistas de todo el mundo. Además, el programa estableció residencias de artistas y programas de intercambio con Konstepidemin, Gotemburgo, Suecia, con Homesession en Barcelona, España, y La Escocessa en Barcelona, España. Los programas tienen como objetivo fomentar el intercambio cultural entre artistas de diferentes disciplinas, crear un diálogo y promover una posible colaboración".
Por favor explique en unas pocas oraciones el contexto de por qué/cómo recibió dinero para esto proyecto/actividad? **	Solicité una beca de movilidad iPortunus que me permitiera trabajar en un nuevo país y establecer nuevas conexiones para futuras colaboraciones transeuropeas.
Duración, tiempo completo/parcial, ubicación	4 semanas, tiempo completo, Belgrado, Serbia
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? **	Hice una caminata sonora para Belgrado y también hice una actuación usando Mimu Guantes en el espacio de la Galería en Belgrado.
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	iPortunus, financiación de la UE
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	Residentes de Belgrado, usuarios de sillas de ruedas. Números desconocidos ya que es una actividad en solitario.
¿Algún proceso o contenido innovador?	Caminata sonora en silla de ruedas, procesamiento mediante sensores corporales, uso de guantes Mimu, contexto de discapacidad, uso de entrevistas y sonido ambiental para crear paisajes sonoros.
Rango de tarifas esperado para esta actividad **	3000€
Sitio web y biografía del compositor** (200 palabras)	www.ambleskuse.net Amble Skuse es músico y artista y trabaja con sonidos encontrados, voces, procesamiento electrónico y ubicaciones específicas del sitio. Trabaja con archivos de historia oral, entrevistas, memorias comunitarias, entrevistas de radio, sonidos encontrados y composiciones específicas de sitios para explorar innumerables identidades en innumerables ubicaciones. Explora estas ideas de identidad y poder a través de una lente de feminismo interseccional. Su atención se centra en la discapacidad y actualmente está estudiando un doctorado que analiza las formas en que un compositor/intérprete discapacitado puede utilizar la tecnología como herramienta para componer, improvisar e interpretar.

	Su trabajo ha aparecido en Late Junction de BBC Radio 3 y la ha llevado por todo el mundo, desde Edimburgo a Singapur en un viaje en tren de 10.000 millas, a Canadá para desarrollar una plataforma de improvisación con músicos discapacitados y a China para explorar el papel de ' siendo' en improvisación, a Croacia para actuar con el conjunto de codificación femenina OFFAL. Es becaria de emprendedores creativos y becaria de artes escénicas de la BBC. Tiene una beca AHRC para su investigación.
Otros comentarios	Edad: 30 años

Estudio de caso 4

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**“Olas de Cambio” - Comisión de participación/ cocreación**
Nombre del compositor **	**Omar Shahryar**
País de trabajo**	Francia / Estados Unidos de América
Nombre y descripción del organizador(es)/ institución/cliente **	Coro de niños de Bostonhttps://www.bostonchildrenschorus.org/ "Boston Children's Chorus (BCC) aprovecha el poder de la música para conectar las diversas comunidades de nuestra ciudad, cultivar la empatía e inspirar la investigación social".
Por favor explique en unas pocas oraciones el contexto de por qué/cómo recibió dinero para esto proyecto/actividad? **	El Boston Children's Chorus me encargó la cocreación de tres canciones con y para los coros de sus escuelas primarias. El tema de las canciones fue “olas de cambio”, según informó BCC. Facilité un proceso compositivo con los tres grupos para sacar ideas para la canción, luego idear el contenido lírico y finalmente cocomponer el material musical principal. Después de los talleres, edité los materiales que co-creamos y finalmente presenté las composiciones en forma de 3 partituras para coro juvenil y acompañamiento de piano.
Duración, tiempo completo/parcial, ubicación	Talleres de 3 x 45 minutos con 3 coros realizados online (zoom), con los participantes en sus casas en Estados Unidos y yo en París
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? **	3 partituras para coro juvenil y acompañamiento de piano. Las canciones se titulaban “Un día en mi vida”, “El viaje sin fin” y “Se acerca un cambio”.
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	Boston Children's Chorus está financiado por (en orden de tamaño de la contribución): fundaciones benéficas, donaciones corporativas, financiación gubernamental, patrocinio corporativo/de medios y donaciones individuales.
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	45 niños de 8 a 10 años (los coros), actuaciones transmitidas en vivo y vistas por sus familias (aproximadamente 180 personas)
¿Algún proceso o contenido innovador?	Los talleres, que se desarrollaron casi al inicio del confinamiento por el Covid-19, se desarrollaron a través de Zoom, superando obstáculos previos de movilidad.
Rango de tarifas esperado para esta actividad **	$1500 - $2500 (1378€ - 2296€)
Sitio web y biografía del compositor** (200 palabras)	www.omarshahryar.info El Dr. Omar Shahryar es un compositor y facilitador galardonado cuya ópera aclamada internacionalmente, *Un zapato lleno de estrellas*, ganó el Premio YAMAward a la Mejor Ópera para Jóvenes 2018 y fue reportado por Channel 4 News. Es el compositor de la miniópera digital. *Termina esto* (English National Opera) y la ópera para jóvenes adultos con necesidades especiales, *Las extraordinarias aventuras de tú y de mí* (Ópera itinerante inglesa). Omar ha dirigido proyectos de música participativa para algunas de las compañías de ópera y salas de conciertos más importantes del mundo, incluida la Royal Opera House, el Festival d'Aix-en-Provence, Glyndebourne y Streetwise Opera.

Otros comentarios	Edad: 37

Estudio de caso 5

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**The Sunday Boys - Comisión de composición**
Nombre del compositor **	**Anna Appleby**
País de trabajo**	Reino Unido
Nombre y descripción de organizador(es)/ institución/cliente **	Los chicos del domingo (https://www.thesundayboys.com/) dirigida por Michael Betteridge, para el Manchester Corridor of Light Festival (https://oxfordroadcorridor.com/corridor-of-light/) con artes de salida de emergencia (https://eea.org.uk/) The Sunday Boys fue formado por Michael Betteridge en enero de 2016 para darle a Manchester un coro LGBTQ+ inclusivo para que cantantes de voz baja de la ciudad aprendieran a cantar buena música, actuar y hacer amigos. Corridor of Light es una celebración de tres noches del Oxford Road Corridor, Manchester, a través del lenguaje, la luz y las ideas. Fundada en 1980, EEA comenzó como un colectivo de artistas nacido del deseo de transformar radicalmente lo ordinario en extraordinario. En una época de cambios sociales y políticos, aspiramos a marcar una diferencia positiva en la vida de las personas, en particular de aquellos que han sido discriminados y de aquellos que viven en comunidades económicamente excluidas en Londres y el Reino Unido. EEA, ahora una organización benéfica registrada y una de las organizaciones de cartera nacional del Arts Council England, ha evolucionado hasta convertirse en la reputada empresa de artes al aire libre que es hoy, y sigue siendo pionera e inspirando cambios a través de la creatividad.
Por favor explique en unas pocas oraciones el contexto. de por qué/cómo recibido dinero por este proyecto/actividad? **	Me encargaron escribir la composición de un poema de Deanna Rodger y Robert Montgomery, y mi trabajo consistió en ponerle música al texto para el coro de TBB.
Duración, completa/parcial hora, ubicación	Compuesto durante 2 meses en Manchester.
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? * *	Pieza de 3-4 minutos para coro TBB
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	Financiado por el Festival del Corredor de la Luz de Manchester
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	El coro Sunday Boys y el público en general
Cualquier innovación ¿Procesos o contenidos?	El poema era una instalación luminosa que se movía con el coro, y la pieza fue grabada e instalada en un punto de Manchester que se podía escuchar escaneando un código QR.

Rango de tarifas esperado para esta actividad **	£ 750
Sitios web del compositor y biografía** (200 palabras)	www.annaappleby.com Anna Appleby (nacida en Newcastle upon Tyne, 1993) es una compositora afincada en Manchester. Su música a menudo lucha con temas sociopolíticos y espirituales. Ha escrito numerosas obras orquestales, operísticas, de cámara, corales, vocales, electrónicas y de danza para una amplia variedad de conjuntos profesionales y comunitarios. Tiene un interés particular en escribir para teatro y se ha inspirado en los coreógrafos en su forma de trabajar, construyendo sus piezas sobre las fortalezas y personalidades de cada conjunto para el que escribe. La colaboración es el centro de su práctica creativa y siempre está dispuesta a conocer artistas y conjuntos que disfrutan de la conversación abierta y la investigación práctica.
Otros comentarios	Edad: <30

Estudio de caso 6

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**Interpretación de composiciones propias y acompañamiento coral.**
Nombre del compositor **	**Daniel Richard Swain**
País de trabajo**	Noruega
Nombre y descripción de organizador(es)/ institución/cliente **	Coro de mujeres Moss Vocalis, Moss, Noruega https://www.facebook.com/vocalismoss “Moss Vocalis es un coro de mujeres de Moss. Tenemos un repertorio versátil”.
Por favor explique en unas pocas oraciones el contexto. de por qué/cómo ¿Recibió dinero para este proyecto/actividad? **	El director del coro, con quien había trabajado antes, presentó la idea de colaborar conmigo a la junta directiva del coro, quienes luego me ofrecieron una remuneración por el concierto. Esta tarifa cubría los ensayos del día del concierto, pero no los gastos de viaje.
Duración, completa/parcial hora, ubicación	Duración del concierto: aprox. 1h 30min. Ubicación: Moss, Noruega (Østfold kommune)
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? * *	El concepto para este concierto era un programa de piezas corales (una mezcla de acompañadas y a capella), intercaladas con improvisaciones de piano solo que conectarían las piezas tanto temática como tonalmente para crear un flujo de número a número en el programa. Además de las improvisaciones, que en gran medida estaban esbozadas de antemano a partir de temas de las piezas del coro, también me dieron espacio en el programa para tocar dos piezas de piano solo. Para ello, decidí tocar dos composiciones originales para piano que no había interpretado antes en público. Las grabaciones de estas piezas se enviaron previamente al director para su aprobación. Las dos composiciones que toqué duraron cinco y dos minutos respectivamente.
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	
Cualquier innovación ¿Procesos o contenidos?	
Rango de tarifas esperado para esta actividad **	3000 coronas noruegas (aproximadamente 262 GBP).
Sitios web del compositor y biografía** (200 palabras)	Daniel se graduó de la Universidad de York en 2012 con una maestría en práctica interpretativa, con el piano como su primer estudio. Para su maestría, Daniel se centró en interpretar la música de JS Bach en piano y clavecín, además del acompañamiento de Lieder alemanes. Además de tocar música clásica, Daniel está interesado en la música improvisada de todo tipo y durante su maestría, recibió lecciones formales de improvisación en piano de jazz de un graduado de Berklee College of Music. Daniel se mudó a Noruega en 2018 y actualmente trabaja como profesor de piano en “kulturskolen” (la escuela cultural), además de trabajar como pianista y compositor independiente. Actualmente, Daniel está trabajando en la composición de una partitura de ballet para orquesta, que espera se interprete en los próximos dos años como una colaboración entre la orquesta sinfónica local y la escuela de ballet.

Otros comentarios	Edad: 30 años

Estudio de caso 7

Nombre del proyecto/ actividad/tipo de ingreso**	**“Plaza Pery No.2” - Comisión de Ópera**
Nombre del compositor **	**Fiona Linnane**
País de trabajo**	Irlanda
Nombre y descripción del organizador(es)/ institución/cliente **	Opera Workshop: una productora de ópera con sede en Limerick, Irlanda. Se especializan en óperas de sitios específicos o en óperas presentadas en entornos inusuales. https://operaworkshop.ie/ “Opera Workshop encarga nuevas obras y reimagina la ópera familiar, montando producciones en lugares inesperados y de maneras inesperadas. Nuestro enfoque conjunto único para hacer ópera inspira a los artistas que quieren trabajar con nosotros y entusiasma al público, quienes experimentan la ópera por primera vez. Estamos orgullosos de que nuestro trabajo estimule nuevas percepciones de la ópera: qué es y para quién es."
Por favor, explique en unas pocas frases el contexto de por qué/cómo ¿Recibió dinero para este proyecto/actividad? **	Opera Workshop, 2019, me encargó componer una selección de escenas inspiradas en la casa georgiana número 2 de Pery Square en la ciudad de Limerick. La génesis del proyecto se produjo a través de talleres exploratorios con la directora Shirley Keane y cantantes del conjunto Opera Workshop, a los que asistió Fiona Linnane. Estos talleres jugaron con ideas y personajes creados a partir de la exploración de la casa y su historia. Utilizando los personajes creados en los talleres, Linnane compuso seis escenas. En 2020, Opera Workshop encargó a Linnane que compusiera una ópera de larga duración, que se representaría en la casa como una actuación inmersiva y específica del sitio.
Duración, completa/parcial hora, ubicación	Quintilla cómica. 2019-2021
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? **	Una ópera y libreto de 90 minutos de duración, para 5 cantantes, cuarteto de cuerda, piano y percusión.
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	Premio de las Comisiones de Ópera del Consejo de las Artes de Irlanda y apoyo adicional de la Oficina de Artes del Ayuntamiento y del Condado de Limerick
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	En 2020 se grabaron y difundieron online escenas seleccionadas. La ópera completa se representó para una audiencia invitada en 2022 con la financiación de investigación y desarrollo de proyectos de ópera del Consejo de las Artes de Irlanda. Desafortunadamente aún no se ha conseguido la financiación para una puesta en escena completa de la producción.
Cualquier innovación ¿Procesos o contenidos?	Involucrar a los cantantes en las etapas iniciales del proceso creativo: para crear los personajes (o una versión de ellos) que eventualmente interpretarían en el escenario. Utilizando la casa como punto de inspiración y también como lugar de puesta en escena. La puesta en escena llevó al público a través de cinco pisos de la casa, incluidas salas más pequeñas donde se encontraron muy cerca de los artistas.
Rango de tarifas esperado para esta actividad **	20.000€ para el encargo de la ópera de larga duración.
Sitios web del compositor y biografía** (200 palabras)	Fiona Linnane es una compositora afincada en Irlanda, especializada en ópera y música vocal. Ha recibido el apoyo del Arts Council of Ireland a través del Bursary Award (2020, 2022) y el Agility Award (2021) por su trabajo de exploración del arte sonoro y nuevas obras para coros. Es buscada para trabajar en artes en la educación y la comunidad. En 2022 se embarcó en un Artista en el

	Proyecto comunitario con Limerick Bat Group y colaborará con la violinista Larissa O'Grady inspirada en el Museo Nacional de Irlanda – Historia Natural. www.fionalinnane.com
Otros comentarios	Edad: 40 años

Estudio de caso 8

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**Alquiler de partituras y repuestos**
Nombre del compositor **	**Carlos Zamora**
País de trabajo**	Reino Unido - Chile
Nombre y descripción del organizador(es)/ institución/cliente **	Mis editoriales Editorial Nacional de Chile y Filarmonika de Estados Unidos alquilan mis obras orquestales a nivel internacional. Han alquilado varias obras a numerosas orquestas. Entre ellas se encuentran la Orquesta Nacional de Irlanda, la Orquesta de la Radio de Noruega, la Orquesta de Cámara de Berlín, la Orquesta Sinfónica de la Región de Murcia, la Orquesta Sinfónica de Fort Worth, la Orquesta Sinfónica de Caracas, la Orquesta Sinfónica de Brasilia, la Orquesta de Cámara de Curitiba y la Sinfónica YOA Orquesta.
Por favor explique en unas pocas oraciones el contexto de por qué/cómo recibió dinero para esto proyecto/actividad	Los intérpretes (teatros y organizadores de conciertos) contratan la música y pagan a los editores por usarla.
Duración, tiempo completo/parcial, ubicación	
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? **	He compuesto 41 obras para orquesta y todas ellas están gestionadas por mis editores.
Cómo se financia/financia el proyecto (si se conoce)	
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	
¿Algún proceso o contenido innovador?	
Rango de tarifas esperado para esta actividad **	Cada obra tiene un precio diferente teniendo en cuenta la duración y el tamaño de la orquesta. Los precios oscilan entre 250 y 800 dólares estadounidenses por cada actuación.
Sitio web y biografía del compositor** (200 palabras)	www.carloszamora.musica.cl Carlos Zamora es un compositor y director chileno independiente con base en York, Reino Unido. Ha compuesto más de un centenar de obras, casi todas estrenadas y varias de ellas grabadas en casi 30 CD. Su música ha sido interpretada en los cinco continentes y es reconocido por la recontextualización de elementos musicales precolombinos en sus obras.
Otros comentarios	Edad: 40 años

Estudio de caso 9

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**“Poema en silencio” – Regalías de las actuaciones**
Nombre del compositor **	**Eduardo Caine**
País de trabajo**	Reino Unido
Nombre y descripción de organizador(es)/ institución/cliente **	Annemette Pødenphandt
Por favor explique en unas pocas oraciones el contexto. de por qué/cómo recibido dinero por este proyecto/actividad? **	Ya había escrito e interpretado una pieza “Poem in Silence” para voz solista, y fue retomada por la cantante danesa Annemette Pødenphandt, quien la realizó de gira en Copenhague y la interpretó en una estación de radio danesa. Los derechos mecánicos de esa actuación fueron filtrados a través de la PRS (Performing Rights Society) y me fueron pagados en su pago trimestral.
Duración, completa/parcial hora, ubicación	Actuación en la radio danesa
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? * *	Una obra vocal solista ca. 5 minutos
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	Desconocido
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	Oyentes de la radio danesa, la soprano Annemette Pødenphandt
Cualquier innovación ¿Procesos o contenidos?	La música era una versión ampliada de un poema que había escrito anteriormente sobre mis experiencias con la epilepsia y que estaba dispuesto en células que evolucionaban a medida que avanzaban junto con consonantes sonoras y sordas y sonidos vocálicos disociados. Todo culminó esencialmente con la representación de un ataque epiléptico en el escenario.
Rango de tarifas esperado para esta actividad **	£104 en varios pagos
Sitios web del compositor y biografía** (200 palabras)	http://www.edwardcaine.com/ El Dr. Edward Caine PhD es un compositor, pianista y director de orquesta que estudió en la Universidad de Durham y la Universidad de York. Su música se ha interpretado en festivales y series de conciertos en toda Europa.
Otros comentarios	Edad: 40 años

Estudio de caso 10

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**Regalías de actuaciones en EE. UU.**
Nombre del compositor **	**Jenni Pinnock**
País de trabajo**	Reino Unido
Nombre y descripción de organizador(es)/ institución/cliente **	Organizado por artistas (a menudo enseñando en universidades o pequeños grupos de artistas profesionales).
Por favor explique en unas pocas oraciones el contexto. de por qué/cómo recibido dinero por este proyecto/actividad? **	Mis partituras están a la venta a través de mi sitio web. Parte de mi música se interpreta regularmente en los EE. UU., lo que genera regalías de interpretación que son considerablemente más generosas que las que serían para actuaciones equivalentes en el Reino Unido.
Duración, completa/parcial hora, ubicación	Tiempo parcial como parte de la carrera de cartera de composición general.
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? * *	Las obras para piano solo y las canciones artísticas (normalmente para soprano y piano) han resultado particularmente interesantes para las ventas y actuaciones de partituras en Estados Unidos.
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	A veces comisiones; a veces piezas que acabo de escribir porque quería y que luego generan ingresos a través de ventas/actuaciones. Las actuaciones están financiadas por los estudiantes/ profesores/
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	Artistas que realizan pequeñas presentaciones o recitales (a veces estudiantes de pregrado/maestría/doctorado).
Cualquier innovación ¿Procesos o contenidos?	Ninguno, simplemente escribir música accesible que funcione bien dentro del rango vocal y esté acompañada de manera efectiva.
Rango de tarifas esperado para esta actividad **	Entre £ 10 y £ 30 para recitales más pequeños (es difícil decir el motivo preciso de la variación en el precio, pero sospecho que se debe al tamaño de la audiencia o del lugar). -
Sitios web del compositor y biografía** (200 palabras)	www.jennipinnock.com La música de la compositora británica Jenni Pinnock ha sido descrita como "refrescante", "imaginativa" y "tentadoramente hermosa en suavidad y alma". En su música se pueden encontrar compases extravagantes, melodías vertiginosas y momentos de quietud tranquila, que ha recibido presentaciones tanto en el Reino Unido como en todo el mundo. Le apasiona la música en todas sus formas y le encanta escribir y colaborar con artistas y músicos, ya sean principiantes, aficionados o profesionales experimentados. Dar a los intérpretes la libertad artística de hacer suya la música es un elemento importante de su trabajo. La naturaleza, la ciencia y las historias también son temas clave en su música.
Otros comentarios	

Estudio de caso 11

Nombre del proyecto/actividad/tipo de ingresos **	**Regalías de las pistas de las mezclas de BBC Sounds**
Nombre del compositor **	**Jenni Pinnock**
País de trabajo**	Reino Unido
Nombre y descripción de organizador(es)/ institución/cliente **	Mezclas de BBC Sound organizadas a través de BBC Introducing https://www.bbc.co.uk/sounds/category/mixes https://www.bbc.co.uk/programmes/p010j8y5 “Desde su lanzamiento en 2007, BBC Music Introducing se ha dedicado a descubrir y apoyar nueva música. También brinda a los artistas emergentes oportunidades de transmisión por televisión y en línea, así como la oportunidad de actuar en los principales festivales y exhibiciones. 7 de las 10 canciones más vendidas de 2022 provinieron de artistas defendidos por su programa local Introducing”.
Por favor explique en unas pocas oraciones el contexto. de por qué/cómo recibido dinero por este proyecto/actividad? **	Después de escribir obras para piano solo, suelo hacer una grabación y enviarla a la BBC a través de BBC Introducing. Varios equipos de la BBC escuchan las presentaciones y pueden incluirse en transmisiones locales o nacionales o en mezclas de BBC Sounds. Varios de mis trabajos se han incluido en las listas de reproducción/mezclas de BBC Sounds como resultado de este proceso. No todas las obras son elegidas
Duración, completa/parcial hora, ubicación	Tiempo parcial como parte de la carrera de cartera de composición general.
¿Qué compusiste para obtener estos ingresos? * *	Obras para piano solo.
Cómo se financia y financia el proyecto (si se conoce)	A veces comisiones; A veces piezas que escribí simplemente porque quería y luego las grabé.
Beneficiario objetivo de su trabajo y número de beneficiarios	Las obras en sí están destinadas a pianistas; sin embargo, las mezclas en las que se han incluido tienden a ser mezclas para relajarse y dormir.
Cualquier innovación ¿Procesos o contenidos?	Escribir con un toque minimalista (es decir, al estilo Einaudi) y que sean muy accesibles parecía gustar por esto.
Rango de tarifas esperado para esta actividad **	Todo depende de cuántas piezas de la lista de reproducción se incluyan y de la frecuencia con la que se reproduzca la lista de reproducción; Parece que el promedio de £ 20 por inclusión por mes durante el cual la lista de reproducción está disponible.
Sitios web del compositor y biografía** (200 palabras)	www.jennipinnock.com La música de la compositora británica Jenni Pinnock ha sido descrita como "refrescante", "imaginativa" y "tentadoramente hermosa en suavidad y alma". En su música se pueden encontrar compases extravagantes, melodías vertiginosas y momentos de quietud tranquila, que ha recibido presentaciones tanto en el Reino Unido como en todo el mundo. Le apasiona la música en todas sus formas y le encanta escribir y colaborar con artistas y músicos, ya sean principiantes, aficionados o experimentados.

	profesionales. Dar a los intérpretes la libertad artística de hacer suya la música es un elemento importante de su trabajo. La naturaleza, la ciencia y las historias también son temas clave en su música.
Otros comentarios	

Módulo 2 - Estudio de caso

Nombre del proyecto/ programa/actividad	**“Carmen med förhinder”**
Nombre del organizador(es) y socios	**ARTellos**
Tipo de programa/actividad (es decir, curso universitario, DPC, programa de formación, proyecto, etc)	Producción musical, ópera en gira.
Duración, completa/parcial hora, ubicación	2019-2023, Suecia
Descripción de organizador y socios	ARThem (abreviatura de Artistikano Romano Them) es una compañía de teatro musical. ARThem significa "país artístico romaní". En 2019, varios miembros del conjunto representaron la obra "Una historia inolvidable" junto con la asociación romaní Trajosko drom en Gotemburgo. La actuación fue un éxito y allí nació la idea de formar un teatro gitano. Además de sus propias actuaciones y la orquesta de la banda local Taikon, están abiertos a iniciar colaboraciones; Organizar conciertos, danza, talleres y conferencias. Eventos en los que pueden involucrar a su red de contactos de organizaciones gitanas pero también a artistas, periodistas, políticos, conferenciantes e investigadores con diferentes aportaciones para proteger, revitalizar y transmitir la cultura gitana. La asociación de Arthem es democrática y se basa en la participación tanto a nivel artístico como organizativo. Su ambición y visión es convertirse en una institución cultural romaní permanente: el teatro de toda Suecia. Visita ARThem
Descripción del proyecto/programa/ actividad	Adaptar y recuperar una ópera clásica, concienciando sobre la inclusión, el racismo y creando empoderamiento en una minoría nacional. "Carmen con obstáculos" puede describirse como un explosivo concierto de danza con monólogo y diálogo. El punto de partida es dar una perspectiva gitana contemporánea a la ópera clásica Carmen.

	Tocó por primera vez en 2021 y más recientemente estuvo de gira por Suecia desde el otoño de 2022. En ocasiones, las fronteras entre el escenario y el salón se disuelven, así como en relación con la versión original del siglo XIX. La música de Georges Bizet se mezcla con flamenco, jazz, hip-hop, música folclórica romaní y música compuesta colectivamente recientemente.
Cómo se financia y financia el programa	Cofinanciado por Riksteatern, el teatro itinerante con mayor producción de Suecia.
Grupo objetivo y número de participantes;	La producción ha llegado a más de 3000 personas. Uno de los objetivos era incluir la perspectiva romaní en una producción de ópera.
Objetivos educativos y objetivos	-
Competencias enseñadas sobre el programa/actividad	-
Metodologías, Enfoques, métodos (inc. evaluación y evaluación)	- .
Herramientas de capacitación que ha desarrollado	-
Cómo se anuncian los programas/ comunicado	A través del Riksteatern, las redes sociales, la publicidad y ARThem.
Resultados/impacto	La producción se ha presentado durante tres meses ante el público de toda Suecia. Los comentarios de la audiencia han demostrado que se les ha sensibilizado sobre la situación del pueblo romaní, hoy e históricamente.
Cliente comentarios/testimonios y/o afuera observaciones	La ópera obtuvo mayor visibilidad gracias a la organización de gira nacional Riksteatern. Sin embargo, un desafío fue llegar a una audiencia de minorías nacionales, como la población romaní de Suecia. En gran parte debido al hecho de que no se encuentran entre los visitantes habituales del teatro.
Procesos innovadores o contenido	Composición colaborativa e historias basadas en entrevistas con miembros de la comunidad gitana en Suecia.
Fuentes principales (otras que los referenciados)	https://www.riksteatern.se/forestallningar/carmen-med-forhinder/
Fotos	https://www.riksteatern.se/forestallningar/carmen-med-

	forhinder/202303241900- 103858G? gclid=Cj0KCQjwj5mpBhDJARIsAOVjBdpyikcd9xMCHE9eP wDTkQzs2O08p0AcG4TRv_YFZnIMWdrKgwVVLrEaAjJjEALw_wcB

Módulo 4 - Estudio de caso

Nombre del proyecto/ programa/actividad	**WAZO SOCIEDAD COOPERATIVA**
Nombre del organizador(es) y socios	Wazo Coop es una cooperativa social sin fines de lucro que trabaja con la Economía Social Solidaria y las Industrias Culturales Creativas para generar un impacto positivo en las zonas rurales. Wazo Coop es una organización de propiedad conjunta y gestión democrática que trabaja en el empoderamiento y el liderazgo de los residentes de zonas rurales mediante la promoción de modelos inspiradores y sólidos para liderar las comunidades locales. Wazo Coop coopera y desarrolla proyectos de transformación social de zonas rurales promoviendo el liderazgo participativo mediante la innovación y métodos creativos para cambios positivos. Al ser una editorial social (Wazo Magazine desde 2015, Wazo Books desde 2019) Wazo Coop trabaja con CCI y ESS como herramienta de cohesión social y desarrollo rural. El ámbito principal es la Economía Social y Solidaria (Enfoque ético y basado en valores del desarrollo económico que prioriza el bienestar de las personas y el planeta) y las Industrias Culturales Creativas (Bienes, servicios y actividades de contenidos derivados de orígenes culturales, artísticos o patrimoniales: música, artesanía, literatura, artes visuales, artes escénicas... y ámbitos afines: turismo, deportes y recreación). Wazo Coop está plenamente comprometido con dos Objetivos de Desarrollo Sostenible: el ODS 8 “trabajo decente y crecimiento económico” y el ODS 11 “Hacer ciudades inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles”. Wazo Coop trabaja tanto con grupos de edad jóvenes (niños, adolescentes, jóvenes a partir de 18 años) y adultos (a partir de 35 años, mayores) como con grupos intergeneracionales (proyectos y actividades de cohesión social). Los perfiles principales son grupos vulnerables de zonas rurales y poco pobladas (mujeres, jóvenes, desempleados, jóvenes emprendedores, personas mayores) y sus organizaciones (organizaciones locales, regionales, nacionales, de ESS y de ICC, es decir, asociaciones, redes, sindicatos). Las principales actividades de Wazo Coop son: diseño y gestión de proyectos CCI y ESS, formación y educación en CCI y ESS (incluido el desarrollo de métodos creativos), publicaciones (revista Wazo, libros Wazo, diseño, redacción publicitaria...), eventos CCI y ESS. gestión (conferencias, conciertos) y campañas de sensibilización sobre la ICC y la ESS (Street Art, Audiovisual, Spot, Documental, Social Media...).
Duración, completa/parcial hora, ubicación	Extremadura en el caso de Impulso al compositor y Los conciertos didácticos y a nivel internacional en el caso de la Música Social.

Descripción de organizador y socios	Wazo coop es el organizador de los proyectos y programas (más información arriba).
Descripción del proyecto/programa/ actividad	Algunos ejemplos son: **1- Composer Boost (mejorar las habilidades de los compositores en creatividad y cooperación)** Composer Boost es una formación que compositores de música contemporánea para compositores enfocada a incrementar el potencial de expansión de sus composiciones y proyectos musicales de manera profesional. Con la formación Composer Boost aprendieron a sacar lo mejor de sí mismos como compositores profesionales durante unas jornadas formativas repletas de conocimientos relacionados con la composición, la marca personal y el marketing digital para que su música alcance el éxito que desean. Clases grupales, coaching individual y visitas creativas proporcionaron los conocimientos necesarios e impulsaron la creatividad para construir un portafolio de composiciones, identificar el valor diferencial como artista y encontrar la mejor manera de conectar con el público. Composer Boost está dirigido a personas creativas e innovadoras que quieran adquirir conocimientos prácticos de aplicación inmediata para mejorar su perfil profesional como compositor. Esta formación innovadora para compositores y compositores tiene como objetivo: • Proporcionar a los asistentes la experiencia necesaria para desempeñarse adecuadamente en contextos profesionales. • Desarrollar la confianza en uno mismo, la independencia y la autonomía necesarias para una vida profesional en constante cambio de expectativas y exigencias. • Ofrecer experiencias para identificar y comprender la propia visión artística. • Desarrollar habilidades adecuadas de comunicación e interacción en relación con los artistas intérpretes o ejecutantes y el público. **2-Música Social. El libro.** Música Social. Educación en valores a través de la composición. Por Marta Lozano Molano. "Música Social" es el método de composición musical y piano desarrollado por la activista y compositora de música social Marta Lozano Molano que facilita la educación en valores en los jóvenes de acuerdo con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

	El método cuenta con 17 unidades didácticas, acorde a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que incluyen actividades de información y reflexión sobre los ODS, piezas para piano con compromiso social y actividades de composición musical que promuevan la transformación social. Este libro, elaborado en papel ecológico, propone una herramienta educativa para que niñas, niños y jóvenes sean más responsables con las personas y el planeta, aprendan a liderar la transformación social de su entorno y cooperen para conseguir un futuro más justo. El libro está publicado por la editorial social Wazo Books y el 100% de los fondos recaudados se destina al desarrollo de iniciativas sociales impulsadas por Wazo Coop, la primera cooperativa de iniciativa social sin ánimo de lucro de Extremadura. **3- Música Social para un Patrimonio Sostenible** Se trata de un ciclo de conferencias-conciertos sobre el desarrollo sostenible del patrimonio material e inmaterial de Extremadura. Estas conferencias-conciertos se enmarcan en el proyecto "Conciertos didácticos de música social" impulsado por Wazo Coop y financiado por la Diputación de Cáceres para el desarrollo sostenible del patrimonio extremeño. Durante las jornadas-conciertos se estrenarán las tres piezas de Música Social que la compositora Marta Lozano Molano ha compuesto in situ inspirándose en el patrimonio de la provincia de Cáceres. Las piezas para piano Dehesa I, II y III están inspiradas en el patrimonio cultural y natural de Alcuéscar, Arroyo de la Luz y Toril. Al acto también asistió José Luis Díaz Reyes, historiador del arte y autor del libro Arte en Ruinas Guía del patrimonio olvidado de Extremadura.
Cómo se financia y financia el programa	En el caso de**impulso del compositor**, el proyecto se financió con fondos propios de Wazo Coop. Los participantes pagaron una tarifa de formación que incluía todos los gastos de alojamiento, alojamiento y comidas. En el caso del libro**musica social,**El libro está publicado por la editorial social Wazo Libros y el 100% de los fondos recaudados se destina al desarrollo de iniciativas sociales impulsadas por Wazo Coop, la primera cooperativa de iniciativa social sin ánimo de lucro de Extremadura. Como para**Música Social para un Patrimonio Sostenible**, la implementación del programa ha sido posible gracias a los mecenas que participaron en la campaña de crowdfunding lanzada en la primavera de 2022 en la plataforma GOTEO. Está financiado por la Diputación de Cáceres para el Desarrollo Sostenible

	desarrollo del patrimonio extremeño.
Grupo objetivo y número de participantes;	Como se ha mencionado anteriormente, Wazo Coop trabaja tanto con grupos de edad jóvenes (niños, adolescentes, jóvenes a partir de 18 años) como adultos (a partir de 35 años, personas mayores) como con grupos intergeneracionales (proyectos y actividades de cohesión social). Los perfiles principales son grupos vulnerables de zonas rurales y poco pobladas (mujeres, jóvenes, desempleados, jóvenes emprendedores, personas mayores) y sus organizaciones (organizaciones locales, regionales, nacionales, de ESS y de ICC, es decir, asociaciones, redes, sindicatos). En el caso de**impulso del compositor**, está dirigido a personas creativas e innovadoras que quieran adquirir conocimientos prácticos de aplicación inmediata para mejorar su perfil profesional como compositor. En el caso del libro**musica social,**El libro es un método de nivel introductorio que proporciona progresivamente independencia y autonomía a través de actividades de reflexión, resolución de problemas y toma de decisiones. Como para**Música Social para un Patrimonio Sostenible**, se trata de conciertos de conferencias dirigidos a un público interesado en la composición, la música clásica y el patrimonio material e inmaterial de Extremadura.
Objetivos educativos y objetivos	Wazo Coop es la primera cooperativa de iniciativa social con ánimo de lucro de Extremadura. Trabajan con la Economía Social Solidaria y las Industrias Creativas y Culturales para generar un impacto positivo en las zonas rurales. Cooperan y desarrollan proyectos para la transformación social de las zonas rurales, promoviendo el liderazgo participativo a través de métodos creativos que propicien cambios positivos en las comunidades locales.
Competencias enseñadas sobre el programa/actividad	En el caso de**impulso del compositor**, Otorga a compositores experiencias inspiradoras relacionadas con la naturaleza y el patrimonio en contextos donde el silencio y la tranquilidad son dominantes. Proporcionar acceso a entornos creativos únicos para identificar y comprender la propia visión artística de los compositores. Dotar a los compositores de la experiencia adecuada y de un kit de medios que pueda utilizarse en contextos profesionales. Desarrollar la confianza, la independencia y la autosuficiencia de los compositores, necesarias para una vida de expectativas y demandas profesionales cambiantes. En el caso del libro**musica social,**facilita la educación en valores a los jóvenes en línea con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas. Como para**Música Social para un Patrimonio Sostenible**, se promueve la sostenibilidad social, económica y ambiental. Composiciones de música social.

	Fomentar la educación en valores y promover el desarrollo sostenible según los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.
Metodologías, Enfoques, métodos (inc. evaluación y evaluación)	En el caso de**impulso del compositor**, Clases grupales, coaching individual y visitas creativas brindaron los conocimientos necesarios e impulsaron la creatividad para construir un portafolio de composiciones, identificar el valor diferencial como artista y encontrar la mejor manera de conectar con el público. En el caso del libro**musica social,**El método cuenta con 17 unidades didácticas, acorde a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que incluyen actividades de información y reflexión sobre los ODS, piezas para piano con compromiso social y actividades de composición musical que promuevan la transformación social. Como para**Música Social para un Patrimonio Sostenible**, Se trata de un ciclo de conferencias-conciertos sobre el desarrollo sostenible del patrimonio material e inmaterial de Extremadura. Durante las jornadas-conciertos se estrenarán las tres piezas de Música Social que la compositora Marta Lozano Molano ha compuesto in situ inspirándose en el patrimonio de la provincia de Cáceres.
Herramientas de capacitación que ha desarrollado	https://martalozanomolano.com/mi-libro/ https://www.calameo.com/read/00423163500b6e3821662 https://www.youtube.com/watch?v=T0i8If66tcI https://www.artshumanitieshub.eu/wp-content/uploads/2019/05/composer-boost-info-and-application.pdf
Cómo se anuncian los programas/ comunicado	En la web y redes sociales de Wazo Coop
Resultados/impacto	En el caso de Composer boost, los resultados fueron rápidos y satisfactorios. Los profesionales asistentes mejoraron y potenciaron sus habilidades en todos los campos propuestos. Además, el programa evolucionó y mejoró hasta convertirse en la semilla de EUSSMARTCOMPOSER. En cuanto al libro “Música Social” es un libro muy utilizado en ambientes educativos que se ha destacado como un método eficaz para que los jóvenes se adentren en la composición musical con valores sociales. En cuanto a la Música Social para un Patrimonio Sostenible, también tuvo una gran repercusión, debido al interés de los extremeños por conocer más en profundidad su patrimonio material e inmaterial. Sin duda, la música y la cercanía del compositor con el público lo ha convertido en un proyecto que ha sido replicado en distintas ocasiones.

Procesos innovadores o contenido	1. **Impulso del compositor:** • **Mejora integral de habilidades**: El proyecto no sólo se centra en las habilidades de composición musical, sino que también integra la marca personal y el marketing digital, que son esenciales en la industria musical moderna. Este enfoque holístico garantiza que los compositores estén completo y equipado para navegar la industria de manera efectiva. • **Enfoque de adaptabilidad y autonomía**: Enfatiza el desarrollo de la confianza en uno mismo, la independencia y la autonomía, lo cual es fundamental en la industria musical en constante evolución. • **Modalidades de aprendizaje dual**: Utilizar experiencias de aprendizaje tanto grupales como individuales (a través de entrenamiento y visitas creativas) para garantizar un desarrollo integral y atender diversos estilos de aprendizaje. • **Orientado a aplicaciones**: Está dirigido no sólo a la adquisición de conocimientos sino también a su aplicación práctica e inmediata. aplicación, facilitando una transición directa de las habilidades aprendidas a la práctica profesional de los compositores. 1. **Música Social. El libro:** • **Educación en Valores a través de la Música**: Integrar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en una metodología musical y pianística es muy innovador, ya que utiliza el lenguaje universal de la música para inculcar valores sociales vitales y conciencia en los jóvenes. • **Transformación social a través de la composición**: Alentar a los jóvenes a utilizar la composición musical como medio para la transformación y la comunicación social es un enfoque creativo para el activismo y el cambio social. • **100% Ingresos a Iniciativas Sociales**: El compromiso de redirigir todos los fondos recaudados del libro a iniciativas sociales no sólo promueve la compra sino que también establece un impacto tangible generado a partir de las adquisiciones del libro. • **Ecológicamente Consciente**: El uso de papel ecológico refleja la alineación del proyecto con los valores de sostenibilidad que busca enseñar, demostrando coherencia e integridad. 1. **Música Social para un Patrimonio Sostenible:** • **Confluencia de conferencias y conciertos**: Combinando conferencias informativas con conciertos musicales para ofrecer una experiencia educativa inmersiva y multifacética. experiencia, potencialmente involucrando a una audiencia más amplia al apelar a diversos intereses (académicos y musicales). • **Composición in situ**: Tener piezas compuestas, inspiradas y representadas en lugares específicos relacionados con el patrimonio que se explora proporciona una experiencia única y culturalmente inmersiva para los asistentes.

	y crea un vínculo tangible entre la música y el patrimonio. • **Participación interdisciplinaria**: La inclusión de expertos de diferentes campos (como historiadores del arte) proporciona una perspectiva más rica y estratificada, mejorando el valor educativo y promoviendo el discurso interdisciplinario. • **Enfoque en patrimonio tangible e intangible**: Abordar los aspectos tangibles e intangibles del patrimonio garantiza una exploración integral de la cultura, teniendo en cuenta los artefactos físicos y las prácticas/tradiciones culturales, proporcionando así una comprensión más completa a la audiencia. En resumen, los aspectos innovadores de los tres proyectos implican la integración de la música con el impacto social, la sostenibilidad y la educación holística, uniendo procesos creativos con beneficios sociales tangibles y desarrollo. Cada proyecto demuestra una metodología única para fusionar esfuerzos musicales con aspectos de conciencia social, sostenibilidad y desarrollo profesional, lo que refleja un enfoque contemporáneo y socialmente responsable de los proyectos y la educación musicales.
Fuentes principales (otras que los referenciados)	Todos los proyectos nombrados y toda la información sobre Wazo Coop se pueden encontrar enhttps://wazo.coop/ Detalles específicos: https://martalozanomolano.com/ https://desopaex.org/musica-social-por-un-patrimonio-sostenible/ https://wazo.coop/composer-boost/ https://martalozanomolano.com/mi-libro/ https://www.youtube.com/watch?v=rY6QqeL5sZI&t=1572s https://www.youtube.com/watch?v=dFqILTAbAR8 https://www.youtube.com/watch?v=T0i8If66tcI&t=1s https://www.youtube.com/watch?v=9MpqJaR01nw
Fotos	

Música Social
MÉTODO DE COMPOSICIÓN MUSICAL Y PIANO QUE FACILITA LA EDUCACIÓN EN VALORES A JÓVENES DE ACUERDO A LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Música Social
WWW.WAZOBOOKS.COM

ARROYO DE LA LUZ

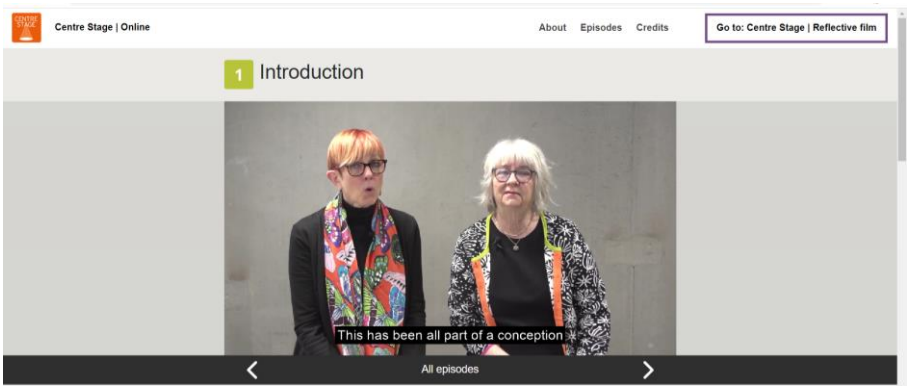
Módulo 4 - Estudio de caso

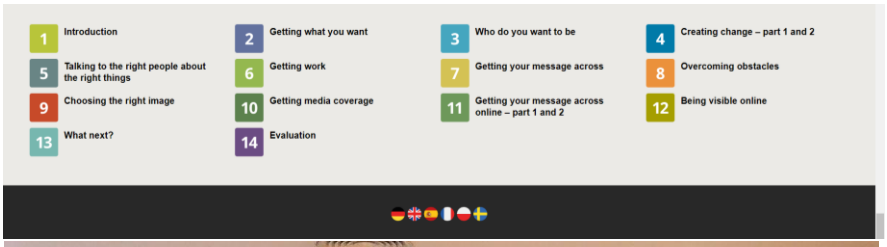
Nombre del proyecto/ programa/actividad	**El proyecto del escenario central**
Nombre del organizador(es) y socios	**La Administración de Desarrollo Cultural de la Región Västra Götaland (Suecia)** **Foro de Teatro (Irlanda)** **Agencia Andaluza de Instituciones Culturales (España)** **Fabryka Sztuki (Polonia)**
Tipo de programa/actividad (es decir, curso universitario, DPC, programa de formación, proyecto, etc)	Programa de formación y coaching Reuniones, seminarios Formación online (12 temas)
Duración, completa/parcial hora, ubicación	en todo el mundo (en línea) Duración: 2019 a 2022
Descripción de organizador y socios	**La Administración de Desarrollo Cultural de la Región Västra Götaland (Suecia)** La Administración de Desarrollo Cultural de la Región de Västra Götaland reúne habilidades y conocimientos de diferentes formas de arte, patrimonio natural y cultural, perspectivas culturales horizontales como sostenibilidad, accesibilidad, niños y jóvenes, así como gestión de atracciones turísticas. La Administración se formó el 1 de enero de 2020, fusionando las administraciones anteriores de Kultur i Väst y Västarvet. Visita la Administración de Desarrollo Cultural **Foro de Teatro (Irlanda)** Theatre Forum es una organización miembro de artes escénicas profesionales en Irlanda. La membresía está abierta a grupos de teatro, compañías de danza, grupos de ópera, escenarios, festivales, centros culturales, artistas individuales y otros. La misión del Theatre Forum es apoyar, representar y desarrollar las condiciones para las artes escénicas irlandesas. Visita Teatro Foro **Agencia Andaluza de Instituciones Culturales (España)** El objeto social de la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales es realizar las tareas técnicas y económicas necesarias para el desarrollo

	los programas culturales. Ejecuta las actividades encargadas por la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía. Visita Agencia Andaluza de Instituciones Culturales **Fabryka Sztuki (Polonia)** Fabryka Sztuki en Łódź es una institución cultural municipal ubicada en las instalaciones de un complejo fabril del siglo XIX en Księży Młyn (Molino del Sacerdote). La organización fue fundada conjuntamente por la Fundación del Centro de Arte de Łódź (Fundacja Łódź Art Center), la Asociación de Teatro de Corea (Stowarzyszenie Teatralne Chorea) y la ciudad de Łódź. Fabryka Sztuki se centra en la educación cultural y artística, el teatro, las artes visuales y la música. Lleva a cabo regularmente iniciativas educativas y artísticas que se han convertido en un elemento permanente en el calendario cultural de Łódź y organiza conferencias y reuniones con importantes figuras artísticas y expertos de primer nivel en cultura y artes, seminarios, talleres, espectáculos, conciertos y proyecciones. Uno de los aspectos clave de su funcionamiento es la profesionalización del sector cultural y creativo en el marco del Arte_Inkubator.
Descripción del proyecto/programa/ actividad	Center Stage Online es parte del proyecto Center Stage, que es un proyecto colaborativo europeo para mujeres artistas profesionales en las artes escénicas y la música. Center Stage consta de las siguientes tres partes: 1/ Centro del escenario | Centro Un programa de formación y coaching para mujeres artistas escénicas para desarrollar sus habilidades comunicativas y de liderazgo artístico. 24 artistas, ocho de Suecia, Irlanda y España, se centraron en la autopromoción y las habilidades de gestión profesional para desarrollar sus carreras a nivel transnacional. 2/ Centro del escenario | En línea Un curso en línea para mujeres artistas escénicas de toda Europa que quieran desarrollar habilidades de comunicación y liderazgo artístico. El curso está abierto a artistas escénicos y está dirigido a toda Europa. El objetivo es que los participantes luego del curso hayan recibido herramientas para desarrollar un trabajo artístico profesional y exitoso. 3/ Centro del escenario | Programación para la diversidad Para contribuir a los cambios a nivel estructural, se está produciendo una película Center Stage sobre la igualdad de oportunidades en las artes escénicas. La película está destinada a ser utilizada como material de discusión para reuniones, seminarios y similares en la industria de las artes escénicas.

	A través de Europa. En conferencias y eventos en los tres países socios también se han organizado debates sobre la igualdad de género, la igualdad de oportunidades y cómo lograr cambios en las artes escénicas.
Cómo se financia y financia el programa	Center Stage está cofinanciado por el Programa Europa Creativa de la Unión Europea. Europa Creativa es el programa de la Comisión Europea para los sectores cultural y creativo en el período 2014-2020. Europa Creativa ofrece oportunidades para que los actores europeos de las artes y la cultura, así como los medios de comunicación, cooperen internacionalmente y lleguen a una audiencia internacional.
Grupo objetivo y número de participantes;	El principal grupo objetivo son mujeres artistas profesionales de las artes escénicas y la música. El contenido del curso se basa en una perspectiva de género. Pero, por supuesto, el curso está abierto a todas las personas artísticamente activas en las artes escénicas, independientemente de su género o identidad de género. La formación Center Stage Core se impartió a 24 artistas, ocho de Suecia, Irlanda y España.
Objetivos educativos y objetivos	El proyecto tiene como objetivo contribuir a un cambio positivo a nivel individual y estructural para las mujeres artistas en Europa.
Competencias enseñadas sobre el programa/actividad	- Conseguir lo que quieres - Quien quieres ser - Creando cambio – parte 1 y 2 - Hablar con las personas adecuadas sobre las cosas adecuadas - conseguir trabajo - Transmitir su mensaje - Superando obstáculos - Elegir la imagen correcta - Obtener cobertura mediática - Cómo transmitir su mensaje en línea: partes 1 y 2 - Ser visible en línea - ¿Qué sigue?
Metodologías, Enfoques, métodos (inc. evaluación y evaluación)	La formación online se divide en 12 episodios, de menos de 20 min cada uno. Con cada episodio, podrás descargar una hoja de trabajo y acceder a una bibliografía. Para realizar el curso es necesario registrarse. Puedes realizar el curso a tu propio ritmo. La mejor manera de hacerlo es en tu computadora pero también es posible con tableta (para descargar hojas de trabajo). Los enfoques del curso son la conciencia, el profesionalismo y la confianza en uno mismo. El contenido del curso se basa en una perspectiva de género. Pero, por supuesto, el curso está abierto a todas las personas artísticamente activas en las artes escénicas, independientemente de su género o identidad de género.

Herramientas de capacitación que ha desarrollado	Centro del escenario | En línea: https://www.centrestageonline.org/episodesstart Hojas de trabajo y plantilla del curso en línea: https://centrestageonline.org/wpAdmin/wpcontent/uploads/all_CStage_Online_Worksheet_EN.zip Reflexión sobre la igualdad de género en las artes escénicas:http://www.centrestageonline.org/reflectivefilm
Cómo se anuncian los programas/ comunicado	Sitio web y boca a boca de los miembros de la red.
Resultados/impacto	Han impartido formación a 24 artistas, ocho de Suecia, Irlanda y España, centrada en habilidades de autopromoción y gestión de carrera. La película se produce dentro del Center Stage Project, con el objetivo de promover la igualdad de oportunidades en las artes escénicas. Center Stage es un proyecto colaborativo europeo para mujeres artistas profesionales de las artes escénicas y la música y tiene como objetivo contribuir a un cambio positivo tanto a nivel individual como estructural. Center Stage Online tiene como objetivo que los participantes luego del curso hayan recibido herramientas para desarrollar un trabajo artístico profesional y exitoso.
Cliente comentarios/testimonios y/o afuera observaciones	Los comentarios sobre los talleres y clases magistrales incluyen: "Fue enormemente beneficioso para mi vida profesional. Nunca he realizado un curso que se centre en el aspecto administrativo y de marketing de ser un artista independiente". Participante del proyecto piloto "Fue un curso único, ¡no había oído hablar de ningún enfoque similar! ¡Definitivamente superó mis expectativas!" Participante del proyecto piloto "Lo mejor fue la combinación de cuestiones sociales y psicológicas más profundas y los aspectos prácticos prácticos de trabajar como artista. Creo que los dos están muy entrelazados, pero no conozco ningún otro curso en el que puedas trabajar en ambos niveles juntos". Participante del proyecto piloto "Muchas gracias por una experiencia profunda e inspiradora. ¡Fue una experiencia realmente maravillosa de principio a fin y siento que cosecharé los beneficios en los años venideros! Participante del proyecto piloto

Procesos innovadores o contenido	El Center Stage Project es muy innovador, gracias a su perspectiva de género y un fuerte enfoque en la autopromoción y las habilidades de gestión profesional en la música. Además, el proyecto ha desarrollado herramientas y contenidos únicos que respaldan sus objetivos. Center Stage Online es una capacitación que permite a equipos e individuos obtener comentarios inmediatos en pantalla sobre su marca y marketing digital y consejos prácticos sobre cómo mejorar. El escenario central | La Programación para la Diversidad es una herramienta muy útil de crear para utilizar como material de debate en reuniones, seminarios sobre género e igualdad de oportunidades en las artes escénicas. Lo publicaron en Vimeo lo que aumenta enormemente la accesibilidad del conocimiento.
Fuentes principales (otras que los referenciados)	Otro proyecto en mujeres y emprendimiento tema : https://mewem.fr/le-concept/ También es un programa de tutoría para mujeres emprendedoras en la industria musical, Le LABA es socio de este proyecto.
Fotos	


1 Introduction
2 Getting what you want
3 Who do you want to be
4 Creating change – part 1 and 2
5 Talking to the right people about the right things
6 Getting work
7 Getting your message across
8 Overcoming obstacles
9 Choosing the right image
10 Getting media coverage
11 Getting your message across online – part 1 and 2
12 Being visible online
13 What next?
14 Evaluation