



Módulos de formação
para apoio às Artes Performativas

OUTUBRO – DEZEMBRO 2018

fundação
GDA

Enquadramento

Após as quatro edições do Curso de Gestão e Produção de Artes Performativas promovidas pela Fundação GDA, que decorreram em 2016 e 2017 em Lisboa e no Porto, e após uma análise dos resultados obtidos e dos inquéritos de satisfação realizados, a Fundação GDA entende ser necessário desenvolver uma oferta formativa complementar que, dirigindo-se a artistas intérpretes, os habilite para uma atitude pragmática e proativa quanto aos desafios que se colocam às Artes Performativas.

No contexto atual das Artes Performativas, de atomização das estruturas de criação e produção e da crescente oferta formativa neste campo, entende a Fundação GDA ser de oferecer um conjunto de módulos de formação temáticos que, mais do que ambicionar o desenvolvimento de uma “teoria geral” da gestão e produção cultural, direcionar-se a aspetos específicos e concretos da atividade nesta área. Assim, serão desenvolvido um conjunto de módulos de curta duração, que se dirigem maioritariamente a elementos práticos e acionáveis da atividade de gestão e produção das artes performativas, para estruturas e indivíduos.

OBJETIVOS GERAIS

- Capacitar os artistas intérpretes e as suas estruturas para uma maior eficiência no desenvolvimento do seu trabalho.
- Incentivar a criação e desenvolvimento de projetos culturais de iniciativa própria.
- Propiciar o conhecimento dos fundamentos económicos e políticos do setor das Artes Performativas.
- Estimular a motivação dos participantes para o seu desenvolvimento pessoal e profissional.

MÓDULOS

- Aspetos de Gestão de estruturas culturais
- *Fundraising* para projetos culturais
- Internacionalização de projetos teatrais
- Marketing e Comunicação para as Artes
- Princípios de Economia da Cultura
- Marketing Digital na Área da Cultura
- Agenciamento musical
- *Crowdfunding* e Patrocínio de Projetos Culturais
- Segurança Social: o novo regime dos trabalhadores independentes
- Introdução à Produção Musical

PREÇÁRIO

Preço normal

€ 20 por módulo

Preço para Artistas Cooperadores da GDA e para associados do Eixo do Jazz e da Porta Jazz

€ 10 por módulo

ações em Lisboa

Aspetos de Gestão de Estruturas Culturais

Formadora **Andreia Carneiro**

Datas e horário

1, 8 e 15 de outubro – das 18h às 22h

12 horas

Local **Fundação GDA**

Avenida Defensores de Chaves, n.º 46 A/B

Limite de participantes **20**

ENQUADRAMENTO

No módulo de “Gestão de estruturas culturais” é essencial criar uma aproximação dos artistas aos vários formatos de estruturas que existem, as suas vantagens e desvantagens, as suas necessidades fiscais e legais, os procedimentos que envolvem. Explicando os requisitos que cada uma tem de ter para se enquadrar nos diversos tipos de programas nacionais e internacionais.

É também importante referenciar a gestão interna que cada estrutura tem, como é que estrategicamente isso influencia o seu trabalho no sector e como o sector influencia diretamente a organização interna da estrutura.

Na verdade, a ideia é desmistificar o conceito de estrutura cultural como algo pesado e burocrático, e encarar como uma plataforma de desenvolvimento do trabalho artístico de forma sustentada, estratégica e sedimentada.

PROGRAMA

1. Constituição de entidades culturais
2. Finanças e orçamentação
3. Equipas e colaboradores
4. Obrigações legais e fiscais

ANDREIA CARNEIRO



Nascida em Lisboa, em 1983, na margem Sul do Tejo, migra até à Amadora em 2003 onde termina a licenciatura em 2007 na Escola Superior de Teatro e Cinema no curso de Teatro – ramo de Produção

Repete este percurso desde 2015 como Assistente Convidada lecionando Práticas de Produção e Análise e Desenvolvimento de Públicos, tanto na Licenciatura como no Mestrado na área do Teatro - ramo de Produção.

Atualmente leciona também na Escola Superior de Dança, a unidade curricular de Produção Estratégica.

Assume, desde Setembro de 2017, a Direção de Produção do Teatro Praga - Associação Cultural.

É cofundadora da P.OR.K, estrutura de criação, produção e difusão em artes performativas onde assume a Direção de Produção.

Estreia-se na produção e difusão em Dança Contemporânea pela mão da coreógrafa Clara Andermatt na ACCCA – Companhia Clara Andermatt em 2009.

Desde então, juntou as experiências de produção noutras estruturas tais como a Bomba Suicida e Materiais Diversos e com vários coreógrafos, destacando-se Amélia Bentes, Filipa Francisco, Lander Patrick, Luis Guerra, Marcelo Evelin, Sofia Dias, Tânia Carvalho, Teresa Silva, Tiago Guedes, Vitor Roriz e Marlene Monteiro Freitas.

Em 2010, integra a equipa de Arte e Espetáculos/Animação de Espaço Público e Exposições, na Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República.

Na área do teatro, trabalhou em produção com Mafalda Gouveia e encenadores como Cristina Carvalhal, Cucha Carvalheiro, Bruno Bravo, Gonçalo Amorim.

Visitou, ainda, o mundo da televisão com curtas experiências como na Endemol.

Fundraising para Projetos Culturais

Formador **Rui Matoso**

Datas e horário

17, 24 e 31 de outubro – das 18h às 22h

12 horas

Local **Biblioteca Palácio Galveias**

Campo Pequeno, Lisboa

Limite de participantes **20**

ENQUADRAMENTO

O financiamento de projetos artísticos, criativos ou culturais é uma das componentes essenciais a uma boa execução dos mesmos. Sem uma efetiva existência de recursos financeiros torna-se impossível fazer cumprir adequadamente as atividades programadas.

Um dos princípios fundamentais da captação de recursos é a sua diversidade de fontes, de entre das quais salientamos as receitas próprias, os financiamentos públicos diretos (apoios e subvenções) e indiretos (mecenato) ou o financiamento privado.

Como todos sabemos o financiamento público é insuficiente para a realização dos diversos projetos dinamizados em múltiplas escalas: internacional, nacional ou local. Assim, este módulo de *fundraising* visa desenhar formas estratégicas de financiamento complementares e diversas. Propomos uma abordagem pragmática à angariação de financiamento privado através de duas ferramentas de comunicação distintas: o Patrocínio e o Mecenato. Bem como de uma outra possibilidade mais recente: o *Crowdfunding*.

De facto, só é possível concretizar uma proposta de patrocínio/mecenato se previamente existir a capacidade de analisar as necessidades e objetivos de marketing cultural das empresas e das marcas. Para tal é preciso abandonar as conceções caritativas com que se encara o patrocínio/mecenato, e compreender que as empresas não têm a obrigação de “dar dinheiro”, mas podem, e devem, ser parceiras no desenvolvimento sustentado de projetos artísticos, criativos e culturais, evidenciando a sua responsabilidade social e contribuindo para a concretização de projetos que por sua vez sejam também eles úteis aos objetivos empresariais e à sociedade em geral.

PROGRAMA

1. Introdução: semelhanças e diferenças entre patrocínio, mecenato e *crowdfunding*
2. Adequação positiva entre projetos culturais e áreas de negócio: Ativos e Contrapartidas
3. Preparação de propostas de *Fundraising*
4. Aspetos legais e fiscais
5. Contratualização de apoios

RUI MATOSO



Rui Matoso é investigador em Ciências da Comunicação e da Cultura, no laboratório CICANT da Universidade Lusófona. Membro da European Communication Research and Education Association. Professor na Escola Superior de Teatro e Cinema, onde leciona no mestrado e na licenciatura de Teatro / ramo produção. Professor na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (Lisboa), no Mestrado em Gestão e Programação Cultural e na Licenciatura em Ciências da Comunicação e da Cultura/Ramo de Gestão das Artes.

É Mestre em Práticas Culturais para Municípios – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa (2008), tendo anteriormente realizado uma Pós-Graduação em Gestão Cultural na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (2006). É consultor e formador certificado pelo Instituto de Emprego e Formação Profissional (CAP) e pelo Centro Científico-Pedagógico da Formação Continua.

Em colaboração com



Internacionalização de Projetos Teatrais

Formadora **Magda Bizarro**

Datas e horário

5 e 6 de novembro – das 18h às 22h

8 horas

Local **Culturgest**

Rua Arco do Cego, 50, piso 1

Limite de participantes **20**

ENQUADRAMENTO

Esta formação tem como objetivo fornecer ferramentas práticas com vista à digressão internacional de espetáculos. Começaremos por discutir quais os princípios essenciais para se iniciarem contactos e como estabelecer um diálogo com um parceiro internacional. Falaremos sobre várias organizações, sobretudo europeias, que promovem o *networking* e *showcasing*: *On The Move*, IETM, ONDA. Iremos discutir o modo de apresentação de um projeto a um parceiro internacional. No final da formação, teremos ainda hipótese de abordar todos os aspetos essenciais a ter em conta numa saída internacional: orçamentação, contratos, logística.

PROGRAMA

1. Desenvolvimento de contactos internacionais
2. Redes internacionais de artes performativas
3. Apresentação e negociação de projetos
4. Aspetos principais de uma saída internacional

MAGDA BIZARRO



Graduada em Química pela Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, Magda Bizarro trabalhou no campo da investigação antes de iniciar o seu percurso nas artes. Após ter colaborado como produtora executiva com algumas companhias durante os anos 1990, Magda Bizarro criou em 2003 a companhia Mundo Perfeito em parceria com Tiago Rodrigues.

Atualmente, assume o cargo de assessoria artística no Teatro Nacional D. Maria II. Na companhia Mundo Perfeito, esteve envolvida diretamente como criativa nos mais de 30 espetáculos, que foram apresentados em países como Portugal, Alemanha, Bélgica, Brasil, Estados Unidos da América, França, Holanda, Irlanda, Itália, Líbano, Noruega, Roménia, Singapura, Eslovénia, Espanha, Suécia, Suíça, Turquia e Reino Unido. Além do desenvolvimento de ideias originais para algumas das criações do Mundo Perfeito, contribuiu para a conceção do cenário, figurinos, apoio dramaturgico, fotografia de cena e comunicação dos mesmos. Também, colaborou como produtora com outros artistas, como o cineasta Tiago Guedes e o coreógrafo Rui Horta.

Em colaboração com



Culturgest
Fundação
Caixa Geral
de Depósitos

Marketing e Comunicação para as Artes

Formadora **Catarina Medina**

Datas e horário

12, 19, 26 e 27 de novembro – das 18h às 22h
16 horas

Local **Culturgest**

Rua Arco do Cego, 50, piso 1

Limite de participantes **20**

ENQUADRAMENTO

Este módulo pretende levar a cabo uma análise de conceitos, estratégias e técnicas de comunicação cultural, permitindo aos artistas a identificação de oportunidades para a comunicação dos seus projetos artísticos e culturais.

Serão analisados um conjunto de casos de estudo do sector cultural, nomeadamente na área das artes performativas, contribuindo assim para a assimilação de um conjunto de boas práticas por parte dos formandos.

PROGRAMA

1. Marketing e comunicação
2. Plano de marketing
3. Públicos
4. Marca, identidade e design
5. Plano de meios e distribuição
6. Criatividade
7. Marketing digital
8. Assessoria de imprensa
9. Parcerias media e apoios à divulgação

CATARINA MEDINA



Nasceu em 1982. É licenciada em Ciências da Comunicação, variante de Jornalismo. Iniciou o seu percurso como jornalista freelancer no jornal Público.

De 2006 a 2008 foi responsável pela comunicação do Alcantara Festival. Entre janeiro de 2009 a abril de 2018 foi diretora de Comunicação do Maria Matos Teatro Municipal. Desde maio de 2018 é coordenadora de Comunicação na Culturgest – Fundação Caixa Geral de Depósitos. Leciona regularmente várias edições de cursos de Comunicação Cultural e Marketing Digital em várias organizações, como Forum Dança, Acesso Cultura, DGArtes.

Em colaboração com



Princípios de Economia da Cultura

Formador **Rui Catarino**

Datas e horário

10 e 11 de dezembro – das 18h às 22h

8 horas

Local **Culturgest**

Rua Arco do Cego, 50, piso 1

Limite de participantes **20**

ENQUADRAMENTO

Este módulo pretende introduzir os formandos às problemáticas essenciais da Economia da Cultura, disciplina que aplica a análise da ciência económica às manifestações culturais, no setor público, no privado e no terceiro setor. Abordar-se-ão as inter-relações entre as formas de comportamento humano e os relevantes contextos da criação e difusão cultural, refletindo sobre os fundamentos económicos estruturantes da atividade cultural. Abordar-se-ão ainda os contextos das políticas culturais em Portugal e na Europa. Pretende-se que, com este módulo, os formandos conheçam melhor as condições económicas do desenvolvimento da atividade artística e a influência que as políticas culturais têm na estruturação do sistema cultural português.

PROGRAMA

1. Fundamentos da Economia Cultural
2. O valor da Cultura
3. Economia das Artes Performativas
4. Economia Política da Arte e da Cultura
5. Políticas Culturais

RUI CATARINO



Licenciado em Economia pelo Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa (2000), pós-graduado em Gestão Cultural nas Cidades pela INDEG Business School/ISCTE (2004) e Fellow do DeVos Institute of Arts Management at the Kennedy Center, em Washington D.C., EUA (2008 – 2009).

Exerce desde 2016 as funções de vogal do conselho de administração do Teatro Nacional D. Maria II, E. P. E..

Gestor cultural com 18 anos de experiência em organizações culturais como o São Luiz Teatro Municipal (gestor, 2005 -2010), o OPART — Organismo de Produção Artística, E. P. E. (vogal do conselho de administração, 2010 – 2011), a Fundação de Serralves (assessor da Direção-Geral, 2011) e Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura (membro da equipa de Direção Executiva, 2011 – 2012).

Integrou, como assessor, o Gabinete da Vereadora da Cultura da Câmara Municipal de Lisboa (2004 – 2005) e o Gabinete do Secretário de Estado da Cultura do XIX Governo Constitucional (2013 – 2015).

É, desde 2005, quadro da EGEAC — Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, E. M., e, desde 2007, Assistente Convidado da Escola Superior de Teatro e Cinema, onde leciona Gestão Cultural.

Em colaboração com



Culturgest
Fundação
Caixa Geral
de Depósitos

Marketing Digital na Área da Cultura

Formador **Raquel Lains, Cristina Maria Andrade**

Datas e horário

17, 18 e 19 de dezembro – das 18h às 22h

12 horas

Local **Biblioteca Palácio Galveias**

Campo Pequeno, Lisboa

Limite de participantes **20**

Requisitos

Computador, tablet ou smartphone próprio

ENQUADRAMENTO

A formação de Marketing Digital na Área da Cultura foi estruturada com o objetivo de oferecer conhecimentos atualizados e competências práticas para uma comunicação nas diferentes plataformas digitais disponíveis nos dias de hoje, permitindo obter relatórios detalhados com indicadores como o tráfego, conversão e vendas. O que são estes indicadores e como os podemos rentabilizar? O que é a lógica dos keywords ou dos cliques? Esta formação pretende descomplicar e explorar estes conceitos. Para esse objetivo, o conteúdo da formação foi definido com uma abrangência que se foca nas várias áreas consideradas essenciais e determinantes na comunicação digital na área da cultura, de forma a fornecer as ferramentas necessárias para a divulgação online de um produto cultural.

PROGRAMA

1. Práticas, princípios e teorias no marketing da era digital
2. Público: *Fan, Friends, Followers*
3. *Website*
4. E-mail Marketing e Proteção de Dados
5. Redes Sociais
6. YouTube
7. *Messaging Apps*
8. Anúncios
9. *Streaming, DVA, Blockchain, VR e AR*
10. Novos negócios culturais digitais
11. Passo a passo de uma campanha de lançamento de um produto cultural na *web*

RAQUEL LAINS

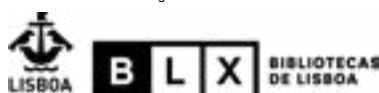


Raquel Lains, 40 anos, é fundadora da Let's Start a Fire que, desde 2004, se dedica à promoção de música em Portugal. É formada em Comunicação Cultural pela Universidade Católica Portuguesa e tem um curso de Produção e Marketing Discográfico pela ETIC.

Na Let's Start a Fire, desde a primeira hora, a seleção dos artistas e dos trabalhos que promove obedece sobretudo a um princípio: identificar-se com o som. Pelo seu portfólio de promoção e divulgação mediática já passaram nomes nacionais como Mão Morta, Pop Dell'Arte, The Legendary Tiggerman, Capitão Fausto, Dead Combo, You Can't Win, Charlie Brown, noiserv, Micro Audio Waves, Rodrigo Amado, Surma, etc. e internacionais como The XX, Sofa Surfers, Lloyd Cole, Patrick Watson, Lisa Ekdahl, Yann Tiersen e Young Gods.

Apaixonada pela música desde sempre, de 2002 a 2004, colaborou com a distribuidora Sabotage e com a editora e promotora de espetáculos Zounds (do mesmo grupo), fazendo de tudo um pouco: desde assistente de produção de concertos, a assessora de imprensa, passando pela redação de conteúdos para o site, gestão das vendas online e em loja e gestão do relacionamento com as editoras nacionais e internacionais. A essa experiência numa pequena estrutura, em 2004 seguiu-se uma passagem por uma grande multinacional – a Universal – onde trabalhou como promotora de rádio durante dois anos e teve oportunidade e perceber melhor como funciona a famosa “indústria da música”. Daí saiu com a convicção de que o seu caminho passava por uma direção musical independente: a sua.

Em colaboração com



CRISTINA MARIA ANDRADE



Licenciada em Gestão de Empresas pelo Instituto Novas Profissões, sempre viveu para a música e para o Empreendedorismo Cultural. As formações integradas para esse fim, foram, em guitarra na Escola de Jazz Hot Clube Portugal, em voz no Conservatório, em DL (Desenvolvimento e Liderança) e Practitioner na INEXH (Brasil e Portugal), em Marketing Digital na Fomentar Sonhos pelo conceituado Marketeer Digital português, Frederico Carvalho (Certificação DGERT), em técnica GIM Musicoterapia (Bonny de Imagens Guiadas e Música) pela formadora especialista internacional Evangelia Papanikolaou.

Na área do Empreendedorismo, foi responsável pela criação dos seguintes projetos:

- A primeira editora online, Qmusika.com, “O Sítio da Música Lusíada” com o maior espólio de música CPLP (2004/2012);
- O Movimento Music À Lady que existe desde abril de 2005, tendo como missão o agrupamento regional de mulheres instrumentistas já no ativo, a formação em estágio das que ainda não estão no ativo e a integração na indústria musical. Conta com mais de 1000 espetáculos e mais de 60 mulheres instrumentistas profissionalizadas.
- “A Bússola Das Emoções”, projeto cultural e social onde as Artes Performativas e as Técnicas de Desenvolvimento Pessoal e Liderança, Musicoterapia, Biodança, Técnicas de Representação Aplicadas às Emoções, Terapia PNL (Programação Neurolinguística), se juntam, no sentido de se criarem soluções e se disponibilizarem ferramentas para quem procura respostas para lidar melhor com os desafios do dia-a-dia. (Em itinerância desde novembro de 2016, tem-se apresentado em formato de peça de Artes Performativas precedida de workshops práticos nas temáticas elencadas. Tem passado por associações dentro de bairros problemáticos, prisões, residências artísticas e espaços culturais). Em 2019 nascerá a Associação Cultural e Social ABDE e a Plataforma Digital Integrada ABDE.

ações a norte

Agenciamento musical

Formador **Olga Neves Carneiro**

Datas e horário

6 de novembro – 18h às 22h

4 horas

Local **Sala Porta Jazz**

Rua de João das Regras, n.º 305, Porto

Limite de participantes **25**

ENQUADRAMENTO

A importância de construir uma equipa de pessoas dedicadas e organizadas em torno de um artista, ou qualquer projeto, é evidente. Há um limite para o que se pode fazer sozinho e não existem dúvidas que uma equipa pode ajudar a que um artista seja bem-sucedido.

Atualmente, todos os grandes artistas têm um gerente (manager), agentes de *booking*, uma editora ou relações públicas. Acreditamos que um bom agente pode reunir todas estas funções, seja sozinho ou com a sua própria equipa.

Os músicos de hoje têm as ferramentas necessárias para dar início a uma carreira, no entanto, assim que esta começa a ser preenchida, criar uma equipa de trabalho, na hora certa, pode impulsionar o sucesso para outros níveis e evitar que se desperdice um talento.

O objetivo deste seminário é explicar que profissionais ou funções devem existir na equipa: o que são, para que servem e quais as vantagens de trabalhar com eles.

Por outro lado, há muito poucos agentes no mercado dedicados ao jazz. Captar outros profissionais da cultura que possam interessar-se por esta atividade é também um objetivo deste módulo de formação.

PROGRAMA

1. O Agente, o Gestor (manager), o *Booker* e o promotor
2. O papel do Agente e/ou gestor – Funções, deveres e obrigações
3. Erros que um agente deve ajudar a evitar
4. O Papel do músico na relação - Funções, deveres e obrigações
5. A criação de uma equipa de trabalho
6. Regras base a estabelecer
7. Como trabalhar sem agente

OLGA NEVES CARNEIRO



Nascida em julho de 1958, no Porto, Olga Neves Carneiro trabalhou durante 18 anos no Jornal Público antes de, há 20 anos, se tornar agente de Maria João e Mário Laginha e constituir a ONC – Produções Culturais.

Desde então, representa Mário Laginha, Pedro Burmester, Carlos Bica, a OJM – Orquestra de Jazz de Matosinhos e João Paulo Esteves da Silva, entre outros.

Em coprodução com



Crowdfunding e Patrocínio de Projetos Culturais

Formador **Suzana Fernandes da Costa**

Datas e horário

2 e 4 de outubro – das 18h às 22h

8 horas

Local **Sala Porta Jazz**

Rua de João das Regras, n.º 305, Porto

Limite de participantes **40**

ENQUADRAMENTO

O *crowdfunding* ou financiamento colaborativo, regulado em Portugal pela Lei n.º 102/2015, de 24 de agosto, é uma modalidade de financiamento ainda pouco explorada pelos agentes culturais, mas apresenta a potencialidade de ver viabilizados projetos que de outra forma não conseguiriam obter receita para a sua execução.

Com a utilização de plataformas digitais permite-se que o projeto a financiar chegue a um número muito amplo de investidores, dos pequenos aos grandes, que com o seu contributo financeiro podem ajudar a financiar uma associação cultural ou um artista singular. Os promotores podem testar o gosto do público antes de lançar um determinado produto ou obra, mas assumem também responsabilidades pela execução do projeto caso o financiamento seja viabilizado.

O *crowdfunding* muitas vezes reconduz-se a outras figuras já utilizadas pelos agentes culturais (como a venda e pré-venda de bens ou a prestação de serviços), mas apresenta especificidades que tentaremos desmistificar. Veremos, também, como usar complementarmente meios de financiamento como o patrocínio e o mecenato, tentando explicar de forma simples as suas particularidades jurídicas e fiscais.

PROGRAMA

1. O financiamento de entidades culturais
2. *Crowdfunding*:
3. Noção e enquadramento legal;
4. Modalidades;
5. Especificidades do regime português,
6. Como preparar uma ação de *crowdfunding*.
7. Patrocínio – aspetos jurídicos e fiscais
8. Diferenças entre patrocínio e mecenato.

SUZANA FERNANDES DA COSTA



Suzana Fernandes da Costa é advogada especialista em direito fiscal e docente do ensino superior. É também formadora, desde 1998, em áreas como o direito fiscal e o direito da segurança social e integra a lista de árbitros em matéria tributária.

É doutorada em Direito Financeiro e Tributário pela Universidade de Santiago de Compostela.

Atualmente leciona na Escola Superior de Gestão do IPCA e é sócia da SFC ADVOGADOS. Está ligada a várias entidades na área cultural como O Eixo do Jazz, a Velha-a-Branca – Estaleiro Cultural e a Escola de Jazz de Braga.

Em coprodução com



Segurança Social: o novo regime dos trabalhadores independentes

Formador **Suzana Fernandes da Costa**

Datas e horário

13 de novembro – das 15h às 19h

4 horas

Local **Sala Porta Jazz**

Rua de João das Regras, n.º 305, Porto

Limite de participantes **40**

ENQUADRAMENTO

O regime de segurança social dos trabalhadores independentes sofreu importantes alterações com a Lei n.º 2/2018, alterações essas que entram em vigor em 01/01/2019.

Entre outros aspetos, foram alteradas datas relevantes para efeitos de cálculo da base contributiva, as obrigações declarativas e o regime das entidades contratantes.

Para além destas alterações, o DL n.º 53/2018 veio alterar as regras de proteção social dos trabalhadores independentes, aumentando, por exemplo, a proteção na parentalidade.

Tendo em conta que são muitos os artistas que exercem a sua atividade como prestadores de serviços, pretende-se com esta formação expor os principais aspetos da nova regulação legal dos trabalhadores independentes em matéria de segurança social.

PROGRAMA

1. O novo regime dos trabalhadores independentes
2. As obrigações dos trabalhadores independentes
3. As obrigações das entidades contratantes
4. A proteção social dos trabalhadores independentes
5. Os meios de defesa em matéria de Segurança Social

SUZANA FERNANDES DA COSTA



Suzana Fernandes da Costa é advogada especialista em direito fiscal e docente do ensino superior. É também formadora, desde 1998, em áreas como o direito fiscal e o direito da segurança social e integra a lista de árbitros em matéria tributária.

É doutorada em Direito Financeiro e Tributário pela Universidade de Santiago de Compostela.

Atualmente leciona na Escola Superior de Gestão do IPCA e é sócia da SFC ADVOGADOS. Está ligada a várias entidades na área cultural como O Eixo do Jazz, a Velha-a-Branca – Estaleiro Cultural e a Escola de Jazz de Braga.

Em coprodução com



Introdução à Produção Musical

Formador **João de Guimarães**

Datas e horário

9, 10 e 11 de outubro – das 19h às 23h
12 horas

Local **Rua Dr. Agostinho Fernandes, n.º 113, n.º 305,**
Joane, Vila Nova de Famalicão

Limite de participantes **15**

ENQUADRAMENTO

A perceção e compreensão do som por parte dos músicos é fundamental para a sua vida e para a sua profissão, pois todos os dias surgem situações que requerem algum conhecimento e desenvoltura para serem levadas da melhor forma.

Sabemos que existem conceitos intemporais e outros que surgem com as eras e evolução das tecnologias.

Tendo em conta que este conhecimento melhora o dia a dia dos músicos, o objetivo deste módulo de formação é proporcionar-lhes a oportunidade de obterem contacto com este conhecimento essencial.

PROGRAMA

1. O que é o som?
2. O ouvido Humano
3. Microfones
4. Captação de um sinal sonoro
5. Áudio analógico e áudio digital
6. Mesas de som
7. Tratamento do som
8. Acústica

JOÃO DE GUIMARÃES



Nasceu a 19 de maio de 1982. Estudou formação musical, piano, guitarra clássica, canto e percussão no Conservatório de Música de Guimarães e posteriormente na Academia de Música Valentim Moreira de Sá. Estudou guitarra na Escola de Jazz do Porto. Fez a licenciatura de Música Eletrónica e Produção Musical na Escola Superior de Artes Aplicadas em Castelo Branco.

Atualmente frequenta o mestrado de Música Interativa e Design de Som na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. Leciona, desde 2010, no Instituto Superior de Ciências Educativas, nos cursos de Educação Musical e de Animação Sociocultural. Leciona, também, música em infantários.

Compõe música/sonoplastia para peças de artes performativas, teatro, dança e instalações interativas.

É diretor do projeto Outra Voz - projeto vocal e performativo, de carácter comunitário, criado no âmbito da Guimarães 2012 – Capital Europeia da Cultura.

Trabalha como produtor musical em estúdio e como técnico de som ao vivo.

Em coprodução com



Calendário

outubro

SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
1 GESTÃO DE ESTRUTURAS Andreia Carneiro	2 CROWFUNDING E PATROCÍNIO... Suzana F. Costa	3	4 CROWFUNDING E PATROCÍNIO... Suzana F. Costa	5	6	7
8 GESTÃO DE ESTRUTURAS Andreia Carneiro	9 INTRODUÇÃO À PRODUÇÃO MUSICAL João de Guimarães		10	11	12	13
15 GESTÃO DE ESTRUTURAS Andreia Carneiro	16	17 FUNDRAISING Rui Matoso	18	19	20	21
22	23	24 FUNDRAISING Rui Matoso	25	26	27	28
29	30	31 FUNDRAISING Rui Matoso				

novembro

SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
			1	2	3	4
5 INTERNACIONALIZAÇÃO Magda Bizarro	6 AGENCIAMENTO MUSICAL Olga N. Carneiro	7	8	9	10	11
12 MARKETING E COMUNICAÇÃO Catarina Medina	13 SEGURANÇA SOCIAL... Suzana F. Costa	14	15	16	17	18
19 MARKETING E COMUNICAÇÃO Catarina Medina	20	21	22	23	24	25
26 MARKETING E COMUNICAÇÃO Catarina Medina	27	28	29	30		

dezembro

SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10 ECONOMIA DA CULTURA Rui Catarino	11	12	13	14	15	16
17 MARKETING DIGITAL NA ÁREA DA CULTURA Raquel Lains, Christina Maria Andrade	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

LEGENDA

■ AÇÕES EM LISBOA

□ AÇÕES A NORTE



www.fundacaogda.pt