

Al via l'Accademia degli Audiovisivi



Giovedì 28 gennaio la conferenza stampa

Roma, 28 gennaio. L'industria musicale è cambiata e il cambiamento si riflette nel modo in cui le aziende operano nel mercato. L'innovazione è entrata nel dna delle multinazionali, all'inizio per necessità, oggi come anima stessa delle aziende. A fronte di tali cambiamenti, non esiste però una formazione capace di coniugare in termini professionali conoscenza dei nuovi media, consapevolezza degli strumenti tecnici con l'integrazione di ambiti operativi.

Nasce con questo obiettivo la prima **Music Industry Academy (M.I.A.)** on line, realizzata dall'Istituto centrale per i beni sonori e audiovisivi del Mibact e dall'Università Telematica Pegaso. L'Accademia vuole formare i professionisti del mondo radiotelevisivo, editoriale e discografico in tre settori chiave: copyright, music business e human resources management system. Alla preparazione di eccellenza, erogata in modalità telematica, sarà abbinato un

concreto approccio di lavoro sul campo, attraverso stage con noti professionisti del mondo radio-televisivo, editoriale e discografico. Non a caso, la M.I.A. si ispira alle buone pratiche e alle esperienze di importanti attività di istituti internazionali, come la SAE, School of Audio Engineering Institute, un college con sedi in tutto il mondo.

I dettagli dei corsi proposti dall'Accademia e dei docenti illustri saranno resi noti nel corso di **una conferenza stampa in programma giovedì 28 gennaio alle ore 11,30 a Roma**, Palazzo Bonadies Lancellotti, via Di San Pantaleo 66. Parteciperanno: **Danilo Iervolino**, presidente dell'Università Telematica Pegaso; **Massimo Pistacchi**, direttore dell'Istituto centrale degli audiovisivi; **Alessandro Bianchi**, rettore dell'Università Telematica Pegaso; **Dario Salvatori**, direttore dell'Accademia. Sarà presente **Pippo Baudo**. Previsto un intervento video di **Renzo Arbore**. **Roma, 28 gennaio.** L'industria musicale è cambiata e il cambiamento si riflette nel modo in cui le aziende operano nel mercato. L'innovazione è entrata nel dna delle multinazionali, all'inizio per necessità, oggi come anima stessa delle aziende. A fronte di tali cambiamenti, non esiste però una formazione capace di coniugare in termini professionali conoscenza dei nuovi media, consapevolezza degli strumenti tecnici con l'integrazione di ambiti operativi.