

EDUARDO GARCÍA MATILLA

Lugar y fecha de nacimiento

Madrid, junio 1948

Estudios, títulos y honores

Licenciado por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Convalidación Rama de Imagen.

1968-1971 Titulado por la Escuela Oficial de Radio y TV. Especialidad en Programación (Primera Promoción)

Diplomado en Estudios Especiales de Radio y TV por la EORTV

Actividades profesionales

PUESTOS ACADÉMICOS

1972-1982 Profesor de la Facultad de CCII de la UCM
Director de cursos y masters, así como profesor, en diferentes universidades y escuelas de negocios.
Ha participado en más de 1000 seminarios, cursos y conferencias sobre el sector audiovisual, la publicidad y las tecnologías de la información.

PUESTOS DE DIRECCIÓN EJECUTIVA

1992-2011 Presidente y Consejero Delegado de Corporación Multimedia, empresa dedicada al asesoramiento y a la investigación en temas relacionados con los medios de comunicación, la publicidad y las telecomunicaciones.
Corporación Multimedia fue una compañía pionera en estudios sobre las audiencias de TV, la programación de cadenas y canales públicos y privados y en el desarrollo de herramientas para la medición del consumo de los medios y la aplicación de la interactividad a la TV y a los nuevos soportes.
En Corporación Multimedia se realizaron igualmente numerosos trabajos sobre el impacto de la digitalización en los medios tradicionales y en las empresas de telecomunicaciones.

1971-1992 Perteneció a las plantillas de TVE, RNE y del Ente Público RTVE. En ese periodo desempeñó, entre otras, tareas de redactor, guionista y programador en TVE.

1984-1986 Director Adjunto de Radiocadena Española

1982-1984 Director de Programas de Radiocadena Española

1981-1982 Director de Radio 3 de RNE

ALGUNAS PUBLICACIONES DESTACADAS

Autor de libros, artículos y ponencias sobre la prospectiva de la industria de la comunicación y la aplicación de las diferentes normativas al sector audiovisual. También ha realizado una intensa labor divulgativa, formando a profesores y alumnos en el análisis crítico de los medios y de la publicidad.