



“Existe un nuevo ecosistema mediático donde el consumidor asume cada vez más un rol productivo”

“En un momento donde las audiencias están muy fragmentadas y cuesta recuperar la inversión, las empresas están prácticamente obligadas a desplegar estrategias transmedia”

“La marca es una narrativa que se construye en las redes sociales, en las conversaciones que ahí se llevan a cabo”

Carlos Scolari ●

Docente Experto en Comunicación Digital Interactiva

Carlos A. Scolari lleva más de 20 años investigando las nuevas formas de comunicación nacidas con la web, desde la generación de contenidos por parte de los usuarios hasta la irrupción de los medios móviles y las narrativas transmedia. Es profesor de la Universidad Pompeu Fabra.

Es uno de los más importantes investigadores de la comunicación digital interactiva en la actualidad, reconocido por sus **destacadas contribuciones científicas** en áreas tan novedosas como la semiótica de las interfaces, la ecología y evolución de los medios o las narrativas y estrategias transmedia. Estos conceptos se abren paso con rapidez en los departamentos de Marketing y Comunicación de las empresas y agencias más punteras del país para ayudarles a entender el **comportamiento del consumidor, el papel de las marcas y las nuevas posibilidades y dinámicas del contexto digital**.

Licenciado en Comunicación Social por la Universidad de Rosario (Argentina) y doctorado en Lingüística Aplicada y Lenguajes de la Comunicación por la Università Cattolica di Milano (Italia), Carlos cuenta con una larga trayectoria docente en universidades e instituciones en más de veinte países europeos y americanos. En la actualidad es **profesor titular en la Facultad de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra** y también está especializado en alfabetismo transmedia (transmedia literacy), coordinando dos proyectos -uno español y otro internacional- sobre este tema.

Durante diez años, Scolari ha trabajado como diseñador multimedia e Interaction Designer en la agencia italiana Ars Media (Turín). **Escribe dos blogs: Hipermediaciones.com y Modernclicks.net**, y es autor de cerca de una veintena de libros, entre los que se encuentran *Ecología de los medios* (Gedisa, 2015), *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan* (Deusto, 2013), *Crossmedia Innovation* (con Indrek Ibrus, 2012), *El fin de los medios masivos* (con Mario Carlón, 2009), *Hipermediaciones* (2008) y *Hacer clic* (2004).

En sus intervenciones, Carlos ofrece una visión práctica y utilísima a las empresas para que afronten los cambios y pasen de ser empresas “monomedia” a tener una mirada “transmedia” que les ayude a conectar mejor con sus clientes y que **les permita sacar el máximo provecho a las numerosas posibilidades del entorno, formatos y plataformas digitales**. Sus intervenciones abarcan desde conferencias hasta experiencias internas de formación (talleres de producción o seminarios).