


[PORTADA](#)
[INFORMACIÓN GENERAL](#)
[CONSEJO EDITORIAL](#)
[ENVÍO DE ORIGINALES](#)
[NÚMEROS ANTERIORES](#)
[INDEXACIÓN BASES DE DATOS](#)
[CREATIVE COMMONS](#)
[BÚSQUEDAS](#)
[CONTACTO](#)

Google DENTRO DE C&S

OK


[Reseña /](#)

Enrique GUERRERO

El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado

CIEC-Deusto, Barcelona, 2010, 398, pp.

A pesar de su gran importancia en la programación televisiva, los programas de entretenimiento han recibido escasa atención por parte de los estudiosos del medio. Tal como afirma Enrique Guerrero en esta obra, tanto la ficción como los informativos heredaron el prestigio del cine, el teatro o la radio, mientras que el entretenimiento no ha despertado tradicionalmente demasiado interés en los ámbitos culturales y académicos. Incluyendo en la categoría de entretenimiento todos aquellos programas que no encajan en los otros macrogéneros (ficción, información y deporte), estamos ante un gran cajón de sastre en el que tienen cabida contenidos tan diversos y frecuentes como los concursos, divulgativos, docuseries, programas de humor, infantiles, magazines, realities o talk shows; géneros cuyo estudio resulta fundamental para entender la televisión. En este terreno escasamente cultivado, resulta gratificante encontrar un trabajo como éste, que realiza una aportación muy significativa al conocimiento del entretenimiento televisivo en España, partiendo de un extenso estudio sobre la producción y el mercado de este tipo de programas. Enrique Guerrero ha investigado a fondo este asunto, analizando más de un centenar de fuentes bibliográficas y hemerográficas, además de otros tantos documentos originales de producción y anuarios empresariales. También ha llevado a cabo decenas de entrevistas con profesionales de las más importantes empresas del sector audiovisual español, en su mayoría productores ejecutivos. Sobre la base de esta extensa investigación, el libro comienza con un repaso a la historia de la producción de programas de entretenimiento en España, desde las primeras emisiones, en la década de los cincuenta, hasta 2005. A lo largo de esta primera parte, el autor va desvelando, en un acertado tono divulgativo, el notable papel que ha jugado el entretenimiento en la historia de la televisión española, gracias a títulos como Escala en H-Fi, Un dos tres: responda otra vez o La ruleta de la fortuna -por citar sólo algunos-, que figuran, sin duda, en la memoria colectiva de todo el país. El estudio pone de manifiesto cómo, a lo largo de este medio siglo de historia, la televisión española va consolidando modos de producción cada vez más profesionalizados y eficaces, en un proceso paralelo al del incremento de los presupuestos y al desarrollo tecnológico. En la década de los cincuenta los programas se emitían en directo, con escasa preparación y bajos presupuestos. En los sesenta la incorporación de los primeros magnetoscopios permitió grabar los programas y posteriormente editarlos. Los setenta propiciaron el primer desarrollo de la producción independiente, que tendrá una importancia decisiva a partir de entonces. Los ochenta trajeron la postproducción digital, con la consiguiente mejora de la calidad técnica y mayores posibilidades creativas. Finalmente, la década de los noventa significó la consolidación de los estándares de producción y el boom de los formatos; mientras que la del 2000 asistió al auge de los realities y los contenidos multimedia. La segunda parte del libro realiza un certero y completo análisis de la situación actual de las productoras y cadenas de televisión españolas, centrado en su oferta de entretenimiento. El papel jugado por estas empresas en el mercado televisivo ha experimentado un proceso de cambio, similar al de otros países, en un esfuerzo de adaptación a una situación de creciente competencia y fragmentación de las audiencias. En las páginas de esta segunda parte se ofrece gran cantidad de datos, muchos de ellos plasmados en útiles tablas y gráficos -más de 200, a lo largo del libro-, que constituyen una valiosa herramienta para dibujar un perfil certero del sector de la producción de programas de entretenimiento, en cuanto a contenidos y características de las productoras. Tal como pone de manifiesto este trabajo, el entretenimiento se ha convertido en el contenido más importante para las productoras españolas, ya que supone el 85.5% del tiempo total de producción independiente. En la tercera parte de este libro, Enrique Guerrero presenta una radiografía del mercado español de entretenimiento, que permite entender mejor las relaciones entre los protagonistas presentados anteriormente. Estamos ante un mercado que se caracteriza por la poca estabilidad de las relaciones entre cadenas y productoras, lo que ha impedido la consolidación de estrategias estables de producción y programación. Se trata de un mercado concentrado -formado por alrededor de un centenar de productoras-, y dominado por un pequeño grupo de empresas, que son las que producen la mayor parte de los programas. En definitiva, El entretenimiento en la televisión española analiza con solvencia la evolución histórica y situación actual de la producción de entretenimiento en España, ofreciendo un análisis riguroso y certero, a partir de una amplia investigación. Sus páginas serán, sin duda, una valiosa fuente para académicos y profesionales de la televisión.

Bienvenido LEÓN

bleon@unav.es
[arriba](#)