

image not found or type unknown



El entretenimiento en la televisión española

Enrique Guerrero

Fecha de publicación:
06/05/2010

Historia, industria y mercado

Sello Editorial:
Deusto

En este libro se aborda la producción de programas de entretenimiento en la televisión española desde una triple perspectiva: en primer lugar, Enrique Guerrero realiza un repaso histórico de más de medio siglo a través de los títulos más populares; a continuación, analiza la industria televisiva centrándose en las principales cadenas y productoras; y, por último, ofrece una aproximación al mercado de los contenidos audiovisuales desde enfoques tan variados como la producción, la programación y los índices de audiencia.

Contacto de prensa

Nombre: Alba Ríos

Así, en *El entretenimiento en la televisión española*, el autor ofrece un completo estudio sobre el pasado y el presente de contenidos como el concurso o el *reality show*, sin olvidar dirigir la mirada hacia el prometedor futuro que le depara a la industria del entretenimiento multimedia.

Teléfono: 93 492 86 58

Email:
arioss@planeta.es

Nombre: María José Bertrán

Teléfono: 93 492 82 03

Email:
mjbertran@planeta.es

image not found or type unknown



Enrique Guerrero

Enrique Guerrero se especializó en 2007 en *Entertainment and Media Management* por la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA) y, en 2009, obtuvo el grado de doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Navarra, donde es profesor de las asignaturas Gestión de contenidos y Producción y guión de entretenimiento.

Previamente, había desarrollado su actividad profesional en Tele 5, cadena para la que trabajó en el área de producción de varios programas, tras un periodo de prácticas profesionales en otros medios como Onda Cero y Antena 3.

Además de su labor docente, realiza tareas de investigación y consultoría en el área del entretenimiento audiovisual. Entre sus publicaciones, destaca como coeditor de *Los desafíos de la televisión pública en Europa* (Eunsa, 2007) y de *Los jóvenes y el nuevo escenario de la comunicación* (Eunsa, 2008), y como autor del artículo "En busca del elixir de la alquimia televisiva: el contenido transversal y las alianzas estratégicas como claves del negocio" en *La televisión en España: informe 2008* (Deusto, 2008).