

# IES

Instituto de Estudios Superiores

Diseño Gráfico y Visual

Segundo Año

## TRABAJO PRÁCTICO

“Análisis cualitativo de los sistemas de comunicación”

Materia: Planificación y Medios

Profesor: Leschenne, Jorgelina

Alumno: Arosio Borrego, Jeremías

Fecha: 06/09/2023

## **TELEVISIÓN**

El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas. La televisión enlaza diversos anuncios que la población utiliza para mantenerse informada de todo el acontecer. Esta también se utiliza para dar a conocer algún producto o servicio.

### **TIPOS DE TELEVISIÓN**

- Difusión analógica
- Televisión digital
- Televisión terrestre
- Televisión Digital Terrestre
- Televisión por cable
- Televisión por satélite
- Televisión IP (IPTV)
- La televisión de 3D

### **FORMAS PUBLICITARIAS EN TELEVISIÓN**

- **SPOTS:** formato estándar de publicidad en tv. Podemos definirlo como una película de corta duración, que por lo general tiene una duración de 20 a 30 segundos.

- **PROGRAMAS PATROCINADOS:** no dejan de ser una visión estándar de una parrilla de un canal de tv, en la cual un anunciante va a tener un rol especial, principal y diferenciador, patrocinando dicho espacio.

- **EL PUBLIREPORTAJE:** son películas de corta duración, entre 1 y 3 minutos, en los que se describen, en un estilo informativo y cultural, diversos aspectos relacionados con una empresa o con algún producto.

- **PUBLICIDAD ESTÁTICA:** se produce cuando se retransmite por tv un acontecimiento, normalmente un evento deportivo, en cuyas instalaciones se exponen publicidad.

- **PRODUCT PLACEMENT:** consiste en enseñar intencionadamente un producto o una marca en algún programa o serie de tv, se trata de una publicidad indirecta, o por lo menos ese es el objetivo que se persigue con esta. Hay 3 tipos:

- Pasivo: aquel en el que únicamente se muestra el producto o la marca.
- Activo: aquel en el que además de enseñar el producto, el actor o presentador hace uso de él.

- **Guionado:** aquel en el que se visualiza el producto, se hace uso de él y además el actor o presentador hace alusión verbal del producto.

- **LAS SOBREIMPRESIONES:** son textos que aparecen sobre las propias imágenes de tv, normalmente en la parte inferior de la pantalla, y que son muy usuales en las retransmisiones deportivas.

- **EL BARTERING:** se lo puede definir como sistema de intercambio en el que un medio cede una parte de su espacio publicitario a un anunciante como consecuencia de que este le entregue la pieza/productos.

- **TELEPROMOCIONES:** son cortinillas que aparecen antes y después de cada programa vendiendo algún producto o dando una determinada información; en algunos casos también suelen patrocinar los programas que le siguen o le preceden.

- **PRESENTACIONES INTERNAS:** consiste en combinar la mención de la marca , dentro del programa o serie de tv, por parte del presentador, con una visualización del producto, que puede ser directa o mediante un spot.

## **CARACTERÍSTICAS PUBLICITARIAS DE LA TELEVISIÓN**

- **La naturaleza audiovisual:** se consigue una alta eficacia en la emisión de un mensaje para los anunciantes.

- **Selectividad geográfica:** con la aparición de cadenas locales se consigue llegar a un público más segmentado.

- **Gran penetración:** ningún medio de comunicación alcanza niveles de audiencia similares a los de la televisión.

- **Fugacidad de los mensajes:** la mayor dificultad que encontramos en la comunicación de un mensaje en televisión es la brevedad de su exposición.

- **Coste absoluto elevado vs coste por contacto bajo:** un anuncio en televisión tiene un coste elevado, pero si lo dividimos entre la audiencia, el coste por impacto resultará bajo.

- **Saturación publicitaria:** cada día es más frecuente encontrar mayor grado de publicidad en televisión.

## **MEDIOS PARA LUCHAR CONTRA LA SATURACIÓN PUBLICITARIA**

- **Bloque clásico:** consiste en emitir una serie de anuncios o spots de TV en los cortes publicitarios de los programas, series o películas.
- **Bloque autopublicitario:** consiste en dividir el espacio publicitario en anuncios de la propia cadena y spots de TV.
- **Spots - avance de programación - Spots:** consiste en intercalar un avance de la programación de la cadena en medio de una parrilla de spots.
- **Bloque de noticias:** consiste en intercalar un bloque de noticias o conexión con los servicios informativos en medio o durante la parrilla de spots.
- **Contraprogramación:** su objetivo es “luchar” con la competencia, con el resto de medios de comunicación y atraer hacia sí la audiencia que hay en ese momento, haciendo coincidir los bloques publicitarios con los del programa rival, evitando así que el telespectador se vaya a la otra cadena.