

# **TRABAJOS Estructura TV (2013)**

Estudios de Caso

Investigación empírica aplicada

# Estudios de caso (I)

- -Elegir una temática de la vida real en la TV
- -Documentar esa actividad con bibliografía o artículos o recursos de Internet(contexto) (ver Bibliografía de la materia y Webs).

# Estudios de Caso (II)

- -Describir el contexto:Marco de competencia
- -Analizar actividad-Producto Audiovisual
- Modelizar el proceso: Relaciones con otras actividades o fases-centros de poder, dependencias
- Abstracción: Representación gráfica: Figuras.
  
- -Inducción: Conclusiones sobre el funcionamiento de la TV.

# Ejemplo: Programación y Producción (I)

- Análisis de un Programa TV de éxito o fracaso:
- -Biblia del formato : características formales, escenarios, personajes, situaciones, papel del público...
- Lanzamiento (autopromoción)-Horario-Público buscado
- Competidores (programas alternativos en esa franja horaria): resultados
- Supermontaje: Ubicación en la programación de la cadena, frecuencia, vinculación a otros programas.
- Resultados de audiencias:
- Éxito o Fracaso: razones
- Conclusión: valor para la Economía general de la TV.

## Otros Ejemplos (II)

- \*Programación, promoción, emisión de una TV local o regional
- Producción y programación de un programa
- \*Estrategia de la web de una cadena de TV: Imagen corporativa, Público objetivo, oferta de programas por tiempos, herramientas interactivas.

# Estudio de caso:

- Confrontación entre Hispania y Felipe y Leticia (10-11-2010)
- Campaña “ANTENA 3 PONE” ( 29 diciembre – 2010)
- Telecinco responde: “Pone lo que pone”



# Contrapromoción:TV5

- Telecinco: *“Aunque a algunos no les guste, el dato pone lo que pone, y lo que pone es que tú nos eliges en diversión. En 2011 deja atrás la tristeza y diviértete con nuestra mejor programación”*,
- En pantalla se comparan gráficos de audiencias), exagerando visualmente las escalas diferenciales de los resultados (logos)
- Emisión:206 veces (23,2 % en ptime)

## Contrapromoción (2)

- Propuesta: Realizar un análisis de la campaña de A3 TV y la contracampaña de TV5, especialmente de la tergiversación del lema central (o Chaim):
- Ver: [http://www.antena3.com/videos-online/pone/antena-pone\\_2010122900033.html](http://www.antena3.com/videos-online/pone/antena-pone_2010122900033.html)
- Ver: <http://www.youtube.com/watch?v=49pWj-CQ50U>