

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y HOTELERÍA
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



— Universidad —
Inca Garcilaso de la Vega
Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas

**CALIDAD AUDIOVISUAL DEL INFOMERCIAL DE JAAMSA EMITIDO EN
ENERO DEL AÑO 2013**

MODALIDAD: TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PRESENTADO:

BACHILLER ARMANDO OSCAR NUE ISRAEL

**PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA-PERÚ

2018

RESUMEN

En esta investigación, se hace un análisis desde una perspectiva audiovisual, de la calidad de un infomercial de impresoras para la empresa Jaamsa lanzado en el año 2013.

Los objetivos de esta investigación se centran en una variable principal y dos subvariables; el primer objetivo es evaluar cómo es la calidad del infomercial de Jaamsa, teniendo en cuenta diferentes variables que influyen en la misma. Otro objetivo de esta investigación, consiste en identificar cómo fue la dirección en los infomerciales de Jaamsa. El tercer objetivo consiste en determinar cómo fue desarrollado el manejo de cámara en el infomercial de Jaamsa.

Se utilizó como técnica de recopilación de datos a la encuesta, teniendo como instrumento el cuestionario, el cual contaba con nueve preguntas; dicha encuesta ha sido realizada a una muestra no probabilística, por conveniencia, de cien personas; estas personas contaban con conocimiento de producción audiovisual y que han visto el infomercial de Jaamsa.

Tras esta investigación se pudieron sacar cinco conclusiones, la primera es que la calidad del infomercial de Jaamsa es deficiente debido al poco profesionalismo durante el desarrollo del proceso de producción; la segunda es que la labor de dirección del infomercial fue insuficiente porque, no fue ejecutada por personas especializadas en la material; la tercera es, que el manejo de cámara fue malo porque los camarógrafos tenían poca o nula experiencia respecto a cómo manipular la cámara; la cuarta es, que no existió una correcta distribución de presupuesto para la producción del infomercial; y finalmente la quinta, es que el infomercial desacredita a la empresa y los productos que intenta vender.

En esta investigación se manejarán cinco palabras o conceptos clave que servirán para que se haga más fácil la búsqueda de la misma.

Las palabras clave son: Desarrollo del proceso de producción audiovisual, Dirección general, Dirección de fotografía, Dirección de sonido, manejo de cámara.