RESUMEN DE LA PROPUESTA

**Sección: Monográfico. Artículos de investigación** Elija un elemento.

**Nombre y apellido del autor/es: Samia Benaissa Pedriza**

**Título: Los efectos en la comprensión y retención del mensaje informativo por la audiencia de televisión.**

**Resumen** (máx. 200 palabras)

La capacidad de los espectadores de televisión para comprender y retener información audiovisual es limitada. La saturación informativa en la que se cae constantemente en los informativos de televisión generalista en España no resulta eficaz para mejorar la recepción del mensaje en este medio de comunicación social. Una encuesta practicada entre sesenta voluntarios demostró que, a corto plazo, la audiencia solo es capaz de recordar el 35% de las noticias de un informativo de televisión. No obstante, sí es posible mejorar el procesamiento de información por la audiencia de televisión. Los resultados demuestran que el modo de relacionar los códigos audiovisuales en las piezas informativas influye de forma determinante en el recuerdo y en la comprensión de datos. Un alto grado de coordinación entre el audio y el vídeo favorece el recuerdo y la comprensión del mensaje, aunque estos empeoran en presencia de imágenes impactantes y cuando se produce una saturación de códigos audiovisuales. Por otro lado, informaciones con grados más bajos de correspondencia entre códigos audiovisuales obtienen tasas más altas de recuerdo y comprensión cuando se introducen otros factores que no implican distraer la atención del espectador en un grado tan elevado como ocurre con las denominadas “imágenes llamativas”.

**Abstract** (máx. 200 palabras)

Visual and verbal audience capacity to learn and recall information is limited. Furthermore, the great amount of information included in Spanish broadcast news does not help to improve the reception of messages on Tv. A sixty participant survey revealed that the audience is not able to recall a great number of news shortly after watching a news broadcast. The audience performance was unquestionably weak: only around 35% of the news released was finally recalled. Nevertheless, there are still some options left to improve the way television viewers process information. Results show that comprehension and recall are definitely influenced by text-picture correspondence in broadcast news. Strong audio-visual coordination enhances information gain. Nevertheless, understanding and recall worsen when an over exposure of pictures, sounds and commentaries occur or when negative emotional visuals appear in news with a high degree of audiovisual redundancy. On the other hand, news with lower text-picture correspondence reach higher levels of recall and comprehension when arousing visuals are used.

**Palabras clave** (entre 6 y 8)

Códigos audiovisuales, relaciones entre códigos audiovisuales, audio visual *redundancy*, competencia mediática, audiencia de televisión, recuerdo y comprensión de información audiovisual

**Key words** (entre 6 y 8)

Verbal and visual codes, text-picture correspondence, audio visual redundancy,socialmedia proficiency*,* television audience, broadcast news comprehension, broadcast news recall

**Filiación completa del autor/es**

**Samia Benaissa Pedriza. Doctora en Periodismo**

Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Av. Complutense s/n, 28040 Madrid (España) samiabenaissa@hotmail.com

**Responsable de correspondencia**

**Samia Benaissa Pedriza. Doctora en Periodismo**

Carretera de Canillas 101. Madrid 28043. [samiabenaissa@hotmail.com](mailto:samiabenaissa@hotmail.com). Tel. 91 381 14 20. Móvil: 665 32 98 78