



"Agenda setting" y crisis económica: influencia de la prensa en el comportamiento de consumo y ahorro [

Ediciones Complutense,
2012-06-04

[info:eu-repo/semantics/article](https://repositorio.baratz.net/semantics/article)

[info:eu-repo/semantics/publishedVersion](https://repositorio.baratz.net/semantics/publishedVersion)

Analítica

El análisis de la influencia de los media sobre la sociedad ha suscitado desde hace años un importante interés por parte de los investigadores. Este trabajo se centra en analizar el posible efecto que sobre el comportamiento de los ciudadanos pueden ejercer los medios de comunicación. en concreto, se trata de observar desde la perspectiva del establecimiento de la agenda (Agenda setting) como los diarios de referencia en España a través de sus contenidos y atención al reciente proceso de crisis económica han condicionado el comportamiento de consumo y ahorro de los hogares, en la medida en que la inclusión de noticias sobre la misma va asociada a una mayor incertidumbre en las perspectivas de futuro y, por tanto, genera un incremento en las tasas de ahorro a costa de un menor consumo presente

El análisis de la influencia de los media sobre la sociedad ha suscitado desde hace años un importante interés por parte de los investigadores. Este trabajo se centra en analizar el posible efecto que sobre el comportamiento de los ciudadanos pueden ejercer los medios de comunicación. en concreto, se trata de observar desde la perspectiva del establecimiento de la agenda (Agenda setting) como los diarios de referencia en España a través de sus contenidos y atención al reciente proceso de crisis económica han condicionado el comportamiento de consumo y ahorro de los hogares, en la medida en que la inclusión de noticias sobre la misma va asociada a una mayor incertidumbre en las perspectivas de futuro y, por tanto, genera un incremento en las tasas de ahorro a costa de un menor consumo presente

<https://repositorio.baratz.net/semantics/article>

Título: "Agenda setting" y crisis económica: influencia de la prensa en el comportamiento de consumo y ahorro [electronic resource]

Editorial: Ediciones Complutense 2012-06-04

Tipo Audiovisual: Agenda setting; Media; savings; Consumption Periodismo; social Media; twitter; Participación; Interactividad agenda setting; medios de comunicación; ahorro; consumo

Variantes del título: "Agenda Setting" and economic Crisis: Influence of the Press in the Consumption and saving Behavior

Documento fuente: Estudios sobre el Mensaje Periodístico; Vol. 18 Núm. 1 (2012): Fuentes, movimientos y redes sociales; 147-156

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Estudios sobre el Mensaje Periodístico; Vol. 18 Núm. 1 (2012): Fuentes, movimientos y redes sociales; 147-156 1988-2696 1134-1629

Otras relaciones: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/39362/37908>

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es