

MEDIA ATTENTION AND INNOVATION**Devora Esther Peña Martel**

Personal investigador en formación.

Dirección: Edificio de Economía, Empresa y Turismo. Modulo D. Campus Universitario de Tafira, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. CP 35017, Las Palmas, España.

Nieves Lidia Díaz Díaz

Profesora Titular de Universidad.

Dirección: Edificio de Economía, Empresa y Turismo. Modulo D. Campus Universitario de Tafira, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. CP 35017, Las Palmas, España.

Domingo Javier Santana Martín

Profesor Titular de Universidad.

Dirección: Edificio de Economía, Empresa y Turismo. Modulo D. Campus Universitario de Tafira, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. CP 35017, Las Palmas, España.

Área temática: Valoración y Finanzas.

Keywords: *media attention, innovation, R&D investment, extra-legal institutions.*

MEDIA ATTENTION AND INNOVATION

ABSTRACT

Research exploring how extra-legal institutional aspects might impact corporate investment policy in innovation is currently still in its early stages. Thus, this study extends prior literature by investigating the relationship between media visibility and corporate innovation. Our results indicate that media attention has a positive effect on the level of corporate innovation. The result to emerge is consistent with the arguments that state that the media curb the opportunistic practices of directors and dominant owners, reduce information asymmetry, and thereby foster the use of external funding, as well as increase the pressure on firms to meet stakeholders' demands for innovation.