

# Política tributaria y prensa digital: la cobertura mediática de los hechos tributarios en el País Vasco

*Zerga-politika eta prentsa digitala: zerga gaiet buruzko estaldura mediatikoa Euskadin*

Tax Policy and Digital Press:  
Media Coverage of Tax-Related Events in the Basque Country

Jon Garro\*, María Goenaga Ruiz de Zuazu, Sergio del Rey Ruiz  
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (EHU)  
Universidad Complutense de Madrid (UCM)  
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (EHU)

**RESUMEN:** El artículo aborda el papel que desempeñan los medios digitales generalistas de ámbito regional en el tratamiento de los hechos tributarios en el País Vasco. Para ello, se desarrolla un análisis cuantitativo de la cobertura mediática de los hechos tributarios en la prensa digital vasca, poniendo atención a los tres grupos editoriales de mayor difusión. Los resultados muestran que la prensa no otorga una relevancia particular a la temática tributaria, salvo en situaciones de controversia. Además, la configuración del trato mediático se ve más condicionada por el contexto político o económico que por el partido gobernante en cada diputación foral.

**PALABRAS CLAVE:** prensa digital; análisis de contenido; política tributaria; Concierto Económico; País Vasco.

**LABURPENA:** Artikuluak Euskal Autonomia Erkidegoko zerga-egitateen tratamenduan eskualde mailako hedabide digital orokorrek betetzen duten zeregina jorratzen du. Horretarako, zerga gaiet euskal prentsa digitalean duten estaldura mediatikoaren azterketa kuantitatiboa egiten da, hedapen handieneko hiru argitalpen-taldeei arreta jarri. Emaitzek erakusten dute prentsak ez diola garrantzi berezirik ematen zergen gaiari, eztabaida-egoeretan izan ezik. Gainera, tratu mediatikoaren konfigurazioa gehiago baldintzatzen du testuinguru politikoak edo ekonomikoak foru aldundi bakoitzean agintean dagoen alderdiak baino.

**GAKO-HITZAK:** prentsa digitala; edukiaren analisisa; zerga-politika; Ekonomia Ituna; Euskadi.

**ABSTRACT:** *The article addresses the role played by generalist regional digital media in the coverage of tax-related events in the Basque Country. To this end, a quantitative analysis is carried out on media coverage of tax-related events in the Basque digital press, with particular attention to the three largest publishing groups. The results show that the press does not grant special relevance to tax matters, except in situations of controversy. Furthermore, the configuration of media treatment is shaped more by the political or economic context than by the ruling party in each provincial council.*

**KEYWORDS:** *digital press; content analysis; tax policy; Basque Economic Agreement; Basque Country.*

\* **Correspondencia a / Corresponding author:** Jon Garro. Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea — [jon.garro@ehu.eus](mailto:jon.garro@ehu.eus) — <https://orcid.org/0009-0004-9039-9111>

**Cómo citar / How to cite:** Garro, Jon; Goenaga Ruiz de Zuazu, María; Del Rey Ruiz, Sergio (2026). «Política tributaria y prensa digital: la cobertura mediática de los hechos tributarios en el País Vasco»; *Zer*, 60, 240-254. (<https://doi.org/10.1387/zer.27951>).

Recibido: 15 de octubre, 2025; aceptado: 12 de febrero, 2026.

ISSN 1137-1102 - eISSN 1989-631X / © UPV/EHU Press



Esta obra está bajo una Licencia  
Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

## Introducción

Los medios de comunicación juegan necesariamente un importante papel en el proceso de socialización, a través de la activación y distribución de marcos compartidos, particularmente en áreas de política pública con las que la mayoría de los ciudadanos no están tan familiarizados o comprometidos. Es el caso de los impuestos donde, a pesar de la experiencia directa de la ciudadanía en el pago del IVA, estudios recientes (Goenaga, 2020: 31) muestran cómo en España cabría considerarlos un tema alejado (*unobstrusive*) sobre el que los medios generan mayores efectos sobre la opinión pública.

Siendo el País Vasco un territorio foral donde la fiscalidad cobra un sentido simbólico por el mantenimiento de una amplia autonomía tributaria sostenida por el sistema de Concierto Económico, aún pareciera que los medios regionales pudieran tener un mayor peso en la transmisión de una conciencia fiscal colectiva, dando al tema un espacio importante dentro de su agenda mediática. De hecho, la lucha contra el fraude fiscal y los esfuerzos interinstitucionales por reforzar estrategias preventivas son objetivos claros de las diputaciones forales y el Gobierno Vasco. Así lo pone de manifiesto por ejemplo su Programa de educación cívico-tributaria<sup>1</sup> promovido en el curso 2017-18, y prorrogado al menos hasta finales de 2025, cuyo principal objetivo es concienciar sobre el valor social de contribuir al sostenimiento de los servicios públicos.

Si bien encontramos que existe una amplia literatura acerca de la relación en España entre el periodismo y la economía en general (Arrese, 2018; Arrese & Vara, 2015; Ríos-Rodríguez, 2022), no es así para el caso de la relación entre periodismo y fiscalidad como tema específico (Goenaga, 2025: 3). Y menos aún en el ámbito subnacional. Sin embargo, la literatura demuestra (McCombs & Shaw, 1972; Soroka, 2003; Williams & Schoonvelde, 2008) cómo es necesaria una cobertura mediática de cualquier política pública para aumentar tanto la prominencia como el conocimiento de la misma entre el público.

En este sentido, el objetivo general de este trabajo es estudiar la cobertura sobre los hechos tributarios que hace la prensa regional digital de la Comunidad Autónoma del País Vasco (en adelante, CAPV), analizando sus tres principales grupos editoriales. Así, con esta investigación tratamos de cubrir ese vacío de la literatura acerca del papel de los medios generalistas subestatales en su tratamiento sobre las cuestiones tributarias, así como fomentar una discusión sobre la importancia de visibilizar la relevancia de los medios como agentes de socialización fiscal.

En el siguiente epígrafe abordamos el marco teórico relativo a las haciendas forales, así como al papel de los medios de comunicación en el cumplimiento tributario voluntario. A continuación, se detalla el abordaje metodológico del trabajo y para finalizar, se explican sus principales hallazgos y conclusiones de nuestra investigación.

## 1. Marco teórico

### 1.1. LA CONFIGURACIÓN INSTITUCIONAL FISCAL DEL PAÍS VASCO: LAS HACIENDAS FORALES

El Concierto Económico (en adelante, CE) es la norma que regula las relaciones fiscales y financieras entre la CAPV y el Estado, que establece un marco de relación bilateral y paccionado. De acuerdo con esta norma, las haciendas forales de los Territorios Históricos (en adelante, TTHH) de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa que conforman la CAPV, funcionan como haciendas integrales con capacidad para regular y recaudar su propio sistema tributario. Es por ello que el CE representa una excepcionalidad en el contexto europeo, ya que ningún Estado ha renunciado a su propio poder tributario en alguna región de su territorio (Fernández & Lago, 2017: 14).

<sup>1</sup> <https://www.euskadi.eus/principales-tributos/-/informacion/educacion-tributaria/>

El CE está regulado actualmente por la Ley 12/2002, de 23 de mayo, aunque su origen se remonta a 1878, cuando se estableció este sistema tributario como solución transitoria tras la abolición foral de 1876 (Alonso, 2015). El amparo y respeto a los derechos históricos de los territorios forales que la disposición adicional primera de la Constitución de 1978 reconoce y la posterior aprobación del Estatuto de Autonomía del País Vasco en 1979, establecieron el marco para adecuar el CE al actual sistema político.

Las haciendas forales se integran dentro de las Diputaciones Forales de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa, siendo los órganos ejecutivos de cada territorio histórico (en adelante, TH). El Diputado General es elegido por las Juntas Generales, cuerpo legislativo que se constituye mediante elecciones cada cuatro años y que son además competentes para aprobar las normas fiscales que se apliquen en su respectivo TH.

Cabe señalar que el ejercicio de las competencias fiscales recogidas en la normativa del CE está sujeto a limitaciones, ya que el artículo 2 de la propia Ley señala que el sistema tributario que establezca cada TH deben seguir los principios de coordinación, armonización fiscal y colaboración con el Estado, y entre las instituciones de los TTHH (Rubí, 2008). No obstante, la Ley 3/1989, de 30 de mayo, de Armonización, Coordinación y Colaboración Fiscal establece que el principio de armonización no supone la uniformización de toda la normativa tributaria, pues ello supondría una merma excesiva en la autonomía de los TH.

Durante el periodo temporal que abarca nuestro análisis, las diputaciones forales han estado gobernadas por los siguientes partidos o coaliciones:

TABLA 1  
Composición de los gobiernos de las Diputaciones Forales de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa (2007-2025)<sup>2</sup>

Legislatura	Álava	Bizkaia	Gipuzkoa
2007-2011	2007-2009: PNV / EA / Aralar 2009-2010: PNV / EA 2010-2011: PNV	PNV	2007-2009: PNV / EA 2009-2011: PNV / Alkarbide
2011-2015	PP	PNV	Bildu
2015-2019	PNV / PSE-EE	PNV / PSE-EE	PNV / PSE-EE
2019-2023	PNV / PSE-EE	PNV / PSE-EE	PNV / PSE-EE
2023-2027	PNV / PSE-EE	PNV / PSE-EE	PNV / PSE-EE

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, en lo que respecta al posicionamiento ideológico de las cuatro principales formaciones dentro del sistema de partidos vasco, que se articula según las variables izquierda/derecha y centro/periferia, la distribución sería de la siguiente manera (Leonisio & Scantamburlo, 2019):

- Partido Nacionalista Vasco (PNV-EAJ): nacionalista vasco / centro-derecha.
- Partido Socialista de Euskadi-Euskadiko Ezkerra (PSE-EE): no nacionalista vasco / centro-izquierda.
- Bildu (a partir de 2012 EH Bildu): independentista vasco / izquierda.
- Partido Popular (PP): no nacionalista vasco / derecha.

<sup>2</sup> Puesto que nuestros análisis dan comienzo en febrero de 2011, incluimos también la composición de la legislatura que termina en las elecciones de junio de ese año.

## 1.2. CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO VOLUNTARIO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Conseguir altos niveles de cumplimiento tributario voluntario es el objetivo de cualquier administración tributaria avanzada. Destinar mayor cantidad de recursos públicos en servicios de información y asistencia al contribuyente para ahorrar esfuerzos en labores de inspección tributaria es lo que promueven los actuales sistemas de relación cooperativa como el marco de la pendiente resbaladiza («*slippery slope framework*», en adelante, SSF). Este enfoque descansa sobre dos dimensiones clave: el poder y la confianza en las administraciones tributarias (en adelante, AATT) (Kirchler, Hoelzl & Wahl, 2008). El componente de confianza evalúa la calidad de la interacción entre los contribuyentes y las autoridades fiscales; mientras que el componente de poder depende de la percepción social de verse coaccionado o inspeccionado (Allingham & Sandmo, 1972; Srinivasan, 1973).

Pero no sólo las AATT son las responsables de mejorar la comprensión y asunción de las responsabilidades tributarias sino que son otras muchas las instituciones que también participan como agentes en el proceso de «socialización fiscal» (Goenaga, 2020: 11), donde destacan los medios de comunicación. La capacidad de los medios para moldear percepciones y expectativas se asienta en dos pilares fundamentales: la credibilidad y la confianza (Boumans, Müller & Sauner, 2023: 1297). Aunque la confianza en los medios de comunicación es «frágil» (Strömbäck, Tsfati, Boomgaarden, Damstra, Lindgren, Vliegenthart & Lindholm, 2020) y ha sufrido una crisis importante en las últimas décadas (Pérez-Latre, 2022) junto a la de otras instituciones sociales (Edelman, 2023), su utilidad y credibilidad para la comprensión de temas más especializados —como sería la fiscalidad— sigue teniendo vigencia. Para informarse sobre el estado de la economía nacional, dentro de la que se ubican los hechos tributarios, los medios son una fuente de información indispensable para la ciudadanía (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976; Damstra & Boukes, 2021; Hagen, 2005) porque muchas cuestiones económicas no son observables directamente, al menos no a nivel colectivo.

En la misma línea, existe una evidencia consistente acerca de que las evaluaciones subjetivas de la ciudadanía sobre el rendimiento económico influyen en la confianza política (Armingeon & Guthmann, 2014; van der Meer & Dekker, 2011). En este sentido, si trasladamos esta evidencia a la política tributaria, podemos entender que una mejor comprensión de los hechos tributarios podría mejorar la confianza hacia las instituciones políticas responsables de la gestión tributaria y redistribución de la riqueza —siendo ésta una de las dimensiones del SSF—. En este proceso de comprensión, serían los medios de comunicación un actor fundamental de la proyección de una «imagen refractada» (Lippmann 2003: 41) o de «segunda mano» (McCombs 2006: 23–24) de esa política tributaria. De este modo, tratamos de analizar el proceso de mediatización de los hechos noticiosos, surgido del estudio del papel de los medios —en concreto, de la prensa digital— no sólo para transmitir sino también para interpretar e influir en el pensamiento político y social (Mazzoleni & Schulz, 1999; Strömbäck & Esser, 2014).

Pregunta de Investigación (PI1): ¿Hasta qué punto la cobertura mediática de los hechos tributarios depende del partido gobernante en las diputaciones forales?

En concreto, ha sido clave la teoría del establecimiento de la agenda (*agenda-setting*) de McCombs & Shaw (1972) para el análisis de esta mediatización. En su formulación original, el primer nivel de esta teoría describe cómo la mera presencia y prominencia de los temas mediáticos —a través de procesos de *priming*— influye en las prioridades cognitivas de la población. La agenda de los medios es más influyente en la audiencia cuando se trata de temas lejanos o *unobtrusive*, ya que, al no tener esta una experiencia directa con ellos, confía en la información que le dan los medios de comunicación sobre el tema concreto. Contradiendo la lógica del rol de la ciudadanía como contribuyentes, afirma Goenaga (2020: 11) para el caso español que la escasa cultura tributaria transforma a los impuestos como un hecho «alejado» y por tanto, del que se puede desprender un mayor efecto de los medios.

PI2. ¿Encontramos una mayor relevancia hacia unos temas concretos de la política tributaria o se distribuyen de manera equitativa entre las piezas analizadas?

Este enfoque fue ampliado más tarde por McCombs (2006) al segundo nivel, o *framing*, al reconocer que los medios no solo seleccionan asuntos sino que, mediante la construcción de atributos específicos, dan forma al modo en que esos asuntos son entendidos por los receptores (Scheufele & Tewksbury, 2007). Son varios los estudios (Barnes & Hicks, 2018; Löfgren & Nordblom, 2009; Stantcheva, 2020) que han demostrado que el encuadre de la política tributaria determina mayor o menor apoyo a las medidas concretas de que se traten. Además, la literatura demuestra (Hester & Gibson, 2003; Damstra & Boukes, 2018) cómo la cobertura de noticias económicas no siempre refleja con precisión los desarrollos económicos del mundo real, sino que generalmente es más negativa que la realidad observada.

PI3. ¿Encontramos un tono negativo generalizado en las piezas sobre hechos tributarios del País Vasco o varía según otras variables independientes (grupo editorial o año de publicación)?

Al mismo tiempo, la transformación digital ha redefinido cómo se comunican las políticas fiscales. El auge de las redes sociales y las plataformas en línea ha permitido a los gobiernos participar en una comunicación más dinámica e interactiva con la ciudadanía. A diferencia de los modelos de comunicación unidireccionales del pasado, las herramientas digitales permiten intercambios bidireccionales que pueden mejorar la transparencia, la rendición de cuentas y la participación pública (Campos-Domínguez & Díez-Garrido, 2023).

Por último, como señalan Damstra y Knut de Swert (2020: 4-5), hemos de ser conscientes de que encontramos una serie de limitaciones estructurales en la producción de noticias económicas provocadas por la complejización de los mercados financieros que derivan en textos periodísticos acrílicos. En concreto caben destacar tres limitaciones: 1) Esta complejidad provoca que el periodismo especializado recurra a personas expertas en el campo, colocándolos en una posición de dependencia de fuentes externas; 2) El periodismo económico depende del nivel de alfabetización en la materia de quienes consumen sus noticias, por lo que adaptan su contenido en términos de comprensibilidad, agravándose la problemática entre la prensa generalista; 3) Las noticias económicas deben ser accesibles, pero también entretenidas, lo que va en detrimento de análisis más críticos y profundos y se sobredimensionan temas de ámbito personal como los precios de la vivienda, las pensiones o las tasas de interés, pero quizás no los impuestos.

## 2. Metodología

Para indagar en los sentidos patentes y latentes de los textos comunicativos, el análisis de contenido ofrece un camino metodológico. Este se fundamenta en la estructuración sistemática y la asignación de códigos a los datos que emanan de dichos textos (Krippendorff, 1997; Neuendorf, 2002; Wimmer & Dominick, 1996).

Centramos nuestros análisis en la prensa regional, seleccionando un total de seis cabeceras en su versión digital agrupadas en 3 grupos editoriales:

- El Correo* (edición Álava y Bizkaia) y *El Diario Vasco* (Gipuzkoa), como parte del grupo editorial Vocento.
- Deia* (Bizkaia), *Noticias de Gipuzkoa* y *Diario de Noticias de Álava*, como parte del conglomerado editorial Grupo Noticias.
- Gara* hasta 2012, y en adelante bajo su nueva denominación para la versión digital *Nai*, del grupo editorial Euskal Herria Komunikabideak (EHK).

Cuantitativamente hablando podemos afirmar que son los tres grupos editoriales con un mayor número de lectores en el País Vasco, de acuerdo con estudios de consumo de medios recientes (EGM, 2024). Además, desde una perspectiva más cualitativa, observamos cómo cada uno de los tres grupos editoriales analizados mantiene una posición determinada en el espectro ideológico del País Vasco.

El Grupo Vocento responde a una ideología conservadora moderada, y defensora de los intereses del País Vasco dentro de la unidad de España (Cachán, 1995: 71), con una mayor penetración entre el electorado del PP (84%), y PSE-EE (77%), aunque también lidera entre el electorado del PNV (59%) (Gobierno Vasco, 2015: 39). Las dos cabeceras de este grupo se posicionan como los diarios más leídos del País Vasco, por eso, cabe destacar que especialmente en Bizkaia y Gipuzkoa, se da una dicotomía entre electorado y lectorado puesto que, aunque el voto sea mayoritariamente nacionalista vasco, la audiencia se decanta hacia rotativos de tendencia centro-derecha españolista (Noci, 2012: 200). Asimismo, el Grupo Vocento es el principal destinatario del gasto en publicidad institucional del Gobierno Vasco (Gobierno Vasco, 2024). En segundo lugar, el Grupo Noticias y principalmente *Deia*, su cabecera con mayor difusión, se sitúa cercano al nacionalismo vasco moderado; y es entre este electorado (PNV) donde alcanza la mayor tasa audiencia (30%) (Gobierno Vasco, 2015: 39). Y finalmente *Gara/Naiz* podría calificarse como el medio referente de la izquierda abertzale (Noci, 2012; Mínguez, 2020), y la cabecera más leída entre los votantes de EH Bildu (Gobierno Vasco, 2015: 39).

Nuestro período de análisis abarca desde enero del 2011 hasta junio de 2023, delimitando el marco temporal a los meses entre febrero y junio de 4 años concretos: 2011, 2015, 2019, 2023. Estos meses coinciden con dos eventos de especial relevancia política y social que pueden afectar a la cobertura de los hechos tributarios: por un lado, las elecciones a las Juntas Generales de los tres TTHH y por otro, la campaña de la declaración de la renta de las haciendas forales.

Respecto a la selección de las unidades de análisis, trabajamos con una muestra<sup>3</sup> de 469 textos periodísticos (tabla 2) extraídos de la base de datos propiedad del Centro Ituna (EHU)<sup>4</sup>, que recopila desde 2007 todas las noticias digitales detectadas que recojan las siguientes palabras clave (en euskera y castellano) en el titular o cuerpo del texto periodístico: Concierto Económico, Convenio Económico, Hacienda Foral. Como unidad de registro para nuestros análisis contemplamos la pieza periodística en su totalidad.

TABLA 2  
Distribución muestral entre los tres grupos editoriales analizados

	Textos periodísticos	Frecuencia (%)
Grupo Vocento	235	50,1
Grupo Noticias	172	36,7
Gara/Naiz	62	13,2
<b>Total</b>	<b>469</b>	<b>100,0</b>

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las variables de análisis, teniendo en cuenta nuestros objetivos y preguntas de investigación, se han seleccionado las siguientes:

1. Noticiabilidad del tema (AÑO): 2011, 2015, 2019, 2023.
2. Lugar de los hechos noticiosos (ÁMBITO TERRITORIAL), donde analizamos si la pieza relata un hecho noticioso concreto de algún TH determinado o abarca un ámbito mayor.

<sup>3</sup> Desestimamos un total de 515 textos referidos a cuestiones alejadas de nuestro objeto de estudio como: la dimensión política del CE (acuerdos y reformas, conflictos jurídicos, traspaso de competencias, extensión a otros CCAA), la financiación municipal, noticias externas a la CAPV, así como todas las piezas sobre macroeconomía y deuda.

<sup>4</sup> Hasta abril de 2025 la base de datos contaba con 29.435 registros.

3. Ubicación de la pieza informativa (SECCIÓN).
4. Género periodístico (GÉNERO).
5. Firma de la pieza (FIRMA).
6. Tema (TEMA) relativos al ámbito territorial del País Vasco:
  - a) Recaudación.
  - b) Política fiscal: normas, incentivos o propuestas fiscales de las diputaciones forales u otros agentes.
  - c) Fraude fiscal.
  - d) Gestión tributaria: declaración de la renta e implementación de nuevos mecanismos de gestión, recaudación o comunicación con los contribuyentes en el ámbito competencial de la CAPV.
  - e) Armonización o desacuerdos entre instituciones: divergencias entre las instituciones forales, o de estas con la administración autonómica y estatal, en el marco de las atribuciones fiscales de las haciendas forales.
  - f) Otros.
7. Tono (TONO), variable en la que valoramos a través del lenguaje si se opta por un tono positivo, negativo o neutro en relación al hecho noticioso.
8. Actores protagonistas de las piezas (VOZ), evaluando a quién dan una voz preferente en el tratamiento informativo de cada pieza informativa.
9. Tipo de fuentes (FUENTES), dividiéndolas entre fuentes de carácter especializado, político, mixtas u otras.

Con el fin de medir tanto la relevancia (*priming*) como los encuadres (*framing*) de los hechos tributarios del País Vasco, hemos distribuido las anteriores variables en los dos niveles de la teoría de la *agenda setting*<sup>5</sup> tal y como se recoge en la tabla 3:

TABLA 3  
Distribución de las variables de estudio  
en los dos niveles de la teoría de la *agenda-setting*

Nivel <i>agenda-setting</i>	Variables
Relevancia ( <i>priming</i> )	AÑO TEMA SECCIÓN FIRMA ÁMBITO TERRITORIAL
Encuadre ( <i>framing</i> )	GÉNERO TONO VOZ FUENTES SECCIÓN

Fuente: elaboración propia.

<sup>5</sup> Aunque existe un debate académico sobre si el *framing* merece categoría de teoría independiente (Aruguete, 2017; Cacciatore, Scheufele & Iyengar, 2016), en este trabajo proponemos un enfoque integrador: defendemos que el segundo nivel de la *agenda-setting* y la teoría del *framing* convergen en un mismo proceso de construcción de sentido mediático.

### 3. Resultados

#### 3.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y RELEVANCIA MEDIÁTICA

En primer lugar, observamos cómo las cuestiones relativas a las haciendas forales y su gestión van perdiendo relevancia mediática (*priming*) en la prensa vasca desde el inicio de nuestra serie temporal (2011) hasta el final de la misma (2023). Tanto es así que encontramos cómo 8 de cada 10 textos periodísticos de nuestra muestra se ubican en el periodo entre 2011 y 2015, cuando cada diputación foral estaba gobernada por un partido político diferente (ver tabla 1) y en donde cobró especial atención la evolución de la recaudación fiscal en un periodo de crisis económica, la judicialización de dos casos de fraude fiscal de especial envergadura (*caso Ibarra*<sup>6</sup> y *caso hacienda Irún*<sup>7</sup>) y las políticas fiscales implementadas por la Diputación Foral de Gipuzkoa bajo el gobierno de Bildu. En cambio, la cobertura mediática tributaria es residual en los dos últimos años analizados (2019 y 2023) donde, coincidiendo con un periodo de una misma coalición gobernante en las tres diputaciones forales (PNV / PSE-EE) y un descenso del interés de la ciudadanía por la información de tipo económico (Gobierno Vasco, 2025), los hechos tributarios pierden presencia en la agenda mediática vasca. Estos hallazgos están alineados con la literatura (Brosius, Van Elsas & De Vreese, 2019; Damstra & Boukes, 2018; Soroka, 2012) en tanto que se confirma que hay más cobertura de noticias económicas cuando la situación empeora que cuando mejora.

Centrándonos en la relevancia de las cuestiones tributarias según los grupos editoriales, observamos cómo es Vocento (50,1%) quien más relevancia mediática da al tema durante toda la serie temporal analizada, en especial en 2011 (residuos tipificados corregidos, en adelante, RTC +3,3); seguido por el Grupo Noticias (36,7%), que alcanza su pico en 2019 (RTC +2,5); y en un puesto más residual Gara/Naiz con apenas una de cada diez piezas informativas de la muestra (13,2%), concentrando su atención a los hechos tributarios en 2015 (RTC +3,5) año en el que la cobertura de Vocento es significativamente inferior (RTC -4,1) al resto de grupos editoriales.

Tratando de comprender contextualmente esta evolución, incorporamos la variable temática al análisis (chi-cuadrado  $p < 0,001$ ), donde el color del gobierno foral también parece ser determinante ya que nos encontramos dos periodos temáticos diferenciados: aquel comprendido entre 2011-2015 con tres diferentes partidos; frente al periodo 2019-2023 con una misma coalición en las tres diputaciones forales.

Así, en el primer periodo (2011-2015) la prensa digital vasca recogió con fuerza los casos de fraude fiscal así como los desacuerdos de armonización fiscal entre administraciones (RTC de +2,5 y +2,8 respectivamente), escenario que coincide temporalmente con la cobertura de los *caso Ibarra* y *caso hacienda Irún*; y en 2015 específicamente la política fiscal pasó a primer plano (30,1%, RTC +4,7), en un año marcado, por unas elecciones forales donde la política tributaria fue un asunto central de campaña electoral («La política fiscal irrumpe en la campaña, con especial fuerza en Gipuzkoa», 2015). Por otra parte, se produce un cambio de paradigma temático en el segundo periodo a nivel político (2019-2023), inaugurándose una fase donde la gestión tributaria adquiere un protagonismo creciente hasta representar en 2023 el 36,4% de los textos periodísticos (RTC +3,0) y en donde la recaudación mostró un repunte en 2019 (38,1%, RTC +2,4) para pasar a una fase de mayor normalización en 2023 (RTC +0,7).

Si bien no encontramos ninguna diferencia entre temas y grupos editoriales teniendo en cuenta la variable temporal, sí observamos patrones temáticos diferenciados según el conglomerado editorial de que

<sup>6</sup> Proceso judicial contra Juan Ramón Ibarra, subdirector de Inspección de la Hacienda Foral de Bizkaia —territorio históricamente gobernado por el PNV— por otorgar un trato de favor a determinadas personas físicas y empresas eximiéndoles de regularizaciones e inspecciones fiscales.

<sup>7</sup> Entre 1995 y 2004 el director de la oficina de Irún de la Hacienda Foral de Gipuzkoa, cobró pagos en efectivo de contribuyentes morosos que nunca ingresó a las arcas públicas. El caso afloró en 2007 y en 2011 la fase de instrucción entró en el tramo final. Los hechos ocurrieron bajo distintos gobiernos forales presididos por el PNV.

se trate ( $\chi^2 = 24,052$ ;  $gl = 10$ ;  $p = 0,007$ ). Así, destaca especialmente la sobrerrepresentación mediática que hace Gara/Naiz de la política fiscal (RTC +3,2), cuestión que ya hemos anticipado que supuso un punto de fricción entre partidos, ya que en Gipuzkoa Bildu promovió la aprobación del Impuesto sobre la Riqueza y las Grandes Fortunas (IRGF) («El nuevo impuesto sobre la riqueza entrará en vigor en Gipuzkoa en 2013», 2012), medida que contó con la oposición de PP y PNV, que gobernaban en Álava y Bizkaia respectivamente, repercutiendo así en la desarmonización fiscal entre TTHH.

Por tanto, se observa que la prensa vasca no da la misma relevancia a todas las temáticas tributarias sino que encontramos diferencias en esta mediatización. Así, mientras el debate acerca del fraude fiscal y los desacuerdos/armonización entre instituciones cobran fuerza entre 2011 y 2015, momento en que cada diputación foral era gobernada por un partido de diferente color político; en un segundo periodo (2019-2023), donde concurren a la vez una misma coalición de gobierno (PNV/PSE-EE) en las tres diputaciones forales, los temas más «neutros» adquieren mayor presencia mediática, como la gestión tributaria y las cuestiones relativas a la recaudación impositiva.

En relación al ámbito territorial, la cobertura mediática presenta notables desequilibrios geográficos puesto que las piezas informativas tributarias sobre Gipuzkoa (38,2%) lideran la relevancia mediática en nuestra muestra; triplicando a Álava (13%) y ubicándose Bizkaia en un punto intermedio (23%). Una cuarta parte de la misma presenta textos periodísticos de carácter mixto en lo territorial, abordando situaciones compartidas por varios TTHH. De manera más específica, la mayor relevancia territorial asignada a Gipuzkoa podría estar guardando relación con los hechos concretos que «señalaban» mediáticamente a este territorio mencionados previamente: las propuestas fiscales diferenciales de la Diputación Foral de Gipuzkoa bajo el gobierno de izquierdas de Bildu (2011-2015) —frente a las planteadas por sus instituciones homólogas gobernadas por partidos de derechas en el mismo periodo temporal—; así como el fraude fiscal del *caso hacienda de Irún*.

En este sentido, también aquí resulta significativa (chi cuadrado  $p > 0,000$ ) la variable «gobierno foral», en tanto que la atención territorial mixta se enmarca muy especialmente (RTC +4,2) en el periodo de una misma coalición de gobierno en las tres diputaciones forales (2019-2023), donde la prensa atiende circunstancias compartidas por varios TTHH (como podrían ser los resultados de la persecución del fraude fiscal o los relativos a la recaudación impositiva global). Sin embargo, la mayor atención mediática hacia Álava o Bizkaia (RTC +2,7 y 2,3 respectivamente) se circunscribe específicamente en el periodo con diferente color político (2011-2015), donde la prensa parece estar recogiendo el interés de cada gobierno foral por visibilizar su diferente visión y gestión de los tributos.

Por último, también analizamos la relevancia de esta cobertura en función de quién firma el texto y en qué sección está ubicada. Así, observamos cómo algo más de las tres cuartas partes de nuestra muestra tiene firma propia, tendencia que se mantiene estable a lo largo del periodo analizado; aunque sí encontramos disparidades a este respecto en relación al grupo editorial (chi-cuadrado  $p < 0,000$ ), donde es Gara/Naiz quien está por encima de la media (RTC +4,1) frente al Grupo Noticias que es quien hace un uso más intensivo de las agencias de noticias (RTC +7,5), en 4 de cada 10 de sus textos periodísticos. En un tema como la economía —en el cual se insertan las cuestiones tributarias—, y donde el ejercicio de un periodismo especializado cada vez se ve más supeditado a la falta de formación y a las políticas de austeridad del sector, nuestros resultados muestran una alta relevancia de la prensa digital vasca hacia los hechos tributarios, dando valor a la personalización de la firma de sus textos. En este sentido, se aleja en cierta manera —menos el Grupo Noticias— de la tendencia cada vez más generalizada en el periodismo económico actual en el uso de profesionales de relaciones públicas y agencias de noticias (Casey, 2019; Ríos-Rodríguez & Arrese, 2021).

Por lo que respecta a la jerarquización noticiosa del texto, nos basamos en las secciones periodísticas por la dificultad para medir su posicionamiento en portada y/o número de página dentro de las cabeceras digitales. Así, nuestros resultados muestran cómo la prensa digital vasca hace un uso mayoritario (60,4%) de la sección económica para ubicar sus textos noticiosos tributarios durante todo el periodo analizado,

aumentando en 2011 (RTC +3,3) pero cobrando más presencia la sección nacional o política en 2015 (RTC +3,5). Entendiendo que la sección de economía es más especializada y con menor atención/lectura entre el público general (Martínez, Juanatey & Costa, 2012), podemos interpretar que las cabeceras analizadas dan a los hechos tributarios una menor relevancia dentro de su jerarquización periodística frente a otras temáticas, menos en el año 2015 —momento en que la política fiscal cobra especial protagonismo mediático durante la campaña electoral a las Juntas Generales que se celebraron en mayo del mismo año— que sí aúpan estos contenidos a la sección nacional/política.

### 3.2. ENCUADRES NOTICIOSOS TRIBUTARIOS

Si el establecimiento de la agenda nos dice qué temas de política son prioritarios, el encuadre (*framing*) es la decisión sobre qué elementos seleccionar, enfatizar y excluir para construir el discurso. En este sentido, y más allá de las propias rutinas periodísticas, pretendemos aquí evaluar cómo la prensa vasca construye una serie de atributos específicos que dan forma al modo en que los hechos tributarios pueden ser entendidos por la audiencia.

Encontramos una tendencia mayoritaria por el uso del género informativo para la cobertura mediática sobre tributos, siendo residual el género de opinión (6,2%). Así, podemos interpretar que, dada la finalidad del género informativo de transmitir hechos de manera objetiva, clara y verificada que no incluya opiniones personales, encontraremos un tratamiento informativo de los hechos tributarios mayoritariamente más objetivo y menos crítico con la propia gestión tributaria. Este hecho se ve reforzado si examinamos tanto el tono de los textos analizados como el tipo de fuentes utilizadas.

En esta línea, comprobamos cómo los hechos tributarios de nuestra muestra adquieren un tono mayoritariamente neutro (76,1%), lo que parece alejarse del sesgo de negatividad que se ha observado en la cobertura periodística de otras cuestiones económicas (Fisar, Reggiani, Sabatini & Špalek, 2022; Jonkman, Boukes & Vliegthart, 2019; Soroka, Stecula & Wlezién, 2015; Van Dalen, De Vreese & Albæk, 2016). Sin embargo, algo más de dos de cada diez textos periodísticos de nuestra muestra sí que arrojan un tono ambivalente contextualizado en momentos temporales concretos: mientras encontramos una mayor negatividad en el año 2011 (RTC +3,6) —contexto económicamente adverso y donde coinciden dos procesos judiciales por fraude fiscal (los ya mencionados *caso Ibarra* y *caso hacienda Irún*)—, en 2023 encontramos una cobertura mediática de tono más positivo (RTC +4,0). Los encuadres negativos son significativamente más numerosos en Vocento (RTC +4,4) que en el resto de grupos editoriales, conglomerado que cuenta con una línea editorial contraria a los postulados de la coalición PNV/PSE-EE que ha gobernado las tres diputaciones forales desde 2015; mientras que la recaudación es el tema que arroja unos marcos más positivos (RTC +6,7) que el resto, siendo el fraude fiscal y la política fiscal donde encontramos un tono más neutro. Por último, cabe destacar cómo el tono con el que se enmarcan los hechos tributarios no parece estar relacionado con las voces utilizadas pero sí, en cierta medida, con las fuentes. Así, observamos que mientras que los textos periodísticos que se nutren de fuentes políticas encuadran la información de manera más negativa (RTC +3,5), esta negatividad disminuye cuando se hace uso de fuentes especializadas (RTC -3,5).

En general, observamos una infrarrepresentación de voces ajenas al entorno político, siendo residuales las voces alternativas inmersas en la política tributaria, como serían los contribuyentes (7,2%) o el empresariado (3,2%) como sujetos pasivos, y también los protagonistas de causas judiciales tributarias (10,9%) —fiscalía, acusados de fraude fiscal o testigos—. De hecho, observamos cómo el uso de voces relativas a los contribuyentes (RTC +3,0) o los protagonistas de causas judiciales (RTC +5,8) son especialmente numerosos en el año 2011, momento en que el fraude fiscal era el principal tema tributario de la agenda mediática. En cambio, en el resto del periodo analizado son las voces políticas las mayoritarias, destacando la oposición política en 2015 (RTC +6,0), época en que la política fiscal cobraba especial atención en la agenda mediática y coincidiendo también con un gobierno de diferente color político en cada una de las tres diputaciones forales.

Tratando de seguir desentrañando posibles encuadres noticiosos tributarios de la prensa vasca, observamos cómo es el tema de la recaudación el que se enmarca desde un punto de vista más económico, al estar ubicado mayoritariamente (RTC +4,5) en la sección de economía de los diarios; mientras que la política fiscal se encuadra de manera más política, al ubicarse significativamente (RTC +7,0) en la sección política/nacional. La gestión tributaria, por su parte, se posiciona significativamente (RTC +4,5) en la sección local/provincial, donde se esperan unos marcos interpretativos alineados con la realidad regional del fenómeno estudiado, y es la temática de fraude fiscal la que, por su posicionamiento en el periódico, parece mostrar un encuadre más heterogéneo.

Por último, es interesante subrayar cómo la construcción de los relatos tributarios hace una selección de las voces protagonistas en función del subtema impositivo de que se trate. Así, mientras que a las diputaciones forales se les da una voz significativa en la cobertura sobre recaudación y/o gestión tributaria (RTC +3,9 y 2,2 respectivamente), de las que son responsables; pierden importancia en los relatos sobre política fiscal, donde cobran especial protagonismo aquellas voces que proponen alternativas al *statu-quo* como pudieran ser la oposición política (RTC +9,3), el empresariado (RTC +3,4) así como los sindicatos (RTC +4,5). Por lo que respecta al fraude fiscal, sus relatos se nutren casi exclusivamente (RTC +10,6) de las voces de los protagonistas de los casos judiciales relativos al *caso Ibarra* y *hacienda Irún*, lo que refuerza la neutralidad de su cobertura mediática por ofrecer relatos circunscritos al contexto regional de sendas causas judiciales. A los contribuyentes tan sólo se les da una voz especialmente significativa (RTC +6,6) en los relatos relativos a la gestión tributaria, como principales «afectados» de la misma.

#### 4. Conclusiones

Nuestra investigación trata de ser una primera aproximación de análisis de cómo la prensa regional del País Vasco aborda y trata los hechos tributarios, con el fin de evaluar el espacio que tienen en su agenda mediática, pero también en la creación de marcos compartidos.

En primer lugar, para dar respuesta a la pregunta PI1 (¿Hasta qué punto la cobertura mediática de los hechos tributarios depende del partido gobernante en las diputaciones forales?), los resultados evidencian que, de manera general, los hechos tributarios no revisten un tema de interés particular para la prensa regional vasca a no ser que se encuadren dentro de un escenario controvertido, donde el contexto político y económico parece tener mayor trascendencia que el color político de la diputación. Este hallazgo se alinea con otras evidencias previas de lo que se conoce como «periodismo de crisis» (McQuail, 2010), en donde los medios tienden a concentrarse en momentos de crisis institucional o política, relegando la cobertura de temas complejos —como sería la fiscalidad— a períodos de conflicto manifiesto (íbid.: 332). Así lo demuestra el hecho de que casi la totalidad de las piezas periodísticas de nuestra muestra se sitúen en el periodo 2011-2015, momento en que salieron a la luz casos de fraude fiscal de especial envergadura y cuando, a raíz de que cada diputación foral estuviera gobernada por una distinta formación política, acontecieron divergencias en la armonización fiscal.

En línea con el párrafo anterior, hallamos que el contexto político y la configuración gubernamental también podrían dar explicación a otras dos variables de nuestra investigación: la temática y el ámbito territorial. De esta manera, damos respuesta a la PI2 (¿Encontramos una mayor relevancia hacia unos temas concretos de la política tributaria o se distribuyen de manera equitativa entre las piezas analizadas?) al comprobar con nuestros resultados que las temáticas de fraude fiscal y la política fiscal monopolizaron la atención de los medios entre 2011 y 2015, para pasar a un periodo (2019-2023) donde, en un contexto de afinidad política en las tres diputaciones forales, la gestión tributaria y la recaudación ganaron protagonismo creciente. Nuestras evidencias están en línea con los supuestos del marco conceptual de la pendiente resbaladiza (SSF), dado que otros experimentos previos (Cyan, Koumpias & Martínez-Vazquez, 2016; Kasper, Krogler & Kirchler, 2013: 10-12) destacan cómo la cobertura mediática relativa a las capacidades para detectar y castigar delitos fiscales parece tener un fuerte impacto en el nivel de cumplimiento

fiscal. Asimismo, encontramos cómo las piezas informativas sobre Gipuzkoa se encuentran notablemente sobrerrepresentadas por la especial atención mediática que recibió durante el gobierno de Bildu, cuyas políticas fiscales se distanciaron respecto de las de sus instituciones homólogas.

Centrándonos en la dinámica de la relevancia mediática de los hechos tributarios según cada uno de los tres grupos editoriales analizados, observamos que Vocento, el conglomerado mayoritario por número de electores y publicidad institucional recibida, es quien elabora la mitad de las noticias tributarias analizadas en nuestra muestra. Por otro lado, Gara/Naiz destaca por prestar mayor atención a la temática de política fiscal, que podría explicarse por un mayor seguimiento de las políticas fiscales del gobierno de Bildu en Gipuzkoa, partido ideológicamente afín a su línea editorial. Este mismo medio también cuenta con un mayor número de noticias elaboradas por una firma propia, mientras que en el extremo opuesto se encuentra el Grupo Noticias. En todo caso, el conjunto de la prensa regional vasca se aleja de la tendencia cada vez más generalizada del uso de agencias en el periodismo económico, demostrando así una alta relevancia de estas cabeceras regionales hacia los hechos de carácter tributario.

Por otro lado, en lo concerniente al encuadre de las noticias tributarias, nuestros análisis constatan que existe una tendencia predominante a una cobertura objetiva, con un uso mayoritario del género informativo, relegando el género de opinión a un plano secundario. De este modo, y tratando de dar respuesta a la PI3 (¿Encontramos un tono negativo generalizado en las piezas sobre hechos tributarios del País Vasco o varía según otras variables independientes (grupo editorial o año de publicación)?) nuestro análisis evidencia un uso del tono mayoritariamente neutro en las piezas, a pesar de que la línea editorial de dos de los tres grupos analizados —Vocento y Gara/Naiz— se encuentran ideológicamente alejadas de la coalición PNV/PSE que ha gobernado las diputaciones forales durante mayor tiempo en el periodo que abarca nuestro análisis. En cambio, la negatividad de la cobertura aumenta cuando la situación económica es más adversa (crisis económica en 2011) o la situación política es más conflictiva (ruptura de la armonización fiscal en 2015).

Por último, cabe destacar que somos conscientes de la necesidad de seguir ahondando en esta realidad para poder reafirmar nuestras evidencias. En este sentido, proponemos como futuras líneas de investigación ampliar nuestra muestra con cabeceras de ámbito estatal que nos permitan realizar análisis comparativos según el nivel territorial del medio, e incluso añadiendo nuevas variables que puedan dar un valor añadido a nuestros análisis. Consideramos que es necesario seguir visibilizando y poniendo en valor la importancia de los medios de comunicación en el proceso de socialización fiscal, pero también como coadyuvantes de las administraciones públicas —en este caso de las diputaciones forales y el Gobierno Vasco— en la promoción de la conciencia fiscal de su ciudadanía.

## **Distribución de trabajo y orden de autoría**

Jon Garro: co-redacción del marco teórico (parte correspondiente a la configuración institucional fiscal del País Vasco), diseño metodológico, recopilación y análisis de la muestra recogida, co-elaboración de las conclusiones.

María Goenaga Ruíz de Zuazu: co-redacción del marco teórico (parte correspondiente al sistema de medios y el cumplimiento tributario), diseño metodológico, explotación y análisis de datos, co-elaboración de las conclusiones.

Sergio Del Rey: co-redacción del marco teórico (parte correspondiente a la configuración institucional fiscal del País Vasco), recopilación y análisis de la muestra recogida, adecuación del formato del texto.

## Referencias bibliográficas

- Allingham, M. G., y Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1, 323-338.
- Alonso Olea, E. J. (2015). El Concierto Económico. Origen, historia y evolución. 1878-1980. En *El Concierto Económico: ayer, hoy y mañana* (pp. 21-47). Parlamento Vasco: Vitoria.
- Armingeon, K., y Guthmann, K. (2014). Democracy in crisis? The declining support for national democracy in European countries, 2007-2011: Democracy in crisis?. *European Journal of Political Research*, 53(3), 423-442. doi: 10.1111/1475-6765.12046
- Aruguete, N. (2017). Agenda *setting* y *framing*: un debate teórico inconcluso. *Más poder local*, 30, 36-42.
- Asociación para la investigación de medios de comunicación (2024). *Estudio General de Medios (EGM). 3.ª ola 2024*. Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>
- Barnes, L., y Hicks, T. (2018). Making Austerity Popular: The Media and Mass Attitudes toward Fiscal Policy. *American Journal of Political Science*, 62(2), 340-354. doi: 10.1111/ajps.12346
- Boumans, D., Müller, H., y Sauer, S. (2023). How media content influences economic expectations: Evidence from a global expert survey. *Journal of Forecasting*, 42(6), 1295-1308. doi: 10.1002/for.2961
- Brosius, A., van Elsas, E. J., y de Vreese, C. H. (2019). Bad News, Declining Trust? Effects of Exposure to Economic News on Trust in the European Union. *International Journal of Public Opinion Research*, 32(2), 223-241. doi: 10.1093/ijpor/edz025
- Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., y Iyengar, S. (2015). The End of Framing as we Know it ... and the Future of Media Effects. *Mass Communication and Society*, 19(1), 7-23. doi: 10.1080/15205436.2015.1068811
- Campos-Domínguez, E., y Díez-Garrido, M. (2023). Digital transparency and political communication. *Profesional de la información*, 32(1). doi: 10.3145/epi.2023.ene.04
- Casey, C. M. (2019). The Irish Newspapers and the Residential Property Price Boom. *New Political Economy*, 24(1), 144-157. Doi: 10.1080/13563467.2018.1426562
- Cyan, M. Koumpias, A., y Martínez-Vázquez, J. (2016). The Effects of Media Campaigns on Individual Attitudes Towards Tax Compliance; Quasi-Experimental Evidence from Survey Data in Pakistan. *Andrew Young School of Policy Studies Research Paper Series*, 16-17. doi: 10.2139/ssrn.2863251
- Damstra, A., y Boukes, M. (2018). The economy, the news, and the public: A longitudinal study of the impact of economic news on economic evaluations and expectations. *Communication Research*, 48(1), 26-50. doi: 10.1177/0093650217750971
- Damstra, A., y De Swert, K. (2020). The making of economic news: Dutch economic journalists contextualizing their work. *Journalism*, 22(12), 3083-3100. doi: 10.1177/1464884919897161
- El nuevo impuesto sobre la riqueza entrará en vigor en Gipuzkoa en 2013 (2012, 12 de diciembre). *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/elmundo/2012/12/12/paisvasco/1355322081.html>
- Edelman (2023). *Edelman Trust Barometer. Navigating a polarized world*. Recuperado de <https://www.edelman.com/trust/2023/trust-barometer>.
- Fernández Llera, R., y Lago Peñas, S. (2017). *La nivelación interterritorial y la estimación de las necesidades de gasto*. Ourense: Gen+. doi: 10.13140/RG.2.2.29135.07847
- Fišar, M., Reggiani, T., Sabatini, F., y Špalek, J. (2022). Media negativity bias and tax compliance: experimental evidence. *International Tax Public Finance*, 29, 1160-1212. doi: 10.1007/s10797-021-09706-w
- Gobierno Vasco (2015). *Komunikabideak-Medios de Comunicación*. Recuperado de [https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/o\\_14tef5/es\\_def/adjuntos/14tef5.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/o_14tef5/es_def/adjuntos/14tef5.pdf)

- Gobierno Vasco (2023). *Komunikabideak-Medios de Comunicación*. Recuperado de [https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/o\\_23tef4/es\\_def/adjuntos/23tef4.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/o_23tef4/es_def/adjuntos/23tef4.pdf)
- Gobierno Vasco (2024). *Memoria de publicidad y comunicación institucional del Gobierno Vasco*. Recuperado de [https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/xiileg\\_planes\\_departamentales/es\\_def/2024-MEMORIA-TOTAL-PUBLI-GV-2024.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/xiileg_planes_departamentales/es_def/2024-MEMORIA-TOTAL-PUBLI-GV-2024.pdf)
- Goenaga Ruiz de Zuazu, M. (2020). Los relatos tributarios en la prensa española. *Revista Internacional de Sociología*, 78(1), e147. doi: 10.3989/ris.2020.78.1.18.191
- Goenaga Ruiz de Zuazu, M. (2025). Encuadres noticiosos del impuesto a las grandes fortunas en España. Un modelo explicativo de su (des)legitimación mediática. *Política y Sociedad*, 62(2), e94332. doi: 10.5209/poso.94332
- Jonkman, J., Boukes, M., y Vliegthart, R. (2019). When Do Media Matter Most? A Study on the Relationship between Negative Economic News and Consumer Confidence across the Twenty-Eight EU States. *The International Journal of Press/Politics*, 25(1), 76-95. doi: 10.1177/1940161219858704
- Kirchler, E., Hoelzl, E., y Wahl, I. (2008). Enforced Versus Voluntary Tax Compliance: The «Slippery Slope» Framework». *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 210-225. doi: 10.1016/j.joep.2007.05.004
- Krippendorff, K. (1997). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- La política fiscal irrumpe en la campaña, con especial fuerza en Gipuzkoa (2015, 6 de mayo). *Noticias de Gipuzkoa*. Recuperado de <https://www.noticiasdegipuzkoa.eus/politica/2015/05/06/politica-fiscal-irrumpe-campana-especial-4154579.html>
- Leonisio Calvo, R., y Scantamburlo, M. (2019). La competición política en el País Vasco, 1980-2016 el equilibrio entre la dimensión económica y la nacionalista. En B. Gómez, A. Sáenz de Oger, y L. Cabeza (eds.), *En busca del poder territorial: cuatro décadas de elecciones autonómicas en España* (pp. 255-279): Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: Macmillan.
- Löfgren, A., y K. Nordblom (2009). Puzzling tax attitudes and labels. *Applied Economics Letters*, 16 (18), 1809-1812. doi: 10.1080/13504850701719660
- Martínez Fernández V. A., Juanatey Boga Ó., y Costa Sánchez C. (2012). «Agenda setting» y crisis económica: influencia de la prensa en el comportamiento de consumo y ahorro. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(1), 147-156. doi: 10.5209/rev\_esmp.2012.v18.n1.39362
- Mazzoleni, G., y W. Schulz (1999). «Mediatization» of Politics: A Challenge for Democracy?. *Political Communication*, 16(3), 247-261. doi: 10.1080/105846099198613
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M., y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda setting*. *Comunicación y sociedad*, 8(1), 7-32. doi: 10.15581/003.8.35616
- McCombs, M., y Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187. doi: 10.1075/asj.1.2.02mcc
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Mínguez Alcaide, X. (2020) Una aproximación a los medios de comunicación en el conflicto vasco desde el Periodismo de Paz. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 159-188. doi: 10.14198/OBETS2020.15.1.06
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Noci Díaz, J. (2012). *Historia del periodismo vasco (1600-2010)*. Donostia: Eusko Ikaskuntza.
- Pérez-Latre, Francisco-Javier (2022). *Crisis de confianza (2007-2022). El descrédito de los medios*. Pamplona: Eunsa.

- Rios-Rodríguez, R., y Arrese, Á. (2021). Economic Journalism and the Elitist Approach: A Persistent Pattern in the Use of Sources? The Spanish Press Coverage of The Economic Crisis (2008-2015). *Brazilian Journalism Research*, 17(3), 764-791. doi: 10.25200/BJR.v17n3.2021.1445
- Rubí Casinello, J. G. (2008). La armonización fiscal en el País Vasco. *Zergak: Gaceta Tributaria del País Vasco*, 23, 145-168.
- Scheufele, D., y Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. doi: 10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x
- Soroka, S. N. (2003). Media, Public Opinion, and Foreign Policy. *International Journal of Press/Politics*, 8(1), 27-48. doi: 10.1177/1081180X02238783
- Soroka, S. N. (2012). The gatekeeping function: Distributions of information in media and the real world. *The Journal of Politics*, 74(2), 514-528. doi: 10.1017/S002238161100171X
- Soroka, S. N., Stecula, D. A., y Wlezien, C. (2015). It's (change in) the (future) economy, stupid: Economic indicators, the media, and public opinion». *American Journal of Political Science*, 59, 457-474. doi: 10.1111/ajps.12145
- Stantcheva, S. (2020): Understanding tax policy: how do people reason?. *NBER Working Paper*, 27699. doi: 10.3386/w27699
- Strömbäck, J., y F. Esser (2014): Mediatization of Politics: Towards a Theoretical Framework». En F. Esser, y J. Strömbäck (eds.), *Mediatization of Politics* (pp.3-28). Nueva York: Springer.
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., y Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139-156. doi: 10.1080/23808985.2020.1755338
- Srinivasan, T. N. (1973). Tax evasion: A model. *Journal of Public Economics*, 2, 339-346. doi: 10.1016/0047-2727(73)90024-8
- Van Dalen, A., de Vreese, C. H., y Albæk, E. (2016). Mediated uncertainty: The negative impact of uncertainty in economic news on consumer confidence. *Public Opinion Quarterly*, 81, 111-130. doi:10.1093/poq/nfw039
- Van der Meer, T. W. G., y Dekker, P. (2011). Trustworthy states, trusting citizens? A multi-level study into objective and subjective determinants of political trust. En S. Zmerli, y M. Hooghe (eds.), *Political trust: Why context matters* (pp. 95-116). Colchester: ECPR Press.
- Williams, C. J., y M. Schoonvelde (2018). It Takes Three: How Mass Media Coverage Conditions Public Responsiveness to Policy Outputs in the United States. *Social Science Quarterly*, 99 (5), 1627-1636. doi: 10.1111/ssqu.12525
- Wimmer, R., y Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.