

Universidad Miguel Hernández

TRABAJO FIN DE GRADO

El papel de los medios de comunicación digitales en la lucha contra el fraude fiscal



Artur Maria Wyszkowski

Tutor: Raimundo Varela Gómez

RESUMEN:

El presente trabajo tiene como principal objetivo determinar si existe una correlación entre la cobertura mediática del fraude fiscal y las opiniones de los españoles al respecto. Se ha tomado como muestra el periodo entre los años 2005 a 2015, un periodo especialmente convulso para la economía española. En este sentido, si bien se hace un repaso por la historia económica española durante dicho periodo y por el análisis teórico del fraude fiscal, esta investigación se centra en el estudio del papel de los medios de comunicación como agentes en la opinión pública, en especial el de los medios digitales.

Los medios de comunicación se han enfrentado a grandes retos durante estos años, en gran medida gracias a la gran penetración de Internet en la sociedad española, que ha supuesto un cambio de modelo en perjuicio del papel y en favor del contenido digital. Este cambio nos conduce al estudio de la evolución de la cantidad de contenidos publicados, en este caso los indexados en Google, a raíz de un modelo en el que predominan las informaciones breves y la inmediatez. Para ello, se ha realizado una investigación propia, utilizando el buscador más utilizado en España, teniendo en cuenta tanto el total de contenidos indexados como la cantidad de contenidos referentes al fraude fiscal, obteniendo con esta información un ratio de cobertura relativo al fraude fiscal.

En lo que concierne a las opiniones de los españoles sobre el fraude fiscal, se ha tomado como referencia el estudio *Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015* del Instituto de Estudios Financieros. Estos datos se han cruzado con los obtenidos a través de la investigación propia con la finalidad de determinar la existencia de correlaciones entre ambos factores.

El análisis de los datos obtenidos muestra un claro paralelismo entre la evolución del ratio de cobertura sobre el fraude fiscal y la opinión de los contribuyentes al respecto, tanto en términos de rechazo al fraude fiscal, como de percepción en cuanto a la extensión del fraude y el correcto cumplimiento tributario.

Las conclusiones apuntan a que sí que existe una correlación destacable entre las opiniones sobre el fraude fiscal y la cobertura que se le da en los medios de comunicación digitales. Esto refuerza la visión de que los medios de comunicación siguen siendo un determinante factor como configuradores de la opinión pública.

Palabras clave: Medios de comunicación digitales, opinión pública, fraude fiscal, delito fiscal

ABSTRACT:

This paper's main aim is to find out whether there is any kind of correlation between media coverage related to tax fraud and the Spanish citizens' opinion towards it. The investigation focuses in a period which comprises the years 2005 to 2015, a particularly complicated period for the Spanish economy. In this sense, even though the Spanish economical history and the theoretical analysis of tax fraud have been studied, this research focuses on the role of media, especially digital media, as agents in creating a public opinion.

Media have faced many challenges during these years, especially due to Internet's huge penetration in Spanish society. This has implied a change of paradigm which has been way more beneficial for digital content rather than traditional media. These changes lead us to study the evolution of the amount of published content, focusing on the content indexed on Google, due to these new publishing tendencies where short and immediate news prevail. In order to do so, we have done our own research, using the most popular search engine in Spain, taking the total number of indexed content as well as the amount of indexed content related to tax fraud. With this information, we have also obtained a tax fraud coverage rate.

Relating to Spanish citizens' opinions about tax fraud, we have taken as a reference the research *Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015* (Spanish citizens' opinions and attitudes related to tax matters in 2015) published by Instituto de Estudios Financieros. These data has been crossed with the data obtained in our own

investigation with the purpose of proving the existence of any kind of correlation between those two factors.

The analysis of the data obtained shows there is an actual parallelism between the evolution of the tax fraud media coverage rate and the Spanish tax payers' opinions on the same subject, in terms of rejecting tax fraud, as well as in their perception regarding both fraud extension and correct tax fulfilment.

Conclusions prove that there is indeed a remarkable correlation between the opinions on tax fraud and digital media coverage on this subject. This fact shows that media are still a key agent in the configuration of public opinion.

Keywords: Digital media, public opinión, tax fraud



ÍNDICE

1	Introducción.....	7
2	Objetivos e hipótesis.....	9
2.1	Hipótesis	9
2.2	Objetivos.....	12
3	Metodología.....	13
3.1	Investigación propia: Evolución del número de artículos indexados de los tres principales medios digitales españoles y de la cobertura del fraude fiscal	14
3.2	Instituto de Estudios Fiscales: Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015	19
3.3	Cruce de datos para estudiar la relación entre el número de artículos de prensa sobre fraude fiscal indexados en el motor de búsqueda	21
4	Estado de la cuestión	22
4.1	Antecedentes: breve recorrido por la historia tributaria en España	22
4.2	Fraude fiscal y conciencia o moral tributaria.....	29
4.3	Medios de comunicación y opinión pública: La influencia de los medios en las opiniones.....	34
4.4	La llegada de Internet cambia el panorama de los medios y de la Opinión Pública: los diarios digitales.	38
5	Resultados	43
5.1	Artículos indexados en los tres principales medios digitales españoles y cobertura del fraude fiscal	43
5.2	Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015	47
5.3	Cruce de datos: Correlaciones entre las opiniones del fraude fiscal y los ratios de cobertura.	56
6	Conclusiones	60
7	Anexos	63
	Bibliografía.....	64

ÍNDICE IMÁGENES Y GRÁFICOS

<i>IMAGEN 1: Hemerotecas digitales de las tres cabeceras más leídas en España</i>	15
<i>GRÁFICO 1: Buscadores más usados en España 2015</i>	16
<i>IMAGEN 2: Buscador de La Vanguardia</i>	16
<i>IMAGEN 3: Método de búsqueda avanzada para extraer datos de indexación</i>	17
<i>IMAGEN 4: Audiencia de periódicos digitales en España</i>	19
<i>GRÁFICO 2: Evolución de los ingresos y gastos públicos en España vs. Europa (2000 – 2015)</i>	23
<i>GRÁFICO 3: Evolución del déficit público vs. Objetivo marcado UE</i>	24
<i>GRÁFICO 4: Evolución interanual del PIB en España (2005 – 2015)</i>	25
<i>IMAGEN 5: Portadas de los principales medios españoles del 16/09/2008</i>	26
<i>GRÁFICO 5: Evolución de la tasa de desempleo y de la población activa</i>	28
<i>GRÁFICO 6: Evolución de usuarios de Internet del último mes/ayer</i>	39
<i>GRÁFICO 7: Evolución de lectura de información y actualidad en Internet</i>	40
<i>TABLA 1: Número total artículos indexados en los tres medios digitales y porcentaje del ratio de cobertura</i>	43
<i>GRÁFICO 8: Evolución cantidad de noticias indexadas totales por año (2005 - 2015)</i>	44
<i>GRÁFICO 9: Evolución del número de noticias indexadas sobre fraude fiscal (2005-2015)</i>	46
<i>GRÁFICO 10: Evolución del ratio de cobertura (2005 - 2015)</i>	47
<i>GRÁFICO 11: Opiniones relativas a la evolución del fraude fiscal</i>	48
<i>GRÁFICO 12: Evolución de las opiniones sobre el fraude fiscal</i>	49
<i>GRÁFICO 13: Evolución de las valoraciones medias sobre el fraude fiscal</i>	49
<i>GRÁFICO 14: Evolución sobre el cumplimiento fiscal y el fraude</i>	50
<i>GRÁFICO 15: Evolución de las opiniones sobre la extensión del fraude fiscal</i>	51
<i>GRÁFICO 16: Evolución de las opiniones sobre las causas del fraude fiscal</i>	52
<i>GRÁFICO 17: Evolución de las opiniones sobre los efectos del fraude fiscal</i>	53
<i>GRÁFICO 18: Evolución de las opiniones de rechazo del fraude fiscal</i>	54
<i>ANEXO 1: Resultados investigación propia</i>	63
<i>TABLA 2: Número de artículos indexados en total y sobre el fraude fiscal y ratio de cobertura</i>	63

1 Introducción

“Los impuestos son el precio que pagamos por la Civilización”, dijo Oliver Wendell Holmes, juez del Tribunal Supremo de Estados Unidos en 1927 (Justia, 1927, pág. 275).

El pago de impuestos es uno de los pilares fundamentales de las sociedades modernas. Los contribuyentes destinan una parte de su riqueza – bajo forma de pago obligatorio, de ahí la palabra impuesto - para financiar al Estado, cuya responsabilidad es redistribuir equitativamente los recursos públicos a la sociedad, por ejemplo, costeando servicios públicos como la educación o la sanidad, pilares básicos del Estado de bienestar, ya que constituyen un derecho fundamental para el ciudadano. En la Constitución de 1978, cúspide del sistema jurídico español, en el art. 31, Capítulo segundo, Sección segunda, se sostiene que “todos contribuirán al sostenimiento de los gastos públicos de acuerdo con su capacidad económica mediante un sistema tributario justo inspirado en los principios de igualdad y progresividad” y que “el gasto público realizará una asignación equitativa de los recursos públicos” (Constitución Española. (BOE núm. 311, 29 de diciembre de 1978), 1978). En este planteamiento, se puede ver que se trata de un contrato social y legal en el que los ciudadanos, en su forma individual pero para el beneficio de toda la colectividad, dan una cierta cantidad equitativa y progresiva al Estado, que tiene por deber asignar los recursos primando el bien común. Por ello, el hecho de pagar impuestos es tanto una obligación legal como un deber moral a nivel colectivo e individual.

Según el Informe Económico del Proyecto Presupuestos Generales del Estado de 2015 (Informe Económico y Financiero del Proyecto de Presupuestos Generales del Estado para 2015, (BOE núm. 315, 30 de diciembre de 2014), 2014, pág. 369), se estima que el Estado español dependía en un 89.7% de los impuestos (directos e indirectos) para financiarse. De ahí la importancia de una recaudación efectiva, lo cual requiere de un alto grado de cumplimiento fiscal por parte del contribuyente y de mecanismos específicos de lucha contra el fraude fiscal, el principal enemigo de la recaudación.

El fraude desfigura la actividad del Estado y condiciona el nivel de calidad de vida de los ciudadanos, ya que supone un menoscabo de los ingresos destinados a costear los

servicios públicos y las prestaciones sociales. Estudios recientes, como el de Gallego y Labeaga (Labeaga, J.M; Gallego, C., 2014), que estiman para el período 2006-2011 un fraude en IVA del 39.9% del total recaudado comparando los datos de la AEAT con los de Contabilidad Nacional, encuentran un nivel destacable de consenso, a pesar de ser una estimación que, por su propia naturaleza oculta resulta complicada de cuantificar, afirmando que el nivel de fraude fiscal en España es considerablemente alto. Tanto es así, que en el Informe del Institut d’Economia de Barcelona para 2014 se asegura que “si España quisiera alcanzar un nivel de presión fiscal similar al de la media de países de la UE, necesitaría recaudar unos 75.000 millones de euros más (recordemos que la recaudación vía IRPF es de 82.000 millones de euros, aproximadamente)” (Institut d’Economia de Barcelona, 2014, pág. 3).

El nivel de contribución y de cumplimiento fiscal dependerá en gran medida de la visión, percepción y opinión que tengan los ciudadanos del sistema tributario en sí y del fraude fiscal. Sabiendo que los medios de comunicación son los responsables de producir información que contribuya a la formación de una opinión pública sana y una cultura cívica, al igual que a supervisar y vigilar la gestión y organización del poder público, sirviendo al interés general de los ciudadanos, se debe prestar especial atención al papel de los medios de comunicación. La teoría de la aguja hipodérmica (Lasswell, Propaganda técnica en la Guerra Mundial, 1927) atribuye a los medios una capacidad total para intervenir o manipular la conducta de los individuos que se exponen a sus mensajes. Estos medios de comunicación, desde la irrupción de Internet a mediados de los noventa, han vivido un cambio espectacular revolucionando el sector de los medios de comunicación tradicionales. Tal y como afirma Javier Díaz-Noci (Díaz-Noci, 2010, pág. 562) Internet “está provocando desde aproximadamente 1995 una profunda transformación del periodismo y en general de la forma en que los humanos nos comunicamos e intercambiamos información”.

Por ello, se pondrá el foco de atención en el presente estudio sobre la relación de los medios de comunicación - atendiendo a la evolución del cambio estructural que están viviendo - con la lucha contra el fraude fiscal, a través del análisis de las percepciones y actitudes de los contribuyentes por un lado, y por otro lado, de la evolución del número de noticias indexadas en Google con respecto al fraude fiscal y, por ende, poder

establecer hasta qué punto se puede ver influida la opinión pública por las nuevas herramientas digitales y nuevos modelos de medios de comunicación. Esta investigación se realiza en un periodo concreto de diez años (2005 – 2015) para poder enmarcar el estudio en un decenio particularmente interesante desde el punto de vista económico, tributario y social, dividido en tres épocas: precrisis (2005 – 2008), depresión (2008 – 2013), postcrisis (2013 – 2015).

Por un lado, desde el punto de vista demoscópico, se analizará el informe *Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015*, publicado por el Instituto de Estudios Financieros, para dar una imagen de la percepción, opiniones y actitudes sobre el fraude fiscal en España. Por otro lado, se estudiará la evolución de la cantidad artículos indexados en motores de búsqueda con un doble objetivo: primeramente, se tiene por objetivo comprobar si el impacto de Internet ha tenido un efecto en el modo de proceder y en la forma de trabajar de los medios de comunicación, y por otro lado, resulta importante analizar si hay una correlación entre el número de artículos sobre el fraude fiscal de los tres diarios digitales más seguidos en España, con la percepción del fraude fiscal y determinar si existe una correlación entre la cobertura de este asunto y el estado de la opinión pública al respecto.

2 Objetivos e hipótesis

2.1 Hipótesis

Tal y como se ha mencionado anteriormente en la introducción, el pago de tributos es una obligación moral, debido a su carácter social, pues contribuye al bien común y al Estado de bienestar, y un mandato jurídico, tipificado tanto en la Constitución Española como en el Código Penal en el que, en su última actualización sobre fraude fiscal de 2012, se estipula que “la ocultación consciente de hechos de los que tenía el deber de informar, causando con ello un perjuicio a la Administración Pública, será castigado con la pena de seis meses a tres años de prisión” (Ley Orgánica 10/1995 (BOE núm. 312, de 28 de diciembre de 2012), 2012). Sin embargo, el delito fiscal está considerado como tal a partir de los 120.000 € de cuantía de defraudación por ejercicio y por impuesto,

supuesto en el que el acusado pasaría a disposición judicial. En caso de que la cantidad defraudada sea menor, se trata ese fraude como infracción tributaria y es penado por la vía administrativa. El pago de impuestos es necesario para el sostenimiento de nuestro Estado de Bienestar, por lo que resulta de una importancia vital el fomento de un alto cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Ante esta premisa, es perceptible la enorme cantidad de noticias sobre fraude fiscal presente en los medios de comunicación. Desde la proliferación de la corrupción, con casos como Gürtel o Brugal, o las tramas de los EREs en Andalucía, hasta los casos de fraude fiscal de famosas figuras deportivas salpican la opinión pública. Parece que la cobertura del tema durante el tiempo ha sido constante, por lo que se supone que ha habido un cierto impacto en el público y que esto ha llevado a poder modificar sustancialmente las opiniones de los contribuyentes en cuanto a percepción de cumplimiento tributaria se refiere.

El interés de estudiar el impacto de las noticias relacionadas con el fraude fiscal sobre la evolución de las opiniones de los contribuyentes frente a dicho fraude fiscal, pone a los medios de comunicación en el centro del análisis y, puede considerarse que la irrupción de Internet ha motivado un cambio notable tanto en la manera en la que nos comunicamos, como en la manera en la que gente se informa, por lo que se centrará el interés del estudio en los principales medios digitales en España.

Contamos en la actualidad con bastante literatura académica sobre el fraude fiscal: estudios sobre la magnitud, extensión, causas, alcance, consecuencias y/o posibles soluciones. Sin embargo, no ha sido posible encontrar un estudio específico que analice el impacto o que determine el rol de los medios de comunicación, en tanto que agente social informativo y vigilante del gobierno, en la lucha contra el fraude fiscal. Pero a este trabajo, se le añade un elemento más, al tener en cuenta los medios de comunicación digitales que se cree que debido a su crecimiento, transformación y constante desarrollo dado el imparable incremento de la penetración de Internet en nuestra sociedad. Por ello, el foco de atención está dirigido a conocer el número de artículos indexados en el principal motor de búsqueda utilizado en España (Google) para estudiar la evolución, tanto de los contenidos totales indexados como de la

cobertura dada al fraude fiscal. Todo con el fin de analizar los datos y determinar si hay una subida del número de contenidos indexados y, por el lado de la cobertura mediática, y comprobar si hay una correlación entre la cobertura del fraude fiscal en los medios digitales y las opiniones de los españoles sobre el fraude fiscal.

En guisa de conclusión para el punto de partida de este trabajo, se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: Suponemos que ha habido un desarrollo importante de las TIC, entendidas como Tecnologías de la Información y Comunicación. Según Cabero (Cabero, 1998, págs. 197-206), las TICs son aquellas tecnologías que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones con un carácter interactivo, interconectado, instantáneo, digital, innovador y diverso. Por ello, se puede inferir que el número de artículos indexados ha crecido debido al desarrollo de las TIC y la penetración creciente de Internet en la sociedad.

Hipótesis 2: Existe una correlación entre las opiniones sobre el fraude fiscal de los españoles y la cobertura del fraude fiscal en los medios digitales.

Las hipótesis planteadas serán tratadas a través del estudio de la evolución, tanto de las opiniones de los españoles en el ámbito de cumplimiento fiscal, como de la evolución del número de contenidos indexados de los tres principales medios de comunicación digitales en el motor de búsqueda más usado en España, e igualmente se hará un análisis de la evolución del ratio de cobertura del fraude fiscal en esta herramienta, y serán tratadas (confirmadas, refutadas, matizadas) en las conclusiones finales.

Además de estas dos hipótesis, se plantean varias preguntas de investigación que serán respondidas mediante el trabajo de campo. Las preguntas son las siguientes:

- ¿Qué evolución ha habido en el número de artículos indexados en el motor de búsqueda seleccionado?
- ¿Cómo se han adaptado los diferentes medios de comunicación al uso de las TICs, en el marco de los motores de búsqueda?

- ¿Cómo han evolucionado las opiniones sobre el fraude fiscal en España antes, durante y después de los años de crisis?

2.2 Objetivos

Las dos grandes preguntas a las que intenta responder este trabajo son:

“¿Existe una correlación entre el número de artículos sobre el fraude fiscal indexados en motor de búsqueda y la evolución de las opiniones fiscales de los españoles?”

“¿Ha habido una evolución de los contenidos indexados merced al desarrollo y propagación del uso de las TIC?”

Para dar respuesta a estas pregunta generales, en primer lugar, se contextualizará, en términos económicos y tributarios, analizando la importancia de la franja de tiempo seleccionada pues trata tres etapas diferentes de la economía española: la España de la bonanza económica, la gran depresión económica sufrida fruto de la crisis del 2008 y finalmente, la ardua y leve recuperación.

En segundo lugar, se realizará un recorrido teórico sobre los conceptos a tratar y un estado de la situación en España sobre fraude fiscal, conciencia y moral fiscal, pues son claves para entender el contexto del análisis. Seguidamente, se hará un repaso a la literatura en cuanto al papel e influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, para terminar con los cambios que han afectado a los medios tradicionales y en la opinión pública motivados por la irrupción de Internet. Esta parte, como justificación teórica del presente trabajo, pretende hacer una revisión bibliográfica de conceptos, teorías y definiciones que se tratan a lo largo de la presente investigación.

Una vez contextualizadas las bases del estudio, las premisas e hipótesis, se desengranan dos objetivos específicos que permitirán cumplir con el objetivo general del trabajo:

- Objetivo específico 1: Elaborar datos de investigación para estudiar la evolución de contenidos indexados en los tres primeros diarios digitales en España y

analizar tanto la evolución del total de los artículos indexados en el motor de búsqueda principal como la cobertura del fraude fiscal.

- Objetivo específico 2: Examinar el barómetro del Instituto de Estudios Fiscales (IEF) sobre opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015 – y su evolución desde 2005 - que ofrece una visión global de lo que piensan los ciudadanos sobre el fraude fiscal en España.
- Doble objetivo general: Estudiar la correlación entre el número de artículos sobre el fraude fiscal indexados en motor de búsqueda con la evolución de las opiniones fiscales de los españoles y dar respuestas concretas a los objetivos planteados. Además, analizar la evolución de contenidos indexados en motor de búsqueda en tanto que uso de herramientas TIC.

3 Metodología

La metodología general del trabajo se fundamenta en el análisis de datos (análisis cuantitativo) puesto que se quiere observar y estudiar la evolución de dos variables por separado: 1) opinión del fraude fiscal de los españoles y 2) cantidad de contenidos indexados - tanto en total como en cuanto a la cobertura del fraude fiscal - en los principales medios digitales en el motor de búsqueda más utilizado en España. Posteriormente, a través de un estudio comparativo entre ambos estudios, se comprobará si existen correlaciones entre ambas variables.

En primer lugar, en cuanto a la opinión del fraude fiscal de los españoles, el objeto de estudio será el barómetro publicado por el Instituto de Estudios Financieros, *Opiniones y Actitudes Fiscales de los Españoles en 2015* (Instituto de Estudios Fiscales, 2016) con el fin de, primeramente, analizar y desengranar los datos ofrecidos, y en segundo lugar, ofrecer una imagen del estado de las opiniones relacionadas con el fraude fiscal en España.

Seguidamente, para retratar la evolución del número de contenidos indexados de los tres principales medios de comunicación digitales en el motor de búsqueda más usado en

España, vamos a realizar una investigación propia basada en un proceso de recopilación de datos para posteriormente, analizarlos, interpretarlos y presentarlos de modo gráfico.

El motivo de la selección del intervalo objeto del estudio radica en la inclusión de una época determinante desde el punto de vista económico, tributario y social. Se ha optado por un periodo de diez años, que comprende desde 2005 hasta 2015, con el fin de analizar un periodo largo de tiempo que permite, por un lado, tener una mayor perspectiva de los datos en cuanto a su evolución. Y por otro lado, las fechas seleccionadas aúnan varias etapas de la economía española: precrisis (años de bonanza económica, burbuja fiscal, económica y financiera), depresión (estallido de la crisis financiera en Estados Unidos en 2008 que asoló el sistema financiero mundial dejando a España como uno de los mayores damnificados en los países de la OCDE, costándole un rescato financiero a la banca española) y etapa postcrisis, marcada por un recuperación muy leve, el endeudamiento y los recortes, y por el arrastre de los graves problemas estructurales sacados a la luz por la crisis. Para contextualizar y dar conocimiento de la importancia del periodo, se hará en el apartado “Estado de la cuestión” un breve recorrido por los acontecimientos y hechos más relevantes en materia económica y tributaria.

3.1 Investigación propia: Evolución del número de artículos indexados de los tres principales medios digitales españoles y de la cobertura del fraude fiscal

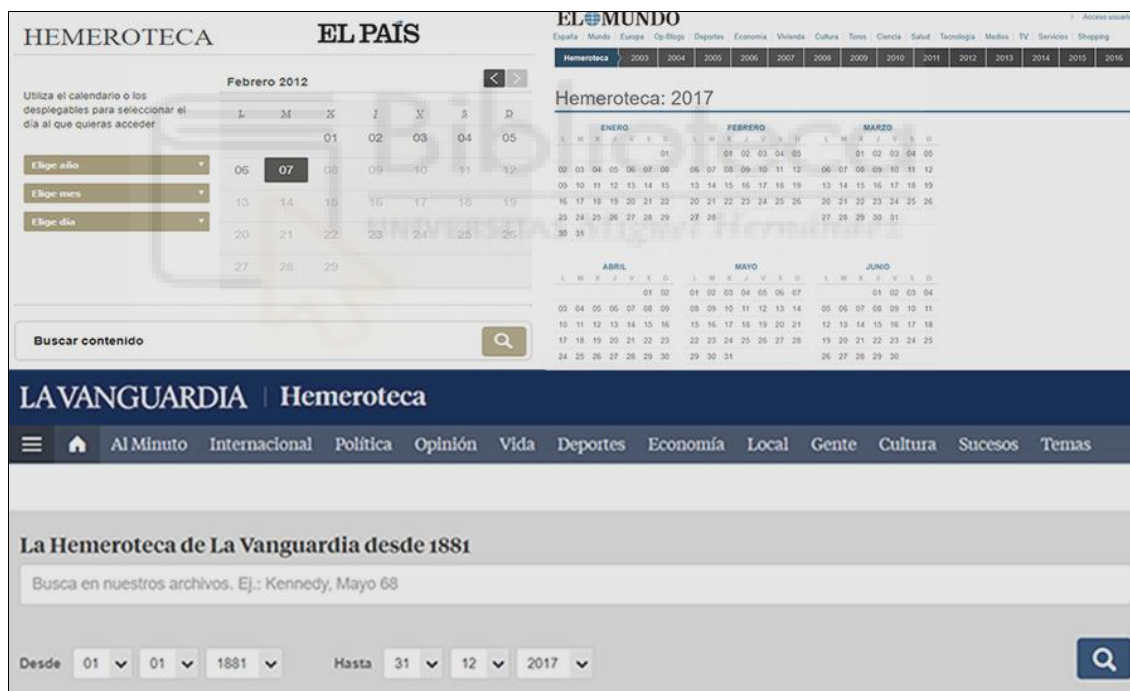
Este trabajo de campo es el que aborda el medio de alcance del objetivo específico 1: Elaborar datos de investigación para estudiar la evolución de contenidos indexados en los tres primeros diarios digitales en España y analizar tanto la evolución de los artículos indexados en el motor de búsqueda principal como la cobertura del fraude fiscal.

El motivo por el cual se ha elegido buscar contenidos indexados es que la diferencia entre las hemerotecas disponibles de los tres principales diario digitales españoles presentan grandes diferentes en cuanto al buscador se refiere. En los tres medios, seleccionados con un criterio de número de visitas únicas (el equivalente del índice de

audiencia para los medios digitales), no había posibilidad de establecer una metodología común ya que:

- La hemeroteca de La Vanguardia, amplia y extensa (desde 1881), con opción buscar por intervalos de tiempo pero solamente muestra resultados de artículos publicados en prensa escrita.
- La hemeroteca de El País: No permite buscar por intervalos de tiempo, solo permite consultar ejemplares por días concretos y no distingue entre contenido publicado en prensa o en versión web.
- La hemeroteca de El Mundo: El servicio de hemeroteca sí que distingue entre contenido web (edición de mañana, tarde y noche) y en papel, pero igualmente solo hay acceso a consultas por día.

IMAGEN 1: Hemerotecas digitales de las tres cabeceras más leídas en España

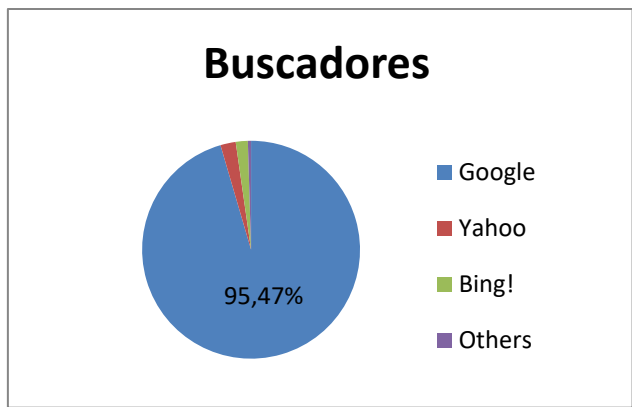


Fuente: Elaboración propia. Capturas de pantalla de las páginas oficiales de las Hemerotecas de (de izquierda a derecha) los diarios digitales de El País, El Mundo y La Vanguardia (abajo)

Las grandes diferencias en los buscadores y de la estructura de las hemerotecas de los principales medios digitales españoles hacían que el análisis de los contenidos en medios digitales buscando en las hemerotecas fuera metodológicamente imposible de justificar. Por ello, se ha optado por la elección de sacar los datos directamente de

consultas en el motor de búsqueda más utilizado en España. Según el Informe *Global Search Engine Market Share – 2015* (Icrossing, 2015), el buscador más usado en España, y de largo, es Google, con un 95.47% de cuota de mercado.

GRÁFICO 1: Buscadores más usados en España 2015



Fuente: (Icrossing, 2015) - Elaboración propia del gráfico

Por añadidura, La Vanguardia utiliza la tecnología del buscador de Google en la interfaz de búsqueda en sus propios sitios web para las consultas de contenido digital.

IMAGEN 2: Buscador de La Vanguardia



Fuente: Elaboración propia, captura de pantalla de la Hemeroteca digital de La Vanguardia

Las búsquedas en Google se han establecido en base a los siguientes criterios. Por una parte, se ha realizado una búsqueda acotada para obtener las noticias indexadas que incluyesen información relacionada con el fraude fiscal. En este caso, la búsqueda se ha realizado en la propia página de los medios, utilizando el comando

de búsqueda *site*: "SITIO WEB", siendo "SITIO WEB" reemplazado por las URL de cada uno de los medios seleccionados. Además, se han seleccionado dos conceptos clave o tags, "fraude fiscal" y "delito fiscal", enlazados mediante el comando "OR", de forma que el buscador presenta tanto los resultados para "fraude fiscal" como los obtenidos para "delito fiscal", puesto que ambas fórmulas se solapan y hacen alusión a la misma cuestión desde la perspectiva que no puede haber delito fiscal sin fraude.

De este modo, las consultas en el cajetín del buscador de Google seguirían la fórmula siguiente:

Site:"SITIO WEB" "fraude fiscal" OR "delito fiscal"

Estas búsquedas, además, se han refinado a través de la herramienta de búsqueda avanzada que permite seleccionar un rango personalizado de fechas, lo que ha permitido aplicar la consulta a cada uno de los años del periodo seleccionado, así como la opción de buscar resultados únicamente por país, en este caso, España.

IMAGEN 3: Método de búsqueda avanzada para extraer datos de indexación



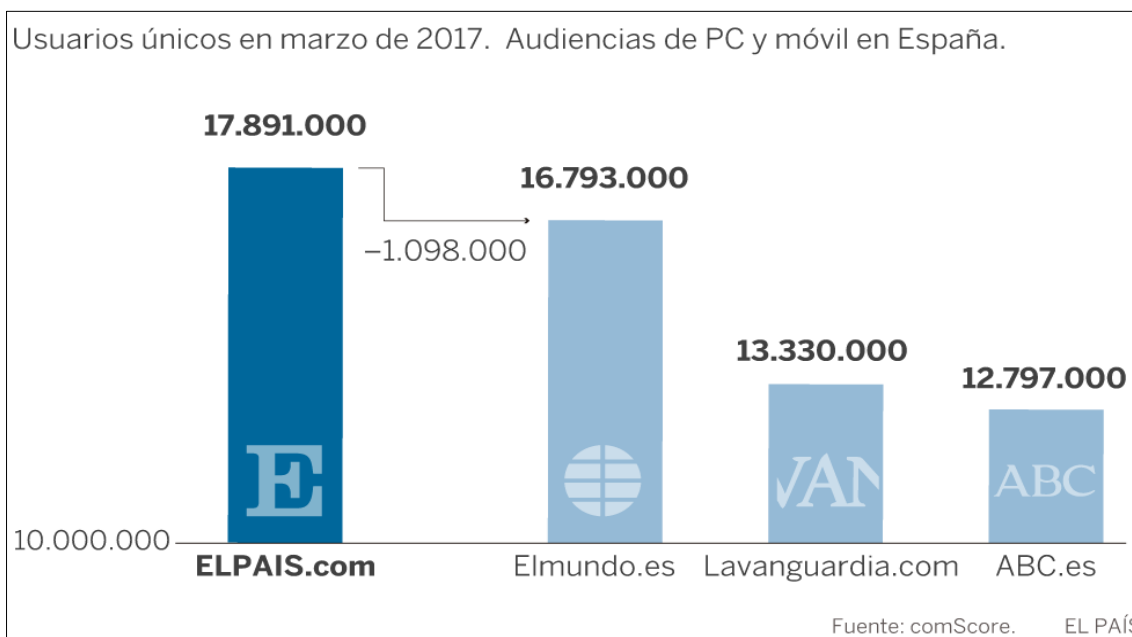
FUENTE: Motor búsqueda Google consultado en www.google.com, Elaboración propia: captura de pantalla

Por otra parte, se ha realizado una búsqueda para determinar la cantidad de contenidos indexados de cada sitio web cada año, realizando una búsqueda idéntica a la anterior, pero eliminando las palabras clave de la búsqueda. Esta acción es útil, simplemente, para poder calcular posteriormente el ratio de cobertura del fraude fiscal sobre el total de contenidos publicados en cada medio, ya que la evolución del modelo de negocio de los medios de comunicación digitales ha conllevado numerosos cambios en los contenidos, tanto en la cantidad de noticias publicadas como en su extensión.

La medición del estudio se hará posible a través de la compilación de datos, por año y por diario, del número total de artículos indexados desde el 1 de Enero hasta el 31 de Diciembre del año en cuestión, así como sacar los datos del número de artículos publicados que contengan los tags seleccionados “fraude fiscal” y “delito fiscal”, para comparar y matizar la evolución a través de los años tanto de la evolución del propio contenido indexado así como la evolución de la cobertura del fraude fiscal en estos medios. En cuanto al alcance del estudio, se centrará en un intervalo temporal de 10 años (2005 – 2015) y se basará sobre el análisis de las tres cabeceras digitales más seguidas en España ([Imagen 4](#)) con el fin de sacar las siguientes tablas/gráficos:

- Evolución de la cantidad de noticias indexadas totales por año (2005 – 2015)
- Evolución de la cantidad de noticias indexadas sobre el fraude fiscal (2005 – 2015)
- Evolución del ratio de cobertura del fraude fiscal por diario digital (2005 – 2015)
- Evolución del ratio de cobertura del fraude fiscal total (2005 – 2015)

IMAGEN 4: Audiencia de periódicos digitales en España



FUENTE: (El País, 2017), datos ComScore

3.2 Instituto de Estudios Fiscales: Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015

Este documento es el que aborda el medio de alcance del objetivo específico 2: Examinar el barómetro del Instituto de Estudios Fiscales (IEF) sobre opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015 (Instituto de Estudios Fiscales, 2016)– y su evolución desde 2005 - que ofrece una visión global de lo que piensan los ciudadanos sobre fraude fiscal en España.

La razón por la cual se ha elegido este documento de trabajo como eje del análisis demoscópico es que se trata de un informe complejo y completo, que además, en oposición a las encuestas del CIS, sintetiza muy bien los datos en tablas y gráficos y muestra la línea evolutiva desde el año que se empezó a hacer dicho informe del Instituto de Estudios Fiscales en el año 1995. Sin embargo, las nombradas encuestas del CIS, como el barómetro del CIS Opinión pública y política fiscal de Julio 2015 (Centro de Investigaciones Sociológicas, 2015), solamente reflejan los resultados de las encuestas realizadas en tablas, sin información de la evolución y ausencia total de gráficos. Por ello, se ha optado por basar el análisis demoscópico de la opinión de los españoles en este documento.

El objetivo de estudio del barómetro analizado es doble (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 5): “por un lado, queremos medir la evolución de las opiniones y las actitudes básicas relativas a la fiscalidad y, por otro, medir la opinión sobre temas relacionados con la fiscalidad que interesan por las circunstancias específicas del momento o que introducen novedades importantes en el sistema fiscal.”

El documento está dividido en cuatro secciones: relación entre los impuestos y la oferta pública de servicios y prestaciones, el comportamiento de los contribuyentes, imagen corporativa de la Hacienda Pública y Visibilidad y eficiencia en el Estado autonómico. En la investigación de este trabajo, solo se tendrá en cuenta para el análisis el apartado 2 referente al comportamiento de los contribuyentes puesto que es el eje del interés para el trabajo en cuanto a la opinión del fraude fiscal de los españoles y su evolución. A su vez, la sección del comportamiento de los contribuyentes, está dividida en dos sub-apartados y este estudio centrará, concretamente, el interés en el sub-apartado 2.2 con título “Opiniones sobre el fraude fiscal” de los cuales se trabajará en los siguientes gráficos/tablas:

- Opiniones relativas a la evolución del fraude fiscal
- Evolución de las opiniones sobre el fraude fiscal
- Evolución de las valoraciones medias sobre el fraude fiscal
- Evolución sobre el cumplimiento fiscal y el fraude
- Evolución de las opiniones sobre la extensión del fraude fiscal
- Evolución de las opiniones sobre las causas del fraude fiscal
- Evolución de las opiniones sobre los efectos del fraude fiscal
- Evolución de las opiniones de rechazo del fraude fiscal

Para sacar los datos de estas variables, en el documento publicado por el Instituto de Estudios Financieros, se ha utilizado la técnica de encuesta, mediante el procedimiento de entrevista personal cara a cara, aplicando la metodología del procedimiento de aplicación del cuestionario, estructurado por HAPI (Handheld Assisted Personal Interviewing). Se trata igualmente de una metodología surgida a partir del desarrollo de las TICs, puesto que se trata de un estudio que se rellena de manera telemática, ofreciendo la posibilidad usar recursos multimedia, supervisión

inmediata de los resultados y permite incrementar la rapidez y la calidad del proceso de toma de datos.

La población objeto del estudio ha sido el conjunto de ciudadanos mayores a 18 años residentes en España (permitiendo que el 10% de la muestra sean inmigrantes residentes en España). El diseño muestral se ha realizado por conglomerados polietápico con estratificación y subestratificación de las unidades de primera etapa (secciones censales) y con un tamaño muestral de 3000 entrevistas. El trabajo de campo se realizó entre el 11 de Noviembre y el 18 de Diciembre de 2015.

3.3 Cruce de datos para estudiar la relación entre el número de artículos de prensa sobre fraude fiscal indexados en el motor de búsqueda

Tras analizar los datos por separado, presentando tanto la evolución del número de artículos indexados en el buscador web más importante de España de los principales medios de comunicación digitales como el ratio de cobertura del fraude fiscal en estos medios a lo largo de los años del periodo seleccionado por un lado. Y por otro, analizando la actitud y la opinión de los españoles en cuanto cumplimiento fiscal y la percepción del fraude fiscal, se compararán las tendencias evolutivas de ambos estudios, para finalmente estudiar correlaciones entre ambos aspectos.

El principal objeto de estudio es comparar y estudiar la tendencia evolutiva entre el número de artículos en términos totales y sobre el fraude fiscal (ratio de cobertura) con la percepción del fraude fiscal por parte de los contribuyentes, y así verificar si existen correlaciones directa entre la cobertura del fraude fiscal y estado de la opinión pública para extraer unas conclusiones que serán abordadas y matizadas posteriormente.

En definitiva, en este apartado se comparará la evolución de las ocho referencias de las opiniones y actitudes fiscales de los españoles con la evolución de las 4 referencias del estudio propio con el fin de extraer las conclusiones finales sobre la correlación entre ambas tendencias.

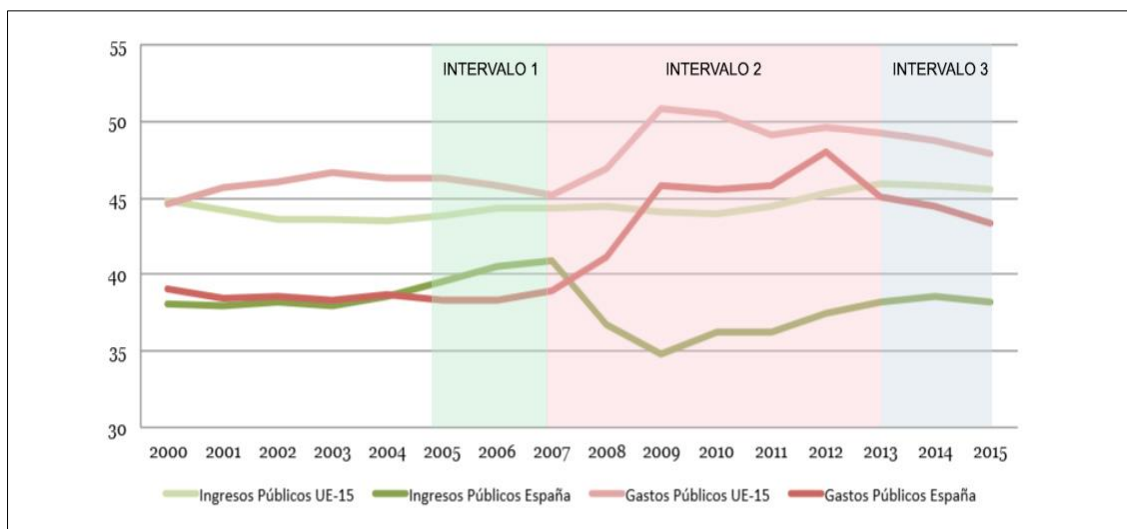
4 Estado de la cuestión

Con el fin de abordar el trabajo en un marco social, jurídico y económico, contextualización imprescindible para entender esta investigación, se hará un breve recorrido histórico de la tributación enlazándolo con el contexto económico de España en un periodo de 10 años (2005 – 20015). Seguidamente, se analizará el estado del fraude fiscal en España y la literatura existente sobre el tema así como estudiar una de las motivaciones principales a la hora del cumplimiento fiscal, que la conciencia o moral fiscal. Finalmente, se abordará la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública desde el punto de vista teórico, tanto desde la perspectiva de la formación de la opinión pública como desde la perspectiva de la evolución de los medios de comunicación en constante desarrollo digital debido a la irrupción de Internet que ha dado nuevas formas a los medios de comunicación y por ende, se ha transformado la manera en la que éstos se relacionan con el público y viceversa.

4.1 Antecedentes: breve recorrido por la historia tributaria en España

Es importante contextualizar la época de análisis escogida (2005 – 20015) pues se trata de años determinantes en la historia, presente y futuro inmediato de la economía española y por ende, del estado de la tributación y de las cuentas del Estado, aspectos fundamentales en el estudio realizado. Simplemente con el análisis del gráfico de la evolución de los ingresos y gastos públicos ([Gráfico 2](#)) durante el periodo, se pueden hallar rápidamente patrones para subdividirlo en tres intervalos diferentes que se desarrollarán posteriormente. Se comprobará a continuación, como todos los datos económicos de este periodo se ven interrelacionados y se dará explicación brevemente de los hechos claves acaecidos para entender la relevancia y complejidad de los periodos. Se centrará el análisis en datos macroeconómicos básicos que reflejen la situación de la economía española (PIB, tasa de paro), del estado de las cuentas del Estado (ingresos y gastos, déficit público) y del endeudamiento estatal.

GRÁFICO 2: Evolución de los ingresos y gastos públicos en España vs. Europa (2000 - 2015)



Fuente: (Conde-Ruiz, Díaz, Marín, & Ramírez, 2017), editado

Teniendo el año 2005 como principio del intervalo de estudio, se puede observar que existen claramente tres fases diferenciadas:

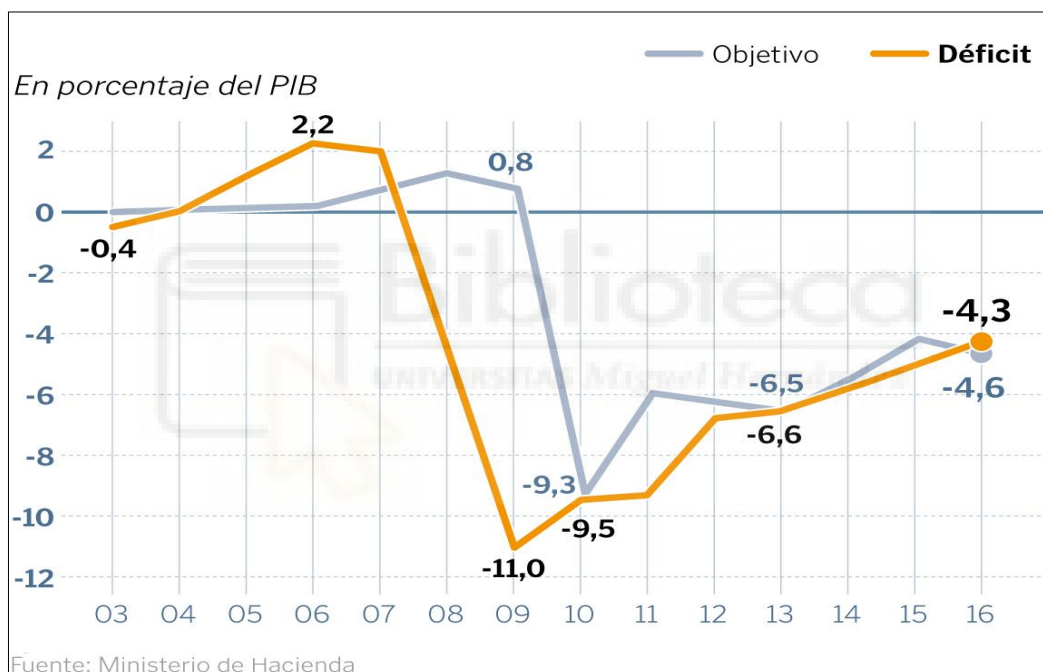
- 2005 – 2007: Más ingresos que gastos: situación de superávit.
- 2007 – 2013: Reversión total de la tendencia: muchos más gastos que ingresos en las arcas públicas.
- 2013 – 2015: Leve recuperación de la balanza de ingresos del Estado gastos (disminución de gasto y aumento de ingresos) pero sigue habiendo más gastos que ingresos.

Por otro lado, el Gráfico también nos da información sobre el nivel de gastos e ingresos del Estado español con respecto a la media de los países de la Unión Europea, y se aprecia que el nivel de gastos e ingresos es ciertamente inferior al de la media de la Europa de los 15. Además, se aprecia que éstos no han sufrido una bajada tan abrupta y significativa como en España durante el periodo de crisis que dio comienzo en 2008 poniendo en jaque las economías europeas, especialmente en los países del sur e Irlanda.

La balanza entre ingresos y gastos de las cuentas del Estado implica hablar sobre el déficit público. Tal y como se aprecia en el siguiente gráfico, España pasa de tener una

Hacienda saneada en 2007 con un superávit del 2.2% (El País, 2008) a una situación de déficit llegando a cifras del 11.1% del PIB para 2009 (El Mundo, 2010) tal y como muestra el siguiente gráfico en cuestión de solamente dos años. En 2009 cesa la tendencia de aumento del déficit público, y se puede apreciar gracias al anterior gráfico como los gastos (salvo el pico de 2012), como de 2009 en adelante, los gastos de las administraciones públicas se controlan. Se ha escogido el año 2013 como periodo del comienzo de los signos de recuperación en términos macroeconómicos al llegar al objetivo de déficit establecido por la UE por un lado. Y por otro, es el primer año que ambas curvas, de gastos e ingresos, empiezan a acercarse posiciones

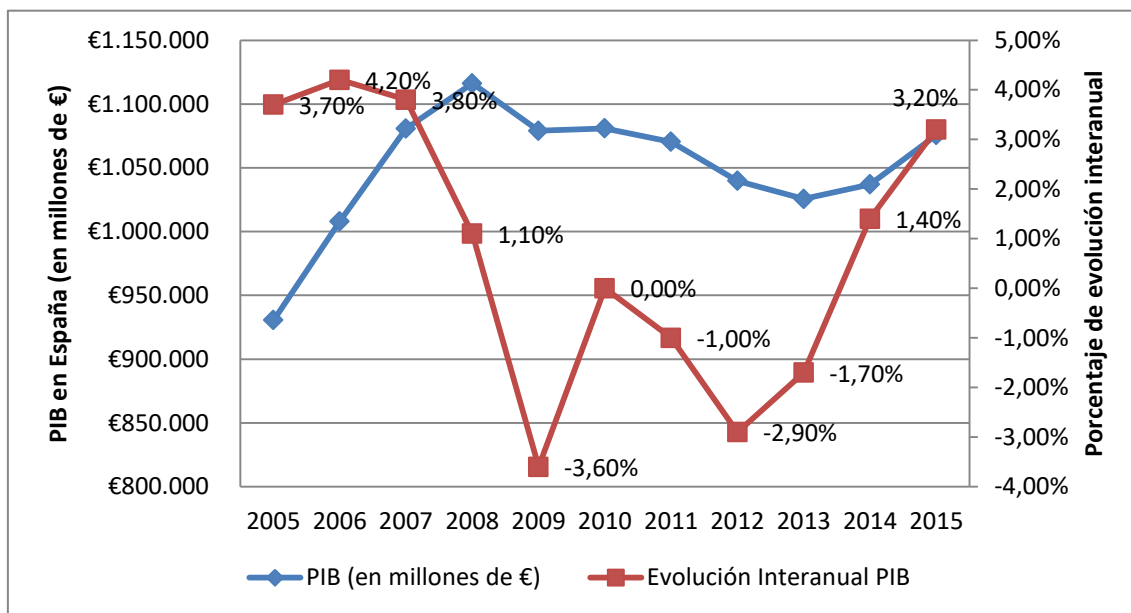
GRÁFICO 3: Evolución del déficit público vs. Objetivo marcado UE



FUENTE: (La Voz de Galicia, 2017) sacado del diario La Voz de Galicia, 31/03/2017

Igualmente, se puede verificar que la evolución del PIB (conjunto de bienes y servicios producidos en un país durante un año) en España tiene una gran correlación con el nivel de gastos e ingresos del Estado. A mayor PIB, más riqueza se crea en el país y esto significa, a nivel tributario, una mayor capacidad de recaudación. De 2007 a 2009, hay una disminución del PIB del 8,3%, con efectos devastadores para la economía y sociedad española.

GRÁFICO 4: Evolución interanual del PIB en España (2005 - 2015)



FUENTE: Elaboración propia, datos sacados de (Datos Macro)

Se observa que durante el intervalo 1 (2005-2007), el PIB aumenta año tras año a un nivel aproximado de un 4%, hasta el comienzo del intervalo 2 donde el PIB se desploma y no llega a un porcentaje en positivo hasta 2014, periodo ya del intervalo 3.

En los tres gráficos, se aprecia un comportamiento común en el que, en el intervalo 1, se observa que hay un crecimiento constante del PIB del 4% con una economía en fase expansiva con una situación de saneamiento de las cuentas públicas con un superávit que superaba el 2%. Superando casi en 1 punto porcentual el crecimiento de la UE, España lideraba en 2007 el crecimiento económico entre los países avanzados (El País, 2008) haciendo que el entonces Presidente del Gobierno, Rodríguez Zapatero, asegurase que "en la Champions League de las economías mundiales, España es la que más partidos gana" (El Mundo, 2007). Esta época está perfectamente explicada por Francisco de la Torre Díaz en su libro *¿Hacienda somos todos?* en la que el autor define este periodo como la "burbuja fiscal" (de la Torre Díaz, 2014, págs. 28-31). En estas páginas el autor argumenta que el motivo del crecimiento tan espectacular de la economía española residía en varios factores como la mejora del acceso al crédito (se pasó de cobrar los préstamos en 15 años, a que los bancos hicieran los préstamos a 30 años con un tipo de interés mucho más interesante, lo cual hizo que la demanda de inmuebles se disparase al igual que los precios de las viviendas (El País, 2010) lo cual

marcaba el principio de la burbuja especulativa del inmueble. En España, se construían más viviendas que en todos los países desarrollados de Europa juntos (El País, 2005). Esto también daba lugar a una recaudación fiscal masiva ya que, por un lado, el sector del ladrillo era un auténtico sector motor de la economía español, y por otro lado, este protagonismo del sector inmobiliario hacía que la tasa de paro estuviera al 8.3% en el año 2006 (El Mundo, 2007), haciendo que la mayor parte de la población activa contribuyese a las arcas públicas (Gráfico 5). Además, en palabras de Francisco de la Torre, se suma el hecho de que “las administraciones públicas acomodaron sus niveles de gasto permanentes a unos ingresos coyunturales.” (de la Torre Díaz, 2014, pág. 30) .

En el año 2008, el PSOE gana las elecciones negando la crisis (Expansión, 2008) que ya se hacía más que notable en la economía desde verano del 2007 con el estallido de la crisis de las hipotecas subprime (llamadas hipotecas basura ya que se concedían a personas de escasa solvencia a altos tipos de interés) en Estados Unidos (El País, 2017). Sin embargo, el mundo fue tomando conciencia de la gravedad del asunto probablemente desde la quiebra y caída de Lehman Brothers, compañía estadounidense líder mundial en servicios financieros y gestión de inversiones.

IMAGEN 5: Portadas de los principales medios españoles del 16/09/2008



FUENTE: Elaboración propia

Debido a la crisis financiera surgida en Estados Unidos, que se propagó rápidamente por el resto del mundo, se cortó el grifo del crédito y por lo tanto, esto supuso un freno en seco a la economía española que vio como todo su sector motriz y estrella se iba a

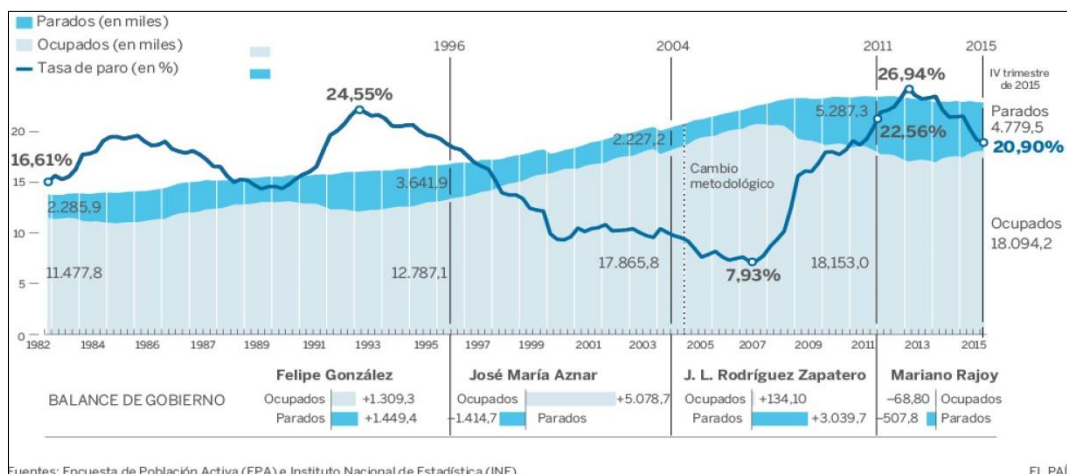
pique y con ello, miles de empresas, empleos e hipotecas de personas insolventes que se quedaron en la calle (El País, 2015).

Por el lado de los ingresos, el Estado veía como ya no era capaz de generar esa fuente de entrada de activos en sus arcas, fruto, hasta el momento, de una baja tasa de paro y de la actividad económica de muchas empresas que se sustentaba en el ladrillo, que ahora habían quebrado o estaban tambaleándose, y un agujero incalculable en el sector financiero con la quiebra y rescate de numerosas cajas de ahorros que financiaban la actividad inmobiliaria (El País, 2011). Por el lado de los gastos, esta situación terminó con una reforma constitucional debido a las presiones desde Bruselas en 2011 supeditando al Estado a no poder “incurrir en un déficit estructural que supere los márgenes establecidos, en su caso, por la Unión Europea para sus Estados Miembros” con la reforma del artículo 135 de la Constitución Española (BOE, 2011). Igualmente, la situación desembocó en el rescate financiero en 2012 de buena parte del sistema bancario español por un valor de 100.000 millones de euros que deberán ser devueltos a los prestamistas con intereses (El País, 2012). Los niveles de deuda pública pasaron del 35.6% del PIB en 2007 a un 100,4% en 2014 (Expansión, 2017). Es decir, el total de todo lo producido en España durante un año estaría enteramente destinado al pago de deudas contraídas por el Estado.

La caída de la economía española en 2007, cuyo origen fue financiero, impactó severamente en el tejido social. Tal y como vemos en el [Gráfico 5](#), la tasa de desempleo pasó del 7,93% en el segundo trimestre del 2007 a un 26.94% de la población activa en 2012. Miles de empresas, y con ellas, sus trabajadores, quebraron en cuestión de semanas o pocos meses. Antonio Muñoz Molina (Muñoz Molina, 2013) describe esta situación a través de la historia de un magnate valenciano de la construcción:

“En marzo de 2007, la inmobiliaria anunciaba ganancias de 93 millones de euros [...]. En abril de 2007 el valor en bolsa de esa misma inmobiliaria cayó un 43%. En seis semanas la caída era del 76%. Al final del año la compañía no valía prácticamente nada.”

GRÁFICO 5: Evolución de la tasa de desempleo y de la población activa



FUENTE: (El País, 2016), Datos de EPA e INE

El Estado se vio en la necesidad de hacer recortes de los gastos públicos, para atajar el problema del déficit galopante y al alza, poniendo en práctica numerosos paquetes de recortes de los gastos sociales aplicados por todos los gobiernos en el poder, sobre todo en ámbitos de dudosa y polémica aplicación como, por ejemplo, desmantelando la Ley de Dependencia (El Público, 2016) o los recortes en sanidad por valor de más de 120.000 millones de euros (El Confidencial, 2016). También es destacable señalar que una de las medidas adoptadas por el gobierno de Mariano Rajoy en 2012, en aras de controlar y reducir el déficit, fue intentar obtener más ingresos para el Estado mediante la lucha contra el fraude fiscal aprobando, a golpe de decreto, una ley (BOE, 2012) para “regularizar las rentas ocultas aplicándoles un gravamen especial del 10% sobre el patrimonio”. Medida que desde todos los sectores de la sociedad fue bautizada como una amnistía fiscal (La Vanguardia, 2012) hecha a medida de los defraudadores de la época de la especulación inmobiliaria y corrupción política ya que desde el surgimiento de la crisis en 2008, han sido incalculables los escándalos de corrupción, fraude fiscal, desvío de fondos públicos. La gravedad de la extensión de la corrupción ha salpicado incluso al partido gobernante con el caso de los papeles de Bárcenas (El País, 2013) o a la jefatura de Estado - Monarquía - siendo la Infanta Cristina imputada en el caso Noós (El País, 2014).

Sin embargo, tras seis años nefastos en la economía española con el especial impacto en el Estado de bienestar fruto de los recortes, en el año 2013 cesa la tendencia global de caída de todos los indicadores económicos y el Estado consigue recaudar más y poner

cierta estabilidad en el nivel de gasto, tal y como se puede observar en el [Gráfico 2](#). Esto es debido en parte, a la gran subida impositiva (subida del tipo general del IVA del 18% al 21% y modificaciones en una gran gama de productos que tributaban a un nivel impositivo reducido) del Gobierno del Partido Popular durante su primer mandato, que duró desde 2011 hasta 2015 (20 Minutos, 2013). En 2013, se consigue prácticamente llegar al objetivo de déficit marcado por la UE (ver [Gráfico 3](#)) y es la primera vez, desde 2008, que se revierte la tendencia de subidas en la tasa de paro. Por su parte, 2014 se convierte en el primer año en el que el PIB aumenta en términos de evolución interanual desde 2008. Obviamente, sigue habiendo déficit, los números de la tasa de paro incluso para 2014 y 2015 son nefastos (rondando el 20%: ver [Gráfico 5](#)) pero se ha logrado parar la tendencia negativa, tras 6 tortuosos años de pura destrucción económica.

4.2 Fraude fiscal y conciencia o moral tributaria

Como punto de partida a este apartado se define lo que es el fraude fiscal y sus efectos. Según el *Plan de prevención del fraude fiscal* de la AEAT (AEAT, 2008, pág. 9) “el fraude distorsiona la actividad de los distintos agentes y condiciona el nivel de calidad de los servicios públicos y las prestaciones sociales” y por “otra parte, los comportamientos defraudatorios suponen una merma para los ingresos públicos, lo que afecta a la presión fiscal que soportan los contribuyentes cumplidores puesto que de otra forma no se podría mantener el gasto público.” En este mismo documento, nos dan una definición del fraude fiscal (AEAT, 2008, pág. 16):

“El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define fraude como la acción contraria a la verdad y a la rectitud que perjudica a la persona contra quien se comete. También como el acto tendente a eludir una disposición legal en perjuicio del Estado o de terceros. Según el Diccionario, defraudar es privar a alguien, con abuso de su confianza o con infidelidad a las obligaciones propias, de lo que le toca en derecho. También, en segunda acepción, eludir o burlar el pago de los impuestos o contribuciones. De las definiciones citadas se pueden colegir las características esenciales del fraude, en este caso, del fraude fiscal:

- *Se realiza en perjuicio de la Hacienda Pública, es decir del conjunto de los ciudadanos.*
- *La conducta del defraudador contraviene la normativa tributaria.*
- *El defraudador incumple sus obligaciones tributarias.*
- *La elusión tiene en muchos casos un claro componente de abuso.”*

Es conveniente desambiguar dos términos que se suelen confundir bastante en el imaginario colectivo: fraude fiscal y economía sumergida. Este matiz de diferenciación está perfectamente explicado por Francisco de la Torre (de la Torre Díaz, 2014, pág. 49):

“La economía sumergida es el conjunto de actividades que están ocultas al Estado por razones fiscales o laborales. Que una actividad esté fuera del control del Estado significa, casi por definición, que se incumplan las leyes, y que, por tanto, no se pagan los correspondientes impuestos. Sin embargo, en muchas ocasiones, no se pagan los correspondientes impuestos sin que la actividad esté completamente sumergida. La economía sumergida es sólo una parte del fraude fiscal.”

Desde la perspectiva de la cuantificación del fraude fiscal y de la economía sumergida, cabe destacar el trabajo de *Economía sumergida y fraude fiscal en España: un análisis de la evidencia empírica* llevado a cabo por Santiago Lago-Peñas, Alberto Vaquero García y Xoaquín Fernández Leiceaga, en el que se aborda primeramente la dificultad de la aproximación y estimación de un cálculo para cuantificar el fraude fiscal basado en diferentes métodos de estimación. En este estudio, después de realizar una revisión de diferentes trabajos sobre cuantificación del fraude fiscal, se llega a la conclusión de que “los trabajos más recientes estiman una pérdida de recaudación cercana al 23% del total recaudado, lo que equivale a cerca del 6% de PIB” (Lago-Peñas, Vaquero García, & Fernández Leiceaga, 2016, pág. 19). La aproximación al fraude fiscal en España, llevada a cabo por Ignacio Mauleón para el Institut de Economia de Barcelona (Institut d'Economia de Barcelona, 2014, pág. 9), cuantifica el fraude fiscal en un 20% de la recaudación obtenido entre 2012 y 2013:

“Se puede calcular el fraude fiscal debido exclusivamente a la economía oculta, multiplicando el tipo impositivo efectivo medio de la economía legal por el volumen de economía sumergida, menos un mínimo ‘técnico’ del 5%. En la actualidad, 2012-2013, este valor rondaría el 20% de la recaudación total obtenida, y equivaldría a unos 67.000 millones de euros. Para poner más en contexto esta cifra, su% sobre el PIB observado sería del 6,5%: en otras palabras, supondría la reducción de 6,5 puntos porcentuales del déficit público, lo que a nadie se le escapa que es una cifra muy considerable.”

Por otro lado, hablando de economía sumergida, el estudio de Schneider y Buehn de 2012, situaba la economía sumergida en España en un 23,4% del PIB en 2012 (Schneider & Behn, 2012). Resultados parecidos a esta aproximación se han sacado en otro estudio de Sardà en el que sitúa el nivel de economía sumergida en España en el 24,6% del PIB (Sardà, 2014).

En cuanto a las causas del fraude fiscal, pioneros en este campo teórico fueron Allingham y Sandmo (Sandmo & Allingham, 1972, págs. 323-338), que formularon la teoría de que los contribuyentes son económicamente racionales y actúan para maximizar su interés. La decisión del contribuyente va a girar en torno a 3 factores: 1) tipo de gravamen, 2) probabilidad de detección y 3) dureza de la sanción. En este esquema, a mayor tipo de gravamen, y a menor probabilidad de detección y dureza de sanción, mayor será el fraude fiscal. Sin embargo, en el documento de trabajo titulado *Medidas sociales para combatir el fraude fiscal en España* (Goenaga Ruiz de Zuazu, 2014, pág. 6) se matizan las afirmaciones de los economistas:

“Aunque en la mayoría de los países los niveles de inspección, que determinan la probabilidad de detección del fraude, son relativamente bajos y las sanciones no parecen suficientemente disuasorias, la gente paga sus impuestos, contradiciendo el comportamiento esperado del contribuyente-tipo racional modelizado por Allingham y Sandmo. Más allá de la posible existencia de otros factores explicativos, esta aparente paradoja parece indicar que, además de los costes de oportunidad de la

renta evadida, de las probabilidades de ser detectados y sancionados, y de la mayor o menor aversión al riesgo, la honestidad o moral tributaria individual es una variable relevante a la hora de decidir el cumplimiento de las obligaciones tributarias”

En esta misma línea defendida por Goenaga, Torgler y Schneider, (Torgler & Schneider, *The Impact of Tax Morale and Institutional Quality on the Shadow Economy*, 2014, págs. 26-27) en su trabajo *El Impacto de la moral fiscal y la calidad institucional en la economía sumergida*, concluyen que:

“La contribución más importante de este trabajo ha sido extender el modelo empírico de la economía sumergida mostrando que la moral tributaria y las instituciones sociales en general tienen una importancia bastante significativa en la determinación del tamaño de la economía sumergida.”

La conciencia tributaria o moral fiscal es tener conciencia tributaria que “es la interiorización en los ciudadanos de las obligaciones, de los deberes que tienen, de participar en el sostenimiento de los gastos públicos, a través de su contribución tributaria” según Ramón Bonell (Bonell Colmenero, 2015, pág. 520). En este mismo estudio, sobre la percepción del fraude en España, se llega a la siguiente conclusión:

“La percepción del fraude es muy alta, no hay institución que no haya salido en los medios por casos de corrupción que terminan en delito fiscal. Se trata, por tanto, de detectar los desafíos que tiene el Estado de Bienestar para que pueda seguir existiendo, es preciso combatir el fraude en nuestro país desde un punto de vista sociológico. En un entorno económico como el actual, el fraude fiscal se erige como uno de los principales problemas de la economía de cualquier país, y, en este sentido, desarrollar medidas para hacerle frente es una de las prioridades de los gobernantes como se ha puesto reiteradamente de manifiesto en las reuniones del G20. Sin embargo, un balance crítico permite afirmar que la lucha contra el fraude fiscal en nuestro país apenas presta

atención a las medidas sociales, a pesar de contar con estudios demoscópicos que deberían servir para analizar apropiadamente la opinión fiscal de los españoles. Que lo que desean es tributos más simples, fáciles de aplicar, con facilidades de pago...”

Por su parte, Torgler (Torgler, The World Bank - Policy Research Working Paper 5922, 2011) define la moral tributaria como la motivación intrínseca para pagar impuestos y además, remata su trabajo asegurando que:

“Los ciudadanos se sienten engañados si la corrupción se disemina, si cargos fiscales no se gastan bien o si no están protegidos por las leyes. Tal situación también aumenta el incentivo de ser defraudador.”

En esta misma vía, Sandro (Sandro, 2014, págs. 73-98) concluye que ha sido demostrado que la moral fiscal guarda relación con la confianza en el sistema fiscal, en los contribuyentes conocidos, y en menor medida, de la Hacienda pública haciendo que, tal y como se ha introducido este trabajo, el nivel de contribución y de cumplimiento fiscal dependerá en gran medida de la visión, percepción y opinión que tengan los ciudadanos del sistema tributario en sí y del fraude fiscal.

El estado de la moralidad fiscal en España está perfectamente resumida por Goenaga (Goenaga Ruiz de Zuazu, 2014, pág. 18):

*“En este contexto de crisis económica y fiscal, nos encontramos con lo que se podría acuñar como “**desafección tributaria**”, entendiéndola como un sentimiento de rechazo y desinterés acuciante hacia el pago de impuestos, con su consecuente deslegitimación. Los españoles cada vez dicen encontrarse más alejados y distantes con su obligación del pago de los impuestos, debido a una pérdida de confianza en la gestión que se hace de ellos.”*

En guisa de conclusión, con el fin de ofrecer un panorama general sobre el estado de la cuestión de los aspectos relevantes de estudio en el presente trabajo, se puede asegurar que tanto la economía sumergida como las estimaciones de fraude fiscal en España dan

una imagen de un país con un bajo nivel de moralidad fiscal. Ahora bien, ese “sentimiento de rechazo y desinterés hacia el pago de impuestos” argumentado por Goenaga debería ser un tema importante en la opinión pública para que esté tan expandida. Por ello, se va a definir y explicar cómo se forma la opinión pública y la influencia de los medios de comunicación en esta.

4.3 Medios de comunicación y opinión pública: La influencia de los medios en las opiniones

El concepto de opinión pública es difícil de abarcar por su carácter intrínsecamente ambiguo y multidisciplinar. Desde tiempos de Platón, hasta la Ilustración, se ha intentado proponer una definición universal para este concepto, sin más acuerdo entre las partes que el que todos entendían que se trataba de un concepto difícil de delimitar por su multidisciplinaridad. Sin embargo, en el S.XX llegan las mejores aproximaciones al tema con dos autores clave: Noelle-Neumann y Jürgen Habermas.

Jürgen Habermas, filósofo alemán dentro de la Escuela crítica Frankfurt, centra la aparición del concepto opinión pública al nacimiento de una esfera pública caracterizada por el razonamiento crítico, ligada al crecimiento del capitalismo y liberalismo político y desarrollo de la democracia. Este autor define la opinión pública (Habermas, 1973, pág. 61) como aquello de lo que se habla en el espacio público – sistema de opinión pública - definiéndolo de la siguiente manera:

“Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de

transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público.”

En sus palabras también se halla la relación entre medios de comunicación y la creación de una opinión pública, siendo estos primeros determinantes en comunicar ampliamente información a la ciudadanía. Sin embargo, Habermas teoriza que surgirá una opinión pública verdadera (ideal) cuando se constituya un espacio público crítico con diálogo y comunicación entre las partes, contraponiéndolo al actual modelo donde la comunicación pública ha sido sustituida por la comunicación de masas que no permite debate racional, siendo los medios meros divulgadores oficiales u oficiosos que no permiten la participación del público. Se observa por tanto que en el proceso de formación de la opinión pública, el papel de los medios de comunicación en tanto que transmisor de la información es primordial.

Para Noëlle-Neumann, desde un punto de vista mucho más sociológico, define la opinión pública como aquellas opiniones que se puede expresar en público sin el temor de ser excluidos u objeto de rechazo, por lo que las opiniones mayoritarias tienen tendencia a ser más mayoritarias por el miedo a ser aislados por los demás, aspecto central del concepto que definió como la teoría de la espiral del silencio (Noëlle-Neuman, La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social, 1995):

“La opinión pública es el acuerdo por parte de los miembros de una comunidad activa sobre cualquier tema con carga afectiva o valorativa que deben respetar tanto a los individuos como a los gobiernos, transigiendo al menos en su comportamiento público, bajo la amenaza de quedar excluidos o de perder la reputación ante la sociedad”

El surgimiento de los medios de comunicación se fundamenta en la necesidad de articular un mecanismo de mediación entre el público y sus representantes haciendo que los medios de comunicación se entiendan mayormente como transmisores de información en un doble sentido. Por un lado ejerciendo la vigilancia del poder, y por otro, dando publicidad de las decisiones y discusiones en la vida política.

En una aportación teórica contemporánea, Víctor Sampedro distingue entre dos formas de opinión pública desarrolladas de distinta manera (Sampedro, 2000, pág. 20) :

“La opinión pública agregada es un resultado: la suma de juicios individuales a través del voto y los sondeos. La opinión pública discursiva es el proceso de un agente colectivo (el pueblo) que conversa en ambientes formales o informales procesando experiencias propias, conocimientos e informaciones”, haciendo que “la opinión pública agregada es un resultado donde el público que importa es la mayoría que suma voluntades ya determinadas. La opinión pública discursiva es un proceso, donde el público es un colectivo de voluntades individuales que deliberan entre sí, condicionándose mutuamente”. Por lo tanto, “la opinión pública discursiva siempre es más amplia que la agregada, que prima las mayorías, los números sobre los argumentos”.

Siguiendo la terminología de Víctor Sampedro, en la que el modelo de interés en este trabajo es la opinión pública discursiva, Guillermo López García (López García, 2006), concluye que en el modelo tradicional de medios de comunicación – caracterizado por la los medios pre-Internet – se observa “un poderoso flujo discursivo de tipo unidireccional dirigido desde el núcleo de la esfera del poder hasta los bodes de dicha esfera pública, es decir, el público de la sociedad de masas”, apoyando la argumentación de Habermas, caracterizada por la falta de debate entre las partes.

La formación de esta opinión pública, transmitida por los medios de comunicación, desempeña un papel clave en el desarrollo de la vida democrática por lo que el derecho a la información tiene rango constitucional – Artículo 20 - ya que cada ciudadano tiene derecho “a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión” y “a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas opiniones mediante cualquier medio de reproducción” (Constitución Española. (BOE núm. 311, 29 de diciembre de 1978), 1978).

Todo esto lleva a preguntarse por el papel y rol de los medios de comunicación en este proceso de formación de la opinión pública y en nuestra sociedad, ya introducido por

Habermas como divulgadores de opinión y como medios de transferencia de la información e influencia. Por su parte, Lasswell, explicó que los medios de comunicación tienen esencialmente tres funciones: 1) la supervisión o vigilancia del entorno, 2) la correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno, y 3) la transmisión de la herencia social de una generación (Lasswell, *Comunicación y opinión pública*, 1946). Se podría decir que la función de los medios de comunicación es informar – tanto supervisando el entorno para sacar las noticias como interpretando qué es lo que está sucediendo – a los miembros de la sociedad siendo los canalizadores de la creación de una opinión pública.

La siguiente problemática que se plantea es acerca de los efectos, influencia y el impacto de estos medios de comunicación sobre las audiencias. Como ya se ha adelantado en la Introducción del presente trabajo, con Lasswell, surgió el denominado “Modelo hipodérmico de la comunicación”, cuyo planteamiento se basaba en la influencia omnipotente de los medios de comunicación frente a un público pasivo e indefenso frente a los mensajes de los medios. A medida que evolucionaba el desarrollo académico de la psicología social y de la sociología, esta idea de omnipotencia enmarcada en un dinámico de estímulo-respuesta de los medios se fue descartando. Aparecieron estudios, como el de Klapper (Klapper, 1974) en el que asegura que “la comunicación de masas no constituye, normalmente, causa necesaria y suficiente de los efectos que producen sobre la audiencia, sino que actúan entre y a través de un conjunto de factores e influencias” como por ejemplo que los medios de comunicación solo refuerzan actitudes ya preexistentes y que el público se expone a los mensajes de forma selectiva creando un nuevo constructo teórico que remarca las diferencias individuales.

Una de las teorías a destacar es aquella acuñada como “agenda setting” (McCombs & Shaw, 1972), formulada por McCombs y Shaw, centrando su estudio en el establecimiento de la agenda, que fue definida como la capacidad de los medios de instalar en la opinión pública diversos temas en sus coberturas. A mayor cobertura de un tema en los medios de comunicación, mayor será la importancia dada en la opinión pública. De ahí, la importancia y justificación de comprender la evolución de la cobertura ofrecida a las noticias de fraude fiscal durante el periodo seleccionado.

Con el fin de concluir el apartado de influencia de los medios sobre la audiencia, Noëlle-Neuman sintetiza con claridad la posición intermedia después de revisar la bibliografía existente sobre los efectos de los medios de comunicación (Noëlle-Neuman, *L'influence des mass media: Etudes de radiotelevision*, 1978, pág. 121):

“Después de treinta años en los que el poder de los medios ha sido puesto de continuo en entredicho [...] una serie de informes [...] dan a entender la necesidad de regresar a la idea de que los medios ejercen una poderosa influencia. No [...] la noción [...] de efectos directos que se propagó en un principio. La tendencia [...] consistiría [...] en centrarse en la forma sutil e indirecta mediante la que los medios forman nuestra percepción del entorno.”

Con el fin de resumir todo lo aportado hasta ahora en esta sección, se comprueba que los medios de comunicación, parte indispensable en tanto que divulgador, vigilante y formador de la opinión de la pública, desempeñan un papel clave a la hora de medir el alto impacto e influencia que tienen en la opinión pública, por ende, en las opiniones de los ciudadanos.

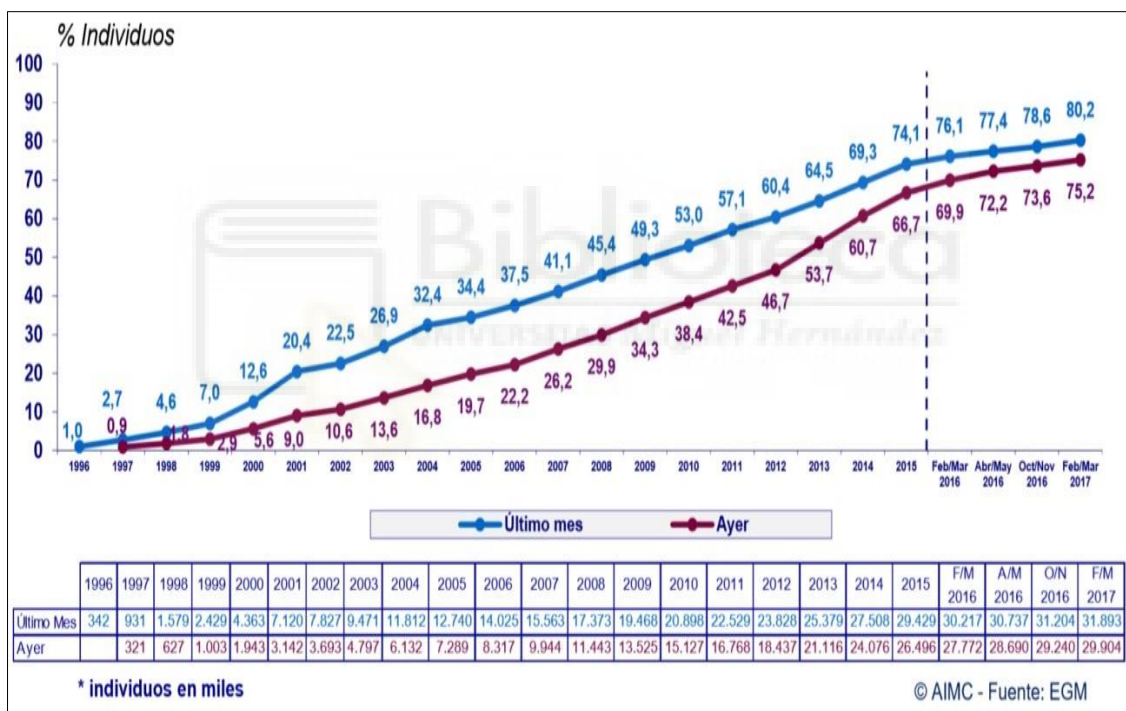
4.4 La llegada de Internet cambia el panorama de los medios y de la Opinión Pública: los diarios digitales.

Los orígenes de Internet se remontan a la década de los 60 del siglo pasado, con el nacimiento de ARPANet (Advanced Research Project Agency Network) en Estados Unidos, que suponía, según la Real Academia de Ingeniería, la “primera red de conmutación de paquetes [...] que se empleó para enlazar los ordenadores de muchas universidades, laboratorios de investigación y sedes gubernamentales de Estados Unidos; ha sido la base del desarrollo de la actual Internet.” (Real Academia de Ingeniería). Sin embargo, se trataba de un proyecto embrionario y se tuvo que esperar hasta mediados de los 90 para conocer Internet tal y como lo conocemos hoy en día. Según Briggs y Burke, en el libro *De Gutenberg a Internet* (Briggs & Burke, 2002) aseguran lo siguiente: “La irrupción se produjo entre septiembre de 1993 y marzo de

1994 cuando una red que hasta entonces se había dedicado a la investigación académica se convirtió en red de redes abierta a todo el mundo.”

A partir de 1995, el número de internautas no ha cesado de aumentar de manera exponencial en el mundo entero. En el caso de España, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, en 1996, había solamente un 1% de la población que habían consultado internet en el último mes. Este dato ha tenido una evolución positiva año tras año, hasta que, en el 2015, el 74,1% de la población había accedido a internet en el último mes y el 66,7% de la población había accedido a Internet ayer mismo según datos del EGM 2017.

GRÁFICO 6: Evolución de usuarios de Internet del último mes/ayer



FUENTE: (EGM, 2017)

Es igualmente relevante cuantificar cuánta gente se informa a través de Internet. Según el EGM, podemos comprobar que más de la mitad de la población se informa de la actualidad a través de Internet tal y como muestra el siguiente gráfico, por lo que resulta un factor importante como fuente de información para la ciudadanía.

GRÁFICO 7: Evolución de lectura de información y actualidad en Internet

FUENTE: (EGM, 2017)

Tras comprobar el crecimiento exponencial de la red de redes y la penetración de Internet en nuestras vidas que ha cambiado el mundo tal ya como lo conocíamos, hay que preguntarse por la evolución de los medios digitales en España. En palabras de Jorge Solís Baena (Solís Baena, 2015, pág. 93):

“Si bien la presencia de los medios impresos en Internet se remonta, en el caso español, a mediados de la década de los 90, se puede considerar 2008 como el año en que Internet comienza a cobrar relevancia dentro del negocio, ya que, frente a la bajada de ingresos publicitarios en las ediciones impresas, Internet se presenta como un canal con un constante crecimiento de la inversión y con capacidad de contrarrestar la pérdida de ingresos de aquellas.”

El primer medio de comunicación en España que tuvo su versión digital fue El Comercio de Gijón en Enero de 1995, cuando un estudiante volcaba los contenidos a un disquete y los subía por módem a la web de la Escuela Superior de Ingenieros Industriales de Gijón. Dejando de lado este hecho anecdótico pero revelador de lo que iba a venir después, ese mismo año en Cataluña, se sacaba a la luz el diario Avui, y al año siguiente – 1996 – se inició en el mundo digital El Periódico de Cataluña. Desde abril de 1995 a marzo de 1997, los principales diarios españoles estaban presentes en la Red (Solís Baena, 2015). Según Antonio Delgado Barrera, “los primeros años del siglo XXI han estado marcados por el crecimiento de los diarios online” y además añade que “la rentabilidad económica empezó a imponerse en la sostenibilidad de estos proyectos” siendo el punto de partida de los nuevos modelos de negocio online y una decidida apuesta por los contenidos de pago. Sin embargo, a partir de los atentados del 11 M en

Madrid, hubo un punto de inflexión muy importante para los medios digitales españoles en cuanto a consolidación y cobertura (Delgado, 2009, págs. 13-14):

“Los atentados terroristas de Madrid, el 11 de Marzo de 2004 y los días posteriores, ha sido una de las fechas que más ha marcado la evolución del periodismo digital en España. En muchas redacciones, el ritmo frenético que marcó la actualidad hizo que se realizaran esfuerzos técnicos y humanos, suponiendo a la larga un salto profesional en la forma de creación y producción de noticias en los medios digitales. [...] Por ejemplo, el sistema de servidores de El mundo.es se cayó al no ser capaz de aguantar el alto tráfico generado. El mundo.es tuvo que aligerar la portada y el servidor de publicidad fue desconectado durante varios días. [...] Hoy en día, esta decisión sería impensable. [...] Por su parte, El país.com, que se encontraba cerrado al pago, abrió el 11M su edición digital de forma gratuita, durante 48 horas, para que los usuarios pudieran informarse en tiempo real. Posteriormente, durante el resto del año 2004 y, cada vez con más frecuencia, fue abriendo el acceso en determinados momentos, hasta que el 3 de junio de 2005, El País digital volvió a abrir sus contenidos de forma gratuita.”

Se observa por tanto que la irrupción de Internet ha cambiado por completo el panorama de los medios de comunicación tradicionales, caracterizados por una periodicidad diaria que ahora cambia a una información masiva, abierta e instantánea con una capacidad de generar muchísima más información y en diferentes soportes, lo cual cambia por completo el ecosistema mediático tanto desde el punto de vista de los medios de comunicación como desde la perspectiva de la configuración y comportamiento del propio público.

Guillermo López García, asegura que “las especiales características del soporte digital determinan poderosamente la aparición de un sistema comunicativo, de unos medios de comunicación claramente diferenciados de los tradicionales” (López García, 2006, pág. 231). En su estudio *Comunicación en red y mutaciones de la esfera pública*, López García, muy acorde con las teorías de Habermas y de Victor Sampedro vistas en el

apartado anterior, señala que estudiar “el complejo proceso de formación del opinión pública se halla inevitablemente condicionado por la situación de partida, en particular las características del ecosistema mediático” (López García, 2006, pág. 233). Seguidamente, explica lo que para él es “la aparición de un nuevo modelo de comunicación y una nueva audiencia congruentes con el nuevo medio en el que se integran” asegurando que “dicha audiencia se halla volcada ahora en un contexto en el que su interrelación con el medio de comunicación tiende a una horizontalidad mucho mayor” y atribuyendo a este nuevo modelo las siguientes características: una oferta mediática mucho más abundante, la posibilidad de interactuar con el medio y mucha mayor facilidad de crear y de ser un medio de comunicación (blogs, redes sociales...), el desarrollo de un espacio de intercambio, complementarios a los grandes medios o independientes de éstos, merced al uso de distintas herramientas digitales. Así es como López García resume este cambio de modelo:

“La aparición y el rápido desarrollo, fundamentalmente en la última década, de dichas tecnologías digitales ha supuesto el comienzo de un incipiente cambio de paradigma que afecta tanto al ecosistema mediático como a la propia configuración de la esfera pública. Desde el punto de vista del receptor, han aumentado sustancialmente las facilidades de acceso a la información, así como las fuentes informativas disponibles. Y desde el punto de vista del emisor, la creación y desarrollo de medios de comunicación social ya no tiene por qué implicar, necesariamente, una inversión económica considerable, y sobre todo no tiene por qué configurarse siguiendo los criterios periodísticos y empresariales propios de los grandes medios tradicionales.” (López García, 2006, pág. 238)

En consecuencia, después de todo lo visto, es razonable decir que, gracias al surgimiento de Internet, la formación de la opinión pública y la influencia de los medios de comunicación han cambiado mucho el modelo tradicional expuesto anteriormente con teorías como la de Harold Lasswell con el modelo de la aguja hipodérmica. Ahora, se constituye una opinión pública más horizontal, con un público que se informa cada vez más por Internet y que es más activo.

5 Resultados

5.1 Artículos indexados en los tres principales medios digitales españoles y cobertura del fraude fiscal

Tras presentar el marco teórico y contextualizar el trabajo en la época en la que está inscrito, se procede a la exposición de los resultados del trabajo de campo bajo forma de investigación propia en la que, en primer lugar, se extraen los datos poniendo en práctica la metodología planteada. En segundo lugar, se estudiará la evolución del número de contenidos indexados en Google de los principales medios de comunicación digitales en España y del ratio de cobertura del fraude fiscal a lo largo del intervalo de estudio. La exposición extensa de los resultados del trabajo de colecta de datos se puede consultar en la tabla detallada que se encuentra en el [Anexo 1](#).

A vista de los datos presentados por la Tabla 1, en la que se puede analizar la evolución de los datos totales en cuanto al número de artículos indexados y en cuanto al total de artículos con los tags de “fraude fiscal” y “delito fiscal”, y de ahí, calcular el porcentaje del ratio de cobertura total, se puede decir que ha habido un aumento del número de artículos indexados. El número de artículos indexados durante el intervalo pasa de 26.606 en 2005 a 366.800, lo que supone un espectacular crecimiento del 1278,63%.

TABLA 1: Número total artículos indexados en los tres medios digitales y porcentaje del ratio de cobertura

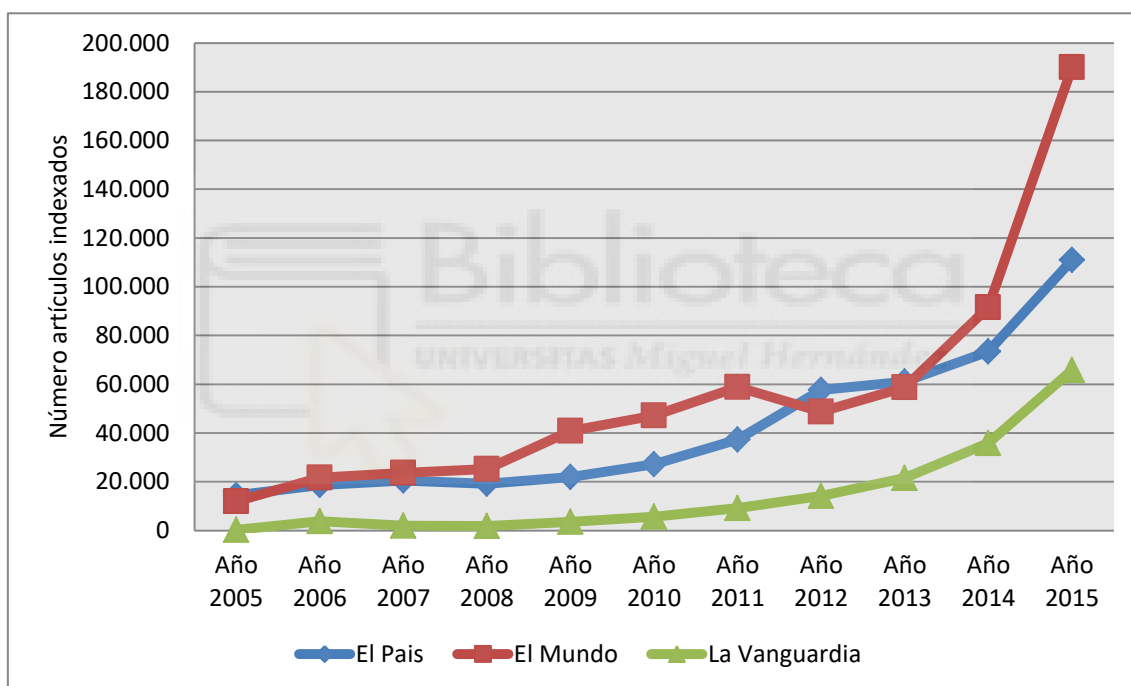
Año	Total número artículos indexados	Total número artículos sobre fraude fiscal	% Ratio de cobertura
2005	26.606	62	0,23
2006	44.100	127	0,29
2007	46.040	99	0,22
2008	46.250	79	0,17
2009	66.200	178	0,27
2010	79.940	272	0,34
2011	105.230	438	0,42
2012	120.600	597	0,50
2013	141.300	1205	0,85
2014	200.800	2344	1,17
2015	366.800	2654	0,72

FUENTE: Elaboración propia

En 2005 se indexaban y publicaban, de media, 73 artículos al día, mientras que en 2015 ese número pasa a 1005 artículos diarios.

Por otro lado, se puede apreciar gracias al gráfico que la evolución es siempre positiva, año tras año, en cada uno de los medios, salvo para la excepción de El Mundo de 2011 a 2012. Otra constatación radica en que la crecida más espectacular del número de artículos publicados se produce entre 2014 y 2015. Sin embargo, para la evolución del ratio de cobertura, el periodo está caracterizado por más subidas y bajadas, y el punto culminante es 2014.

GRÁFICO 8: Evolución cantidad de noticias indexadas totales por año (2005 - 2015)



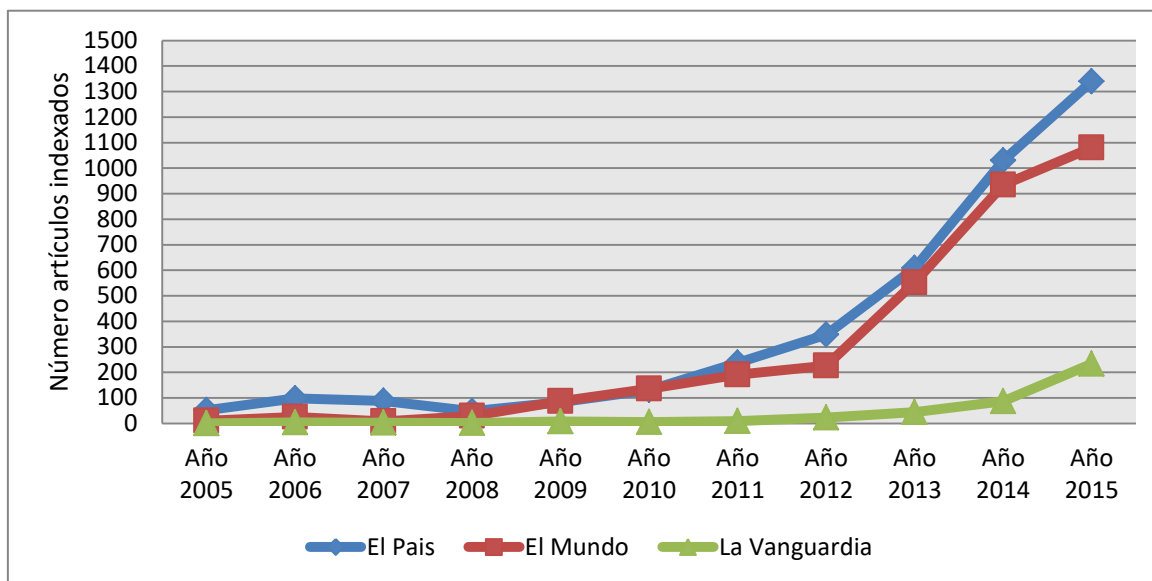
FUENTE: Elaboración propia

En cuanto a la diferente evolución de los medios, se puede observar que, en términos generales, de 2005 hasta 2008 hay una evolución sostenida positiva aunque eminentemente constante en promedio. Desde entonces, hasta 2014, se percibe un crecimiento más acrecentado, salvo para el caso del 2012 para El Mundo. El crecimiento a partir de 2014 es totalmente desmedido pasando de 200.800 artículos indexados y publicados en 2014 a 366.800 en 2015, lo que se traduce porcentualmente en un incremento del 82.7% de un año a otro. Un crecimiento tan abrupto no se había

vivido en ningún momento del intervalo. Por añadidura, se puede decir que El País y El Mundo, tienen ambos, bastante más contenido publicado e indexados que el periódico catalán La Vanguardia. Con el fin de justificar esta afirmación, se puede ver que en el año 2015, El País tiene un 68.7% más de contenidos indexados que La Vanguardia. Por su parte, El Mundo tiene un 188,7% más de artículos publicados. Igualmente en su evolución, La Vanguardia queda en último lugar, puesto que este diario llega a superar los 20.000 artículos indexados en el año 2013, mientras que El País y El Mundo lo hacen en 2009 y 2007 respectivamente. En el lado contrario, el diario que más contenido indexado tiene es El Mundo – salvo excepción para el año 2012 y un casi empate con El País para el 2013 – siendo líder indiscutible en 2015 con un 72,1% más de contenido que el País, que se encuentra en segundo lugar.

El número de noticias sobre fraude fiscal ha tenido un igualmente un crecimiento positivo de media durante el intervalo. A través del análisis del siguiente gráfico que muestra información sobre la evolución de noticias indexadas sobre fraude fiscal, se constan globalmente tres periodos: de 2005 a 2008, en el mejor de los casos, no se llega ni a los 100 artículos publicados con una evolución constante en términos generales; de 2008 a 2002, se aprecia un crecimiento bastante más importante aunque sostenido con subidas estables; de 2012 a 2015 el incremento es aún más importante, especialmente, entre 2013 a 2014, cuando el número de artículos sobre fraude fiscal crece en un 101%. Distinguiendo por diarios, de la misma manera que en el párrafo anterior sobre el total de artículos indexados, ahora para el caso del ratio del fraude fiscal, se constata que La Vanguardia se encuentra en la cola de los otros dos medios. Para hacerse una idea de esta afirmación, el número de artículos sobre fraude fiscal en La Vanguardia para 2015, corresponden a un número parecido para El Mundo en 2012 y para El País en 2011. De la misma forma, se podría decir que la evolución de El Mundo y del El País, es bastante parecida, aunque parece que la delantera siempre la lleva el diario del grupo PRISA.

GRÁFICO 9: Evolución del número de noticias indexadas sobre fraude fiscal (2005-2015)

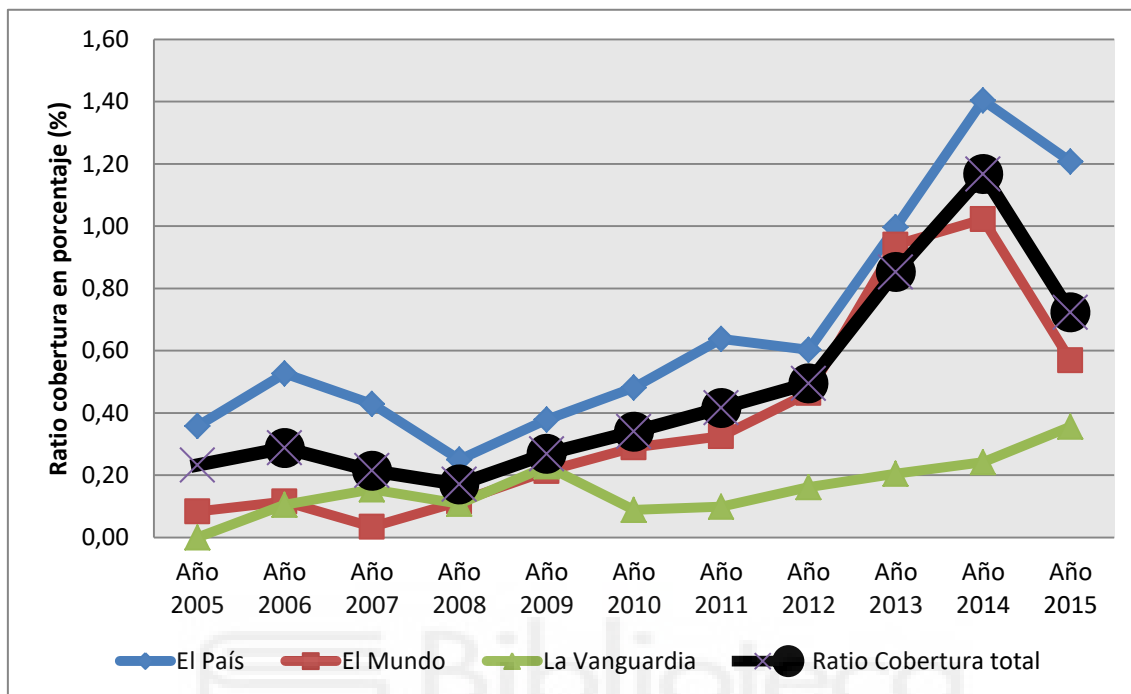


FUENTE: Elaboración propia

El análisis de la evolución del ratio de cobertura muestra claramente la proporción entre el número total de artículos indexados con el número de artículos que tratan la temática del fraude fiscal. En cuanto al ratio de cobertura, igualmente se puede comprobar que ha habido una evolución positiva entre el primer y el último año del periodo estudiado de 0.49 puntos porcentuales. Sin embargo, se constata, en términos globales, una evolución accidentada – con subidas y bajadas - durante el periodo: de 2005 a 2008, el ratio de cobertura total evoluciona negativamente, hasta que desde 2008 en adelante la tendencia es siempre positiva. De 2008 a 2012, la evolución es linealmente positiva con un crecimiento sostenido del 20% interanual. Desde 2012 hasta 2014, se aprecia una explosión del ratio de cobertura con una tasa de crecimiento del 67% en lo que se podría acuñar como el momento de máxima presencia del tema del fraude fiscal en la opinión pública en cuanto a medios digitales se refiere. Sin embargo, se aprecia que, rompiendo con la tendencia desde 2008, el crecimiento interanual de 2014 a 2015 es negativo en un 12%. En las distinciones entre los diferentes medios, es importante señalar que el periódico digital que más trata el tema, en todos los años de la franja de estudio, es el diario El País. Igualmente, resulta interesante mencionar que durante la caída del ratio de cobertura de 2014-2015, el único diario que eleva el ratio de cobertura es La

Vanguardia, que es a su vez, el periódico que, en términos relativos, menos cobertura tiene sobre el fraude fiscal.

GRÁFICO 10: Evolución del ratio de cobertura (2005 - 2015)



FUENTE: Elaboración propia

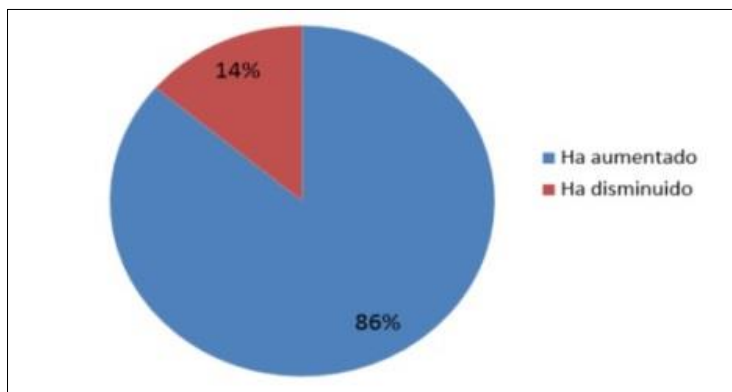
A modo de resumen para este apartado, se puede decir que ha habido un espectacular incremento tanto del número de artículos indexados como del número de artículos que tratan el fraude fiscal en términos globales en las principales cabeceras digitales españolas. Cabe destacar que el ratio de cobertura experimenta un gran auge en – más de 20% por año – su evolución a partir del año que estalla la crisis (2008) y sufre una gran caída de 2014-2015, periodo de sensación de recuperación.

5.2 Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015

En este apartado, se estudiará el documento de trabajo *Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015*, publicado por el Instituto de Estudios Fiscales en 2016 (Instituto de Estudios Fiscales, 2016). El barómetro permite el análisis de la percepción del fraude fiscal de los españoles y la evolución que ha tenido ésta a lo largo de los años. La primera pregunta que se le plantea a 3000 encuestados es si en la última década, el

grado de fraude fiscal ha disminuido o ha aumentado. Los resultados se reflejan de modo claro gracias al gráfico siguiente.

GRÁFICO 11: Opiniones relativas a la evolución del fraude fiscal

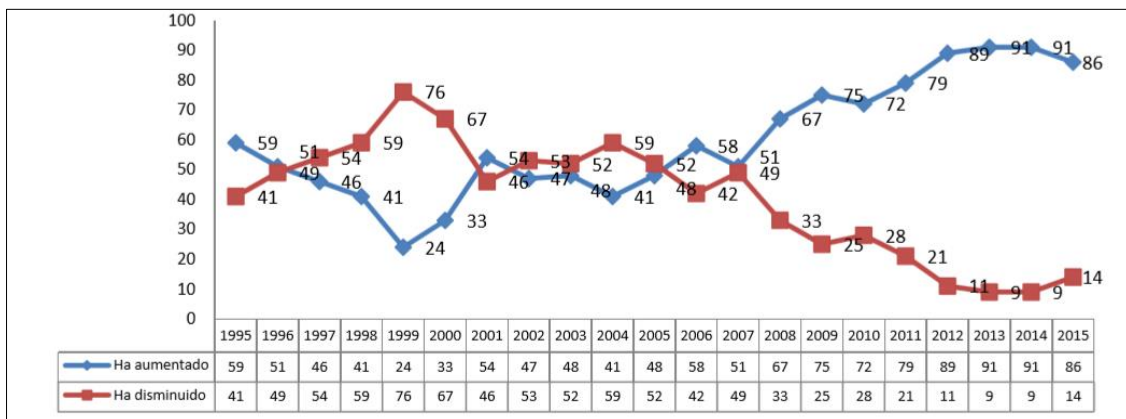


FUENTE: (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 32)

Tal y como podemos comprobar, quitando el efecto de la falta de respuesta en la encuesta, una amplia parte de la población, un 86%, considera que ha aumentado el grado de fraude fiscal a lo largo de los diez últimos años frente a solo un 14% que considera que éste ha disminuido. También hay que señalar que la percepción negativa es común a todos los colectivos socioeconómicos.

Analizando la evolución de los datos que conciernen las opiniones sobre el fraude fiscal, se aprecia en 2008 una percepción cambiante con la tendencia estable desde 2005, en donde se produce un gran incremento de las opiniones que el fraude ha aumentado en el país, y que no ha dejado de hacerlo desde entonces. La opinión en cuanto a que el fraude fiscal ha aumentado de forma importante en España no solo es ampliamente mayoritaria sino que también ha experimentado una evolución en constante crecimiento desde 2008, año en el que estalla la crisis económica que hemos descrito anteriormente en el apartado primero del Estado de la situación.

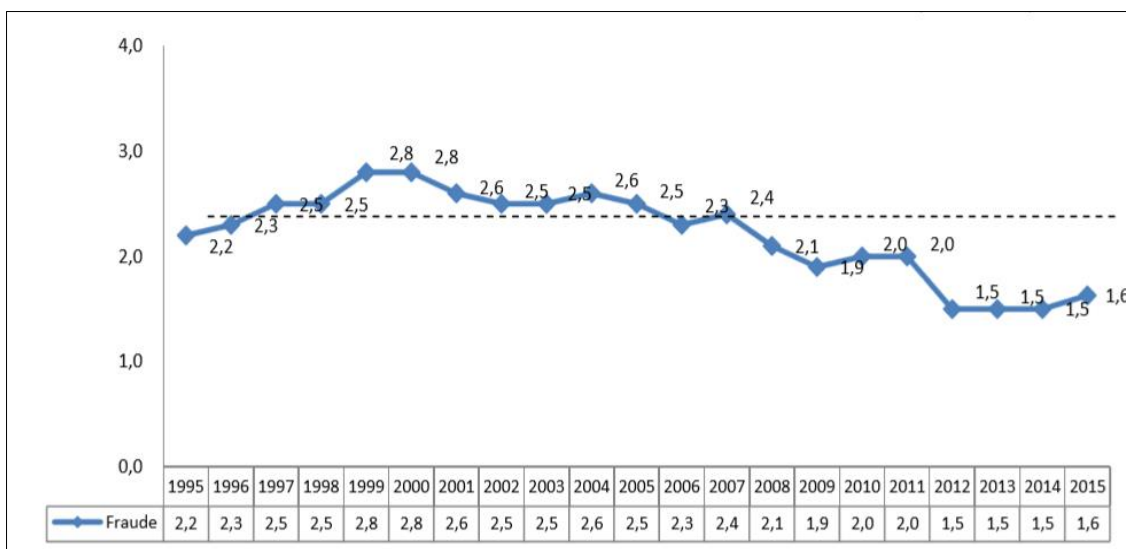
GRÁFICO 12: Evolución de las opiniones sobre el fraude fiscal



FUENTE: (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 32)

Igualmente se aprecian dos evoluciones interanuales muy negativas, una de ellas lógicamente es el cambio entre 2007 y 2008, en la que el aumento de las opiniones de que el fraude ha crecido es de 16 puntos. El segundo incremento más importante se produce entre el año 2011 y el 2012, cuando el estado de las opiniones crece en favor de los que dicen que el fraude ha aumentado, con una variación de 10 puntos de un año para otro. Esta caída en el año 2012, se ve igualmente corroborada por la evolución de las valoraciones medias sobre el fraude fiscal en la que vemos que, incluso por delante de la bajada de 2008, la bajada más importante de las valoraciones sobre fraude fiscal se sitúa en 2012 con una merma de -0.5 con respecto al año anterior, bajada más importante de todo el intervalo estudiado.

GRÁFICO 13: Evolución de las valoraciones medias sobre el fraude fiscal

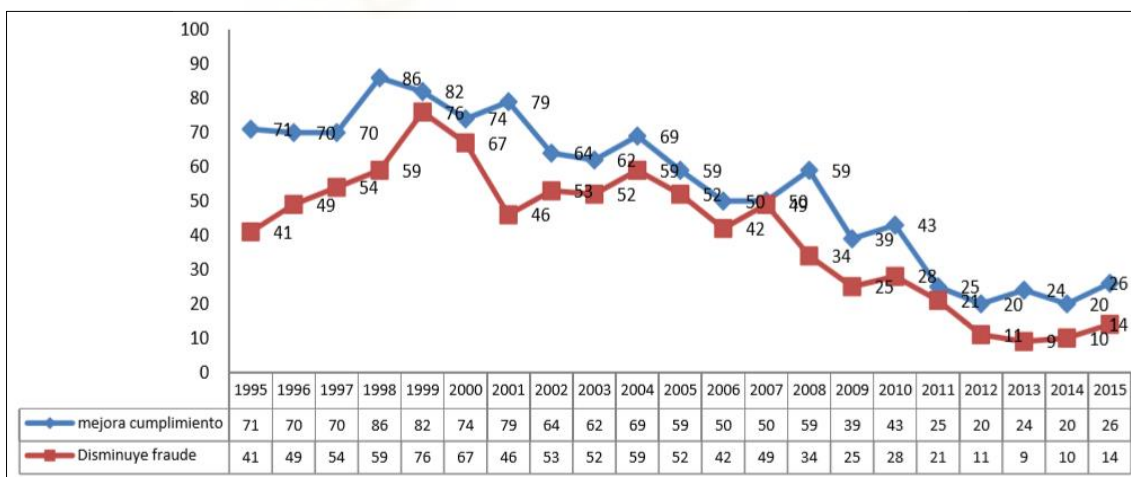


FUENTE: (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 33)

En el siguiente gráfico, que analiza tanto la evolución de las opiniones sobre el fraude fiscal como la evolución del cumplimiento fiscal, con el fin de analizar la coherencia de los datos, se esgrime un paralelismo total entre aquellas personas que piensan que el fraude fiscal ha aumentado y aquellos que opinan que el cumplimiento fiscal ha disminuido. En concreto, pasamos de un estado en 2015 bastante positivo de las opiniones sobre cumplimiento y fraude fiscal, ya que la mayoría de los encuestados – un 59% - opinaba que el cumplimiento mejoraba, y un 52% aseguraba percibir que el fraude disminuía. Sin embargo, tal y como se asegura en el documento de trabajo del Instituto de Estudios Fiscales, desde el 2009 (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 33):

“Ha cambiado el signo hasta alcanzar en los últimos dos años – 2013 y 2014 – los valores más bajos de la serie. Esta circunstancia pone de relieve el sentimiento pesimista que vienen experimentando los ciudadanos desde 2009 coincidiendo con los inicios de la actual crisis y que se va acentuando hasta llegar a los valores obtenidos actualmente; valores reducidos tanto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias con Hacienda como en la disminución del fraude.”

GRÁFICO 14: Evolución sobre el cumplimiento fiscal y el fraude

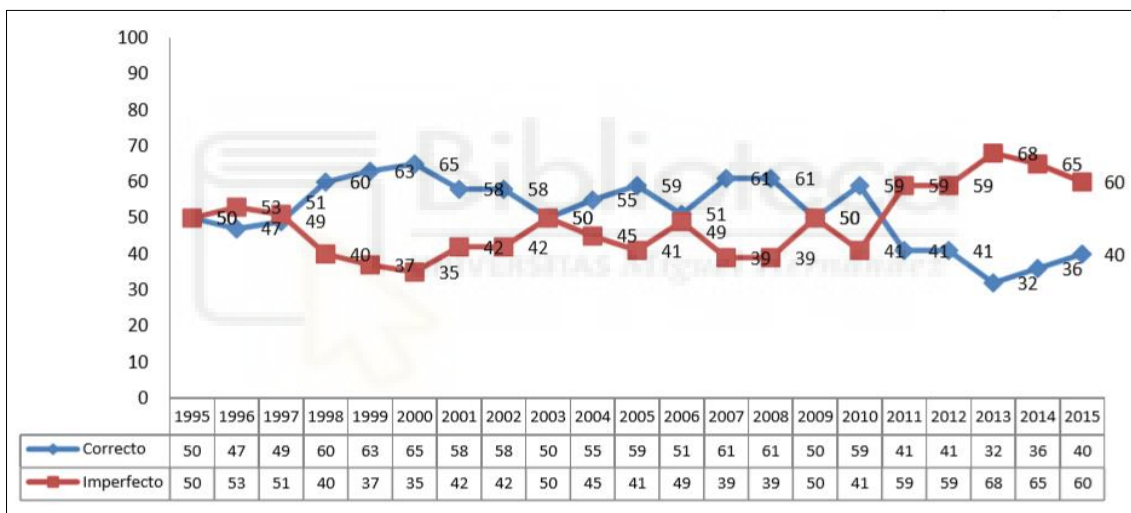


FUENTE: (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 33)

Con el fin de comprender mejor las ideas subyacentes en las percepciones de los contribuyentes, se incluye en el estudio, una serie de preguntas sobre la extensión del fraude. Es impactante ver que, para 2015, 6 de cada 10 encuestados opinan que el fraude

fiscal está generalizado y el pago de los impuestos es muy imperfecto frente a los 4 que consideran que, en general, el pago de los impuestos se realizada de un modo bastante correcto. En términos de evolución histórica de los datos, se observa una pauta de evolución muy fluctuante pero se puede ver que, salvo los empates del 2006 y 2009, desde 2005 hasta 2011, suele haber más gente que piensa que el pago de impuestos es correcto. A partir de 2011, el signo de la tendencia cambia radicalmente haciendo que las opiniones de imperfección de pago de impuestos estén una media del 60% frente al 40 que opinan que el pago de impuestos es correcto. En 2013, se puede considerar como el punto más negativo de la serie con tal solo un 32% que opina que el pago de impuestos es correcto, frente a la gran mayoría de personas (68%, más del tercio de la población) que opinaba que el cumplimiento fiscal era muy imperfecto.

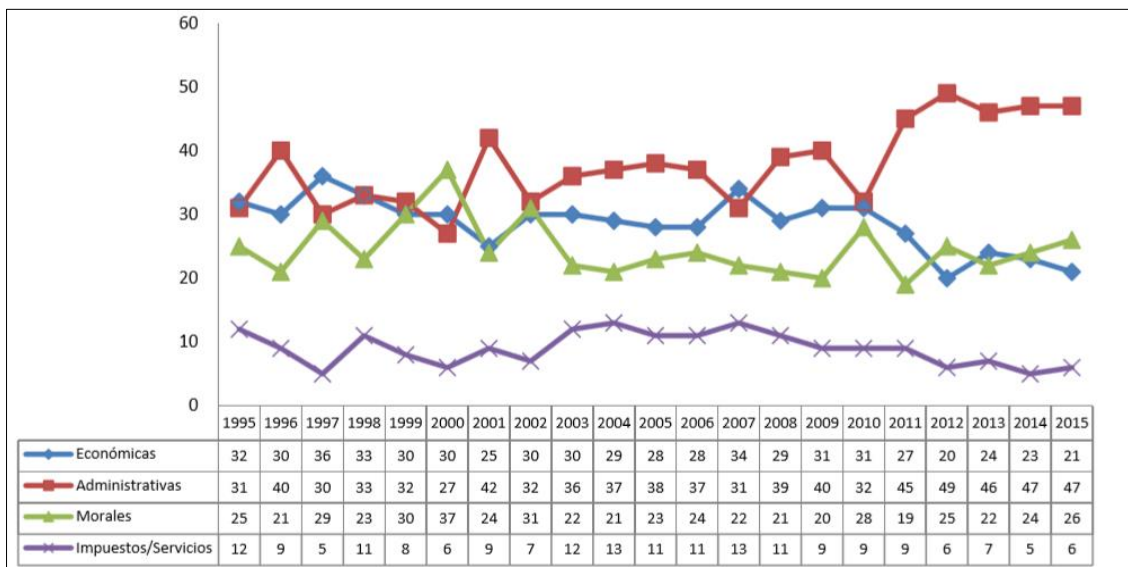
GRÁFICO 15: Evolución de las opiniones sobre la extensión del fraude fiscal



FUENTE: (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 35)

Por la parte que concierne las opiniones sobre las causas del fraude fiscal, se puede observar que los entrevistados tienen 4 opciones de posible respuesta: 1) causas económicas como presión fiscal excesiva y necesidad de trampear para salir adelante, 2) causas de índole administrativa, es decir, impunidad de los grandes defraudadores que tienen que pagar menos impuestos e ineficiencia de la lucha contra el fraude fiscal, 3) causas morales, o sea, la falta de honradez y de conciencia fiscal, y finalmente, 4) la inadecuación entre el esfuerzo tributario realizado para la oferta pública de servicios y prestaciones.

GRÁFICO 16: Evolución de las opiniones sobre las causas del fraude fiscal

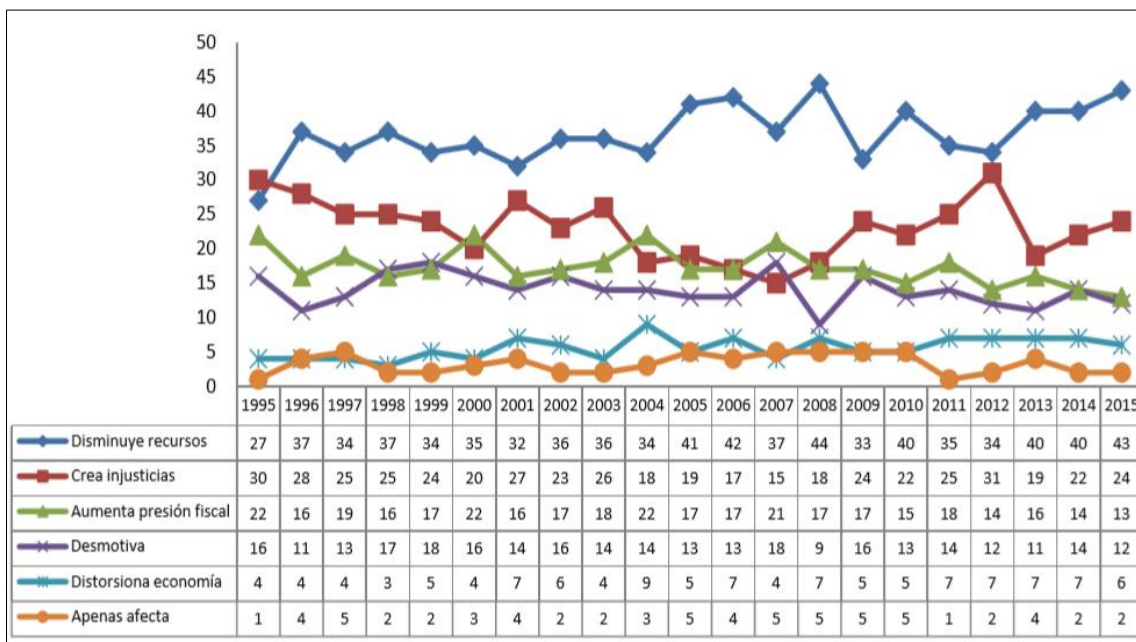


FUENTE: (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 37)

En términos globales, se puede afirmar que los españoles opinan que la principal causa del fraude fiscal yace en la falta de eficacia del sistema tributario en cuanto a que los que más tienen, no pagan lo suficiente y que la lucha contra el fraude no es eficaz. Esta variable tiene un crecimiento muy importante desde 2011 y se mantiene muy alta como la principal causa del fraude fiscal en España hasta el final de la serie llegando a su tope para el año 2012 de toda la serie histórica con el 49% de menciones a esta causa. Por otro lado, en cuanto a las causas morales del fraude, se parecía como de 2005 a 2009, hay una evolución negativa, que se revierte en 2010, punto más alto de la serie en el intervalo de estudio, que acaba siendo la segunda razón del fraude fiscal en 2015. Se podría inferir en esta parte que la población está descontenta con el sistema fiscal tal y como está diseñado, y además, se podría decir que las causas morales son determinantes a la hora de encontrar las causas del fraude fiscal en España.

En cuanto a la evolución de las opiniones sobre los efectos del fraude fiscal, en la que los encuestados podían elegir entre seis diferentes variables de efectos: 1) disminuye recursos para financiar servicios públicos, 2) crea injusticias haciendo que los que pagan tienen que pagar más por lo que dejan de pagar otros, 3) obliga a aumentar la presión fiscal, 4) desmotiva a los que pagan bien sus impuestos, 5) produce distorsiones económicas o que 6) el fraude fiscal no tiene efectos importantes.

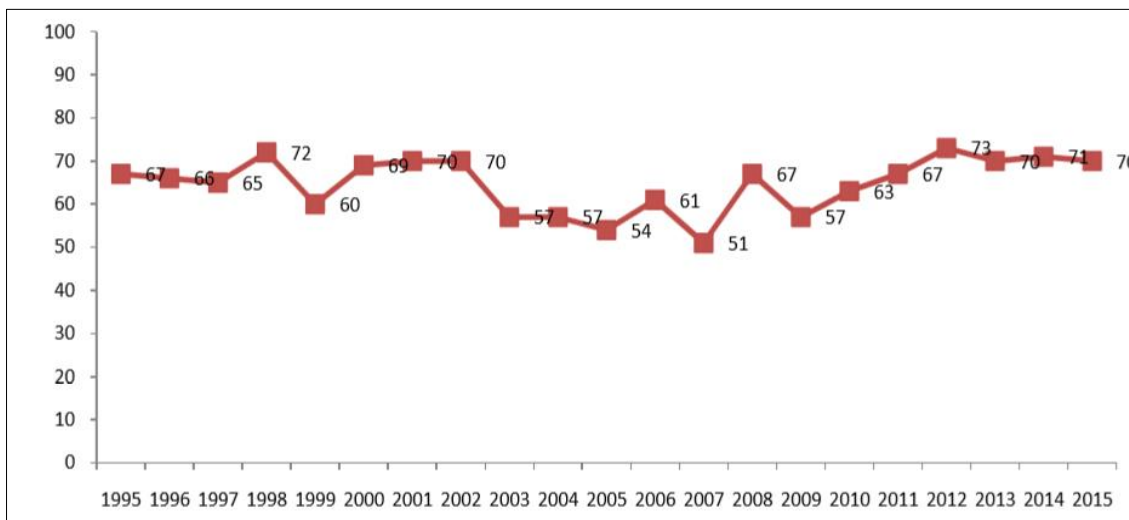
GRÁFICO 17: Evolución de las opiniones sobre los efectos del fraude fiscal



FUENTE: (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 39)

De estos datos presentados en el Gráfico 17, se puede extraer que la opinión más extendida en cuanto a los efectos del fraude fiscal es que disminuye los recursos de financiamiento del Estado, y la segunda opinión relativa a los efectos del fraude es que crea injusticias, aspecto estrechamente relacionado con la moralidad fiscal. Es interesante cómo evoluciona la variable del efecto de que el fraude crea injusticias puesto que 2007, coincide con la marca más baja de este efecto con respecto a los otros, y 2012 coincide con el punto más alto. Para el periodo 2013- 2015, ambas variables aumentan en su proporción como efectos principales del fraude fiscal.

Para finalizar con el estudio, es interesante ver la evolución de las justificaciones que dan los ciudadanos al fraude fiscal. En el siguiente gráfico, se puede apreciar la evolución las opiniones de rechazo del fraude fiscal, es decir, la opinión de aquellas personas que dicen que el fraude fiscal no se puede justificar en ningún caso; es una cuestión de solidaridad y de principios, por lo tanto, de moralidad fiscal.

GRÁFICO 18: Evolución de las opiniones de rechazo del fraude fiscal

FUENTE: (Instituto de Estudios Fiscales, 2016, pág. 41)

Merced a los datos expuestos en este gráfico, se puede afirmar que desde 2005 ha habido una evolución positiva, en concreto de + 16% de la parte de la población que rechaza y no justificaría el fraude fiscal por ninguna razón. Se atiende a una evolución positiva, con su punto máximo en 2012 con un 73% (casi tres cuartas partes de la población) de los encuestados que rechazaban rotundamente el fraude fiscal. Por ello, se puede inferir que, a pesar de que la conciencia tributaria sea baja en España según lo expuesto en el marco teórico, la población tiene conciencia efectiva de que el fraude no es justificable, aunque la percepción de la extensión de éste es paradójicamente muy amplia.

A modo de resumen para el apartado de la percepción y opiniones sobre el fraude fiscal en España, se enumeran las siguientes constataciones. En primer lugar, en 2015, el 86% de la población considera que durante los últimos diez años el fraude fiscal ha aumentado. El estudio de la evolución histórico da la serie muestra una espectacular crecida de la interiorización de esta idea en la población desde 2008, año en el que comienza la crisis económica en España. El cambio interanual más marcado se localiza en el año 2012 cuando un 10% de población consideró que el fraude había aumentado con respecto a 2011.

Seguidamente, se observa que desde 2009 hay un espectacular incremento de las personas que opinan que cumplimiento fiscal baja y de un descenso muy marcado de aquellos que opinan que el fraude fiscal ha disminuido.

En cuanto a la extensión del fraude, de 2005 a 2011, la mayoría de encuestados opina que se pagan de forma correcta los impuestos. Sin embargo, esta tendencia se revierte a partir de 2011 llegando a 2013 al sumun con un 68% de la población que opinaba que los pagos se pagaban incorrectamente, frente al 32% que decían que se pagaba correctamente.

En lo que concierne las causas del fraude fiscal, la primera causa es, y siempre ha sido durante el intervalo de estudio, las causas administrativas. Es decir, aquellas opiniones en las que se percibe que los grandes defraudadores y grandes empresas no pagan los impuestos que deberían y que la lucha contra el fraude fiscal es ineficaz, por lo que la ciudadanía siente que el sistema es injusto y hay una clara falta de confianza en el sistema tributario. Las causas administrativas experimentan un incremento considerable (de 32% a 45%) a partir de 2011 y alcanzan el máximo punto en 2012 con 49% de las menciones. Cabe también destacar el hecho de que en 2014, las causas morales se ponen en segundo lugar, por delante razones económicas, como causa del fraude fiscal. Esto también pone en la mesa la reflexión de que la población es consciente de que la falta de moralidad tributaria es un determinante clave del nivel de fraude.

Por la parte de los efectos del fraude fiscal, la opinión más extendida y sigue creciendo, es de aquellas personas que están de acuerdo con que el número de incumplimiento de las obligaciones fiscales es directamente proporcional al hecho de que existan menos recursos para prestaciones. También es importante mencionar que el efecto de que las personas perciban que el fraude fiscal aumenta las injusticias, aspecto convergente con la moralidad fiscal, ha aumentado espectacularmente desde 2008 (inicio crisis) y llega a su momento más alto en 2012 con casi un tercio de las menciones sobre efectos del fraude.

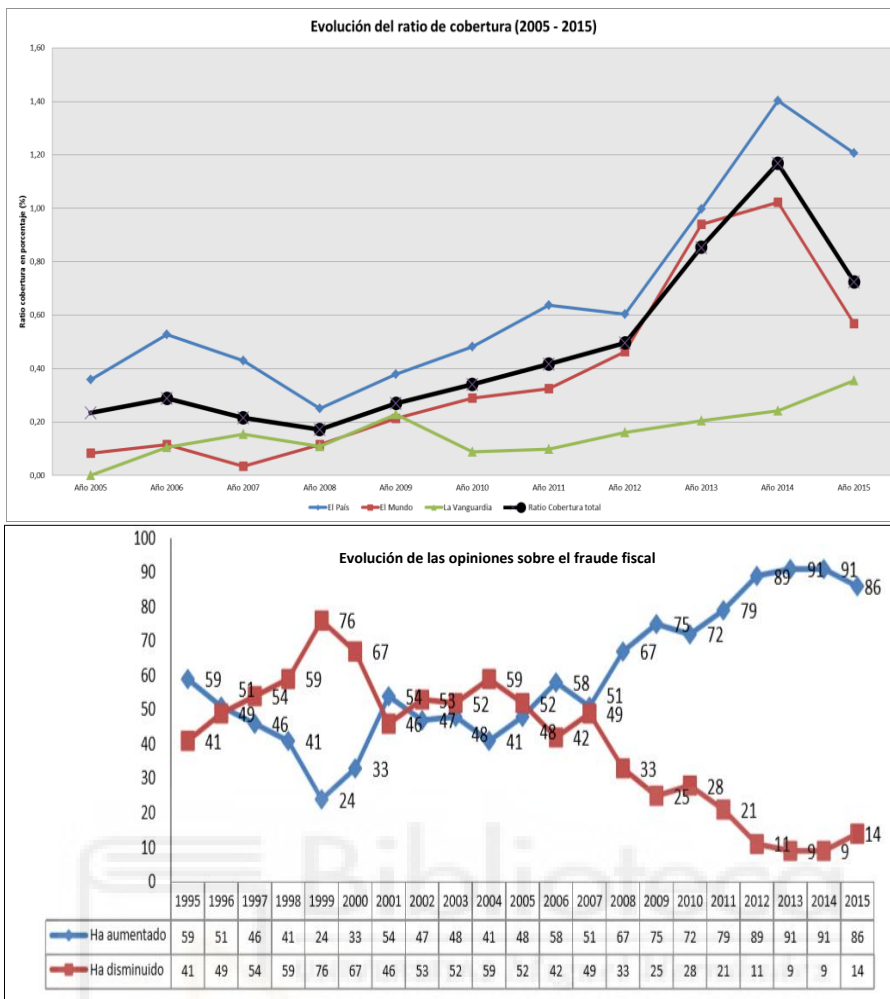
Para finalizar con el resumen, es importante señalar que desde 2009, el rechazo al fraude fiscal – el hecho de no justificar de ninguna manera el fraude por cuestión de

solidaridad y principios – no ha parado ha tenido una tendencia positiva durante la serie histórica (2005 - 2015) con el máximo punto de rechazo en 2012, con el 73% de la población que rechazaba frontalmente el fraude fiscal en España.

5.3 Cruce de datos: Correlaciones entre las opiniones del fraude fiscal y los ratios de cobertura.

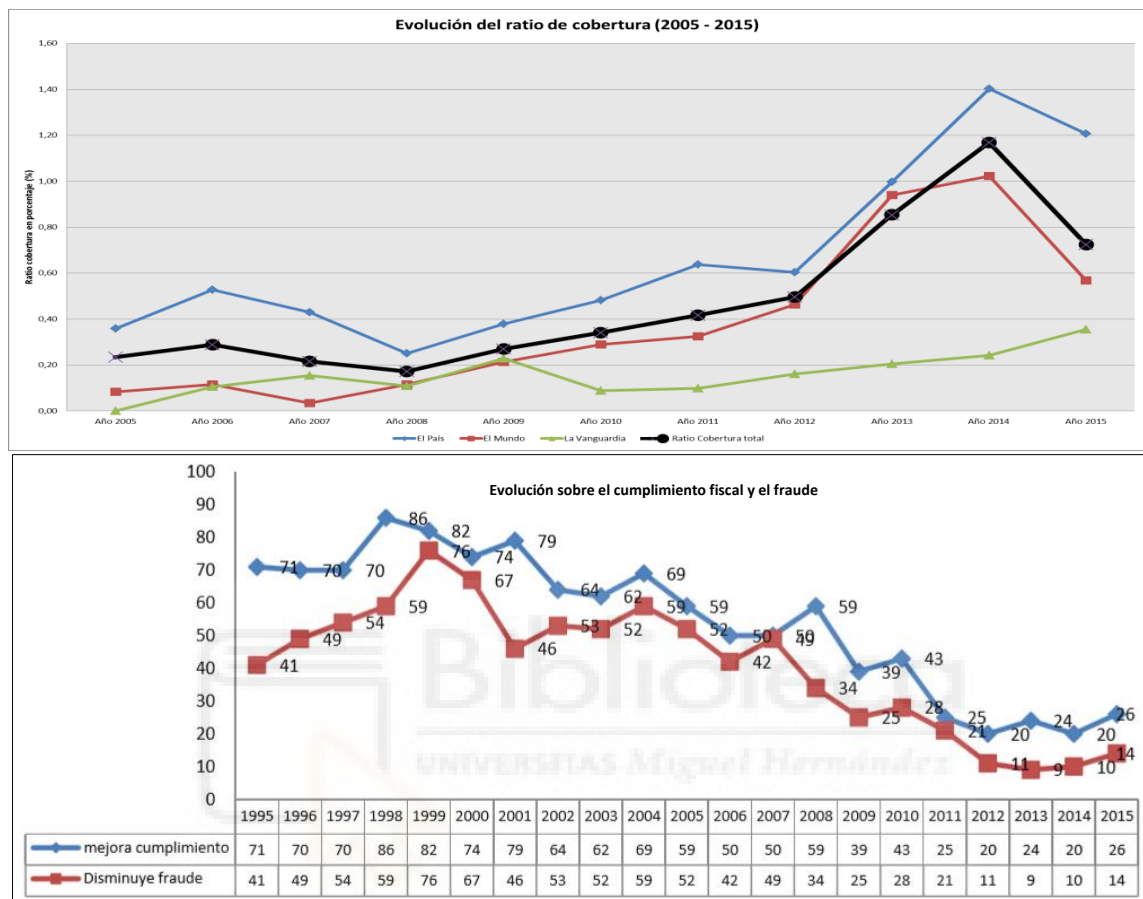
Después de haber analizado y desgranado los resultados de ambos estudios por separado, se tiene por objetivo cruzar los datos de ambos trabajos para sacar las posibles correlaciones existentes entre dos variables: por un lado, estaría la evolución de la cobertura del fraude fiscal en los medios digitales, es decir, de la importancia que se le da a un tema en la formación de la opinión pública a sabiendas que los medios de comunicación son difusores y generadores de opinión pública tal y como se ha visto con las teorías de Habermas, Noelle-Neumann y Víctor Sampedro, y cómo los medios configuran esta opinión pública con temas clave gracias a la teoría de la “Agenda Setting”, recuperando la terminología de Shaw y McCombs. Por otro lado, el documento del Instituto de Estudios Fiscales sobre el estado y evolución de las opiniones de los españoles sobre fraude fiscal que se ha analizado en el apartado anterior.

En primer lugar, si comparamos el ratio de cobertura ([Gráfico 10](#)) con la evolución de las opiniones sobre el fraude fiscal ([Gráfico 12](#)), se puede observar paralelismos:



En el año 2008, que igualmente coincide con el principio del periodo de crisis económica, es el punto de partida de un crecimiento muy importante tanto para el porcentaje de personas que perciben que el fraude fiscal ha aumentado como para el ratio de cobertura sobre fraude fiscal que empieza una tendencia al alza con un crecimiento exponencial hasta 2014. Justamente, ambas variables rompen con la tendencia de crecimiento prácticamente al mismo tiempo: el ratio de cobertura sufre una gran caída de 2014 a 2014 (-0.45%) y para el 2015, es el primer año desde 2007, en que los datos sobre la opinión de los españoles sobre el fraude fiscal mejora. Se puede decir, por tanto, que existe una correlación entre el ratio de cobertura en los principales medios digitales y el estado de las opiniones ya que vemos que cuanto mayor sea el ratio de cobertura sobre fraude fiscal, mayor será la opinión que el fraude fiscal ha aumentado entre los ciudadanos.

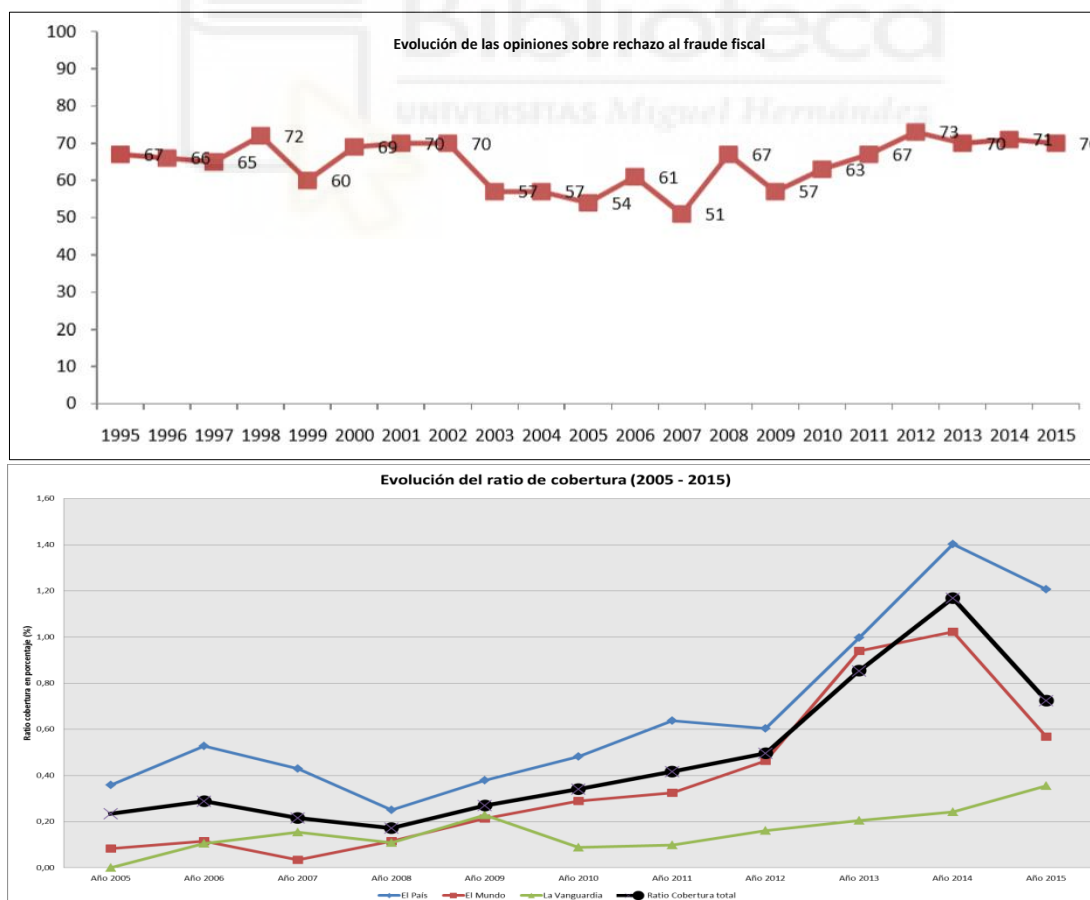
Congruentemente con lo que se acaba de plantear, si se estudia la evolución del cumplimiento y el fraude fiscal ([Gráfico 14](#)) y el ratio de cobertura fiscal ([Gráfico 10](#)) se observa la misma tendencia descrita anteriormente que reafirma lo dicho.



Se puede ver que a partir de 2010, en adelante, y durante un periodo de tres años consecutivos hasta 2014, hay una tendencia de opiniones que tienden a pensar que el cumplimiento fiscal ha disminuido y que el fraude fiscal ha aumentado. Las tres variables (percepción del cumplimiento fiscal, percepción del cumplimiento fiscal y ratio de cobertura) dan un vuelco en los datos de 2015 recuperándose las opiniones negativas sobre el fraude y cumplimiento, y bajando el ratio de cobertura del fraude fiscal. Esto permite, reafirmar la correlación mostrada en el párrafo anterior. Igualmente, se pueden extraer las mismas conclusiones de la comparación del [gráfico 15](#) sobre extensión del fraude fiscal, pero con un efecto más tardío pues la reversión de la tendencia de que la opinión mayoritaria era que se pagaba adecuadamente los impuestos se produjo en 2011.

Por otro lado, en busca de posibles correlaciones entre los cambios de opiniones en cuanto a causas y efectos sobre el fraude fiscal ([Gráfico 16](#) y [Gráfico 17](#) respectivamente) y el ratio de cobertura ([Gráfico 10](#)) en los medios digitales, es complicado aventurarse a encontrar una correlación clara. Vemos como después de 2009, hay un pico de las causas morales en 2010 que llega al máximo histórico de la serie pero luego tiene una evolución fluctuante que impide llegar a establecer una correlación. También hay un crecimiento importante de las causas administrativas a partir de 2011, pero tampoco es condición suficiente para considerarlo como una correlación absoluta en su evolución. Por el lado de los efectos, nos encontramos en el mismo marco de falta de elementos necesarios para encontrar una correlación, ya que no hay evoluciones destacables que coincidan con la evolución del ratio de cobertura sobre el fraude fiscal.

Finalmente, si se analiza la evolución de las opiniones sobre el rechazo al fraude fiscal ([Gráfico 18](#)) y el ratio de cobertura ([Gráfico 10](#)):



Se puede constatar que a partir del año 2009 se presenta una tendencia de crecimiento constante de los porcentajes de opiniones que rechazan con rotundidad el fraude fiscal asegurando que no se puede justificar de ninguna manera, mismo año – 2009 – en el que empieza la tendencia evolutiva positiva del ratio de cobertura del fraude fiscal en los principales medios digitales españoles. Igualmente, se aprecia un leve descenso de 2014 a 2015 que podría estar relacionado con el descenso del ratio de cobertura del fraude fiscal.

En definitiva, tras haber estudiado las posibles correlaciones entre el ratio de cobertura del fraude fiscal con la evolución de las opiniones de los españoles, se ha localizado dos correlaciones claras entre el ratio de cobertura y los siguientes elementos: 1) percepción de la extensión del fraude fiscal y 2) el nivel de opinión sobre el cumplimiento fiscal, que evolucionan de forma paralela. Sin embargo, no se ha encontrado correlación alguna con la evolución de las opiniones de las causas y efectos a lo largo del periodo.

6 Conclusiones

En guisa de conclusión, y con el objetivo de dar respuesta a las hipótesis de partida, se puede asegurar que el número de artículos indexados de las tres principales cabeceras nacionales (El País, El Mundo y La Vanguardia) ha crecido de una forma exponencial, en concreto un 1278,63%, desde el principio del intervalo de estudio. Este crecimiento ha sido sostenido y exponencial año tras año, y extremadamente acelerado entre 2014 y 2015 con un incremento interanual del 82,7%. Tal y como se ha visto en el apartado de resultados, en 2005 se indexaban y publicaban, de media, 73 artículos al día, mientras que en 2015 ese número pasa a 1005 artículos diarios. Este dato nos da una buena idea del espectacular crecimiento de publicaciones en los diarios digitales durante el periodo analizado. Volviendo al estado de la situación, se recuerda que el momento de madurez de los medios digitales españoles se enmarcaba entre el 2004 – tras los atentados del 11 M – y el 2008, cuando los medios de comunicación se dieron cuenta del potencial de Internet como modelo de negocio, y de ahí, se puede igualmente inferir que el crecimiento desmedido desde entonces de la cantidad de noticias totales indexadas en el

motor de búsqueda más usado en España, ha significado una seria apuesta de los medios de comunicación hacia el uso cada vez más importante de Internet por parte de las audiencias. Si se atiende a la diferenciación entre los tres medios de comunicación estudiados, podemos decir que El País, periódico del grupo PRISA, y El Mundo, controlado por Unidad Editorial, ambas grandes empresas mediática españolas, han sido siempre líderes en cantidad de noticias indexadas, dejando a La Vanguardia, perteneciente al grupo Godó, en último lugar. En definitiva, se puede hablar de que gracias al surgimiento de Internet, que ha provocado cambios en los hábitos de consumo del público - el cual cada vez se informa más a través de los diferentes dispositivos con acceso a Internet y es más activo con la posibilidad de interactuar -, los medios de comunicación han optado por cambiar su forma de informar, publicando más información y contando con las preferencias de sus consumidores.

En segundo lugar, se puede concluir que existe una correlación entre las opiniones sobre el fraude fiscal de los españoles y la cobertura del fraude fiscal en los medios digitales. El cruce de datos y el análisis comparativo entre la opinión de los españoles sobre el fraude fiscal y el ratio de cobertura del fraude en los medios de comunicación permite llegar a tal conclusión. Tal y como se ha podido comprobar, en términos generales, cuando el ratio de cobertura sobre el fraude fiscal aumenta, peor es la percepción de los ciudadanos sobre el correcto cumplimiento de las obligaciones fiscales. En esta misma línea, se puede observar que las opiniones sobre la percepción de que el fraude fiscal ha aumentado crecen cuando el ratio de cobertura va al alza. En cuanto al rechazo del fraude fiscal, se puede constatar que este aumenta en paralelo al ratio de cobertura. En términos generales, una mayor información sobre el fraude fiscal implica una influencia directa sobre las opiniones de los contribuyentes al respecto.

Acorde con la correlación entre las opiniones sobre el fraude fiscal de los españoles y el ratio de cobertura, se aprecia otra correlación que subyace a esta misma y es el estallido de la crisis económica que ha impactado en nuestro país en 2008, tal y como se ha podido comprobar en el apartado Estado de la cuestión, en el que se podía dividir nuestra franja de estudio (2005 – 2015) en tres diferentes fases económicas. Durante la primera fase, de 2005 a 2007, se vio como la Hacienda pública estaba en una situación de superávit debido a la baja tasa de desempleo y una fase expansiva de la economía

con un crecimiento sostenido del PIB año tras año. Esta situación cambia radicalmente a partir de 2008, momento en el que todos los indicadores económicos ofrecen resultados negativos que hacen que, en cuestión de dos años, la economía española se encuentre en un periodo de depresión. Coincidiendo con el hundimiento de los datos económicos, la opinión de los españoles sobre fraude fiscal se degradaba a la vez que subía de forma exponencial el ratio de cobertura sobre el fraude fiscal, tema reiterado en la opinión pública española durante el periodo debido al gran número de casos de corrupción y fraude fiscal que han salido a la luz. A partir de 2013, se asiste al cese del proceso degenerativo de la economía española con un PIB que deja de caer en picado, se consigue controlar el nivel de gasto de las administraciones, a la vez que se consigue tener más ingresos para las arcas públicas y una tasa de paro que empieza a recuperarse poco a poco. Durante este periodo, es destacable mencionar que el ratio de cobertura global, concretamente entre 2014 y 2015, experimenta una importante bajada que refleja la mejoría tanto de las opiniones de los españoles sobre fraude fiscal, como de las principales variables macroeconómicas españolas, dejando entrever una recuperación. El paralelismo entre la evolución de la economía y la evolución de las opiniones relativas al fraude fiscal sugiere que los españoles se preocupan más por el fraude fiscal siempre y cuando, por una parte, el ratio de cobertura sobre el tema en los medios de comunicación digitales suba, y por otra, la situación económica sea delicada. Sin embargo, a pesar de que tanto el ratio de cobertura sobre el fraude fiscal como la preocupación de los españoles al respecto se hayan suavizado, los datos reales sobre el estado de la economía sumergida y del incumplimiento fiscal apuntan a que el fraude fiscal sigue siendo un problema importante para la economía del país. Igualmente, se ha comprobado un hecho paradójico en cuanto a que los datos muestran un país con escasa moralidad fiscal debido a la extensión del fraude. Sin embargo, se puede comprobar como el nivel del rechazo al fraude fiscal es alto, lo cual parece indicar que en realidad la moralidad fiscal no es tan problemática. Pero esto se puede explicar por el hecho de que los ciudadanos, a pesar de sentir la falta de confianza en el sistema tributario y de acuerdo con María Goenaga, una gran desafección tributaria, el rechazo al fraude fiscal en España es mayoritario, aunque todo apunta a que la desafección tributaria se deba a la extensión del fraude fiscal mismo.

7 Anexos

ANEXO 1: Resultados investigación propia
TABLA 2: Número de artículos indexados en total y sobre el fraude fiscal y ratio de cobertura

Año	Periódico	Número artículos indexados	Número artículos sobre fraude	% Ratio de cobertura
	Año 2005			
	El País	14.500	52	0,36
	El Mundo	11.900	10	0,08
	La Vanguardia	206	0	0,00
Año 2006				
	El País	18.600	98	0,53
	El Mundo	21.700	25	0,12
	La Vanguardia	3.800	4	0,11
Año 2007				
	El País	20.500	88	0,43
	El Mundo	23.600	8	0,03
	La Vanguardia	1.940	3	0,15
Año 2008				
	El País	19.200	48	0,25
	El Mundo	25.200	29	0,12
	La Vanguardia	1.850	2	0,11
Año 2009				
	El País	21.900	83	0,38
	El Mundo	40.800	87	0,21
	La Vanguardia	3.500	8	0,23
Año 2010				
	El País	27.200	131	0,48
	El Mundo	47.100	136	0,29
	La Vanguardia	5.640	5	0,09
Año 2011				
	El País	37.300	238	0,64
	El Mundo	58.800	191	0,32
	La Vanguardia	9.130	9	0,10
Año 2012				
	El País	57.700	348	0,60
	El Mundo	48.700	226	0,46
	La Vanguardia	14.200	23	0,16
Año 2013				
	El País	61.100	609	1,00
	El Mundo	58.700	552	0,94
	La Vanguardia	21.500	44	0,20
Año 2014				
	El País	73.400	1.030	1,40
	El Mundo	91.500	935	1,02
	La Vanguardia	35.900	87	0,24
Año 2015				
	El País	111.000	1.340	1,21
	El Mundo	190.000	1.080	0,57
	La Vanguardia	65.800	234	0,36

Bibliografía

- 20 Minutos. (28 de Junio de 2013). *IRPF, IVA, IBI, repago, tabaco... Más de 30 subidas de impuestos en España durante la 'era Rajoy'*. Obtenido de 20Minutos: <http://www.20minutos.es/noticia/1858268/0/subidas-impuestos/gobierno/mariano-rajoy/>
- AEAT. (2008). *Plan de Prevención del Fraude Fiscal*. Obtenido de Agencia Estatal de Administración Tributaria : http://www.agenciatributaria.es/static_files/AEAT/Contenidos_Comunes/Ficheros/Informacion_Institucional/Campanias/Plan_de_preencion_del_fraude/ppff.pdf
- BOE. (27 de Septiembre de 2011). *Reforma del artículo 135 de la Constitución Española, de 27 de septiembre de 2011*. Obtenido de Boletín Oficial del Estado: <http://www.boe.es/boe/dias/2011/09/27/pdfs/BOE-A-2011-15210.pdf>
- BOE. (30 de Marzo de 2012). *Boletín Oficial del Estado*. Obtenido de Ley Amnistía Fiscal: <https://www.boe.es/boe/dias/2012/03/31/pdfs/BOE-A-2012-4441.pdf>
- Bonell Colmenero, R. (2015). *Concienciación cívico-tributaria en el S. XXI*. Obtenido de Anuario jurídico y Económico Escorialense: <http://www.rcumariacristina.net:8080/ojs/index.php/AJEE/article/viewFile/226/pdf>
- Briggs, A., & Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet: Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Santillana.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. (2015). *Opinión pública y política fiscal*. Obtenido de http://datos.cis.es/pdf/Es3105mar_A.pdf
- Conde-Ruiz, J., Díaz, M., Marín, C., & Ramírez, J. (2017). *Fedea Policy Papers*. Obtenido de Los ingresos públicos en España: <http://documentos.fedea.net/pubs/fpp/2017/01/FPP2017-02.pdf>

Constitución Española. (BOE núm. 311, 29 de diciembre de 1978). (1978).

Datos Macro. (s.f.). *Expansión*. Obtenido de PIB de España:
<http://www.datosmacro.com/pib/espana?anio=2015>

de la Torre Díaz, F. (2014). *¿Hacienda somos todos? Impuestos y fraude en España*.
Barcelona: Debate.

Delgado, A. (2009). *Quince años de prensa digital en España*. Obtenido de Evoca:
Comunicación e imagine.

Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. *El profesional de la información, noviembre-diciembre 2010*(6), 562.

EGM. (Abril-Mayo de 2017). AIMC. Obtenido de Audiencia de Internet en el EGM:
http://www.aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&arg=3320&cle=2affe5548ee79405772bd581d03b2a402ca36c42&file=pdf%2Finternet117.pdf

El Confidencial. (11 de Octubre de 2016). *España recorta en 12.000 millones el gasto sanitario desde 2009 y se aleja de la UE*. Obtenido de El Confidencial:
https://www.elconfidencial.com/economia/2016-10-11/salud-sanidad-recortes-espana-ue-pib-informe_1273294/

El Mundo. (27 de Enero de 2007). *La tasa de desempleo cierra 2006 en el 8,3%, el nivel más bajo desde 1979*. Obtenido de El Mundo:
<http://www.elmundo.es/mundodinero/2007/01/26/economia/1169798824.html>

El Mundo. (11 de Septiembre de 2007). *Zapatero afirma que España juega en la 'Champions League' económica*. Obtenido de El Mundo:
<http://www.elmundo.es/mundodinero/2007/09/11/economia/1189506158.html>

El Mundo. (15 de Noviembre de 2010). *El déficit español fue el cuarto más alto de la UE en el año 2009*. Obtenido de El Mundo:
<http://www.elmundo.es/mundodinero/2010/11/15/economia/1289820341.html>

El País. (4 de Febrero de 2005). *España edificó el año pasado más viviendas que la suma de Alemania, Italia y Francia.* Obtenido de El País:
https://elpais.com/diario/2005/02/04/portada/1107471614_850215.html

El País. (2008 de Febrero de 2008). *España lideró en 2007 el crecimiento económico entre los países avanzados.* Obtenido de El País:
https://elpais.com/diario/2008/02/15/economia/1203030002_850215.html

El País. (22 de 02 de 2008). *España registra en 2007 el mayor superávit fiscal de la democracia.* Obtenido de El País:
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2008/02/22/economia/1203663382_850215.html

El País. (16 de Enero de 2010). *El precio de la vivienda cae un 13% con la crisis.* Obtenido de El País:
https://elpais.com/diario/2010/01/16/madrid/1263644658_850215.html

El País. (1 de Octubre de 2011). *El Estado nacionaliza con 4.751 millones tres cajas ahogadas por el ladrillo.* Obtenido de El País:
https://elpais.com/diario/2011/10/01/economia/1317420001_850215.html

El País. (10 de Junio de 2012). *España pide un rescate de hasta 100.000 millones para la banca.* Obtenido de El País:
https://economia.elpais.com/economia/2012/06/09/actualidad/1339230670_176850.html

El País. (31 de Enero de 2013). *Las cuentas secretas de Bárcenas.* Obtenido de El País:
https://politica.elpais.com/politica/2013/01/30/actualidad/1359583204_085918.html

El País. (7 de Noviembre de 2014). *La justicia pone a la hermana del Rey al borde del banquillo por fraude fiscal.* Obtenido de El País:
https://politica.elpais.com/politica/2014/11/06/actualidad/1415308747_549559.html

El País. (25 de Octubre de 2015). *El País*. Obtenido de La burbuja que embriagó a España:

https://economia.elpais.com/economia/2015/10/20/actualidad/1445359564_057964.html

El País. (28 de Enero de 2016). *El paro cierra 2015 con una bajada récord: 678.200 desempleados menos*. Obtenido de El País:

https://economia.elpais.com/economia/2016/01/28/empleo/1453966009_115531.html

El País. (21 de Abril de 2017). *EL PAÍS se consolida como líder digital indiscutible*.

Obtenido de El País:
https://elpais.com/elpais/2017/04/20/actualidad/1492715267_734208.html

El País. (6 de Agosto de 2017). *Hipotecas subprime: La crisis con la que empezó todo*.

Obtenido de El País:
https://economia.elpais.com/economia/2017/08/05/actualidad/1501927439_342599.html

El Público. (13 de Diciembre de 2016). *Los recortes del PP convierten en papel mojado la Ley de Dependencia*. Obtenido de El Público:

<http://www.publico.es/sociedad/recortes-del-pp-convierten-papel.html>

Expansión. (1 de Mayo de 2017). *Deuda pública de España*. Obtenido de Datos

Macro: <http://www.datosmacro.com/deuda/espana>

Expansión. (28 de Abril de 2008). *Zapatero continúa sin hablar de crisis económica aunque reconoce una "desaceleración"*. Obtenido de Expansión:

<http://www.expansion.com/2008/04/28/economia-politica/politica/1117403.html>

Goenaga Ruiz de Zuazu, M. (2014). *Medidas sociales para combatir el fraude fiscal en España*. Obtenido de Laboratorio de alternativas:

http://www.fundacionalternativas.org/public/storage/laboratorio_documentos_archivos/371dcdd58cc5313331737c8c08bd6d6e.pdf

Habermas, J. (1973). *Öffentlichkeit (ein Lexikonartikel) 1964*. Francfort: Suhrkamp.

Icrossing. (2015). *Global search engine market share 2015*. Obtenido de <http://www.icrossing.com/uk/ideas/search-engine-infographic-2015-countries-stand-between-google-and-total-world-domination>

Informe Económico y Financiero del Proyecto de Presupuestos Generales del Estado para 2015, (BOE núm. 315, 30 de diciembre de 2014). (2014).

Institut d'Economia de Barcelona. (2014). *IEB report: Fraude Fiscal*. Obtenido de http://www.ieb.ub.edu/phocadownload/informe-anual/IEB%20REPORT%203_2014.pdf

Instituto de Estudios Fiscales. (2016). *Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2015*.

Klapper, J. (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas*. Madrid : Aguilar.

La Vanguardia. (30 de Marzo de 2012). *El Gobierno anuncia una amnistía fiscal para repatriar capital no declarado*. Obtenido de La Vanguardia: <http://www.lavanguardia.com/economia/20120330/54279188714/gobierno-anuncia-amnistia-fiscal-regularizar-capital-no-declarado.html>

La Voz de Galicia. (31 de Marzo de 2017). *Y España, por fin, cumplió con el déficit*. Obtenido de La Voz de Galicia: <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/economia/2017/03/30/espana-registro-deficit-publico-433-2016-debajo-objetivo-marcado-bruselas/00031490868802027289518.htm>

Labeaga, J.M; Gallego, C.:. (2014). *Estimación del fraude fiscal procedente del IVA en España a través de la comparación entre las recaudaciones real y potencial*. mimeo.

Lago-Peñas, S., Vaquero García, A., & Fernández Leiceaga, X. (Febrero de 2016). *Economía sumergida y fraude fiscal en España: un análisis de la evidencia*

empírica. Obtenido de Research Gate:
[https://www.researchgate.net/publication/296332354_ECONOMIA_SUMERGI
DA_Y_FRAUDE_FISCAL_EN_ESPANA_UN_ANALISIS_DE_LA_EVIDEN
CIA_EMPIRICA](https://www.researchgate.net/publication/296332354_ECONOMIA_SUMERGI_DA_Y_FRAUDE_FISCAL_EN_ESPANA_UN_ANALISIS_DE_LA_EVIDENCIA_EMPIRICA)

Lasswell, H. (1927). *Propaganda técnica en la Guerra Mundial*. New York.

Lasswell, H. (1946). *Comunicación y opinión pública*.

Ley Orgánica 10/1995 (BOE núm. 312, de 28 de diciembre de 2012). (2012).

López García, G. (23 de Enero de 2006). *Comunicación en red y mutaciones de la esfera pública*. Obtenido de Universidad del País Vasco:
<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer20-11-lopez.pdf>

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 196-187.

Muñoz Molina, A. (2013). *Todo lo que era sólido*. Barcelona: Seix Barral.

Noëlle-Neuman, E. (1978). *L'influence des mass media: Etudes de radiotelevision*. Allensbach.

Noëlle-Neuman, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.

Real Academia de Ingeniería. (s.f.). *Real Academia de Ingeniería*. Obtenido de ARPANET: <http://diccionario.raing.es/es/lema/arpamet>

Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.

Sandmo, A., & Allingham, M. (1972). Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis. *Journal of Public Economics*, 323-338.

- Sandro, G. (2014). *Dimensiones sociales del fraude fiscal: confianza y moral fiscal en la España contemporánea*. Obtenido de Revista Española de Investigaciones Sociológicas:
http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_145_041389611798059.pdf
- Sardà, J. (29 de Enero de 2014). *La economía sumergida pasa factura. El avance del fraude en España durante la crisis*. Obtenido de GESTHA:
http://www.gestha.es/archivos/actualidad/2014/2014-01-29_INFORME_LaEconomiaSumergidaPasaFactura.pdf
- Schneider, F., & Behn, A. (Octubre de 2012). *Shadow Economies in Highly Developed OECD Countries: What are the Driving Forces?* Obtenido de Research Gate:
https://www.researchgate.net/publication/256036313_Shadow_Economies_in_Highly_Developed_OECD_Countries_What_are_the_Driving_Forces
- Solís Baena, J. (2015). *La evolución de los periódicos digitales frente a los convencionales como soporte publicitario*. Obtenido de Universidad Complutense de Madrid.
- Torgler, B. (Diciembre de 2011). *The World Bank - Policy Research Working Paper 5922*. Obtenido de Tax Morale and Compliance: Review of Evidence and Case Studies for Europe:
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/3690/WPS5922.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torgler, B., & Schneider, F. (Enero de 2014). *The Impact of Tax Morale and Institutional Quality on the Shadow Economy*. Obtenido de SemanticScholar:
<https://pdfs.semanticscholar.org/12eb/1435ad0fedebb1ca6a019347ae6f4864eceb.pdf>
- US, O. S. (21 de Noviembre de 1927). *Justia*. Obtenido de US Supreme Court:
<https://supreme.justia.com/cases/federal/us/275/87/case.html>