



Elecciones municipales y autonómicas 2003

VALOR AÑADIDO DE LA COMUNICACIÓN

SERIE INDICE VAC del 25

En el 25-M no es previsible ningún vuelco electoral

La campaña arranca con una ventaja del PP en el impacto de sus mensajes. Esto hace poco probable un vuelco electoral

En las municipales de 1999, el PP obtuvo una ventaja de apenas el 0,18% sobre los votos válidos emitidos. El dato refleja un mapa dominado por dos grandes fuerzas, divididas a partes práctica-

mente iguales. Las mayorías de gobierno se dilucidan por un margen escaso. De ahí la trascendencia del impacto de los mensajes informativos.

El índice VAC elabora el valor añadido a partir de esa información y su impacto en la opinión publica por todo tipo de medios de comunicación: escritos, electrónicos, audiovisuales, personales o institucionales. A diferencia de los sondeos, el VAC no estima ni predice resultados: sólo mide la influencia de los mensajes en ellos.

Uno de los datos que revelan el impacto de la medición de hoy es una mayor influencia del liderazgo de Aznar que el de Rodríguez Zapatero, lo que sin duda influirá en las elecciones del 25M.

Todo sobre el Índice VAC

Todos los datos sobre el Sistema VAC®, y las claves sobre los pormenores y resultados completos de estos estudios pueden encontrarse en www.indice-vac.com o solicitarlos en



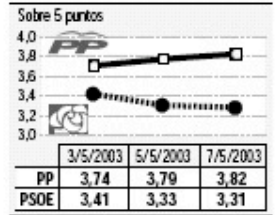
Buena salida

Los mensajes que han dominado la escena informativa de los últimos días han tenido un impacto electoral positivo para el PP. En la jornada de ayer se publicaron los resultados de el 2 al 7 de mayo, la evolución de estos impactos ha pasado de 3,74 a 3,88 puntos. Es decir, se ha aproximado a los 4,02 puntos, que es el mensaje electoral más valorado para estos comicios (ver el estudio publicado el pasado 6 de mayo en LA GACETA). El grupo de mensajes más representativos en esta medición han incluido los transmitidos por el Papa durante su visita a Madrid, el liderazgo de la lucha antiterrorista de Aznar en sus visitas a la ONU y a la Casa Blanca, y unas cifras económicas favorables en creación de empleo, afiliación a la Seguridad Social y crecimiento.



Bajo crédito

El menor protagonismo de Zapatero en los días en que se efectuó la medición y las críticas a la propuesta socialista de renunciar el déficit cero influyeron en la caída del impacto del PSOE, aunque se recuperó ligeramente tras la presentación de su plan de "regeneración democrática". Este plan no ha tenido un mayor efecto por dos razones: fue hecho en medio de una actualidad dominada por otros mensajes con más fuerza (entre otros, coincidió con el manifiesto de los intelectuales denunciando la falta de libertades en el País Vasco) y hay problemas de credibilidad. *El País*, por ejemplo, al informar de la propuesta de reforma de RTVE, añadía que "de momento, en las autonomías donde gobierna el PSOE, no ha tomado una decisión de esta naturaleza".



Hay diferencia

Los impactos informativos que han dominado el comienzo de campaña han favorecido al PP y perjudicado al PSOE. Ambos reflejan una tendencia divergente: el primero sube en la escala VAC y el segundo desciende. La valoración de salida marca una diferencia de 0,33 puntos. Estos resultados reflejan, entre otras cosas, que el PP se beneficia de un mayor peso del liderazgo de Aznar en la percepción de los medios y la opinión pública (94% vs. el 60,4% de Rodríguez Zapatero). También de la prioridad que, en contraste con los socialistas, los populares dan a la estabilidad (70,6% vs. 58,6%), la seguridad (84% vs. 57%) y la gestión (76,3% vs. 58%). El PSOE ni siquiera destacó estos atributos en la presentación que hizo de su plan de medidas (si lo hizo en la transparencia).

¿Qué habían dicho los encuestas publicadas antes? En su mayoría pronosticaron lo contrario de lo que sucedió. Dijeron que habría vuelco electoral y que la campaña del no a la guerra supondría un fuerte desgaste para el PP.

La española **Gallup** anunció el 4 de Abril que "El PSOE aventaja al PP en 3,5 puntos en intención de voto". Según la misma firma, esa ventaja se había duplicado un mes más tarde: "El PSOE aventaja al PP en 7,4 puntos en intención de voto". El diario **ABC** tituló el 27 de Abril: "El PSOE saca 5,5 puntos de ventaja a un PP castigado por el Prestige y la guerra". El propio **CIS** dio al PP en Madrid capital el 45,4% (y obtuvo el 51,3%), y en la Comunidad el 43,6% (y obtuvo el 46,6%).

ESPAÑA

EL PAÍS, domingo 30 de marzo de 2003

SONDEO ELECTORAL DEL INSTITUTO OPINA

Cinco días después del inicio del ataque militar contra Irak, el PSOE triplicaba la ventaja que sacaba hace tres meses al PP en intención de voto, hasta situarla en seis puntos. Y en ese mismo periodo ha caído de forma significativa

(10 puntos) la aprobación de la gestión de José María Aznar como presidente del Gobierno. Ahora, el 38% de los españoles prueba su actual confianza frente al Ejecutivo. Por primera vez en cinco meses, la mayoría de los ciudadanos

cree que el líder del PSOE conquistaría la presidencia del Gobierno si el candidato del PP fuera Jaime Mayor Oreja. Aunque el ex ministro del Interior sigue siendo el aspirante mejor situado, su posición se debilita y mejora la de Rajoy.

El PSOE saca al PP seis puntos de ventaja

La guerra se convierte en el segundo problema para los españoles, sólo después del paro

EL PAÍS, Madrid
La guerra contra Irak ha empezado a dañar seriamente las expectativas electorales del Partido Popular ante los comicios municipales y autonómicos del próximo mes de mayo. Cuando sólo habían transcurrido cinco días de conflicto bélico, el PP retrocedía cuatro puntos porcentuales

