

## SECRETARIOS CON MÁS COBERTURA POSITIVA EN MEDIOS

● El que México lograra un lugar en el Consejo de Seguridad de la ONU llevó al canciller Marcelo Ebrard a liderar en aprobación. Le siguió el titular de Marina, muestra el Análisis de Reputación Mediática.

### Impacto mediático del gabinete JUNIO 2020

CIP

Marcelo Ebrard  
SRE

José R. Ojeda  
Semar



# Ebrard lidera aprobación; Segob, la peor evaluada

- El canciller se encargó de armar la gira de **Andrés Manuel López Obrador** a EU
- Renuncias pegan a la secretaria de **Gobernación**; el titular de **Salud**, rebasado

JUAN RICARDO PÉREZ-ESCAMILLA GONZÁLEZ

—jrperez@centralip.com.mx

#### Marcelo Ebrard (SRE)

Al secretario Ebrard le tocó bailar con la más fea, ya que fue el encargado de organizar la gira a Estados Unidos para que el presidente Andrés Manuel López Obrador se reúna con su homólogo Donald Trump. Este tema generó 13% de la cobertura mediática, toda negativa. Antes del atentado contra Omar García Harfuch, reportes de inteligencia señalaron al canciller como un posible blanco del crimen organizado; por fortuna, todo quedó en susto. México logró un preciado lugar en el Consejo de Seguridad de la ONU.

#### José Rafael Ojeda (Semar)

Tras el atentado contra OGH, la Semar fue la responsable de resguardar el hospital donde se encontraba el secretario García Harfuch. Esto les generó 17% de su cobertura mediática. La Marina estuvo apoyando con trabajos de protección civil después del terrible temblor de 7.5 grados en la escala de Richter que dejó un saldo de 10

muertos en Oaxaca.

#### Luis C. Sandoval (Sedena)

La Sedena hizo lo que le toca hacer: capturó a la madre, hermana y novia de *El Marro*, líder huachicolero en Guanajuato. Sin embargo, la FGR fue incapaz de atraer la investigación y culpó a la fiscalía de Guanajuato; el resultado fue la liberación de la mamá de *El Marro*. ¿Tendrán algo que decir Gertz Manero o Diego Sinhue al respecto? Esto generó 14% de su cobertura mediática.

#### Arturo Herrera (SHCP)

Parece que el secretario Herrera se encuentra confiado de que habrá una pronta recuperación de la crisis económica. Aseguró que con la reapertura gradual la trayectoria de la economía será rápida, pero asimétrica. ¿Pecará de optimista? Este tema le generó 16% de su cobertura mediática.

#### Javier Jiménez Espriú (SCT)

El presidente López Obrador fue a Yucatán, acompañado del secretario Jiménez Espriú, para dar inicio a uno de sus proyectos favoritos: el Tren Maya. Esta acción le generó 13% de su cobertura mediática.

#### Jorge Alcocer Varela (Ssa)

El refrán dice: el alumno supera al maestro. En este caso, Hugo López-Gatell ya rebasó a quien fuera su profesor y jefe, el secretario Jorge Alcocer. Las estimaciones de López-Gatell resultaron un fiasco, en un inicio estimó 8 mil muertes: junio cerró con 27 mil muertos. Esto generó 27% de su cobertura mediática, por cierto, toda negativa.

#### Rocío Nahle (Sener)

Registren el dato sobre la cobertura mediática de la secretaria Nahle: 88% de su cobertura fue negativa. La SCJN concedió la suspensión de la Cofece de Alejandra Palacios respecto a la determinación de Sener sobre la industria eléctrica. Este tema representó 23% de la cobertura mediática.

#### Alfonso Durazo (SSPC)

Su encomienda principal es combatir la inseguridad en el país. En junio, el secretario Durazo rompió esa encomienda y se vio rebasado. Asesinaron al juez federal Uriel Villegas Ortiz y a su esposa en Colima, lo que generó 23% de su cobertura mediática. Durazo aseguró que se investiga el caso.



Fecha <b>08.07.2020</b>	Sección <b>Primera</b>	Página <b>PP-8</b>
----------------------------	---------------------------	-----------------------

**Irma Eréndira Sandoval (SFP)**  
Vaya información la que reveló el periodista Carlos Loret de Mola a través del portal Latinus, donde cuestiona el origen del patrimonio de la secretaria Sandoval y su esposo, John Ackermann. La investiga-

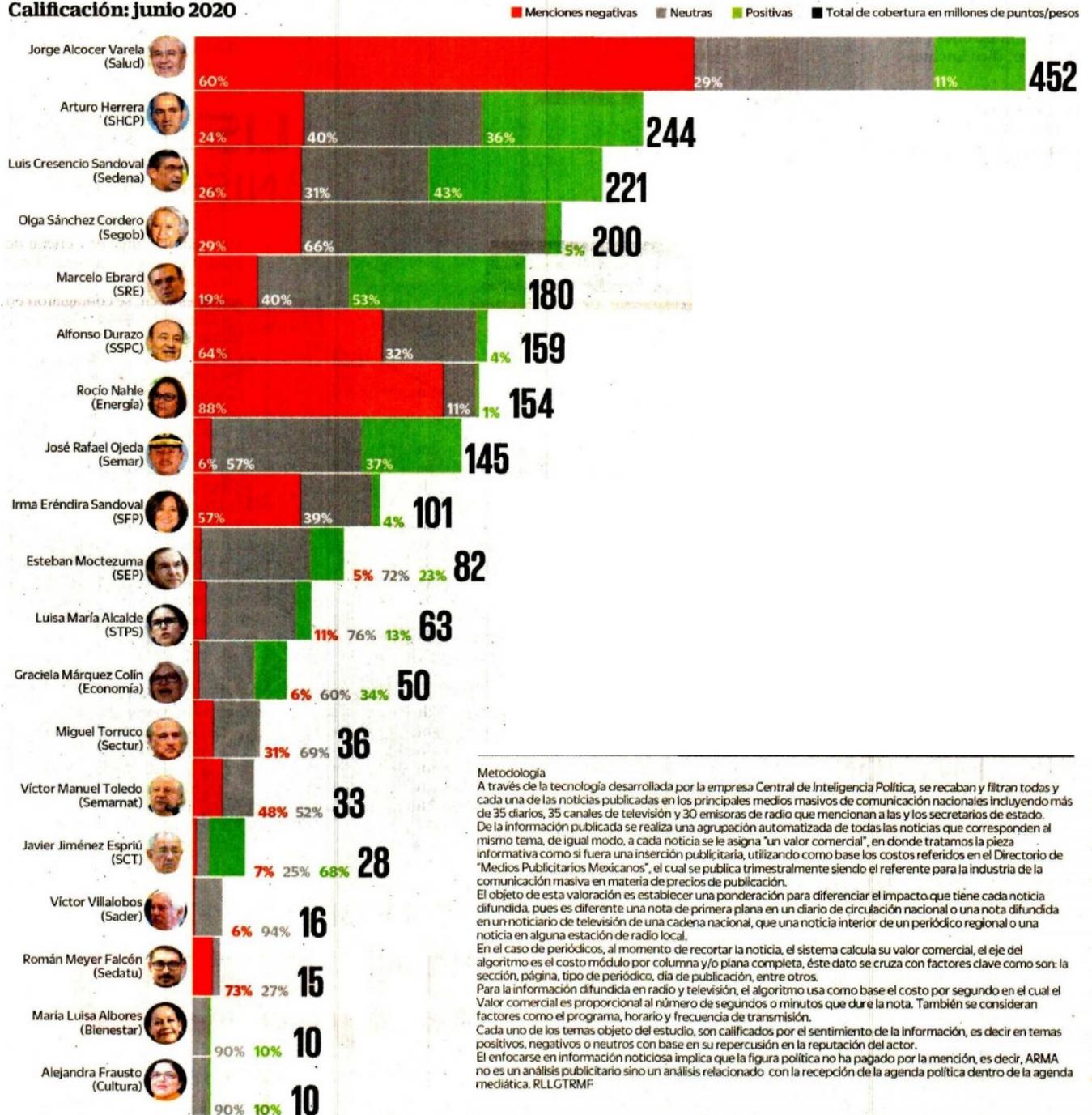
ción generó 56% de la cobertura mediática de la secretaria Sandoval.

**Olga Sánchez Cordero (Segob)**  
En junio varias renunciaciones provocaron que su cobertura fuera mayori-

tariamente negativa. La controversia que generó la invitación de Chumel Torres al foro de la Conapred acabó con la renuncia de su titular Mónica Maccise y el pronunciamiento de López Obrador de desparecer el órgano, que generó 13% de su cobertura mediática. ●

## A.R.M.A: Secretarios

Calificación: junio 2020



### Metodología

A través de la tecnología desarrollada por la empresa Central de Inteligencia Política, se recaban y filtran todas y cada una de las noticias publicadas en los principales medios masivos de comunicación nacionales incluyendo más de 35 diarios, 35 canales de televisión y 30 emisoras de radio que mencionan a las y los secretarios de estado. De la información publicada se realiza una agrupación automatizada de todas las noticias que corresponden al mismo tema, de igual modo, a cada noticia se le asigna "un valor comercial", en donde tratamos la pieza informativa como si fuera una inserción publicitaria, utilizando como base los costos referidos en el Directorio de "Medios Publicitarios Mexicanos", el cual se publica trimestralmente siendo el referente para la industria de la comunicación masiva en materia de precios de publicación. El objeto de esta valoración es establecer una ponderación para diferenciar el impacto que tiene cada noticia difundida, pues es diferente una nota de primera plana en un diario de circulación nacional o una nota difundida en un noticiero de televisión de una cadena nacional, que una noticia interior de un periódico regional o una noticia en alguna estación de radio local. En el caso de periódicos, al momento de recortar la noticia, el sistema calcula su valor comercial, el eje del algoritmo es el costo módulo por columna y/o plana completa, éste dato se cruza con factores clave como son: la sección, página, tipo de periódico, día de publicación, entre otros. Para la información difundida en radio y televisión, el algoritmo usa como base el costo por segundo en el cual el Valor comercial es proporcional al número de segundos o minutos que dure la nota. También se consideran factores como el programa, horario y frecuencia de transmisión. Cada uno de los temas objeto del estudio, son calificados por el sentimiento de la información, es decir en temas positivos, negativos o neutros con base en su repercusión en la reputación del actor. El enfocarse en información noticiosa implica que la figura política no ha pagado por la mención, es decir, ARMA no es un análisis publicitario sino un análisis relacionado con la recepción de la agenda política dentro de la agenda mediática. RLLGTRMF

Continúa en siguiente hoja



**Calificación efectiva: junio 2020**

El valor efectivo se obtiene de la diferencia entre los impactos positivos y los negativos

