


DETENCIONES Y DECOMISOS IMPULSAN A HARFUCH

COBERTURA DE JULIO DE 2025

CiP
Central de Inteligencia Política

La agenda del gabinete federal giró en torno a la economía y seguridad, marcadas por la relación con Estados Unidos. El titular de la SSPC encabezó la cobertura por desmantelamiento y decomisos de droga, y aseguramientos de hidrocarburos, muestra el Análisis de Reputación Mediática.

| **NACIÓN** | A6
 Omar
García
Harfuch
Seguridad

 Marcelo
Ebrard
Economía

 Raymundo
P. Morales
Marina

ARCHIVO Y DIEGO SIMÓN SÁNCHEZ, EL UNIVERSAL

Detenciones y decomisos posicionan a García Harfuch

En reputación mediática, también **Marcelo Ebrard resalta por el tema de la pausa a aranceles**; en contraste, Mario Delgado, Citlalli Hernández y Raquel Buenrostro mantienen bajo perfil

**JUAN RICARDO
PÉREZ-ESCAMILLA**

—nacion@eluniversal.com.mx

Como cada mes, la Central de Inteligencia Política (CiP) presenta el Análisis de Reputación Mediática de Actores (ARMA) del gabinete de la presidenta Claudia Sheinbaum Pardo.

Esta edición, correspondiente al mes de julio de 2025, muestra qué secretarios destacaron en medios, quiénes recibieron críticas, qué temas dominaron y quiénes pasaron desapercibidos.

La agenda mediática giró en torno a dos ejes: economía y seguridad, marcados por la relación con Estados Unidos. También so-

bresalieron las vacaciones de algunos funcionarios, aunque la atención principal se centró en quienes llevan el pulso de la agenda bilateral.

LOS DESTACADOS
Omar García Harfuch-SSPC

Con 28 temas distintos y 15% de la cobertura positiva del gabinete, el titular de la Secretaría de Seguridad fue el funcionario más mediático del mes.

Harfuch encabezó una agenda operativa que incluyó el desmantelamiento de laboratorios de metanfetamina en Culiacán, decomisos de más de 188 toneladas de droga y aseguramientos de hidro-

carburos en Tabasco.

También destacó la captura de integrantes de *La Familia Michoacana*, *Los Viagra* y *La Barredora*, así como el desmantelamiento de células operativas en el Estado de México.

Aunque enfrentó críticas de la oposición por presuntas facultades de espionaje, la narrativa fue favorable, posicionándolo como el rostro más visible del combate al crimen organizado.

Marcelo Ebrard-SE

Fue el secretario con mayor cobertura mediática de todo el gabinete, concentrando más de 20% del mes de julio.

Desde la Secretaría de Economía, lideró negociaciones clave con Estados Unidos para frenar nuevos aranceles y fomentar la inversión extranjera directa. También presentó una red de *networking* empresarial, una versión nacional de *Shark Tank* y un plan para reducir el déficit comercial con Estados Unidos.



Aunque enfrentó críticas de la oposición y presión por el entorno fiscal internacional, su presencia en medios fue constante y centrada en temas prioritarios para la relación bilateral y el rumbo económico del país.

Raymundo Morales-Semar

La Semar cerró julio con 94% de cobertura positiva, superando por amplio margen a la Sedena.

Su dependencia fue ampliamente visible gracias a operativos marítimos de alto impacto, decomisos de cocaína y metanfetaminas en costas del Pacífico y acciones humanitarias en zonas afectadas por tormentas.

También participó en foros internacionales y reforzó la cooperación bilateral con Estados Unidos. La narrativa mediática fue casi exclusivamente positiva, apuntalando su perfil técnico y alejado de polémicas.

LOS RELEGADOS

Mario Delgado-SEP

El titular de la Secretaría de Educación fue el único secretario del gabinete que cerró julio con un saldo mediático negativo.

Su polémico viaje a Portugal —que representó 22% de su cobertura total, según ARMA— fue exhibido por el periodista Claudio Ochoa y generó una ola de críticas. Aunque intentó aclararlo, su respuesta no disipó las dudas. A esto se sumaron bloqueos, tomas de oficinas y protestas encabezadas por la CNTE que dominaron la narrativa en torno a su gestión.

Citlali Hernández-Mujeres

Con una cobertura marginal, la titular de la Secretaría de las Mujeres fue una de las funcionarias con menor visibilidad del gabinete.

Sus pocas apariciones se relacionaron con convenios institucionales y menciones sobre embarazos infantiles, sin eco en la opinión pública.

A pesar de la relevancia que tiene el tema, no ha logrado posicionar una agenda clara ni una política pública que conecte con el debate nacional.

Raquel Buenrostro-Anticorrupción

Desde la recién creada Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno, Raquel Buenrostro tuvo una cobertura limitada ante otras funcionarias de bajo perfil.

Su aparición principal se centró en la multa de 15 millones de pesos impuesta a la empresa Abacor, que representó 67% de su cobertura total.

También intervino en el caso de Birmex por presuntas irregularidades, aunque no hubo consecuencias penales. ●

web

Revisa aquí el
seguimiento
mediático



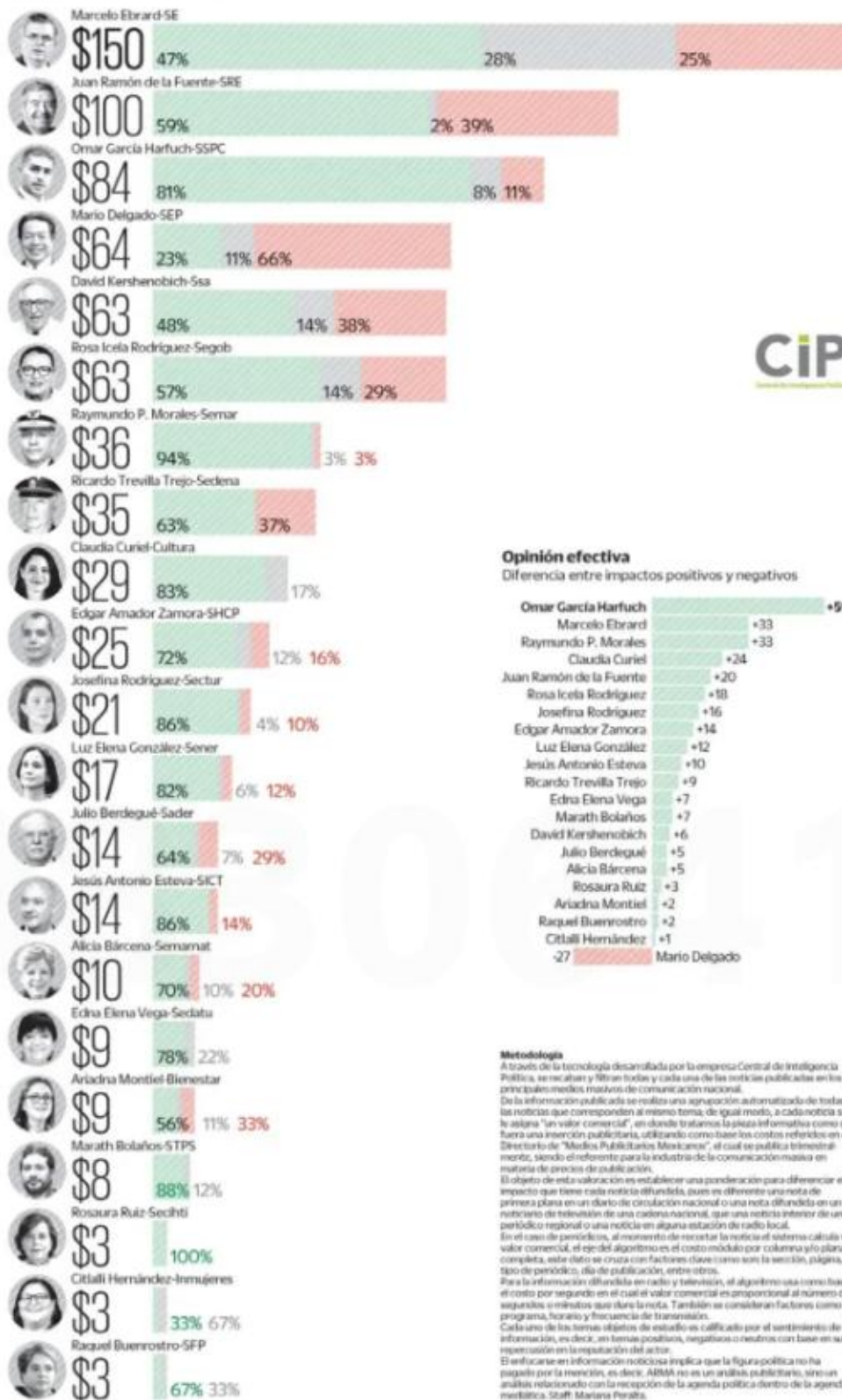
eluniversal.com.mx



ARMA: secretarios de Estado, julio 2025

Cobertura en millones de pesos

POSITIVA NEUTRA NEGATIVA


CiP
 Centro de Inteligencia Política

Opinión efectiva

Diferencia entre impactos positivos y negativos



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 nacional.

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 misma información 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 publicidad.

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 recabar la noticia el sistema calcula su valor comercial, el eje del algoritmo es el costo módulo por columna y/o plana completa, este 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 dura la nota. También se consideran factores como el programa, horario y frecuencia de transmisión.

Cada uno de los temas objeto de estudio es codificado por el sentimiento de la información, es decir, en formas positivas, negativas o neutras 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 mentada, es decir, ARMA no es un análisis publicitario, sino un análisis relacionado con la recepción de la agenda política dentro de la agenda mediática. Staff: Mariana Peralt.