

México se pronunciará a su debido tiempo: Peña

► Informa que el gobierno mexicano aguarda la respuesta de EU a solicitud de esclarecer el inminente despliegue de su Guardia Nacional en la frontera ► "La postura será muy clara"

[CECILIA TÉLLEZ CORTÉS]

Frente al inminente envío de la Guardia Nacional a la frontera con México por orden del mandatario de Estados Unidos, Donald Trump, el presidente Enrique Peña Nieto aseguró que el gobierno mexicano fijará postura, a través de la Cancillería, "a su debido tiempo, a su debido momento".

Tras el mensaje de toma de protesta del nuevo titular de Sagarpa, en declaraciones a medios, el Jefe del Ejecutivo expuso: "Ante el esclarecimiento que el Gobierno de México ha solicitado de la autoridad norteamericana ante estos postulados, el Gobierno de México tendrá una

posición, esperemos a que llegue el momento, esperemos a cuál sea la definición, el esclarecimiento que nosotros tengamos y eso nos dará pauta a tener una posición".

Indicó que (el envío de tropas) "todavía no ha ocurrido y lo que eventualmente ocurra evidentemente tendrá una posición del gobierno de México".

Insistió en que "el Gobierno de México estará fijando una posición muy clara frente a cualquier determinación que tome el Gobierno de los Estados Unidos".

La secretaria de Seguridad de Estados Unidos, Kirstjen Nielsen, informó que Trump firmará una orden para enviar a la Guardia Nacional a frontera con México.

CAMPAÑAS 2018

AMLO, el presidenciable de mayor presencia en los medios

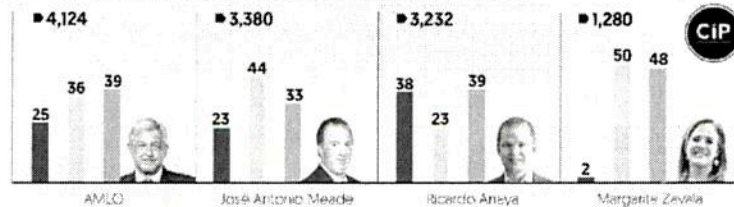
¿Cuáles son los saldos de la cobertura enero-marzo 2018?

Calificación: enero-marzo 2018

Valores en millones de puntos/pesos

Porcentajes:

■ Negativo ■ Neutral ■ Positivo



CAND DATOS

ANÁLISIS EN MEDIOS

Margarita arrasa en notas positivas; López Obrador, al que más cubren

El estudio A.R.M.A. de marzo revela que haber logrado la candidatura independiente impulsó la cobertura de Zavala

RICARDO PÉREZ ESCAMILLA

rperez@centrofp.com.mx

■ Positivo ■ Neutral ■ Negativo

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR



EL TIGRE

SÓLO FALTAN TRES meses para que concluyan las campañas presidenciales y AMLO debe de estar "retecontento". Su posicionamiento como líder en todas las encuestas le generó el 9% de su cobertura mediática, esto lo ayuda a contrarrestar sus negativos.

La amenaza de cancelar el NAIM le generó el 28% de su cobertura, toda negativa. AMLO declaró que las diferencias entre PRI y PAN han beneficiado a Morena, y en esto tiene toda la razón. Vargas Llosa dijo que sería un retroceso tremendo para la democracia mexicana el triunfo de AMLO; a su vez AMLO reviró y lo llamó un buen escritor, pero mal político. En la Convención Bancaria aseguró

que soltaría al tigre en caso de que hubiera fraude y pidió a EPN no intervenir en las elecciones. Su ahora famosa entrevista que le otorgó a seis periodistas y de la que salió muy bien librado le ayudó a seguir posicionando sus prioridades. Descartó buscar la reelección en caso de que gane la Presidencia (como si fuera opción, claro) e inició su campaña, no sin antes alistarse en prácticas de beisbol.



Página 1 de 4
\$ 201432.00
Tam: 924 cm2

Continúa en siguiente hoja

JOSÉ ANTONIO MEADE



CON LAS GANAS

EL CANDIDATO PRIISTA trae muchas ganas de debatir, ya que a lo largo de la "intercampaña" se manifestó porque los aspirantes presidenciales pudieran contrastar sus propuestas, y lanzó este

reto a AMLO y Anaya. Todo esto representó el 9% de su cobertura en el mes. Se mantuvo a la defensa del NAIM, convirtiéndose en su principal tema, con 14% de cobertura positiva. Asimismo, destacó su participación en la **Convención Bancaria**, incluyendo la amplia ovación que recibió, y las críticas que hizo contra las advertencias de AMLO y cierto felino desatado. El

equipo de Meade continuó su cargada contra Anaya, al pedir que se acelere el proceso en su contra. Por su parte, el Frente acusó a Meade de omisión o complicidad ante los desvíos de Sedesol durante su gestión en Hacienda. Al registrarse como candidato, propuso terminar con el fuero, y anunció que iniciaría su campaña en Mérida, tema con amplia recepción de los medios.

RICARDO ANAYA



I-BOY

EL STEVE JOBS REGIÓN 4, digo, Ricardo Anaya, anda tratando de posicionarse como el candidato tecnológico y de vanguardia. Sin embargo, no logra librarse de las acusaciones en su contra por parte de la PGR. Aunque el equipo

de Meade ha insistido en que se acelere su proceso, y Ruiz Massieu llevó su caso a la misma OEA, el queretano le ha ganado algunos rounds, como la resolución del INE contra los videos y boletines emitidos sobre el caso, hecho que representó un 15% de cobertura positiva. Anaya ya le cantó cárcel al gobierno federal, y pidió que no se inmiscuya en el proceso

electoral. Asimismo, sumó a Jorge Castañeda a su equipo, y Mancera fue nombrado coordinador del gobierno de coalición del Frente. Aprovechó para reunirse de nuevo con Angela Merkel e inició su campaña con un "Hackathón", lo que sea que eso signifique. A pesar de los embates de la PGR, este mes reportó un saldo de cobertura efectiva positivo.

MARGARITA ZAVALA



LA INDEPENDIENTE

LOGRÓ LO QUE NINGUNO de lo 48 aspirantes independientes pudo: reunir las firmas necesarias para estar en la boleta. Eso le dio oxígeno que al mismo tiempo quitó a Anaya. La

aprobación de su candidatura, así como el registro de Zavala ante el INE, representaron el 42% de su presencia en medios durante marzo, toda positiva. Sin embargo, no se salvó de la polémica; ante el descubrimiento de irregularidades en algunas de sus firmas, recibió la crítica de algunas figuras públicas; una multa del INE

y el PRD pidió que se negara su registro, aunque su lugar ya está seguro. Presentó a su consejo político y renunció al financiamiento público para su campaña, que inició en el Ángel de la Independencia. A ver a quién desplaza de sus rivales partidistas en las encuestas. ¿será rojo o será azul?

Continúa en siguiente hoja

Cómo los cubren y valoran en los medios



¿Cómo cubrieron los medios a los 'presidenciables'?

Opinión efectiva: marzo 2018. El valor efectivo se obtiene de la diferencia entre los impactos positivos y negativos.

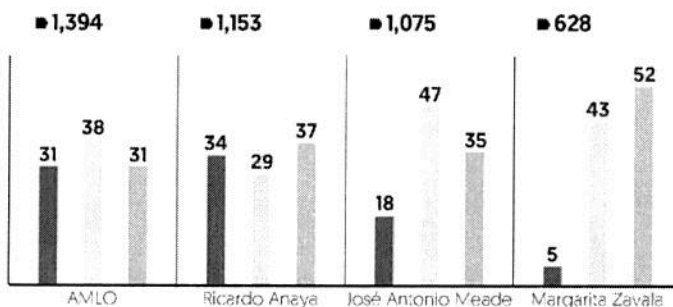
■ Valores en millones de puntos/pesos



¿Cuáles son los saldos de la cobertura en marzo 2018?

Calificación: marzo 2018

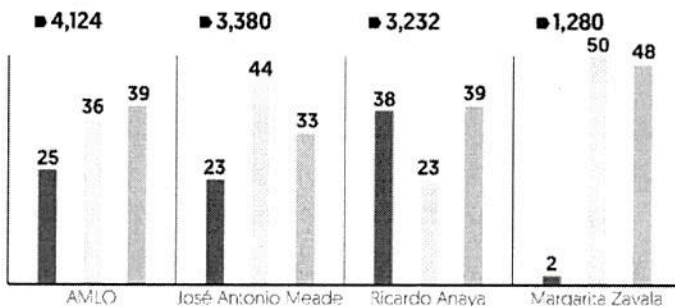
Porcentajes: ■ Negativo ■ Neutral ■ Positivo



¿Cuáles son los saldos de la cobertura de enero-marzo 2018?

Calificación: enero/marzo 2018

Porcentajes: ■ Negativo ■ Neutral ■ Positivo



Continúa en siguiente hoja

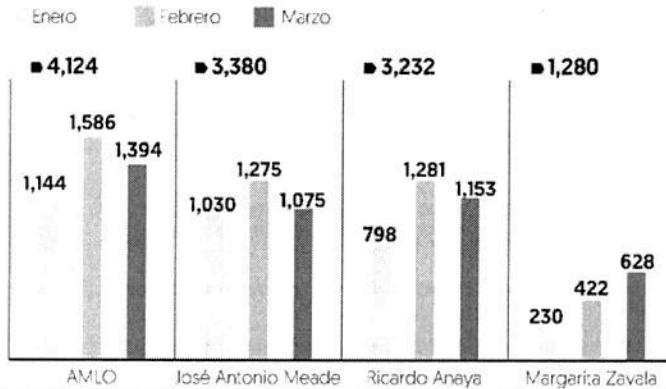
Opinión efectiva enero-marzo 2018

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



¿Cómo evolucionó la cobertura de enero-marzo 2018?

Tracking: enero/marzo 2018



*Análisis de Reputación Mediática de Actores: www.centralip.com.mx Facebook: [centralinteligenciapolitica](https://www.facebook.com/centralinteligenciapolitica)

■ METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El FINANCIERO presenta el análisis, correspondiente al mes de marzo, realizado por la empresa Central de Inteligencia Política (CIP) respecto al volumen y sentido de la cobertura de periódicos, elevisoras y radio-difusoras, de grupos de actores políticos que son mencionados como probables candidatos a la Presidencia en 2018.

A través de la tecnología, desarrollada por la empresa Eficiencia Informativa, 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 figuras presidenciables para los comicios que se llevarán a cabo el próximo 1 de julio.

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", 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

cruda 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. Para el estudio de junio se clasificaron y categorizaron 29,295 impactos mediáticos.

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.