

Triunfo en Coahuila reordena tablero opositor

En junio, las elecciones legislativas en la entidad reconfiguran el mapa político: el PRI fortalece su posición, mientras PAN, PVEM y MC pierden registro estatal; en el mismo mes, Morena inicia su registro de aspirantes y mide fuerzas para 2027

—JUAN RICARDO PÉREZ-ESCAMILLA

Junio fue el mes de la resaca electoral. El estudio ARMA reveló que las elecciones legislativas de Coahuila reordenaron el tablero opositor, dejaron sin registro estatal a tres partidos y detonaron una guerra de denuncias entre Morena y el PRI. Al mismo tiempo comenzó el registro de aspirantes rumbo a 2027, una primera medición de fuerzas dentro y fuera de la coalición oficialista.

PRI

El primero se quedó con el tema dominante del mes: una victoria de dos a uno en el Congreso de Coahuila que Morena intentó desacreditar con acusaciones de compra de votos. Alejandro Moreno convirtió ese resultado en plataforma para relanzar su propuesta de una alianza opositora con PAN y MC. Hubo episodios negativos, como los señalamientos sobre injerencia extranjera y la violencia contra una diputada local, pero no alteraron la narrativa. La victoria electoral le devolvió al PRI algo que hacía tiempo no presumía: capacidad para marcar la agenda mediática.

PVEM

El Partido Verde perdió el registro local en Coahuila, aunque el golpe pasó casi desapercibido frente a una cobertura centrada en el arranque de sus procesos internos y en iniciativas legislativas de bajo perfil. Karen Castrejón fortaleció su presencia con el registro para Guerrero y el partido mantuvo un tono predominantemente posi-

vo. El Verde demostró que sabe crecer sin hacer ruido.

PAN

Coahuila también dejó heridas en Acción Nacional: perdió su registro estatal y reavivó el debate sobre la conducción de Jorge Romero. La denuncia contra López Obrador ante la Corte Penal Internacional le dio visibilidad al partido, pero también abrió un frente de críticas. A ello se sumó la impugnación interna de la reforma que permite la reelección de su dirigencia. Mucho reflector, pocos dividendos.

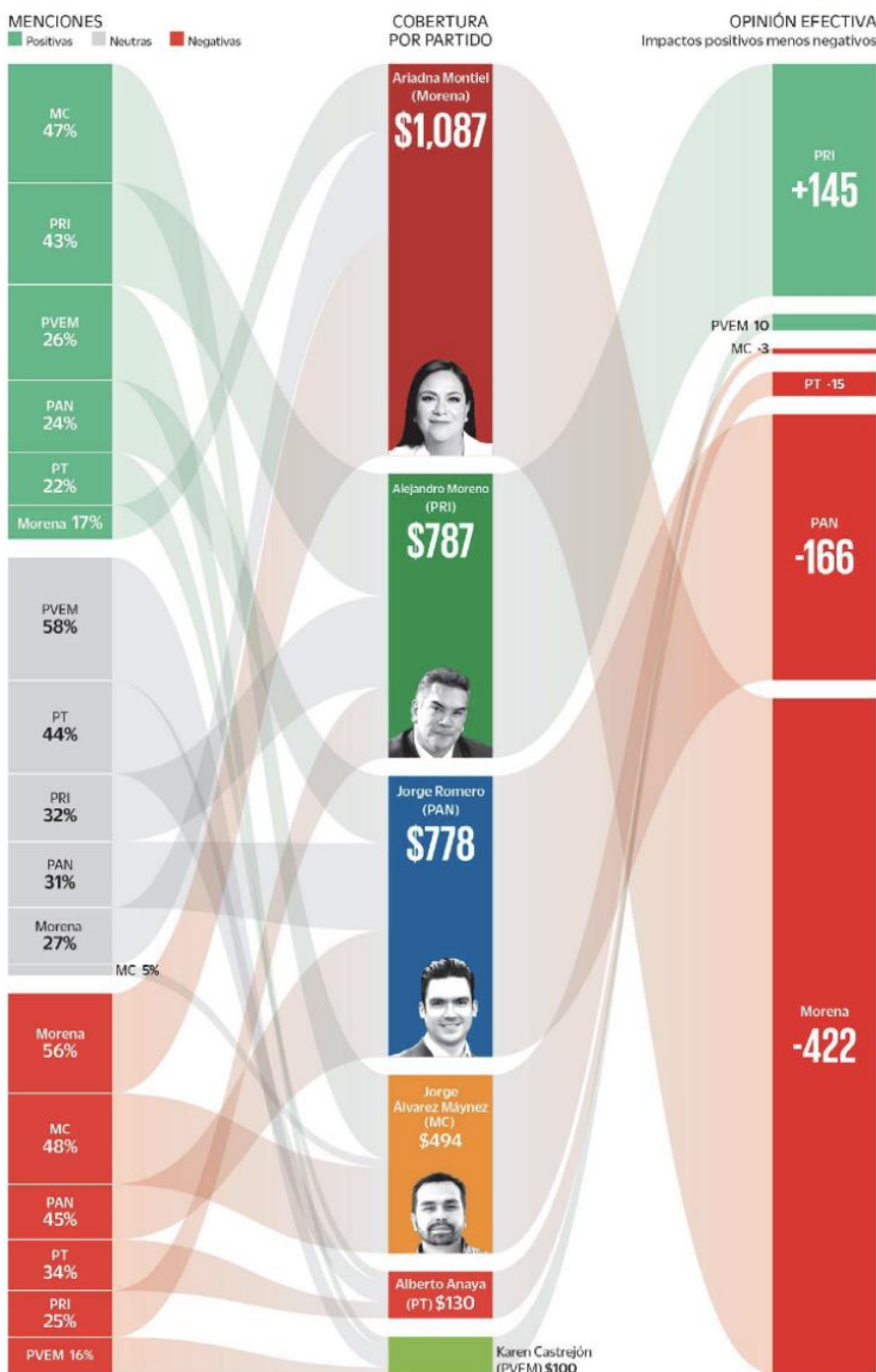
MORENA

Fue el partido con mayor exposición, pero no con las mejores noticias. Los retrocesos en Veracruz, Durango y Coahuila llevaron a Ariadna Montiel a responder con denuncias contra el PRI por presunta compra de votos, mientras el partido enfrentó presiones de la CNTe, cuestionamientos sobre la cancelación de visas a sus gobernadores y el debate por el caso Félix Salgado Macedonio. También avanzó en sus registros internos y defendió su narrativa de soberanía, aunque el saldo fue claramente negativo. Gobernó la conversación, pero no el relato.

PT

El Partido del Trabajo pasó un mes de bajo perfil. Su agenda giró alrededor del registro de aspirantes y de la coordinación con Morena y el PVEM rumbo a 2027, aunque el resultado de Coahuila y el episodio del diputado que interpretó un narcocorrido en el Congreso de Michoacán rompieron esa discreción. Su papel

ARMA: PARTIDOS POLÍTICOS, JUNIO 2026



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 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 noticiario 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 recopilar la noticia, el sistema calcula su valor comercial, el eje del algoritmo es el costo modular por columna y/o plana completa, este dato se cruza con factores clave como son: la sección, página, tipo de publicación, 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 del estudio, son calificados por el sentimiento de la información, es decir en temas positivos, negativos o neutros con base en su reproducción en la reproducción del actor. El enfoque en información mediática 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 recuperación de la agenda política dentro de la agenda mediática. Staff: Mariana Penilla y Diego Fernando Gómez Salas.

volvió a ser el aliado confiable más que protagonista.

MOVIMIENTO CIUDADANO

MC apostó por la vía jurídica y la

confrontación política. Jorge Álvarez Maynez impugnó la reforma electoral de Michoacán y denunció una presunta elección de Estado en Coahuila, pero la pérdida del registro en esa entidad y los proble-

mas que rodearon a algunos de sus cuadros terminaron pesando más. El partido conservó identidad propia, aunque junio confirmó que todavía le cuesta convertir sus litigios en victorias políticas. ●

● ●
Lee web
En web
Lee completa la
información en
eluniversal.com.mx