ANÁLISIS DE LA IMAGEN POLÍTICA DEL ACTUAL PRESIDENTE DE MÉXICO

Nombre: Miguel Angel Quintana Salcido
Matrícula: 129656
Nombre del curso:
Comunicación Política e Ideológica
Nombre del profesor:
Dr. José Eduardo Borunda Escobedo
Actividad: Ensayo Final "Análisis de la imagen política del actual Presidente de México"
Fecha: 16 de Abril de 2013
Bibliografía:

Programa del Curso "Comunicación Política e Ideológica"
GIMÉNEZ, Gilberto, "Materiales para una teoría de las identidades sociales", *Frontera norte* 9, núm. 18 (julio-diciembre 1997).
***HUNTINGTON,* Samuel P**.- ¿Quiénes somos? Los desafíos a la *identidad* estadounidense. Editorial Paidós. Barcelona, 2004.
GARCÍA, Virginia & D'ADAMO, Orlando.- *Comunicación política y campañas electorales, Editorial POLIS Buenos Aires Argentina 2006*
Fuente: https://decad.ev.uach.mx/course/view.php?id=1178
REIDER, Ian.- *Investigación aplicada, la opinión pública en México. (Comunicación Política). ITESO - CONACYT 2010*
Video: Spot publicitario candidato a la Presidencia de la república Mexicana
Fuente:
Peña Nieto - Spot recorrido Chihuahua http://youtu.be/yBW2rjdYqx4 recuperado 18 de febrero 2013
ENRICO, ROGER & KORNBLUTH, JESSE.- *La Guerra de las Colas*

Editorial Norma 1986

Título: "Análisis de la imagen política del actual Presidente de México"
Introducción:

Durante el trimestre las actividades a desarrollar partieron del análisis del discurso político hasta la elaboración de un proyecto en la semana once, en el cual consideraríamos un personaje que fuera representativo para elaborar en torno a él un video que mostrara sus cualidades para considerarlo ¡orgullo de ser UACH", este camino nos dio las herramientas para poder contemplar y elaborar de manera consciente un proceso en el cual identificáramos y desarrolláramos de ser necesario el análisis y la situación de la imagen de algún candidato político, líder social o alguien destacado de alguna manera en su actividad.

Ante esto, considero desarrollar este ensayo analizando la imagen pública diseñada para uno de los líderes políticos más observado y criticado en este momento en nuestra sociedad, con una carrera exitosa, que se ha desempeñado como gobernador del Estado de México y ahora como Presidente de la República Mexicana, el Lic. Enrique Peña Nieto.

¿Porqué hablar de Enrique Peña Nieto como imagen política?

Enrique Peña Nieto representó hace 7 años la imagen que necesitaba su partido político para modificar el pensamiento que la sociedad tenía del mismo, alguien nuevo, con imagen, que afirmaba y prometía cumplir como no se había hecho: bajo notario público.

Prácticamente desconocido de la vida pública nacional, contrario totalmente a los conocidos "dinosaurios" de la política mexicana, cambió ante la opinión pública el tricolor del PRI por su rostro, incluso, estableciendo los caracteres del slogan de campaña que lo acompañaron durante 6 años de gubernatura a la presidencia, los cuales fueron "cumplir" y "compromiso".

Aunque la imagen corporativa hace correspondencia a una empresa, el caso de Peña Nieto bien puede tratarse de esta manera, no sólo política, pues no necesitó su partido político de banderas, águilas o logotipos para posicionar a su candidato como un emblema partidario.

CONTENIDO:

La creación de una imagen política no es casualidad, el análisis y cuestiones que se toman en cuenta no surgen solamente de la capacidad del quehacer político, sino también se contemplan distintas situaciones que favorecen al sujeto en cuestión para que sea "elegido" por parte de los grupos que controlan los partidos políticos e incluso la política mexicana.
En los siguientes renglones se desarrollará un análisis específico de las cualidades que han influido como imagen política y de alguna manera "corporativa" del actual presidente de México.

I.-PRESENCIA

La naturaleza de todo líder social es ser una persona sociable, cuya personalidad no sea causa del rechazo público, la imagen aunque no estética determina el carácter del individuo para que este se presente en sociedad y genere expectativas positivas y buenos comentarios. En el caso del Presidente Enrique Peña, uno de los aspectos que le generó la confianza en la sociedad Mexiquense que fue la quien acompañó en su "prueba y proceso" como gobernador del estado, y esta misma sociedad fue la que le permitió hacerse de un lugar en las grandes ligas de la esfera pública por su presencia jovial y un carácter firme, de tal manera que fuera confiable por la capacidad que representa ser joven, característica también vinculada con la honestidad.
Esta fue una de las razones que le permitió al candidato de hacerse un espacio en el Partido Revolucionario Institucional y es una de las pocas acciones que no viene sobre diseño al inicio de la vida política de cualquier persona, aunque con el tiempo si puede ser un elemento a desarrollar.
Dicha presencia le ayudó a posicionarse rápidamente ante la sociedad no sólo políticamente, el interés que despertó Enrique Peña Nieto por su cercanía y tiempo que dedicó en campaña a la población del Estado de México, sirviendo de imagen a su partido político cuando el presidente

en turno que ejercía ante el país, era del partido de derecha, lo cual presentaba una oportunidad para posicionar a su elemento en los medios de comunicación.

El provecho que se puede obtener de la "presencia" en un individuo que se desempeña en actividades de relevancia social se destaca al máximo cuando este se convierte en "Imagen Corporativa" del partido revolucionario institucional.

Esta situación se destaca en el Presidente de los E.U.A. Barak Obama, que durante sus discursos de campaña inspiro confianza y objetividad por la manera en que se manejó su campaña, una persona accesible, sobria y sonriente cuyas características y rasgos físicos se aunaron al discurso para convertirse en elementos primordiales en el proceso de campaña en la elección de presidente de su país. "Discurso y construcción de una candidatura de color". **(BORUNDA** 2009:3)

Al igual que el caso Obama, Peña Nieto presentó una imagen "fresca" acompañada de confianza que le hizo valerse ante la sociedad, lejos todavía de pensar en él como el "menos peor de los candidatos", se concebía su presencia de presidente de la república.

Sin embargo, a un año de mostrarse en los medios como el candidato a presidente y con pocos meses en el cargo, esta "presencia" se desvaneció por momentos debido a los errores de campaña que lo hicieron ver como alguien "ignorante" de la cultura y las letras, e incapaz de manejarse en público.

Cuando se habla de presencia, se espera una respuesta magna por quien hemos de esperar, siendo el caso del candidato y presidente del País las expectativas son amplias, por lo que la decepción y críticas por los errores cometidos dejaron ver que este prototipo, candidato por el PRI comenzaría con mayores problemas que el presidente más autóctono que habíamos conocido, Vicente Fox Quezada.

A la fecha, el Lic. Enrique Peña Nieto es el personaje político del país con mayor número de "memes" en las redes sociales y caricaturizado por los moneros del país, indicadores de burla por parte de la sociedad que ha

establecido en los medios de comunicación virtual e impresa el centro de humor de la política mexicana. A ello cito un refrán del dominio público que evoca dicha situación. “Ser, parecer, y que te lo crean”.

Pero a pesar de lo fuerte y cruel que suena esto, no ha pesado a la presencia que se considera tiene Enrique Peña Nieto, al contrario, ya que en el extranjero su estatus está a la alza, ya que en la revista Time los puntos de comparación que le hacen implican a presidentes norteamericanos como Reagan, Obama y Clinton, quienes son y han sido considerados importantes dentro de la política mundial.

“En esta lista se encuentran personajes como el actual papa Francisco, el presidente de Norteamérica Barak Obama”, por mencionar algunos. (http://www.eluniversal.com.mx/internacional/82303.html)

Por lo que a presencia respecta, el Presidente Enrique Peña no sólo es considerado en nuestro país, sino también a nivel mundial. Y por la proyección y seguridad que manifiesta, resulta provocativa e interesante ponerla a prueba por parte de los medios de comunicación y grupos detractores en el país.

II.- IMAGEN

El caso de la imagen podría ser vinculado a presencia, pero no como tal, la presencia es un indicador de personalidad, mientras la imagen trata de un “diseño” preestablecido el cual sirve de para presentar e identificar en este caso el modelo a seguir.

La imagen en la política y la vida social es fundamental, por medio de ella podemos generar desde seguidores hasta “confianza” hacia quien es representante de la misma.

La creación de una imagen depende de varias características, todas ellas tienen como desenlace la comunicación de un objetivo, el cual, según el fin hará referencia al diseño.

En la política esto tenía poco o nada que ver con el físico hasta hace algunos años, lo estético o aparente era relativo. Se buscaba más encontrar

y publicar una imagen de confianza y honestidad en el personaje que poco tuviera que ver con la apariencia.
Aunque estos aspectos son fundamentales para movilizar a la sociedad en torno a un candidato, si se obtiene como añadido a la estructura la de un individuo físicamente «estético» es un plus en la carrera.
De principio, el diseño de imagen tiene que ver con la capacidad intelectual y mediática del individuo. El bagaje es también fundamental por la experiencia que se lleva a cuestas, sin duda es una fortaleza para la creación de la imagen en el candidato, pero cuando esta no es suficiente, la apuesta puede variar en el margen de confiabilidad y percepción que genere como personaje ante la sociedad..
La imagen que se adoptó para el actual presidente del país partió de varios aspectos, su juventud, capacidad de asombro la cual partía de promesas justificadas en una promesa de campaña sin antecedente alguno, y por último el aspecto estético, el físico. Aunque esta imagen sólo se utilizó para su campaña a gobernador, no se logró desprender de ella cuando fue candidato a la república.
El empeño que él mismo dedica a su imagen física, le rindió frutos según la crítica en la población femenina, con un peinado estilizado, figura bien cuidada, de matrimonio reciente con una actriz conocida por los medios y la sociedad, sujetó a bastantes votantes y críticas positivas en el sector femenino y en los medios publicitarios. Y aunque su rostro ya refleja algunas arrugas y suficientes canas no ha perdido "fans", continua con varios grupos de seguidoras en los medios sociales solo por cuestión social y no política.
Respecto a la vestimenta el uso continuo de trajes de color azul marino le ha dado uniformidad a su imagen, a pesar de no ser una persona alta el uso de colores oscuros le ayuda a estilizar su figura. Así como el uso de corbatas con los colores de verde blanco y rojo combinados, o lisos, que para algunos estudiosos del diseño de imagen es símbolo de autoridad.
A su vez el uso de camisas blancas con el bordado de su nombre y del eslogan de gobierno demuestra simplicidad en el mismo, pantalones de

mezclilla, de vestir color caqui y negro han sido casi uniformes. En sitios de calor usa la típica guayabera para entonar con el ambiente.

Respecto a la imagen o apariencia física, esta no contrastó en campaña, al contrario fue uno de los aspectos positivos que pudo controlar durante la misma.

En este tema de la vestimenta al igual que cualquier político, ha usado vestimenta "indígena" en las distintas zonas del país que ha visitado, citando el caso de Chihuahua cuando en campaña acompañó a Patricio Martínez a la Sierra. Este aspecto ha sido literalmente lamentable, ya que por la manera en que ha portado algunas de estas indumentarias han sido ridiculizadas por los medios de comunicación por lo poco vistoso en la manera en que los ha portado.

Precisamente en la reciente visita del ex presidente brasileño Lula da Silva para impulsar la "cruzada contra el hambre" ambos vistieron el traje típico de la región a la que acudieron en Chiapas; Este tipo de detalles son un punto a favor de los gobernantes si lo hacen con respeto e incluso en el momento adecuado, pero no es sólo la vestimenta lo que hace que el acto sea de impacto, sino lo que acompaña como acción. (**CNN MÉXICO** http://mexico.cnn.com/nacional/2013/04/19/pena-recibe-a-lula-da-silva-para-impulsar-la-cruzada-contra-el-hambre)

Uno de los aspectos más respetables y disimulados en las actividades del presidente, es que tanto campaña como actividades como titular del ejecutivo es que siempre fue acompañado por su esposa, si bien dicha relación fue motivo de escándalo por el deceso de su anterior matrimonio, supo tratarlo ante la prensa y llevó a conformidad el manejo de la situación. Este aspecto lo destaco por la razón de que los aspectos familiares son socialmente aceptables si son relacionados en la temática de la unidad familiar.

Pero, ¿puede ser una imagen política, corporativa a la vez?

La imagen corporativa difícilmente es vinculada a la persona, el diseño como tal es para ofrecer, promocionar y divulgar un servicio o producto, así como el respaldo, practicidad y confianza del mismo.

La imagen corporativa es representatividad y propone en conjunto "Identidad".

Lo que nos lleva a analizar si el Lic. Enrique Peña Nieto puede referenciarnos como tal, al puesto de presidente, al partido Político al que pertenece, y si dicha identidad puede ser distintiva como mexicano en el extranjero.

Ante este tema la respuesta es inmediata, la revista TIME publicó que el presidente Enrique Peña Nieto estaba dentro de la lista de los 100 personajes más influyentes del mundo.

(http://www.eluniversal.com.mx/internacional/82303.html)

Los puntos a favor que se mencionaron le dan una gran proyección a Peña Nieto, siendo esto en relación al punto de vista que se genera en las redes sociales en el accionar social del presidente, en el cual se está en una constante cacería de los errores que llega a cometer en el día a día.

Sin embargo aunque su imagen se ha contrastado con el discurso y las acciones que evidencian sus equivocaciones, esto no ha disminuido lo que proyecta por medio de su imagen, al contrario, no se ha limitado de aparecer en actos públicos, rodeado de su equipo de trabajo y con personajes de la vida política que se consideran líderes a nivel mundial.

Por ello, la imagen que el presidente tiene y ha tenido en los últimos siete años proyecta seguridad y una singularidad alegría para el beneplácito del partido político que representa y un constante "tiro al blanco" por parte de los medios de comunicación y sus adversarios en el país.

III LIDERAZGO E IDENTIDAD

En el aspecto general, como mexicano todos los que vivimos en el país podemos concebir y expresar que se siente ser mexicano, pero difícilmente extendemos el concepto a quiénes somos los mexicanos.

Quien puede sintetizar este hecho y servir de ejemplo debería de ser quien nos representa ante el mundo, por las características y actividades de las que nos interesan expresar, el Presidente del país es quien debería ser nuestra imagen, quien compartiera y ejemplificara la identidad del gobierno que

representa y ejemplo del ser mexicano ante la sociedad en general.

El liderazgo en la máxima representatividad de la capacidad que tiene una persona de dirigir y ser imagen para su comunidad o grupo que represente, en este caso Enrique Peña Nieto es una persona considerada a nivel mundial por su capacidad, como mencioné anteriormente, en la revista Times se le compara con Ronald Reagan, Barak Obama y Bill Clinton, por su carisma, intelecto y habilidades políticas, y esto no es solamente reconocido en el extranjero, a nivel nacional cuando fue candidato por el PRI en el estado de México arrasó en las elecciones del 2005, figurando desde ese momento como una de las personas más influyentes en el partido que perdiera la presidencia del país y la credibilidad de la población.

De vida política participativa en el partido revolucionario, a había ocupado puestos dentro de la administración política e incluso una diputación en el Estado de México la cual fue la que lo impulsó a buscar la candidatura al gobierno de su estado.

Con una campaña política muy inteligente en cuanto a las propuestas y el diseño de las mismas se hizo de la gubernatura y del apoyo de la gente al sur del país, que dio la oportunidad de poner en práctica el liderazgo natural de Peña. Pero una de las objeciones principales que ha tenido que sortear, es que no estamos realmente frente a un individuo que sea considerado por sí como un líder, sino un personaje manipulado por distintos actores de la política mexicana y por el ex presidente Lic. Carlos Salinas de Gortari. Ante esta situación se contrasta el reconocimiento que la prensa internacional le dedica a Peña Nieto, las visitas que en tan corto tiempo ha realizado a nivel internacional e incluso para simplificar la justificación de su liderazgo, la ventaja evidente que manejó durante su campaña política sobre los candidatos políticos opositores e incluso sobre los que pudieron ser candidatos por su mismo partido.

En su labor actual se ha desempeñado de manera favorable en el país, y aunque la crítica ha contenido toda la saña y la búsqueda constante de sus errores, ha sabido mantener la serenidad y responder con precisión a sus constantes críticas.

Como líder se destaca su capacidad de visión, colocando de nuevo en el poder al partido político del cual ya no se esperaba grandes cosas unificándolo y obteniendo la oportunidad de contender por la presidencia de la república, la visión personal participando en casi tres décadas en la vida política (desde 1984), con la habilidad de comunicarse con la gente, obteniendo de esta manera muchos seguidores.

Como gobernador supo dar resultados y generar un equipo de trabajo que le respondió en el sistema político que implementó, dándole la oportunidad de avanzar en la vida política mexicana.

Además su capacidad de liderazgo le ha acercado a lo que los otros candidatos presidenciales e incluso ex presidentes no han podido hacer, vincularse con el sector privado y productivo, empresarios, productores, políticos, gobernadores, religiosos y sociales del país.

La identidad que ha generado Enrique Peña Nieto tiene correspondencia con el individuo, cuando hablábamos del partido revolucionario institucional nos venía a la mente situaciones de abuso del gobierno, violencia, prepotencia, robo, crisis económica y política en el país, y sobre todo la tan mencionada corrupción.

"En la teoría filosófica" - dice D. Heinrich - "la identidad es un predicado que tiene una función particular; por medio de él una cosa u objeto particular se distingue como tal de las demás de su misma especie" (Habermas 1987, II, 145).") (**GIMÉNEZ** 1997:2).

La distinción que ha tendido el presidente de la República ha sido en favor de sus funciones y su capacidad política, la identidad que ha generado es propicia hacia su partido y da una imagen distinta al país en el extranjero, a pesar de que se supone la identidad de Peña ha sido fijada por otros, en él se muestra la autonomía en la acción y postura, ha conservado su imagen dentro de sus capacidades y ha logrado que la visión de gobierno corresponda a su persona y no la del partido político al cual es perteneciente y que es considerado de dictadura históricamente. "En suma, la identidad de un actor social emerge y se afirma sólo en la confrontación con otras identidades en el proceso de interacción social, la cual frecuentemente

implica relación desigual y, por ende, luchas y contradicciones". (**GIMÉNEZ** 1997:4)

Pero la identidad que Enrique Peña ha desarrollado en los 7 años referenciados no sólo es personal, ha sido compuesta y ahora es parte del reflejo personal que ha mantenido en la etapa de gobierno y presidente en nuestro país, tanto así que el reconocimiento internacional ha puesto la atención en él, en mayor manera que de nuestro país.

Los atributos que se enmarcan para determinar cómo identidad parten de lo cualitativo que bajo un marco teórico de carrera política aún son temprano para mencionar como definitivos, sin embargo son los que le han dado el reconocimiento a su capacidad como individuo y líder político y social.

Esto profundiza con la capacidad que debe tener el individuo para establecer una identidad, si recordamos un párrafo de Huntington en el cual menciona que "Durante un partido de la Copa de Oro de fútbol entre México y Estados Unidos celebrado en febrero de 1998, los 91.255 aficionados asistentes se vieron inmersos en un mar de banderas rojas, blancas y verdes, se abucheó la interpretación del himno nacional estadounidense,... El partido no se jugaba en Ciudad de México, sino en Los Ángeles." (**HUNTINGTON** 2004:4)

Este tipo de situaciones, nos da una idea de lo que como mexicanos respetamos y le damos el valor a lo que nos implica identidad.

Si esta identidad del actual presidente se desarrolla e incrementa no sólo por su capacidad sino por la búsqueda del bien de la población, su imagen se erigirá como la de otros presidentes que han dado grandes pasos por nuestra nación.

IV EL DISCURSO

El discurso es una de las partes más importantes de la vida política, ya que manifiesta capacidad intelectual y es uno de los principales generadores de opinión en la política a nivel mundial.

En el caso de Enrique Peña Nieto el manejo del mismo le ha resultado favorable, pues este no está peleado con su intelecto, del cual ha sido recibido duras críticas por los medios de comunicación en nuestro país.

El manejo que tiene del escenario, la correcta lectura y la presencia que proyecta le dio buenos resultados en el proceso de campaña. Por ello podemos decir que su capacidad discursiva no está en duda. Y puede considerarse que al seguir las líneas que marca el discurso sobre diseño tiene la capacidad para corresponder al trabajo que lleva a cuestas en ese momento, que es el de realizar un discurso elaborado de una manera favorable.

Sin embargo, cuando tiene que discurrir entre la información que no está planeada y queda a su criterio opinar, se ha convertido en un conflicto de niveles mayores.

Esto ha representado una "piedra en el zapato" no sólo para el presidente, sino también para su equipo de trabajo y de manejo de imagen, pues la búsqueda de eventos donde la participación activa entre la audiencia y el presidente tiene que ser muy selecta.

Los problemas que ha tenido no sólo fueron en campaña, sino también cuando ya ocupaba los puestos de gobernador y presidente de la república, lo que llamó sobremanera la atención de la población, aprovechando los críticos este tipo de situaciones para tratar de evidenciar de alguna manera la incapacidad de gobierno basándose en el mal manejo de las situaciones.

Si se tuviera que valorar en estudio de opinión el discurso del presidente se tomarían en cuenta " actitudes, valores, creencias y comportamiento de las personas" (**REIDER** 2010:2). Esto sin duda fue uno de los aspectos que perjudicaron a Peña Nieto cuando los cuestionamientos en la Ibero, y de los libros que habían marcado su vida.

Estos fueron parte de la opinión que comenzó a generarse en la sociedad, compartida con la crítica de los medios de comunicación.

Sin embargo, después de tener estos problemas no quedó exento a ellos y se han repetido, pero ha tenido la capacidad para salir avante en nuevos eventos.

Tal es el caso de la visita de Lula da Silva, donde a pesar de tratarse de un evento de índole político y de beneficio social, tuvo el valor de apoyar a una de sus colaboradoras políticas respaldando sus acciones y dedicándole unas palabras de respeto y admiración.

Este tipo de situaciones dan un valor agregado a su capacidad, que a pesar de no ser bien vista y es de inmediato vinculada a una inteligencia poco desarrollada, el presidente Enrique Peña Nieto ha mostrado "sin quererlo" que un resbalón le puede suceder a cualquiera.

En esto hay correspondencia en la imagen, pero sin conflicto en la presencia, desfavorable ante la opinión pública pero de oportunidad para la práctica del discurso.

Errores como el título de los libros, la capital de Veracruz, pueden resultar focos de atención, pero no de alerta para el manejo de las situaciones que debe tener el presidente, pues en el manejo del discurso sobre diseño ha podido manejar las situaciones y ha mostrado creatividad en las mismas.

Esto no es nada nuevo, pues desde la campaña de gobierno le ha sido una de las herramientas más favorables, ya que la mayoría de las promesas de campaña donde firmaba ante notario sus propuestas, tenía que escuchar a la población que acudía a sus eventos para establecer que el cumplimiento sería en beneficio de sus necesidades.

Haciendo una comparación inmediata con otros presidentes y líderes mundiales, podemos decir que las situaciones adversas no son exclusivas de este presidente mexicano, hace apenas unos años el que fuera presidente del país más poderoso del mundo, George Bush Jr. pasó todo tipo de vergüenzas y situaciones que ridiculizaron su labor, sin embargo fue reelecto en su país y reconocido por acciones posteriores a evidenciarlo por dichos errores. "el único deber que tenemos para con la historia es volverla a escribir". (***ROGER & KORNBLUTH,*** *1986:17).*

V PUBLICIDAD

El manejo y creación de la publicidad hacia un individuo, figura pública es

uno de los factores más importantes para posicionar a dicha persona en un punto del conocimiento y gusto de la sociedad.
Este es uno de los vértices que acompañan a las campañas políticas y que pueden favorecer tanto el individuo como al partido político que acompaña al candidato.
La publicidad puede ser tanto positiva como negativa, la positiva es empleada como mencionaba para posicionar y dar a conocer al candidato, así como reconocer su labor e informar a la sociedad del fruto de su trabajo.
La publicidad negativa es generalmente manejada o desarrollada por los grupos opositores, e incluso por la prensa y hoy en día hasta por los grupos sociales que se utilizan en los nuevos medios de comunicación.
Ambos se valen de la creatividad e innovación al momento de presentar las acciones y propuestas de la persona en cuestión.
En el caso de Enrique Peña Nieto como candidato a la república se aprovechó su imagen y presencia así como de la capacidad que tiene para dirigirse a la audiencia a través de una cámara, así como de varios lemas de campaña que se reforzaban uno con otro sin comprometerse como lo hicieran los dos últimos presidentes de la república que no dieron respuesta al lema principal de campaña que promovían.
El cartel fotográfico fue bien aprovechado por sus características físicas, al igual que el lema que se imprimió en ellos los cuales fueron "Se los firmo y voy a cumplir", "Me comprometo y Cumplo", "Se cumplir", ejercicio ya realizado 7 años antes, y que le fue favorable durante su gubernatura.
Además de este tipo de elementos, personalizó spots de video en cada uno de los estados de la república que visitó, dando la atención a las necesidades y problemáticas que se exhibían en cada uno de ellos. " La televisión es una de las fuentes de información utilizada por los ciudadanos que no tienen vínculos ni contacto con los partidos políticos durante las campañas. Por esa razón, los partidos diseñan y seleccionan las estrategias que quedarán al desnudo en los spots. "(***GARCÍA & D'ADAMO*** *2006:4)*.
Aunado a la capacidad intelectual y de trabajo ya realizado en un puesto de gobierno, aprovechó su relación con la actriz Angélica Rivera quien por

su popularidad en la televisión comercial conocida como la "gaviota" para acercarse al público que ella tenía cautivo por las novelas donde participaba. Peña Nieto se presentó además como candidato de coalición, beneficiando y viéndose beneficiado por la alianza estratégica que funcionó en distintas etapas del gobierno mexicano. Este tipo de publicidad es prácticamente "gratuita", pues dichas acciones son de resaltar en los medios de comunicación por el trabajo en equipo y asociación que esto implica.

La campaña de Peña Nieto tuvo mayor notoriedad respecto a la credibilidad debido a su fórmula de firmar ante notario público sus propuestas, si bien no es obligatoriedad el hecho, si demostró el "compromiso" que efectuó ante la sociedad.

El aspecto que también jugó como publicidad fueron sus errores ante los medios de comunicación, que sin querer nos hicieron ver que se trataba de una persona "normal" que podía errar y equivocarse como cualquier otra. Este tipo de situaciones puede resultar tanto positiva como negativa, ya que puede centrar la crítica en la capacidad el individuo, pero también puede desviar la atención a problemas mayores en la vida política y social del país.

La imagen de Enrique Peña Nieto pretendió desmarcarse de las administraciones anteriores e imprimirle un estilo personal, en el que se comprometía a trabajar y responder sin la necesidad de crear ataques a sus contrincantes políticos.

Sin embargo, tanto los spots que se transmitieron y se transmiten en televisión, radio y la propaganda impresa excluyeron de momento a elementos y actores fundamentales en la vida del país, tales como las mujeres o la profunda desigualdad que persiste en el país. Pero de inmediato fue percibido y retomó este tipo de acciones, como por ejemplo en la lucha contra el hambre, invitando a Lula da Silva, reconocido por su capacidad y también por ser de la izquierda política en su país.

En los spots publicitarios que ha implementado en este proceso como presidente de la república, ha dejado de lado su protagonismo y envió el mensaje de participación social, de moverse, unirse, comprometerse y transformar, mover a México. Mencionando las palabras mágicas del

mexicano cuando se enfrenta a situaciones difíciles. “Si se puede”.
Caso contrario de los presidentes más recientes que ha tenido México, tanto Fox como Calderón enfatizaban la solicitud de cambio con palabras propias, pero en el caso de Peña Nieto, se nota un manejo claro del marketing y de un interés de profundizar en el mensaje, juzgando la idea y no al actor.

CONCLUSIÓN

La imagen política del actual Presidente de la República Mexicana no es casualidad, ni se trata tampoco de un diseño en su totalidad. La personalidad del Lic. Enrique Peña Nieto puede considerarse como un elemento elocuente de trazabilidad, sin ser político de la vieja escuela ni de los jóvenes con estudios más destacados con experiencia dentro de la política, ha logrado crear una imagen sobresaliente a partir de una personalidad sencilla, que supo convencer a propios y extraños de que su capacidad se encontraba más allá de lo que se considera estético y poco inteligente y posicionarse como uno de los líderes más prometedores a nivel mundial en este momento.
Un personaje que supo aprovechar a los medios de comunicación para posicionarse en el gusto de la población, y si no en el gusto al menos lograr que tuvieran conocimiento de quién era y qué quería para sí, ahora es él quien tiene la oportunidad de demostrar lo que quiere para la nación.
Ante el análisis realizado se puede concluir que Enrique Peña Nieto ha sabido ser la imagen que su partido político necesitaba para volverlo a encumbrar y dar la credibilidad ante el cambio político, como presidente ha establecido un estatus político reconocido, y ni siquiera ha cumplido un año de labores administrativas y ya se destaca a nivel internacional, como persona muestra ser sencillo, sociable y de un carácter tranquilo, pues a pesar de las burlas constantes de la sociedad, no ha respondido con el control de los medios y la limitación de libertad de expresión, por el contrario sigue apareciendo en los medios con una serenidad que podría

parecer inmutable. Bien podría considerársele también el "Presidente de los Medios", pues aparece más en ellos que cualquiera del mundo del espectáculo, tiene acaparados ciertos segmentos de los nuevos medios de comunicación masiva como lo son el twitter y facebook, en los cuales se pueden encontrar comentarios positivos y negativos por doquier.

A pesar de recibir más comentarios negativos o de burla dentro de los medios de comunicación, su labor política se ha mantenido estable y no ha modificado su conducta y personalidad ante la prensa y la sociedad en general, lo que demuestra la confianza que tiene en sí mismo y la capacidad para repeler y superar la presión de la vida pública.

Por ello expreso que es válido considerar a Enrique Peña Nieto como una imagen política positiva para su partido político y para el gobierno de la república, con identidad y con la capacidad para desarrollarse y superarse en el medio en que se desempeña.

México es un país con identidad, reconocido en el extranjero y del cual la imagen que se tiene ha sido más positiva que negativa. A pesar de la creciente violencia vivida en el sexenio pasado, la población no se encerró en sus hogares y en el proceso electoral del 2012 se eligió a Enrique Peña como el nuevo presidente del país. Si reflexionamos del porqué lo eligió la mayoría de los mexicanos, la respuesta es inmediata: En México se quería un cambio, y quien lo representaba, pues así se decidió, era el actual presidente.

La sociedad mexicana seguido busca con que identificarse y hacerse de lo que esto representa, un ejemplo de ello es que continuamente encontramos el apoyo de la población en los equipos representativos del país en las actividades deportivas en que participan, sin embargo, la vida no es sólo expectativa ante el deporte o los espectáculos, y el sentirse o ser mexicano no sólo va de la mano de una medalla o un trofeo.

La identidad cualitativa que invita a asimilar y pretender ser una imagen triunfadora y positiva no se encuentra nada más en las justas deportivas, sino en el quehacer diario de las personas, por ello es que la búsqueda de la imagen que impacte en la sociedad no solo debe estar vinculada a lo que la

pasión de la sociedad indica, sino a aquello que represente al grueso de la población por su capacidad e interés por el beneficio de los demás.