

CONTIENE CD ACUMULATIVO  
1990-2005

# POLIS

INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS  
SOCIOPOLÍTICO Y PSICOSOCIAL

volumen 2  
número 1

nueva época / primer semestre 2006

ISSN 1870-2333



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Departamento de Sociología



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Departamento de Sociología

*Rector General*

Dr. José Lema Labadie

*Secretario General*

Mtro. L. Javier Melgoza Valdivia

UNIDAD IZTAPALAPA

*Rector*

Dr. Oscar A. Monroy Hermosillo

*Secretario*

M. en C. Roberto Eduardo Torres-Orozco Bermeo

*Director de la División de Ciencias Sociales y Humanidades*

Dr. Pedro Solís Pérez

*Jefe del Departamento de Sociología*

Mtro. Víctor Alarcón Olgún

*Comité Editorial del Departamento de Sociología*

Mtra. Clara Inés Charry Sánchez, Mtro. Alejandro Favela Gavia, Dr. Jorge Fuentes Morúa, Mtro. Manuel González Navarro, Dr. Cristóbal Mendoza Pérez, Mtro. Rafael Montesinos Carrera, Dr. Martín Mora Ledesma, Dra. Ana Lourdes Vega Jiménez de la Cuesta, Mtro. J. Joel Vázquez Ortega. *Coordinador del Comité Editorial* Mtro. Víctor Alarcón Olgún

*Comité Asesor:* Dr. Manuel Alcántara, Dr. Guillermo Almeyra, Dra. Ana Bock, Dr. Víctor Manuel Durand Ponte, Dr. Ricardo Melgar Bao, Dr. Marco Eduardo Murrieta Reyes

*Edición:* Dr. Luis Eduardo Medina Torres

*Asistencia editorial:* Jenny Izbeth Flores Ortega

*Fotografía de portada:* "Louvre" de Maria Renee, 2004

*Corrección de estilo, composición tipográfica,*

*producción editorial y cuidado de la edición:* Imprenta de Juan Pablos, S.A.

*POLIS, Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, Nueva Época*, es una publicación semestral editada y distribuida por el Departamento de Sociología de la UAM-Iztapalapa, Edificio H, cubículo 101, Av. San Rafael Atlixco 186, colonia Vicentina, 09340, México, D.F., Correo Electrónico: polis\_iztapalapa@yahoo.com • Editor responsable Víctor Alarcón Olgún • Certificado de licitud de título 13177 • Certificado de licitud de contenido 10750 • Certificado de reserva de derechos al uso exclusivo de título 04-2005-040610070300-102, ISSN 1870-2333.

*Tiro:* 500 ejemplares

D.R. © Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, 2006

# POLIS

volumen 2  
número 1

INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS  
SOCIOPOLÍTICO Y PSICOSOCIAL

nueva época / primer semestre 2006

Presentación	5
ARTÍCULOS	
Silvestre Manuel Hernández <i>Estructuras cognitivas y enfoque genérico en Bourdieu</i>	13
María Eugenia Valdés Vega <i>La relación sujeto-objeto en la investigación empírica sobre política</i>	43
Giovanna Mazzotti Pabello <i>Capital social y desarrollo: propuesta crítica de capital social para evaluar programas y proyectos de desarrollo social en México</i>	75
Alberto Valdés Cobos <i>Las ciencias del futuro: ¿un problema sociológico?</i>	105
María Teresa Acosta Ávila <i>La psicología de las minorías activas revisitada: entrevista con Serge Moscovici</i>	141
Jorge Mendoza García <i>Movimientos sociales: entre la resistencia y la confrontación, entre lo privado y lo público</i>	179

Armando Rendón Corona  
*Justicia distributiva: el presupuesto participativo  
en Porto Alegre, Brasil* 217

Xavier Rodríguez-Franco  
*La democracia uniformada: el poder militar en Venezuela* 245

NOTAS Y RESEÑAS

Ernesto Hernández Norzagaray, Nicolás Mójica Camarena  
*Estado de la ciudadanización en los organismos electorales  
locales en México* 275

Yolanda Meyenberg Leycegui, Léa G. Souki  
*Las campañas políticas de Fox en México  
y Lula da Silva en Brasil. El vaivén de los medios  
de comunicación* 293

Martha Adriana Cota Sánchez, reseña  
*Soberanía nacional: crisis política y movimientos sociales,*  
Ana Alicia Solís de Alba, Max Ortega,  
Abelardo Mariña Flores y Nina Torres, coords. 321

Abstracts 331

# Las campañas políticas de Fox en México y Lula da Silva en Brasil. El vaivén de los medios de comunicación

Yolanda Meyenberg Leycegui\*  
Léa G. Souki\*\*

Este ensayo hace una evaluación del cada vez más importante papel que juegan los medios de comunicación en las campañas presidenciales a través del estudio de dos casos: las elecciones que dieron el triunfo en 2002 a Luis da Silva en Brasil y a Vicente Fox en México en 2000, a partir del análisis de los atributos personales de los candidatos, las estrategias que los llevaron al poder, los estilos y propuestas de campaña y los cambios en el comportamiento electoral.

**Palabras clave:** Brasil, México, campañas electorales, candidatos, medios de comunicación.

La democracia en América Latina se consolida y con ello surgen nuevos líderes, partidos con distintos planteamientos y formas diferentes de hacer y vivir la política. Esta dinámica hizo posible el ascenso al poder en Brasil y en México de dos candidatos con perfiles muy diferentes, pero que comparten la virtud con rasgos que le son atractivos a la ciudadanía, ambos fueron capaces de generar la creencia de poseer algo de especial o de novedoso; tiene y debe tener, atributos para mejorar, por medio del gobierno, la situación de sus respectivos países.

La idea de analizar las campañas de Fox en México en el año 2000, y la de Lula en Brasil en 2002, nació de una semejanza en lo que ha sido considerado como un nuevo tipo de liderazgo en América Lati-

\* Investigadora del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Correo electrónico: yml@servidor.unam.mx

\*\* Investigadora de la Pontificia Universidade Católica de Minas Gerais. Correo electrónico: leaguim@terra.com.br

na. Esto hizo necesario explorar algunos elementos diferenciadores con el fin de controlar una generalización precipitada.

Este ensayo parte de la pregunta: ¿cuáles fueron las condiciones que permitieron que Luiz Inácio Lula da Silva y Vicente Fox llegaran a la presidencia? Para darle respuesta se parte de la idea de que los medios de comunicación contribuyeron de manera importante para hacer de estos dos políticos, personajes dramáticos muy atractivos para los votantes.

Se propone tomar en cuenta cuatro elementos para analizar las estrategias que les llevaron al poder: *a)* las características de los candidatos; *b)* los estilos y propuestas de campaña; *c)* los proyectos políticos que contribuyeron al cambio en la manifestación de preferencias; y *d)* los cambios en el comportamiento electoral.

## Características de los candidatos

Fox ha sido el más atípico de los candidatos que ha logrado llegar a la presidencia en México. Su incursión en la política se debe más a un golpe de destino que a una decisión premeditada.

Su ascenso dentro del PAN —un partido de estructura meritocrática en el que para hacer una carrera política notable toma muchos años— es excepcional: en 1988, con una militancia recién adquirida, fue representante federal en la Cámara de Diputados; tres años después, fue propuesto como candidato al gobierno de su estado, logrando asumir, finalmente, el cargo en una segunda contienda cuatro años después.<sup>1</sup>

Si se contrasta su currículum con el de los dos últimos exmandatarios, las diferencias son evidentes. La formación es la primera de ellas, no sólo en cuanto a la especialización —ya que mientras Salinas y Zedillo vienen de una formación en economía y tienen estudios de doctorado en el extranjero, Fox es administrador de empresas y obtuvo el título de licenciado poco antes de asumir la presidencia.

La experiencia profesional es el segundo rasgo que los distingue. Los antecesores a Fox hicieron una carrera desde abajo en la burocracia, mientras que él proviene de la iniciativa privada. En Coca Cola