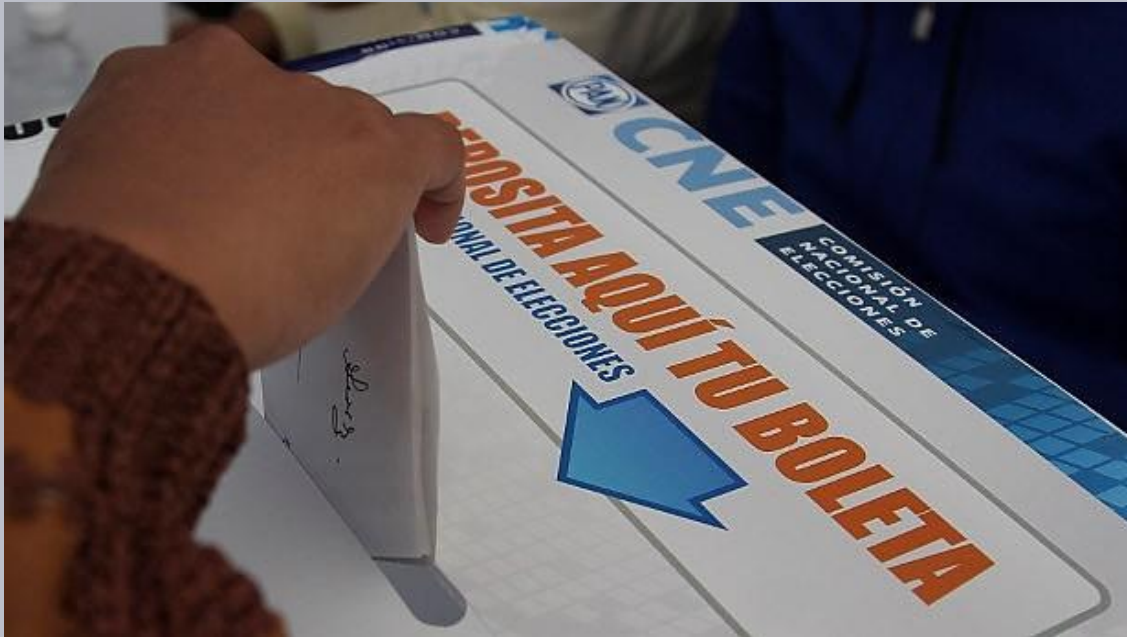


UNAM evalúa campañas electorales en México



Tomarán pulso político en elecciones 2012. Cuartoscuro

Académicos darán seguimiento a la "Agenda 2012" de los comicios en el país y la ruta que llevará el próximo gobierno.

Notimex

La UNAM publicó la **"Agenda 2012 para las campañas electorales y para el próximo gobierno"**, iniciativa editorial del Instituto de Investigaciones Sociales (IIS), que se presentó en el Museo **León Trotsky** de esta capital, a cargo de su autora, **Yolanda Meyenberg** habló.

Dijo que el objetivo fue reunir un colectivo de reflexión sobre temas importantes que son los que van a estar presentes en las agendas de las campañas políticas, así como emitir una serie de recomendaciones sobre lo que un grupo de expertos piensa que deberían de ser los temas a tratar en esa parte del proceso electoral.

Según la dinámica, se integraron mesas de discusión con grupos de especialistas en diversos temas, quienes abordaron los temas que habrán de ser fundamentales en la próxima agenda nacional. Entre ellos, Benjamín Salomón (Telefónica Móviles México) y Alvaro López Lara (Universidad Autónoma de México).

Vida nacional

También fueron coordinadores Raúl Trejo Delabre, Jesús Velasco y la misma Yolanda Meyenberg (los tres del Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM), y Rosa María Mirón

Lince (Facultad de Ciencias Políticas, UNAM). Todos ellos abordaron temas trascendentales para la vida nacional en la República Mexicana.

Se abordaron los temas **“La legislación pendiente”, “Los partidos políticos”, “La participación ciudadana: Avances, obstáculos y propuestas”**, “Opinión pública y sondeos de opinión”, “Enlaces entre comunicación y política” y “La agenda nacional”, explicó la entrevistada y coordinadora del libro presentado anoche.

Dijo que este trabajo está destinado a los tres actores que participan activamente en los ejercicios de comunicación política: “Políticos en todas sus expresiones, candidatos en campaña, legisladores federales y locales, gobernadores, medio de comunicación para que le den la difusión que juzguen pertinente, y a la sociedad”.

Libro digital

Este ejercicio se comenzó a gestar alrededor de marzo del año pasado y se concretó con seis mesas de discusión en octubre pasado. El resultado es el libro digital “Agenda 2012 para las campañas electorales y para el próximo gobierno”, abonó a sus declaraciones la entrevistada luego de presentar a los coordinadores.

El libro seguirá una ruta que inicia en la difusión, luego se hará una evaluación y contraste entre lo que el libro propone y lo que resulte de las campañas electorales dijo la doctora Meyenberg, quien espera ver qué impacto tiene la obra, “para que pronto se convierta en un observatorio que se actualice permanente”, puntualizó.

Partidos

Viernes, 16 de Marzo de 2012 07:08

Redactor: Héctor Vargas