

Volumen 4 - Número 2 - Abril / Junio 2018

REVISTA

Ciencias de la Documentación

ISSN 0719-5753

221 B

WEB SCIENCES

221 B WEB SCIENCES

SANTIAGO — CHILE

CUERPO DIRECTIVO

Directora

Carolina Cabezas Cáceres

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Laura Sánchez Menchero

Instituto Griselda Álvarez A. C., México

Subdirectores

Eugenio Bustos Ruz

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Alex Véliz Burgos

Universidad de Los Lagos, Chile

Editor

Juan Guillermo Estay Sepúlveda

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Pauline Corthorn Escudero

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Traductora: Portugués

Elaine Cristina Pereira Menegón

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada

Felipe Maximiliano Estay Guerrero

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Asesoría Ciencia Aplicada y Tecnológica:

Editoril Cuadernos de Sofía

Santiago – Chile

Revista Ciencias de la Documentación

Representante Legal

Juan Guillermo Estay Sepúlveda Editorial

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Kátia Bethânia Melo de Souza

Universidade de Brasília – UNB, Brasil

Dr. Carlos Blaya Perez

Universidade Federal de Santa María, Brasil

Lic. Oscar Christian Escamilla Porras

Universidad Nacional Autónoma de México,
México

Ph. D. France Bouthillier

MgGill University, Canadá

Dr. Miguel Delgado Álvarez

Instituto Griselda Álvarez A. C., México

Dr. Juan Escobedo Romero

Universidad Autónoma de San Luis de
Potosi, México

Dr. Jorge Espino Sánchez

Escuela Nacional de Archiveros, Perú

Dr. José Manuel González Freire

Universidad de Colima, México

Dra. Patricia Hernández Salazar

Universidad Nacional Autónoma de México,
México

Dra. Trudy Huskamp Peterson

Certiefd Archivist Washington D. C., Estados
Unidos

Dr. Luis Fernando Jaén García

Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Dra. Elmira Luzia Melo Soares Simeão

Universidade de Brasília, Brasil

Lic. Beatriz Montoya Valenzuela

Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú

Mg. Liliana Patiño

Archiveros Red Social, Argentina

Dr. André Porto Ancona Lopez

Universidade de Brasília, Brasil

Dra. Glaucia Vieira Ramos Konrad

Universidad Federal de Santa María, Brasil

Dra. Perla Olivia Rodríguez Reséndiz
Universidad Nacional Autónoma de México,
México

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Dr. Héctor Guillermo Alfaro López
Universidad Nacional Autónoma de México,
México

Ph. D. Juan R. Coca
Universidad de Valladolid, España

Dr. Martino Contu
Università Degli Studi di Sassari, Italia

Dr. José Ramón Cruz Mundet
Universidad Carlos III, España

Dr. Carlos Tulio Da Silva Medeiros
Instituto Federal Sul-rio-grandense, Brasil

Dr. Andrés Di Masso Tarditti
Universidad de Barcelona, España

Dra. Luciana Duranti
University of British Columbia, Canadá

Dr. Allen Foster
University of Aberystwyth, Reino Unido

Dra. Manuela Garau
Universidad de Cagliari, Italia

Dra. Marcia H. T. de Figueredo Lima
Universidad Federal Fluminense, Brasil

Dra. Rosana López Carreño
Universidad de Murcia, España

Dr. José López Yepes
Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Miguel Angel Márdero Arellano
Instituto Brasileiro de Informação em Ciência
e Tecnologia, Brasil

Lic. María Auxiliadora Martín Gallardo
Fundación Cs. de la Documentación, España

Dra. María del Carmen Mastropiero
Archivos Privados Organizados, Argentina

Dr. Andrea Mutolo
Universidad Autónoma de la Ciudad de
México, México

Mg. Luis Oporto Ordoñez
Director Biblioteca Nacional y Archivo
Histórico de la Asamblea Legislativa
Plurinacional de Bolivia, Bolivia
Universidad San Andrés, Bolivia

Dr. Alejandro Parada
Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Gloria Ponjuán Dante
Universidad de La Habana, Cuba

Dra. Luz Marina Quiroga
University of Hawaii, Estados Unidos

Dr. Miguel Ángel Rendón Rojas
Universidad Nacional Autónoma de México,
México

Dr. Gino Ríos Patio
Universidad San Martín de Porres, Perú

Dra. Fernanda Ribeiro
Universidade do Porto, Portugal

**Dr. Carlos Manuel Rodríguez
Arrechavaleta**
Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza
Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Dra. Vivian Romeu
Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Mg. Julio Santillán Aldana
Universidade de Brasília, Brasil

Dra. Anna Szlejcher
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dra. Ludmila Tikhnova
Russian State Library, Federación Rusa



CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL

Indización

Revista Ciencias de la Documentación, se encuentra indizada en:



CATÁLOGO



MIAR 2015
Live



CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICA



CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL

ISSN 0719-5753 - Volumen 4 / Número 2 / Abril – Junio 2018 pp. 47-55

LA PARTICIPACIÓN SOCIAL EN LA AGENDA DE LA GOBERNANZA

SOCIAL PARTICIPATION IN THE GOVERNANCE AGENDA

Dr. Wilfrido Isidro Aldana Balderas

Universidad Autónoma del Estado de México, México
wilfrido_aldana@yahoo.com.mx

Dr. Francisco Javier Rosas Ferruzca

Universidad Autónoma del Estado de México, México
fjrosasf@uaemex.mx

Fecha de Recepción: 12 de enero de 2018 – **Fecha de Aceptación:** 24 de marzo de 2018

Resumen

Los regímenes de gobierno al transitar de coercitivos a persuasivos han empleado sistemas de información y comunicación orientados a difundir la libertad de elección como un indicador de democracia. En tal contexto, el presente escrito discute los modelos de construcción de esferas públicas para anticipar los contenidos de las agendas democráticas. En virtud de que Estado, ciudadanía y mercado coexisten en torno al poder y la libertad, el presente trabajo contrasta las vicisitudes de los tres actores al momento de esclarecer el impacto de la propaganda sobre los estilos discursivos y vitales de los individuos que pertenecen a comunidades o instituciones orientadas a la legitimidad de un régimen. Tal ejercicio permitirá vislumbrar los ejes críticos por los que transitarán las propuestas de participación civil a partir de un sentido de comunidad o bien, los planteamientos de identidad con base en su consolidación a través de las tradiciones uso y costumbres.

Palabras claves

Comunidad – Ciudadanía – Libertad – Identidad – Propaganda

Abstract

Government schemes to move from coercive persuasion have used information and communication systems for disseminating freedom of choice as an indicator of democracy. In this context, this paper discusses building models of public spheres to anticipate the content of the democratic agendas. Under that status, citizenship and market coexist around the power and freedom, this study contrasts the vicissitudes of the three actors at the time to clarify the impact of propaganda on vital discursive styles and individuals belonging to communities or institutions for the legitimacy of a regime. This exercise will glimpse the critical axes by transiting the proposed civil participation from a sense of community or, approaches based on identity consolidation through use traditions and customs.

Keywords

Community – Citizenship – Freedom – Identity – Propaganda

Introducción

El objetivo del presente trabajo es exponer el modelo de esfera pública o civil para evidenciar la proximidad del Estado y la ciudadanía al mercado a través de la libertad de elección. A partir del establecimiento de una agenda pública, las esferas civiles son aproximadas al Estado por la difusión de temas en los medios de comunicación. Se trata de un proceso en el que los intereses particulares se legitiman en la esfera civil y son tomados como una forma de participación ciudadana por el Estado.¹

Los modelos de esfera civil o pública que aspiran a explicar la relación entre Estado, ciudadanía y mercado asumen que la libertad e identidad son fundamentales para acercarse a los beneficios del mercado en el que el individuo es un consumidor de información o bien, es un receptor de tradiciones capaz de emerger de su confinamiento, invisibilidad y pasividad para desarrollar valores de asociación.

Ambos modelos, liberal y comunal sostienen que la democracia es una fase lejana a los estilos de vida civiles mientras estos no incorporen sistemas de participación o pertenencia. Tal disyuntiva abre la oportunidad de discutir los modelos derivados de la libertad y la identidad para explicitar la construcción de una agenda democrática en la que Estado, ciudadanía y mercado convergen como entidades de conflicto en el que la libertad de elección parece distender las posturas de cada una frente a las otras.

La construcción de una agenda democrática está supeditada a las leyes del mercado más que a la legitimación de un régimen; la pertenencia a un estilo de vida irrestricto más que a un territorio o comunidad; la construcción de un discurso abierto más que a estilos de vida acríticos o críticos. Se trata de un sistema informativo en el que los medios de comunicación pierden relevancia y son reducidos a su mínima expresión ya que no pueden sustituir las experiencias vitales por noticias sesgadas de los hechos.²

Un análisis de los modelos de esfera pública en referencia al Estado y al mercado permite sustentar el supuesto según el cual la coerción ha sido sustituida por la persuasión, ambas como instrumentos de poder legitiman principios de libertad de elección a través de la participación o la identidad en y para un grupo. Tal ejercicio permitirá esclarecer los ejes de discusión para la construcción de una esfera pública y una agenda democrática.³

En virtud de la diversidad de modelos, el presente escrito sólo retoma aquellos implicados en las relaciones entre Estado, ciudadanía y mercado a fin de sintetizar la información y delimitar el espacio y contenido de análisis. Por ello el lector encontrará información suficiente en cuanto a los modelos que explican la construcción de una esfera pública y el establecimiento de agenda. Sin embargo, también podrá advertir un énfasis puesto en la propaganda con miras a la participación y la identidad ciudadana y comunitaria. No es el propósito reducir los contenidos, sino más bien orientar una

¹ A. Ardevol, Framing theory in communication research. Origins, development and current situation in Spain. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, (2015). 423-450 DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053

² V. Sampedro y J. Resina, Opinión pública y democracia deliberativa. Una actualización en el contexto digital de la sociedad red. *Ponto e Vargula*, 8, (2010). 1-2.

³ J. Carreón; C. García y J. Hernández, Emociones y desconfianza hacia las autoridades. *Virajes*, 16 (1), (2014) 163-184,

discusión con base en los fundamentos básicos y sus implicaciones para cada una de las esferas posibles de legitimidad.

La libertad de elección es el resultado de un sistema persuasivo en el que coexisten las diversas oportunidades, capacidades y responsabilidades. Empero, tal contexto reduce el sentido de comunidad a tradiciones coercitivas y ancla el ámbito público a una participación deliberativa mientras que la esfera privada se circunscribe a posturas acrílicas frente al régimen.⁴

Modelos liberales de la participación

La propaganda entendida como un instrumento ideológico de difusión de temas centrales y periféricos a la estabilidad y desestabilización de una esfera de poder está vinculada a la ideología, medios de comunicación y legitimidad política. La contrastación de los temas propagandísticos se ha efectuado desde estilos anti y contra propagandísticos los cuales son abordados por modelos explicativos de la relación Estado, medios y ciudadanía.

Principalmente, el Modelo de Establecimiento de Agenda (MAE) ha explicado el efecto planificado de los mensajes con imágenes que se transmutan en símbolos y significados de apoyo o disidencia a un sistema político. Sin embargo, ambos modelos parecen constreñir el papel de la opinión pública que se construyó como un referente crítico de la sociedad civil frente a la acción del Estado.⁵

Es decir, la propaganda es un instrumento de poder, pero es también un indicador de gobernabilidad en tanto que deriva de un sistema de información y comunicación orientado a la legitimidad de un régimen. Es en el ámbito de la participación ciudadana que la opinión deja de ser privada para convertirse en pública, aunque ello implique la exclusión de temas emergentes, la propaganda va dirigida a la estructura de la sociedad porque su objetivo es preservar la jerarquía de poder en la que la discusión civil no permitiría la exclusión del individuo ni como ciudadano ni como receptor de propaganda.

En tal sentido, la contraparte de la propaganda no es la contra-propaganda, sino la participación civil. La esfera política encuentra su antítesis en la esfera ciudadana, pero la esfera de los medios de comunicación se encarga de transferir las diferencias entre ambas esferas en ideologías que construyen agendas mediáticas más que civiles o siquiera políticas. En efecto, el poder político, supeditado al poder de los medios de comunicación, es trastocado en su ideología y confinado a una esfera mediática en la que los discursos transmutados en imágenes fungen como instrumentos de legitimidad a fin de que la ciudadanía los decodifique en símbolos y les adjunte significados de participación.

El fenómeno propagandístico alude a una interrelación entre sistemas de comunicación ligados con el poder político, aunque su dimensión ideológica supone la

⁴ D. Weaver, Thoughts on agenda setting, framing and priming. *Journal of Communication*, 57, (2007). 142-147 doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00333.x

⁵ J. Carreón; J. Hernández; C. García; E. García; F., Rosas y J. Aguilar, Especificación de un modelo de emprendimiento digital para el desarrollo humano mediante el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación. *Perspectivas Rurales*, 13 (25), (2015). 123-155.

difusión de ideas relativas a las estructuras económicas, sociales y culturales. En tanto sistemas, los procesos propagandísticos buscan estabilizar o desestabilizar las estructuras de poder, empero existen fenómenos que más allá de la simpatía o antipatía por un régimen, buscan reducir la influencia discursiva de las audiencias.⁶

La opinión ciudadana se transforma en un conglomerado de temas a partir de los cuales se construye una agenda pública. En tal contexto, el Estado y sus adversarios parecen alejarse de un discurso próximo a la esfera civil, es decir, los mensajes que emite una esfera de poder se dirigen hacia audiencias que pueden adherirse o no a una forma de Estado, pero buscan más contrarrestar el efecto persuasivo de otros mensajes emitidos desde las mismas esferas de poder que pueden amenazar al régimen. En este sentido, la opinión civil parece estar fuera de tal contienda.

No obstante, la formación de una agenda pública requiere de la aprobación ciudadana y en tal esquema, la propaganda o contra-propaganda son meras expresiones de la esfera política que ha sido influida por los medios de comunicación quienes generan los temas que la sociedad civil discute como prioritarios en referencia a la propaganda de un sistema político. Es decir, los medios de comunicación son un instrumento esencial de propaganda dirigida desde corporativos mundiales.

En torno a la esfera civil, se han construido dos modelos: liberal y comunitario. En ambos la libertad está supeditada al poder privado, estatal o comunal. La participación, en el modelo liberal es entendida como una vía por excelencia a la libertad ya que el Estado permite la construcción de una vida pública en función de un estilo vital privado.

No obstante, en el modelo comunitario, la identidad es mayormente reconocida que la participación, es aquí donde lo privado, lo público y lo comunitario interceptan la libertad y la plasman en estilos discursivos y vitales como efectos de propaganda del régimen que pretende legitimarse. A partir de ambos modelos es posible inferir un tercero de orden democrático en el que la combinación de la libertad, la participación y la identidad sustenten una vida pública cercana a la esfera política, aunque también próxima a las otras esferas civil, económica o mediática.⁷

En las esferas de poder económico y político, los medios de comunicación, a través de la producción de noticias, establecen sistemas ideológicos globales y macroeconómicos para influir en la opinión ciudadana. Se trata de un sistema informativo y comunicativo en el que se producen símbolos y significados institucionales que al ser decodificados por las audiencias no pueden ser advertidos como sesgos informativos ya que han los mensajes económicos han sido transformados en contenido relacionados con la identidad política y social.

El Modelo de Establecimiento de Agenda plantea que el sesgo informativo es inherente a la formación profesional de comunicadores, periodísticas o columnistas, sólo en el caso de un sesgo sistemático, la información emitida por los medios de comunicación incide en la opinión pública. Empero, los medios de comunicación

⁶ J. Castillo; J. Esparza; F. Argueta; A. Marqués y A. Velázquez, Análisis de la opinión pública en la imagen proyectada en medios impresos por candidatos a diputados Razón y Palabra, 73, (2010). 1-27.

⁷ C. García, La legitimidad sociopolítica de la administración de seguridad pública en Xilitla, San Luis Potosí, México. Investigación Administrativa, 115 (44), (2015) 24-40.

determinan la difusión de las ideologías cercanas al poder y tal cuestión reduce a la esfera civil a un estado de ánimo individual el cual puede ser modificado a través de imágenes y discursos apoyados en el contexto de escasez e incertidumbre. El acceso a la información es considerada una cuestión personal que se difumina por la opinión pública mientras construye una agenda de temas a favor de la estabilidad de un régimen.

Los medios de comunicación, asumidos como instrumentos del poder político, difunden información persuasiva la cual no sólo distorsiona los hechos, sino además construye una contra-propaganda orientada a reducir la influencia de los mensajes que buscan desestabilizar a la estructura política en el gobierno.⁸

Se trata de dos lógicas en la que la propaganda desestabilizadora es difundida con la intención de exponer la estabilidad del régimen, pero cuando la información se circunscribe a sesgar los hechos, entonces se trata de un fenómeno contrario a la información desestabilizadora que indica una contra-propaganda.

La propaganda subyace como un instrumento para la diseminación planificada de ideologías favorables o desfavorables a una estructura de poder. Tal proceso supone el establecimiento de actitudes que por ser emocionales son el resultado de símbolos que derivarán en significados de legitimidad política. o bien, la propaganda está circunscrita a la diversidad de información colateral al objeto de persuasión.

En tanto que el individuo es un entramado de acciones, sus decisiones pueden ser influidas por mensajes contrarios a su apreciación de los hechos. En este sentido, el sesgo de información por parte de los medios de comunicación puede ser perceptible hasta un cierto nivel de expectación ya que mientras el receptor está ocupado en información circundante a los hechos, también está experimentando información que puede ser determinante de sus creencias, actitudes e intenciones orientadas a la estabilidad o inestabilidad personal asociadas a los propósitos de la propaganda.

No obstante, propaganda y opinión pública transitan por senderos diferentes, aunque ambas tienen en común el contenido ideológico que asume al Estado como objeto poder y a la ciudadanía como objetivo del poder. Si se asume que la propaganda es un instrumento de dicha estructura de poder, entonces la opinión pública se erige como un conglomerado de ideas que socavan al Estado de la esfera civil y tal propósito es así porque la ciudadanía plasmó un discurso anti-propagandístico a partir de estilos de vida que amenazan la legitimidad de un régimen.⁹

Ahora bien, la acción y discusión de la esfera civil está dividida por dos dimensiones: central o mayoritaria y periférica o minoritaria. La primera alude a un sistema de propaganda que es recibido acríticamente, incluso con cierto beneplácito por parte de las organizaciones políticas, mediáticas o institucionales mientras que otra parte de la ciudadanía organizada en movimientos, colectivos o comunidades apela a la crítica de la información para diseminar significados disidentes al régimen. Se trata de dos esferas que coexisten en virtud de que la ciudadanía está polarizada frente a la gestión

⁸ O. Godson, The influence media oversight and control on media agenda in Nigeria, 1 (7), (2014). 36-65.

⁹ M. McCombs y S. Valenzuela, The agenda setting theory. Cuadernos de Información, 20, (2007). 44-50.

del Estado y que en la recepción de la propaganda la legitiman por mayoría o la cuestionan por la exclusión que a las periferias les significa.

A partir de la división de la esfera civil es posible anticipar la emergencia de dos agendas públicas:

En la agenda mayoritaria los medios de comunicación difunden hechos relativos a la legitimación del régimen y que se reduce a una ideología del poder en el que las mayorías no pueden advertir las asimetrías de los regímenes en cuanto a su disputa por el poder. Los temas de la agenda central mayoritaria son aquellos alusivos a la preservación de las jerarquías económicas, políticas y sociales que dan cabida a propuestas mientras éstas no amenazan la estabilidad del sistema político.

En la agenda periférica minoritaria, los medios de comunicación y las estructuras de poder son percibidos como fuentes de ideología que buscan perpetuarse en el poder a través de las instituciones las cuales son instrumentos para la difusión de la propaganda oficial. Los temas de agenda minoritaria son aquellos relativos a la exclusión, vulnerabilidad y marginación de las comunidades o los barrios periurbanos. Es por ello que la construcción de la agenda minoritaria se gesta en los espacios clandestinos en los que los grupos disidentes forman una opinión divergente a los intereses de los medios de comunicación y las clases políticas.

Ambas agendas, mayoritaria y minoritaria son sistemas de información en el que los medios de comunicación enfocan sus intereses a través de sesgos informativos para incidir en la opinión pública central y periférica, sin embargo, también son blanco de influencia de las élites que pugnan por el poder a partir de desestabilizar la ideología dominante (contra-propaganda).¹⁰

En tal sentido, la relación entre esferas de poder adversarias al Estado y la participación ciudadana también puede entenderse desde los efectos asimétricos de la contra-propaganda ya que la estabilidad supondría un contexto en el que el Estado se ha legitimado frente a las esferas de poder y ciudadanas. En contraste, la inestabilidad alude a una situación en la que el Estado ha sido trastocado por la contra-propaganda y la crítica de la esfera periférica.

Sea cual fuere el resultado de la relación entre Estado y ciudadanía, ésta última se verá expuesta a los efectos persuasivos o disuasivos de las esferas de poder y minoritaria. Por ello, la ciudadanía desarrollo mecanismos de participación con la finalidad de restituir su papel en la discusión de los temas críticos públicos.

En síntesis, los modelos de legitimación atraviesan por senderos en los que el poder y la libertad están circunscritos a la deliberación de los temas de una agenda pública difundidos o cuestionados por las vías de propaganda, anti-propaganda o contra-propaganda. En tal proceso, el Estado se erige como el eje rector de la vida pública y privada tanto de adversarios como de simpatizantes. Antes bien, la sociedad civil, a través de la opinión ciudadana ha construido esferas públicas a fin de discutir con las instituciones gubernamentales su inclusión en las decisiones públicas y con ello ha

¹⁰ D. Rivera; M. Punin y D. Calvo, Agenda setting in the ecuatorian press: El Universo, El Mercurio, El Comercio and El telégrafo. Revista Latina de Comunicación Social, 68, (2013). 209-244 DOI: 10.4185/RLCS-2013-988.

ganado un espacio de discusión orientado a la construcción de una agenda civil. Para tales propósitos, la sociedad ha formado un sentido de comunidad y participación que la aproximan al mercado y la alejan del Estado.

Discusión

En torno a la construcción de una agenda pública en materia de participación e identidad ciudadanas para la legitimación de un régimen, la propaganda ha sido un instrumento persuasivo que ha reducido la opinión pública a un debate interno sobre la emergencia de estilos discursivos y vitales. En este sentido, la democracia participativa e identitaria se ha forjado sobre la base de sistemas y estructuras de poder que convergen en la libertad, pero a costa de minimizar la crítica disidente.

Es posible observar que los estilos de vida mayoritarios, en referencia a los minoritarios, han transformado la propaganda política en temas de agenda pública en detrimento de su contenido disidente. Por el contrario, las minorías han sido excluidas de los discursos y acciones públicos a cambio de una mayor tolerancia a sus ideas y formas de expresión. Es la libertad una pieza clave en el engranaje de la democracia participativa e identitaria.

Mientras tanto, las formas comunitarias de participación y las acciones de libertad circunscritas a clanes se disocian en el acceso a la información y las desigualdades al momento de construir una esfera civil y su agenda pública.

Por su parte, los medios de comunicación han sido confinados a la esfera privada ya que su virtud mediática les ha permitido desenvolverse en el ámbito de las libertades, ello sugiere que las esferas políticas en el poder determinan los contenidos de medios para implicar a la sociedad en el establecimiento de sus temas. En efecto, el Estado es el eje rector de su propia legitimación y los medios de comunicación parecen haber sido relegados a simples instrumentos propagandísticos, pero la ciudadanía lejos está de ser empleada como instrumento a medida que incrementa sus discursos sobre la libertad en desmedro de la influencia del Estado en lo privado, pero también en lo público.

En esencia, la ciudadanía y el Estado están vinculados a través de la propaganda, aunque cada vez se alejan ya que el mercado ahora funge como un actor cercano a las esferas civiles cualquiera que éstas sean ya que sus deseos de libertad los orientan a la lógica de la persuasión más que de la coerción autoritaria del Estado.

Precisamente, la democracia participativa supone el resurgimiento de la propaganda en los medios ya no con el afán de legitimar a un régimen, sino con el propósito de construir una agenda común a todos los actores en el que la libertad sea su sello distintivo respecto a otras formas de expresión y participación. Debido a que la ciudadanía cada vez está informada sobre los temas que al Estado le conviene agendar, los medios de comunicación cumplen con su función mediadora, pero es la libertad de elección la que ha obligado a los medios de comunicación a adoptar una nueva función moderadora de los temas críticos para las minorías.

Conclusión

El objetivo del presente trabajo ha sido examinar el establecimiento de una agenda sociopolítica a partir de la difusión intensiva de temas que los medios diseminarán conforme al tipo de esfera civil con la finalidad de incidir en las políticas públicas locales. En tal escenario es que la discusión en torno al establecimiento de la agenda pública radica en la legitimación de información por parte de las audiencias al momento de emitir un voto o participar en una consulta pública, una tendencia electoral o una intención de voto en comicios.

El debate está abierto para la reflexión sobre la incidencia de los medios en determinadas formas de participación civil o la ausencia de una participación deliberada, planificada y sistemática que supone la elección racional con base en el procesamiento de información, pero la emergencia de las redes sociales y las esferas civiles advierte una tendencia opuesta que el presente trabajo ha puesto de manifiesto.

Referencias

Ardevol, A. Framing theory in communication research. Origins, development and current situation in Spain. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, (2015). 423-450 DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053

Carreón, J.; García, C. y Hernández, J. Emociones y desconfianza hacia las autoridades. *Virajes*, 16 (1), (2014) 163-184.

Carreón, J.; Hernández, J.; García, C.; García, E.; Rosas, F. y Aguilar, J. Especificación de un modelo de emprendimiento digital para el desarrollo humano mediante el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación. *Perspectivas Rurales*, 13 (25), (2015). 123-155.

Castillo, J.; Esparza, J.; Argueta, F.; Marqués, A. y Velázquez, A. Análisis de la opinión pública en la imagen proyectada en medios impresos por candidatos a diputados *Razón y Palabra*, 73, (2010). 1-27.

García, C. La legitimidad sociopolítica de la administración de seguridad pública en Xilitla, San Luis Potosí, México. *Investigación Administrativa*, 115 (44), (2015) 24-40.

Godson, O. The influence media oversight and control on media agenda in Nigeria, 1 (7), (2014). 36-65.

McCombs, M. y Valenzuela, S. The agenda setting theory. *Cuadernos de Información*, 20, (2007). 44-50.

Rivera, D.; Punin, M. y Calvo, D. Agenda setting in the ecuatorian press: El Universo, El Mercurio, El Comercio and El telégrafo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, (2013). 209-244 DOI: 10.4185/RLCS-2013-988.

Sampedro, V. y Resina, J. Opinión pública y democracia deliberativa. Una actualización en el contexto digital de la sociedad red. *Punto e Vergula*, 8, (2010). 1-22.

Weaver, D. Thoughts on agenda setting, framing and priming. *Journal of Communication*, 57, (2007). 142-147 doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00333.x

Para Citar este Artículo:

Aldana Balderas, Wilfrido Isidro y Rosas Ferruzca, Francisco Javier. La participación social en la agenda de la gobernanza. *Rev. Cs. Doc.* Vol. 4. Num. 2. Abril - Junio 2018, ISSN 0719-5753, pp. 47-55.



**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**



Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencias de la Documentación**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Ciencias de la Documentación**.