

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2006). “La educación del ciudadano ante el marketing político”. En Á. Losada, J. F. Plaza & M. Á. Huerta (coords.), *Comunicación, Universidad y Sociedad del Conocimiento. Actas del IV Congreso Internacional*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, pp. 547-562. ISBN: 84-7299-684-0. Depósito Legal: S-1.064-2006.

C

La educación del ciudadano ante el marketing político

En una época donde la política contemporánea viene marcada, en buena parte, por el marketing, abordaremos si estas prácticas afrontan los principios que mejor definen la mercadotecnia, o se quedan, simplemente, en lo más anecdótico, banal, accesorio y electoralista. La educación asumirá un indudable protagonismo en la configuración de una ciudadanía más crítica, participativa e integrada en la esfera pública. Una ciudadanía capaz de alentar lo mejor del engranaje institucional y democrático; capaz de demandar más rigor y profesionalidad en la *oferta* de partidos; y capaz de estimular potencialidades (habitualmente olvidadas) del márketing político. (...)