

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. (...)