

CAPÍTULO 2

Democracia

2.1.- Criterios institucionales:

El término democracia se utiliza desde mediados del siglo V a.C. por los griegos y significa gobierno del pueblo, esto del prefijo “*demos*” que es pueblo y “*kratia*” gobierno o autoridad. Dicho gobierno del pueblo, ha venido tomando distintos matices a lo largo de la historia y desde sus inicios como lo menciona Dahl, la democracia ha sido imperfecta, al excluir a ciertos grupos de la sociedad. Ejemplo de ello es la exclusión de esclavos o negros en siglos pasados o más aún, el voto de la mujer que hasta el siglo XX se incorporó en la mayoría de los países.

La Democracia es un sistema utilizado por muchos Estados, sin embargo ¿cómo asegurar que es una verdadera democracia, cuáles son los criterios que nos permiten discernir entre una verdadera o falsa democracia?, para esto Dahl propone 7 criterios institucionales, es decir 7 instituciones que distinguen una democracia y como primer punto se indica el siguiente:

1.- Cargos públicos electos: El control de las decisiones político – administrativas gubernamentales está investido en cargos públicos elegidos por los ciudadanos. Los gobiernos democráticos modernos a gran escala son así representativos.¹⁸

Es importante tomar en cuenta que una democracia no es real si los que gobiernan no son electos por el *demos*, es decir los gobernantes no deben imponerse por la fuerza ya que esto no reflejará en lo absoluto los intereses de los ciudadanos. Las democracias modernas han contado con una evolución de tal forma que en nuestros días la mayor parte de ellas cuentan con funcionarios electos de acuerdo a las preferencias de sus

¹⁸ Robert Dahl, *La Democracia una guía para los ciudadanos*, (México DF., Taurus S, A.; 1999), P. 100

ciudadanos. Por tanto, en una democracia los que gobiernan son los elegidos por el pueblo, a diferencia de las Monarquías en donde no era necesario rendir cuentas sobre lo realizado por el gobernante, como tampoco, era necesario el apoyo de los ciudadanos para con el monarca. En base a este requerimiento existen partidos políticos que hoy conforman una de las instituciones sólidas de la democracia, debido a que generan la participación activa por parte de la población, en procesos electorales, en el reflejo de los intereses de los ciudadanos y otras actividades políticas.

El segundo criterio es:

2.- Elecciones libres e imparciales: Dichos funcionarios son elegidos mediante el voto en elecciones limpias que se llevan a cabo con regularidad y en las cuales rara vez se emplea la coacción.¹⁹

Para que una democracia se lleve a cabo de manera efectiva, es necesaria la realización de elecciones que le permitan al ciudadano elegir a sus representantes y que permitan, que el poder de gobernar sea ejercido y autorizado por los ciudadanos y no impuesto por una minoría. La regularidad es importante, ya que ésta nos indica si los ciudadanos están de acuerdo con lo hasta ahora llevado a cabo por el representante. Dahl afirma que aunque es importante este punto, no se pueden hacer elecciones anuales, debido a que es imposible que las políticas públicas se lleven a cabo en tan corto tiempo, es decir, que la eficacia del funcionario sea óptima en un lapso tan pequeño. De igual manera Dahl señala que en lapsos prolongados, se vicia la manera de gobernar, dando paso a la corrupción o dictadura.

El tercer criterio es:

3.- Sufragio inclusivo: Prácticamente todos los adultos tienen derecho a votar en la elección de los funcionarios públicos.²⁰

¹⁹ Robert Dahl, *La Democracia y sus críticos*, (Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A.; 1993), p. 267

²⁰ Dahl, *La Democracia y sus críticos*, p. 267

Es necesario que todos los integrantes del demos tengan la misma posibilidad de elegir a sus representantes, de la misma manera que su voto tenga el mismo valor que el voto de los demás ciudadanos. La gran extensión con la que cuentan actualmente diversos países, no debe ser impedimento para que todos los ciudadanos ejerzan su voto. Antiguamente en algunos países, los votos de ciertos individuos eran contabilizados desigualmente al resto de la población, por tener características físicas, religiosas o monetarias, sin embargo debido al crecimiento democrático que los países han tenido actualmente en la mayoría de los países se cumpla esta regla, de que todo individuo ejerza su derecho a votar y de que todos los votos tengan el mismo valor sin tomar en cuenta la conducta social de quien los emite.

El cuarto criterio indica:

4.- Derecho a ocupar cargos públicos: Prácticamente todos los adultos tienen derecho a ocupar cargos públicos en el gobierno, aunque la edad mínima para ello puede ser más alta que para votar.²¹

Esto es que todos y cada uno de los adultos integrantes del demos, cuentan con la misma oportunidad de registrarse como candidatos para competir en procesos electorales y en caso de ganar la elección, ejercer el cargo público. Muchas veces la edad es impedimento de acuerdo al cargo que se aspire ya que ciertos cargos requieren un mayor grado de madurez y experiencia. Sin embargo es necesario que los límites de edad para ocupar cargos se encuentren claramente especificados en la ley.

El quinto criterio dice:

5.- Libertad de expresión: Los ciudadanos tienen derecho a expresarse sin correr peligro de sufrir castigos severos, en cuestiones políticas definidas con amplitud, incluida la crítica a los funcionarios públicos, el gobierno, el régimen, el sistema socioeconómico y la ideología prevaleciente.²²

²¹ Dahl, *La Democracia y sus críticos*, p 267

²² Dahl, *La Democracia una guía para los ciudadanos*, p 100

Sin la libertad de expresión, la democracia simplemente no existiría, ya que este principio nos permite, ser escuchados de la misma manera, que atender y conocer otras opiniones. La ignorancia política sobre los asuntos públicos, dominaría al país, debido a que impediría que la gente se enterara de todos los resultados de las políticas ejercidas por lo mandatarios. Esto por lo regular es llevado a cabo por dictaduras, que no permiten que el demos exprese su opinión o que conozca diferentes opiniones para así poder discernir su elección en los asuntos públicos.

De igual manera, la libertad de expresión es necesaria para todos aquellos que quieran ocupar un cargo público, pues sin esa garantía institucional no podrían hacer sus campañas políticas. Por su parte, los ciudadanos no podrían organizarse políticamente y ganar adeptos para las causas que deseen avanzar. Sin ésta, los ciudadanos tendrían una participación nula. Por tanto, la libre expresión es sumamente importante en el ejercicio de la democracia.

El sexto criterio es:

6.- Acceso a fuentes de alternativas de información: Los ciudadanos tienen el derecho de solicitar fuentes de información alternativas e independientes de otros ciudadanos, expertos, periódicos, revistas, libros, telecomunicaciones y similares. Además, existen efectivamente fuentes de información alternativas que no están bajo el control del gobierno ni de cualquier otro grupo político individual que intente influir sobre los valores y las actitudes políticas públicas, y estas fuentes alternativas están efectivamente protegidas por la ley.²³

Como ya lo comentamos en el punto anterior, la libertad de expresión es necesaria para cualquier democracia. De igual forma, la diversidad de medios que surgen bajo los auspicios de dicha libertad, son de suma importancia ya que es indispensable que los ciudadanos cuenten con diversas opiniones, que les permitan formar juicios más certeros

²³ Dahl, *La Democracia una guía para los ciudadanos*, p. 100

sobre los asuntos públicos. Algunos gobiernos manipulan y ejercen fuerza sobre los medios de comunicación, ocultando cierto tipo de información. Sin embargo, en una democracia se cuenta con medios alternativos, que permiten conocer distintas evaluaciones sobre los asuntos públicos.

Y por último el séptimo criterio

7.- Autonomía asociativa: Para propender a la obtención o defensa de sus derechos, los ciudadanos gozan también del derecho de constituir asociaciones u organizaciones relativamente independientes, entre ellas partidos políticos y grupos de intereses.²⁴

Dichas asociaciones permiten a distintos grupos de interés llevar sus propuestas a los funcionarios públicos y no sólo ser escuchados sino a ser tomados en cuenta, sobre todo en sociedades a gran escala en donde el número de ciudadanos, muchas veces no permite tomar en cuenta todas las peticiones. De la misma manera, el ser parte de una asociación les permite a los ciudadanos conocer y mantenerse informados sobre los asuntos públicos. Los partidos políticos son un claro ejemplo, ya que por medio de ellos los ciudadanos ejercen el derecho de defender sus intereses y necesidades, así como de exponer sus convicciones a todos los ciudadanos, y ser elegidos en elecciones abiertas a diversas ideologías (partidos). De la misma manera el derecho de organizarse para cuestiones no gubernamentales es válido en una democracia, ya sea para avanzar concepciones religiosas, ayuda humanitaria, de hechos laborales, asuntos de cultura, etc. En toda democracia debe existir la tolerancia y el respeto a toda asociación.

Si bien es cierto que nada garantiza una democracia efectiva, el autor afirma que el contar con estas instituciones promueve entre los ciudadanos una participación más activa.

²⁴ Dahl, *La Democracia y sus críticos*, p. 267

2.2.- Criterios de un proceso democrático:

Los criterios de un gobierno democrático, permiten a los miembros del *demos* tener reglas específicas de evaluación a sus 7 instituciones, que corresponden a los gobiernos democráticos de gran escala. Robert Dahl en sus libros *La democracia y sus críticos* y *La democracia una guía para los ciudadanos* nos plantea 4 de estos criterios ideales para la evaluación y desarrollo de una democracia. Como punto número 1 se muestra:

1.- Participación efectiva: En todo el proceso de adopción de decisiones obligatorias, los ciudadanos deben contar con oportunidades apropiadas y equitativas para expresar sus preferencias con respecto a la solución final. Deben tener oportunidades apropiadas y equitativas para incorporar temas al programa de acción y para expresar las razones que los llevan a suscribir una solución en lugar de otra.²⁵

La participación en la elaboración de decisiones colectivas debe ser adecuada y equitativa es decir debe favorecer a toda la población cumpliendo con el principio de consideración igual de intereses. En diversas ocasiones la participación es inadecuada pero equitativa, ya que los ciudadanos corren el riesgo de que no se interprete correctamente sus preferencias. Ejemplo de esto es el defecto de diseño de boletas electorales en el estado de Florida en la elección presidencial del 2000 en Estados Unidos. Distintos desperfectos impidieron saber con precisión las preferencias de los electores, afectando por igual a simpatizantes del partido demócrata que del republicano. Siendo equitativo, porque no fue el caso que sólo se echaran a perder boletos de simpatizantes demócratas y no de republicanos, es inadecuado porque nunca se sabrá a ciencia cierta cómo votó la gente de distritos cuya votación se anuló.

Cuando la participación es inequitativa sólo afecta a ciertos grupos de la población, es decir, cuando suceden casos de fraude electoral en que se anula la expresión de preferencias de algunos ciudadanos o bien suele impulsar la fabricación deliberada de

²⁵ Dahl, *La Democracia y sus críticos*, p. 135

preferencias ciudadanas. También lo es la manipulación de límites distritales con el propósito de diluir el voto para algún partido e incrementar el voto para otro. Ambos casos son inequitativos porque se busca deliberadamente anular o diluir las expresiones de preferencias de simpatizantes de un partido en particular.

A diferencia del segundo criterio uno supone que todos los ciudadanos sin importar sexo, religión, etc. tienen derecho a voto, precisamente porque tienen derecho a voto y su voto puede contar, es que algunos buscan formas de hacer inefectivo el voto de otros. Sin derecho a voto no será necesario incurrir en inequidad. Por tanto es necesario llevar a cabo todos y cada uno de los criterios porque la falta de alguno de ellos, cuestiona la vigencia de la democracia.

2.- Igualdad de los votos en la etapa decisoria: En la etapa decisoria colectiva a todos los ciudadanos debe garantizárseles iguales oportunidades para expresar una opción, cuyo peso se considerará igual al de las opciones expresadas por cualesquiera otros ciudadanos. Al determinar la solución en la etapa decisoria, deben tomarse en cuenta estas opciones y sólo ellas.²⁶

Este criterio es sumamente primordial para una democracia y califica al criterio institucional tres: sufragio inclusivo, principio básico de igualdad. La igualdad de votos en la etapa decisoria se refiere al valor que debe tener cada una de las decisiones transformadas actualmente en votos, en la elección de un representante.

Mujeres, culturas, razas, religiones, etc., han sido muchas veces discriminadas. Su igualdad y voto en esta etapa decisoria de elección en puestos gubernamentales, ha sido ignorada, olvidándose de que todos formamos parte del demos indistintamente a nuestras diferencias como seres humanos. No obstante gracias al desarrollo democrático de las sociedades, la igualdad de voto en la etapa decisoria está siendo llevada a cabo en la

²⁶ Dahl, *La Democracia y sus críticos*, p. 35

mayoría de los países, otorgándoles a todos y cada uno de sus ciudadanos la oportunidad de elegir a sus representantes y ser tratados todos, de igual forma.

3.- Comprensión ilustrada: Dentro de los límites razonables en lo relativo al tiempo, todo miembro debe tener oportunidades iguales y efectivas para instruirse sobre las políticas alternativas relevantes y sus consecuencias posibles.²⁷

La comprensión ilustrada hace referencia al uso de poderes racionales para el entendimiento de asuntos políticos. La política ilustrada supone un escrutinio basado en el ejercicio de la razón, como la propusieran los pensadores de la ilustración. No se espera que el ciudadano tenga fe en un candidato como podría tener fe en Dios. El ciudadano necesita que el político le hable claramente sobre lo que se propone hacer y que dé cuenta de que medios utilizará para hacer lo que promete. El ciudadano evalúa no sólo los objetivos del candidato sino también los medios. Si no existe una relación congruente entre fines y medios, entonces el ciudadano tendría que otorgar al candidato, sobre la base de un pensamiento mágico y esto es inaceptable en una forma de gobierno ilustrado como lo es la democracia. Por tanto como señala Dahl, es importante que se provea al ciudadano de información relevante, esta puede definirse, por ejemplo, como información que de estar disponible, puede llevar a votar por un candidato X y de no estar disponible por el candidato Y, podría llevar al ciudadano a votar si la información relevante por el candidato X se oculta, entonces puede decirse que hay un intento deliberado de impedir la comprensión ilustrada, cuyo objetivo es llevar al ciudadano a votar por el candidato Y.

Otro impedimento a la comprensión ilustrada es la distorsión de hechos que equivale a mentir, que nos impide a los ciudadanos hacer un juicio acertado sobre la relación entre

²⁷ Dahl, *La Democracia una guía para los ciudadanos*, p. 48

fines y medios. El gobernante por ejemplo, podría decirnos que es necesario utilizar el medio A que invade a un país en el medio oriente, a fin de conseguir el fin 1 dado que ese país esconde insumos de armas de destrucción masiva, que sin duda utilizará contra países vecinos. Bajo el supuesto de que el país en cuestión realmente esconde insumos de ramas de destrucción masiva, el medio A podría parecer adecuado para conseguir el fin 1 que sería evitar la destrucción de países vecinos. Pero si se han distorsionado los hechos para hacer congruente el recurso al medio A para obtener el fin 1 entonces se está impidiendo la comprensión ilustrada. Este ejemplo supone, no que se está ocultando información sino que se está fabricando falsa información con el fin de obtener el apoyo de la ciudadanía para apoyar el recurso de un medio para el logro de un fin, que no habría asumido importancia alguna frente a otros fines, ni habría merecido la consideración del medio A para conseguirlo si no se hubieran distorsionado los hechos.

Dado que el criterio de comprensión ilustrada será central en la evaluación de los estudios de marketing político que me propongo a hacer en esta investigación, considero necesario resumir sus implicaciones. El ocultamiento en la información relevante y la fabricación de hechos incapacitan el ejercicio integro de los poderes racionales de los ciudadanos, que en el marco de un gobierno democrático, resultan fundamental para ejercer control sobre sus autoridades y en general sobre el destino de su comunidad política. En vista de lo anterior el *marketing* político contribuirá a la pérdida del control ciudadano sobre sus autoridades y en general sobre su destino colectivo si basa sus actividades (la venta de candidatos) en el ocultamiento de información y la fabricación de hechos. Esto lo podremos evaluar con amplio detalle en el capítulo siguiente. Por lo

pronto continuaré con la descripción de otro muy importante criterio del proceso democrático.

El cuarto punto se refiere:

4.- Control del programa de acción: Los miembros deben tener la oportunidad exclusiva de decidir cómo y, si así lo eligen, qué asuntos deben ser incorporados a la agenda. De esta forma, el proceso democrático exigido por los tres criterios precedentes no se cierra nunca. Las políticas de la asociación están siempre abiertas a cambios introducidos por sus miembros, si éstos así lo deciden.²⁸

Este punto se refiere a la toma de decisiones en las actividades realizadas por los funcionarios públicos, ya que de acuerdo a Robert Dahl estas deben ser dictaminadas de acuerdo a las necesidades de los ciudadanos. Lo que haga el gobierno, es lo que quieren los ciudadanos y no al revés, no porque un funcionario público tenga la necesidad de pavimentar su calle o generar una obra pública de su preferencia lo puede hacer, ya que él representa las necesidades de los ciudadanos, él es el encargado de realizar todas y cada una de las promesas ofrecidas en campaña. El hecho de que se encuentre como administrador de los recursos del demos, no quiere decir que éste lo pueda utilizar a su conveniencia, su labor es siempre resolver las necesidades que los ciudadanos soliciten, es poner como prioridad en su plan de acción lo que el demos le demande. Es por ello que dicho punto es sumamente importante para una democracia, ya que una democracia no sólo es la elección de candidatos por el pueblo, como diversas democracias modernas lo suponen, sino la existencia de una comunidad que decide, que políticas debe implementar el gobierno, con el conocimiento de los recursos disponibles para implementarlas y con la autoridad para evaluar si se implementaran de manera satisfactoria. Ésta autoridad está garantizada en el derecho al voto. En las elecciones

²⁸ Dahl, *La Democracia una guía para los ciudadanos*, p. 48

los ciudadanos pueden confirmar si el desempeño del partido en el poder en el periodo anterior fue o no satisfactorio. Si no lo fue entonces usaran su voto para sacar a ese partido del poder. Ahora bien, dado que el cuarto criterio descansa en el cumplimiento de los tres anteriores puede asumirse que actividades que limiten a la comprensión ilustrada obstruyen también el control por parte de los ciudadanos del programa de acción, que es precisamente el criterio que define con más claridad en que consiste el gobierno democrático. Si efectivamente se cumplen políticas que los ciudadanos aprobaron en base a información incompleta o falsa, entonces no se puede asumir que ellos ejercen control sobre el programa de gobierno sino alguien más, probablemente los candidatos y los expertos que los ayudaron a llegar al poder recurriendo a medio cuestionables.

2.3.- Áreas de la práctica democrática que son afectadas por el *marketing* político.

De los 4 criterios de un proceso democrático el *marketing* político afecta directamente a 2, que serían: la comprensión ilustrada y el principio de control del programa de acción. Cabe por tanto considerar algunas de las críticas que se hacen al proceso democrático para evaluar si estas podrían relacionarse con prácticas que afectan los dos criterios mencionados. La nueva forma de hacer ganar a un candidato, mediante innovadoras técnicas mercadológicas en donde venden candidatos con empaques bonitos, está generando fuertes implicaciones en las sociedades que intentan ser democráticas. La falta de congruencia de las campañas entre lo que presentan y lo que es realmente un candidato, daña gravemente la participación efectiva, ya que no muestran todos los datos

que el ciudadano debe saber para la elección de su representante; esto sin olvidar la poca interacción que existe entre electorado – candidato, que sólo se expone mediante cámaras de televisión y no en pláticas directas con los ciudadanos, en donde se le permita conocer cuál es motivo por el que debería de votar por él. El autor Enrique Mata nos comenta

Nadie que sea responsable vota por el anuncio de un poste ni por el producto televisado, como son todos esos productos comerciales que quieren ser elegidos para ocupar una silla en un salón llamado legislativo. La política está vacía. Pero los políticos tienen miedo de la influencia de los ignorantes y se esfuerzan en arrearlos a punta de mentiras disfrazadas, frases huecas, mercadotecnia y miedos infundidos, bombardeados por la televisión y pegados en los postes. En tiempos de crisis y ausencia de rumbo, los clientes prefieren campañas de promoción o de mercado directo que se traduce en ganancias inmediatas. Lo saben bien los publicistas. Por eso estamos en pleno mercadeo.²⁹

Escasa información, gobiernos lejanos, desinteresados en regular todo lo concerniente a la publicidad y mensajes adornados o simplistas, lejanos a las necesidades de la gente, transmitido por candidatos y partidos, afectan el tercer criterio de la práctica democrática directamente al no descansar en una comprensión ilustrada. Esto ha provocado apatía ciudadana e ignorancia política, ya que al no permitirle información crucial, como planes de acción e ideologías partidistas, generan al ciudadano que no participe racionalmente en la elección de candidato o bien, como Dresser sugiere, que participe como si careciera de poderes racionales:

Los candidatos ofrecen becas en vez de hablar sobre cómo generar empleos para financiarlas; ofrecen créditos para vivienda sin reflexionar sobre los recursos requeridos para respaldarlos. Candidatos dádivosos prometen bienes que no pueden otorgar. Candidatos caricaturescos juegan a hacer política recurriendo a tácticas populistas y manipulaciones nacionalistas. En vez de hablar sobre la necesidad de una verdadera reforma fiscal, presumen la construcción del distribuidor vial.³⁰

El *marketing* político, crea políticas favorables para el candidato o político, posicionando estas como acciones inmediatas y del gusto del público, aunque está no sea una prioridad

²⁹ Enrique Mata, “Fox usa a los pobres”, *Proceso*, no. 1391, 29 de Junio de 2003, p58.

³⁰ Denise Dresser, “Seis razones detrás del secuestro”, *Proceso*, no. 1391, 29 de Junio de 2003, p 12

para ellos. Debido al marketing político el candidato muestra una conducta estricta y respetable, dentro de todo su desempeño como funcionario público, aunque esta no sea la real, por la simple razón de generar votos o consolidarse y generar con ello su escalamiento. Así, por medio de campañas llenas de promesas envuelven al ciudadano, con falacias publicitarias y planes de acciones imposibles de cumplir, tratan de generar en él los mismos efectos (necesidad) que un producto, importando sólo el perfecto empaque (imagen, mensaje, slogan, políticas públicas irreales o innecesarias) que el candidato trae consigo, siendo un claro ejemplo lo que plantea el autor Gilberto Guevara Niebla:

Una competencia política auténticamente racional obligaría a hacer precisamente lo contrario de lo que se hace, es decir a desarrollar campañas ubicadas principalmente en el universo local, sustentadas en una vasta información de carácter específico y no abstracto. Sustentada más en datos y menos en imágenes. En contacto cara a cara. Pero la apuesta que los partidos políticos hacen, no es confrontar ideas, sino a ganar, aunque el medio para obtener el triunfo sea éticamente contestable. Su apuesta principal es a favor de la televisión.³¹

El *marketing* político a lo largo de su desarrollado ha generado ciudadanos, más críticos en aspectos de apariencia, y no de contenido, negando al ciudadano la capacidad de discernir por la mejor opción de propuestas, de decidir realmente el rumbo de su sociedad, de desarrollo y no imágenes, ni *show* publicitarios, que lo único que generan es un entorpecimiento de la democracia, como apunta Guevara:

Lo que estamos comprobando en la práctica es que los ciudadanos, en muchos casos, son manipulados en sus preferencias por la publicidad de los medio de comunicación. Los motivos del voto no son muchas veces racionales, sino emocionales. Al observar cómo construye el ciudadano sus juicios políticos y de qué manera se mueve su pensamiento político, comprobamos que existe ciertamente, un aprendizaje creciente sobre el poder del voto y que los ciudadanos aprenden poco a poco a discriminar entre partidos, pero comprobamos, así mismo el fenómeno contrario: la política convertida en objeto de consumo, la ignorancia ciudadana, la anulación de la autonomía racional, el seguimiento acrítico de símbolos y lemas, la construcción de identidades políticas volátiles.³²

³¹ Gilberto Guevara Niebla, "La candidata desconocida", *Proceso*, no. 1391, 29 de Junio de 2003, p. 61

³² Guevara, "La candidata desconocida", p. 61

En la actualidad el uso del *marketing* político es una necesidad, ya que los actores políticos no inician campaña sino se encuentra un mercadólogo a su lado. De manera positiva o negativa el *marketing* se ha venido convirtiendo en algo esencial, dentro las sociedades modernas. Este permite a los candidatos mostrar una imagen empática al *demos* por medio de poses, propaganda y discursos prometedores, para conseguir el triunfo, sin importar muchas veces la veracidad, de sus palabras o de su imagen. Sin embargo el marketing político no trabaja sólo, ya que de la misma manera los medios, la prensa en general, juegan un papel primordial para el desempeño de este; en donde por medio de ellos el *marketing* refleja todo lo que el candidato busca proyectar.

En contra de la tendencia lamentable de la comunicación política en democracias contemporáneas, todavía se escucha voces que reclaman una actitud política responsable muy acorde con el bosquejo ideal de democracia ofrecido por Dahl, como lo sugiere el siguiente planteamiento de Acosta:

Fortalecer una ciudadanía democrática implica generar información y participación, fomentar el ejercicio de la libertad y procurar continuamente el respeto de las garantías básicas. Implica también instituciones que estimulen la responsabilidad, la participación y los compromisos cívicos.³³

Es necesario que se haga un esfuerzo por parte de los 3 actores que actualmente rigen nuestra democracia (partidos, medios y ciudadanía), ya que sin la honestidad y el deseo de servir de los políticos, sin la responsabilidad y la ética de los mercadólogos y sin la falta de compromiso de los ciudadanos en exigirles a sus políticos antes y después de ser

³³ Adrián Acosta Silva, "El déficit cívico" *Nexos*, vol XXIV, no, 298, octubre 2002, p37

elegidos. Nuestros sistemas políticos difícilmente merecerán este calificativo de democracias.

Para saber como podrían en particular los mercadólogos apoyar a la democracia, habrá que examinar primero con es que sus métodos y enfoque contribuyen a deteriorarla. Este será el objetivo del análisis que ofrezco en el capítulo siguiente.