PROPAGANDA ELECTORAL Y COMUNICACIÓN POLÍTICA: ALGUNOS CASOS DEL PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO RESUELTOS POR LA SALA REGIONAL ESPECIALIZADA EN LAS ELECCIONES FEDERALES DE 2015

Electoral propaganda and political communication: some cases of the Ecologist Green Party of Mexico decided by the Specialized Regional Chamber in the 2015 federal elections

Rafael Caballero Álvarez[1]

Fecha de recepción: 24 de marzo de 2016.
Fecha de aceptación de versión final: 4 de agosto de 2016.

RESUMEN: En el presente trabajo se identifican algunos de los principales casos resueltos por la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), acerca de infracciones atribuidas al Partido Verde Ecologista de México (PVEM) con respecto a la normativa electoral en materia de propaganda y comunicación política, en razón de que el actuar de ese instituto político resultó sumamente señalado en el proceso electoral federal de 2015, al grado de alentar una iniciativa ciudadana para la cancelación de su registro. El ejercicio no es sólo de tipo monográfico, sino con el ánimo de identificar elementos empíricos que abonen a la discusión en torno a los propósitos y eficacia del modelo de comunicación política existente en la actualidad.

Palabras clave: comunicación política, propaganda electoral, propaganda velada, Tribunal Electoral, sanciones judiciales.

1 Maestro en Derechos Humanos y Democracia por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), México. Profesor-investigador en el Centro de Capacitación Judicial Electoral del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Correo electrónico: rafael.caballero@te.gob.mx.

ABSTRACT: This paper identifies and analyzes some major cases decided by the Electoral Tribunal of the Federal Judiciary related to the offenses the Ecologist Green Party of Mexico committed during the 2015 elections. The electoral code violations regarding propaganda raised many questions on electoral regulations and become a main issue in public debate for weeks. Moreover, there was a social movement that demanded cancellation of party register.

The paper analyzes the cases and Tribunal's arguments, in order to assess the electoral communication regulations and their capability to achieve a more balanced and fair electoral campaign.

Keywords: *Political communication, electoral propaganda, tricky political propaganda, Electoral Court, judicial sanctions.*

Introducción

En 2015 se llevaron a cabo las primeras elecciones federales reguladas por un sistema electoral nacional, resultado de la reforma en materia político-electoral del año 2014. Esta condición imprimió características particulares a las elecciones tanto para la renovación de la Cámara de Diputados como para las concurrentes en 17 entidades federativas para Diputados locales, ayuntamientos e incluso gobernadores. La prueba de fuego llegó de inmediato a la reforma, que a unos meses de haber entrado en vigor encaró los procesos electorales de 2014-2015, los cuales no sólo planteaban nuevos retos, sino también la necesidad de combatir las viejas prácticas negativas que se observan en cada elección: desgaste de las instituciones electorales por la sobre exposición y los cuestionamientos que sobre ellas se ciernen; competencia electoral desleal y encarnizada; spotización y saturación mediática de partidos políticos y candidatos; irregularidades en las campañas electorales; etcétera.

En materia de comunicación política la reforma no tuvo un impacto tan trasformador como sí ocurrió en otros ámbitos de la materia electoral; de hecho, prácticamente se mantuvo vigente el modelo asentado con la reforma previa, la de 2007-2008, salvo con algunas variables menores, de entre las que destacan las siguientes:

- La regulación de la figura de candidatos independientes obligó a que se les reconociera a éstos el derecho de acceso a los medios de comunicación social.

- Desapareció del texto constitucional la prohibición de abstenerse de denigrar a las instituciones y sólo se conservó aquella correspondiente a calumniar a las personas.[2]
- El esquema del procedimiento especial sancionador (PES) se transformó para aminorar la carga contenciosa que tenía la autoridad administrativa electoral, a efecto de que la resolución correspondiera al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) y el nuevo Instituto Nacional Electoral (INE) se encargase únicamente de integrar el expediente y realizar la investigación correspondiente.
- Se agregaron dos nuevas causales al sistema de nulidades, a saber: sobrepasar el gasto de campaña en un cinco por ciento del monto total autorizado, así como comprar o adquirir cobertura informativa o tiempos en radio y televisión fuera de los supuestos previstos en la ley.

Sin embargo, la continuidad del modelo no minó la aparición de nuevos fenómenos perniciosos en materia de comunicación política y propaganda electoral, siendo quizás uno de los de mayor resonancia la campaña (o campañas) desplegada por el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), que resultó sumamente polémica y que incluso despertó una iniciativa ciudadana, cuya petición concreta consistía, ni más ni menos, que en la cancelación de registro al partido, por considerar que éste trastocó reiterada y sistemáticamente el modelo de comunicación política y, por ende, la normativa electoral.[3]

A lo largo de estas páginas se expondrán algunos de los casos más emblemáticos que fueron denunciados por acciones realizadas por el PVEM ante el INE y resueltos por la Sala Regional Especializada (SRE), instancia del TEPJF creada a partir de la reforma para resolver los procedimientos especiales sancionadores. Varios de estos casos escalaron hasta la Sala Superior, sin embargo los juicios de revisión del PES en torno a las sentencias de la SRE no serán abordados en este ejercicio, lo mismo que las sentencias de la SRE derivadas justamente de

2 Esta prohibición se eliminó del texto constitucional, pero se conservó en varios artículos de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. Para una descripción más pormenorizada de ello véase: (Caballero, 2015).

3 El 29 de abril de 2015, un grupo de ciudadanos representados por los académicos Denise Dresser y Sergio Aguayo, entregaron al INE un documento que contenía 140 mil firmas apoyando la solicitud de retirar el registro al PVEM por graves violaciones a la normativa electoral mediante su propaganda política. Tales firmas se recolectaron mediante la plataforma Change.org en un plazo de 25 días (Vergara, 2015). La solicitud íntegra se encuentra disponible en la página de Change.org. El asunto se canalizó por la vía del Procedimiento Administrativo Sancionador, de conformidad con lo dispuesto por la Sala Superior en las sentencias SUP-AG-38/2015 y SUP-JDC-986/2015. En la sesión del Consejo General del INE del 12 de agosto de 2015, se acordó no sancionar al PVEM con la pérdida de registro, con una votación de 7-4 entre los consejeros.

los recursos de revisión interpuestos ante la Sala Superior, por ejemplo, para reindividualizar sanciones.

Además de sistematizar los casos más emblemáticos de las controversias en torno a la propaganda del PVEM resueltos en primera instancia por la SRE, servirán como referentes para, al final del artículo, exponer algunas reflexiones acerca del llamado modelo de comunicación política, particularmente en lo que corresponde a la propaganda electoral.

Principales casos de la campaña del PVEM resueltos por la Sala Regional Especializada

Para organizar el texto se identificaron primeramente categorías temáticas en función del tipo de propaganda implementada por el PVEM, ya que ésta tuvo distinto contenido y características; a partir de ello se identificaron las principales sentencias dictadas por la SRE del TEPJF para resolver cada caso, en función de los recursos interpuestos ante órganos centrales (PSC), excluyendo los desechamientos y sobreseimientos. Ello, con el objeto de delimitar el universo de sentencias a analizar. En ese sentido, los actos realizados por el PVEM que fueron controvertidos en primera instancia ante la SRE se podrían agrupar de manera general en los siguientes rubros, aunque es posible que en algunos casos existan entrecruces:

1. Propaganda disfrazada

La restricción establecida en la ley para que partidos políticos y candidatos no puedan comprar ni adquirir tiempos en radio y televisión ha llevado en algunos casos a hacerse de estos beneficios sin que necesariamente medie contrato, pago o contraprestación alguna, o por lo menos acreditarlo no ha sido siempre posible en casos polémicos. Un ejemplo de ello consiste en la llamada propaganda velada o disfrazada. Hablando específicamente de algunas experiencias del PVEM en el proceso electoral federal 2014-1015, existen por lo menos cinco que de algún modo podrían ubicarse en esta categoría y que fueron resueltos por la SRE.

En primer lugar, apenas iniciado el proceso, en octubre de 2014, los partidos políticos del Trabajo (PT), Movimiento Ciudadano (MC), de la Revolución Democrática (PRD), Encuentro Social (PES), y Morena, por conducto de sus res-

pectivos representantes ante el Consejo General del INE, denunciaron al PVEM, así como a un grupo de legisladores pertenecientes a dicho instituto político, porque estimaban que habían inobservado las normas electorales atinentes a la rendición de informes de labores, lo que se traducía en una sobreexposición del partido político. Y es que en los promocionales denunciados se apreciaba la imagen y los nombres de los legisladores verde-ecologistas involucrados, junto con el emblema del partido, además de que coincidían en contenido con la propaganda de la campaña denominada: "Verde sí cumple".

La denuncia original fue ampliada con las interpuestas con posterioridad por el consejero del Poder Legislativo del Partido Acción Nacional (PAN) en el Consejo General del INE, en tres ocasiones, y por el representante del PRD, que atribuían responsabilidad a otros legisladores del PVEM, así como a las dos principales televisoras del país por la trasmisión de los mensajes. El caso fue resuelto por la SRE mediante la sentencia SRE-PSC-5/2014, en el sentido de dar por acreditadas las infracciones atribuidas a los involucrados, entre otras cosas porque éstos sobrepasaron el límite del ámbito geográfico de responsabilidad de cada uno al momento de rendir lo que presentaban como informes, sumado a que, efectivamente, se advirtió una sobreexposición del partido que vulneraba el principio de equidad en el periodo electoral en curso.

Se comprobó que la propaganda fue pagada por los legisladores en el marco de la rendición de sus informes de labores con cargo a sus prerrogativas parlamentarias, lo que se consideró perfectamente legal, razón por la cual las televisoras salieron bien libradas, debido a que la Sala Regional estimó que la tipificación legal por sí misma resultaba insuficiente para que los concesionarios pudieran conocer con toda certeza y predicción las consecuencias y alcances jurídicos del acto de difundir los promocionales denunciados, lo que motivó que en la sentencia únicamente se les fijara una sanción consistente en amonestación pública, lo mismo que para el PVEM por *culpa in vigilando*, ya que se le atribuyó responsabilidad por la actuación de terceros que no necesariamente se encuentran dentro de su estructura interna, en este caso las concesionarias. Adicionalmente, se dio vista a las contralorías de las cámaras de diputados y senadores por las conductas de los legisladores denunciados.

Una réplica de esta controversia se resolvió mediante el juicio SRE-PSC-7/2015, promovido por el representante del PRD y el consejero del Poder Legislativo del PAN en el Consejo General del INE, en contra de una diputada del PVEM y del partido mismo, por la difusión de un promocional de la diputada respecto a su informe de labores, con contenidos similares a los discutidos en la sentencia:

SRE-PSC-5/2014. Al igual que en este último caso, se dio vista a la contraloría de la Cámara de Diputados y se amonestó públicamente al PVEM por *culpa in vigilando*.

Otro asunto que se puede encuadrar en esta categoría es el relacionado con la colocación de vallas electrónicas y "unimetas" con propaganda alusiva a los partidos Verde Ecologista de México y Revolucionario Institucional (PRI), que participaron en coalición en la elección federal de 2015. Dicha publicidad fue colocada alrededor de la cancha del Estadio Azteca durante el encuentro de fútbol entre los equipos América y Toluca, celebrado el día 2 de mayo de 2015, el cual se difundió por televisión abierta.

El caso fue denunciado por el consejero del Poder Legislativo del PAN en el Consejo General del INE, por considerar que los partidos políticos aludidos se habían beneficiado de un acceso indebido a la televisión con fines electorales. Ambos institutos políticos reconocieron la contratación solamente de propaganda fija con las empresas comercializadoras involucradas, dirigida a los asistentes al estadio. Sin embargo, quedó acreditado que tal publicidad fue captada y divulgada, en ciertos momentos, durante la transmisión televisiva del partido de fútbol disputado, razón por la cual la Sala corroboró un acceso indebido a la televisión y atribuyó responsabilidad a los denunciados por no tomar las medidas preventivas necesarias, más aun considerando que las empresas publicitarias aludidas tienen como actividad principal la elaboración y difusión de publicidad incluso en televisión. El asunto se resolvió mediante la sentencia SRE-PSC-131/2015, en la cual la SRE valoró la falta como grave ordinaria y, en consecuencia, fijó una sanción económica al PRI, al PVEM y a las dos empresas publicitarias involucradas, que en conjunto ascendió a $721,749.00 pesos.

El último de los casos que se aborda en este rubro es el resuelto mediante la sentencia SRE-PSC-164/2015. La denuncia que le dio origen fue presentada por el representante del PAN ante el Consejo General del INE, en contra de Televisión Azteca, el PVEM y su candidata a jefa delegacional en Miguel Hidalgo, Distrito Federal, por presuntos actos de propaganda a través del noticiero *Hechos*, lo cual, en su opinión, pudo tratarse de contratación o adquisición de tiempos en televisión. Ello, porque en distintas emisiones de dicho noticiero, entre el 24 de abril y el 4 de mayo de 2015, aparecieron cápsulas que el promovente denominó: "infomerciales", en las que se trataron los temas (titulados por el propio actor): propuesta legislativa para abatir la deserción escolar; iniciativa de la ley de movilidad; acuerdo de movilidad firmado por el PRI y el

PVEM; vales de medicamentos; e iniciativa de ley para impartir clases de inglés y computación desde preescolar hasta bachillerato. En estos espacios se advirtieron imágenes y declaraciones de varios militantes del PVEM, entre los que se encontraba la candidata a jefa delegacional aludida.

No se acreditó contratación de tiempos en televisión por parte del PVEM y la SRE estimó que la difusión de los reportajes se correspondía con el libre ejercicio del periodismo, salvo por lo que hace al reportaje denominado: "Acuerdo de Movilidad", pues en opinión de la Sala, había sobrepasado el genuino trabajo periodístico, dado que en la parte final del material una voz en Off decía: "Con estas ideas, el PRI y el Partido Verde aspiran a que la ciudad de México se convierta en un modelo de movilidad como sucede en otras grandes urbes", lo que fue considerado una vulneración de la normativa electoral en tiempos de campaña. Por esta razón, la SRE calificó la falta cometida como grave ordinaria, no sólo para la televisora, sino también para el PVEM por una responsabilidad indirecta. La sanción consistió en una multa económica de $350,500 pesos para la televisora y de $70,100 para el partido político.

2. Campaña "El Verde cumple lo que promete" y entrega de anteojos

Este slogan fue recurrentemente utilizado en la propaganda del PVEM, en conjunto con otras del tipo: "Propuestas cumplidas", "Lo que propone lo cumple" y "Falta mucho por hacer". La propaganda con este contenido se llevó a cabo en distintos medios de comunicación social y se le relacionaba con el programa social de vales de medicinas, así como con otro implementado por el partido consistente en la entrega de anteojos. Esta propaganda fue denunciada por los representantes ante el Consejo General del INE del PAN, PRD, Morena, PT y otros, por considerar que se violentaba la normativa electoral y que se ponía en riesgo el principio de equidad, además de advertir promoción personalizada, uso indebido de la pauta federal, violación a reglas relativas a la rendición y difusión de informes de labores, contratación y/o adquisición de tiempo en televisión, actos anticipados de campaña, utilización de recursos públicos a través del programa social sobre entrega de vales de medicina, así como difusión y entrega de beneficios en especie como estrategia electoral.

La controversia judicial se desahogó mediante la sentencia SRE-PSC-32/2015 y acumulado, cuyos resolutivos en la parte punitiva fueron en el siguiente sentido:

- La difusión de la propaganda denunciada puso en riesgo el principio constitucional de equidad, toda vez que, de manera reiterada, generó una sobreexposición indebida de la imagen del PVEM frente a la ciudadanía.
- Se acreditó la infracción a la prohibición de usar los programas sociales (vales de medicina) para fines distintos a los del desarrollo social.
- Se acreditó el uso indebido de la pauta de medios, al incluir el PVEM en su propaganda electoral la apropiación indebida de la implementación, ejecución y calendarización de un programa social (vales de medicina).
- Se estimó que la promoción de la campaña de lentes con graduación y su entrega gratuita implicaba un beneficio de manera directa, inmediata y en especie, que vulneraba la prohibición a los partidos y candidatos respecto a la entrega de un bien o servicio, ya sea por sí o por interpósita persona.

Como consecuencia, algunas de las sanciones impuestas con la sentencia consistieron en: una multa económica al PVEM equivalente a $6'268,362.42 pesos; dar vista a la Contraloría Interna de la Cámara de Senadores respecto de la responsabilidad de dos senadores involucrados, aun cuando no se les acreditó promoción personalizada; y dar vista a la Unidad Técnica de Fiscalización del INE acerca de la presunta aportación en especie con recursos públicos.

3. Distribución de boletos de cine gratis

El 5 de abril de 2015, el representante de Morena ante el Consejo General del INE presentó una queja en contra del PVEM, por actos anticipados de campaña, otros que consideró trastocaban el modelo de comunicación política y unos más que involucraban promoción personalizada y uso indebido de recursos públicos, así como por la aparente entrega de boletos para asistir a funciones en salas de cine de la cadena CINEMEX y por la distribución del libro electrónico denominado "Mi primer libro de ecología"; este último mediante un sistema de mensajes de telefonía celular.

El expediente se robusteció con las denuncias de otros actores y se resolvió por la SRE mediante la sentencia SRE-PSC-77/2015. Esta instancia sólo acreditó la infracción atribuida al PVEM por lo que hace a la entrega de boletos

de cine, la cual estimó como un beneficio directo, inmediato y en especie, en razón de que los ciudadanos que contaban con ellos ahorraban el costo de su compra. La falta fue valorada como de mediana gravedad y sancionada con una multa económica tasada en $5'052,629.79 pesos.

4. Cápsulas de "cineminutos"

Continuando con el tema del cine, un caso que también causó mucho revuelo fue la transmisión por parte del PVEM de mensajes en salas de cine que se denominaron: "cineminutos"; hecho que fue denunciado por el consejero del Poder Legislativo del PAN ante el Consejo General del INE, junto con la colocación de propaganda fija con contenido similar a los denunciados sobre informes de labores legislativos, discutidos en las sentencias SRE-PSC-5/2014, SRE-PSC-6/2014 y SRE-PSC-7/2014. Justamente considerando éstas como antecedentes, la Sala Regional resolvió el asunto mediante el juicio SRE-PSC-14/2015 con el mismo criterio, en el sentido de considerar que con la difusión de la propaganda denunciada, el PVEM puso en riesgo el principio constitucional de equidad en el desarrollo del proceso electoral federal, con una sobreexposición indebida de su imagen frente a la ciudadanía. La sanción, en esta primera instancia constituida por la SRE, consistió en una amonestación pública al PVEM y la suspensión de la propaganda aludida.

5. Papel para envolver tortillas con publicidad del PVEM

En el proceso electoral federal 2014-2015 se observó una estrategia innovadora de publicidad electoral por parte del PVEM, consistente en la distribución de papel para envolver tortillas, que sin embargo resultó cuestionable, ya que fue denunciado por el PRD, Morena y otro, junto con la distribución de posters —entre otros agravios— por considerar que se trataba de artículos promocionales utilitarios elaborados con material no permitido y que representaban un beneficio directo, inmediato y en especie prohibido por la normativa electoral.

Mediante la sentencia SRE-PSC-26/2015, se dio por acreditada la conducta relativa a la sobreexposición ilegal de manera reiterada y sistemática por parte del PVEM en diversos estados del territorio nacional con motivo de las campañas: *Propuesta cumplida* y *El verde cumple lo que promete*, así como por la dis-

tribución de papel para envolver tortillas con el emblema de dicho partido; material promocional que, en razón de su finalidad cotidiana de envolver alimentos, se le consideró un artículo utilitario y que no satisfacía el requisito de ser elaborado con materiales textiles, sino que contenía otros materiales químicos necesarios para estar en contacto con alimentos. Además, se dio igualmente por acreditado que se trató de un beneficio directo, inmediato y en especie distribuido por tercera persona. En consecuencia, la SRE, entre otras cosas, resolvió imponer una sanción económica equivalente a $5'387,230.86 pesos al PVEM y ordenó el retiro de la propaganda alusiva.

6. Distribución de tarjetas de descuentos Premia Platino

Otro caso relacionado con la entrega de artículos promocionales que implicaban un beneficio directo, inmediato y en especie para quienes los recibían fue el relacionado con la distribución de tarjetas Premia Platino por parte del PVEM, que consistían en tarjetas de descuento válidas en distintos establecimientos, que se hacían llegar por correo postal tanto a militantes como a no afiliados al partido.

Tales tarjetas contenían el logo del PVEM, iban personalizadas con el nombre del titular y se señalaba el número de cuenta, así como la fecha de vencimiento de la tarjeta, entre otros elementos. Adicionalmente, se acompañaba de una carta del partido que tuvo tres versiones.

El asunto fue denunciado originalmente por el PRD, aunque después se sumaron las quejas de otros actores. En síntesis, los hechos denunciados consistieron en: la distribución de artículos promocionales utilitarios no elaborados con material textil y reciclable; la entrega de un beneficio directo, inmediato y en especie; la continuación de una campaña sistemática e integral que afectaba el modelo de comunicación política; y actos anticipados de campaña. La SRE consideró acreditadas únicamente las infracciones relacionadas con los dos hechos intermedios de esta lista, por lo que determinó una multa de $3'981,428.28 pesos para el partido y vincular a la empresa contratada por éste para la producción y distribución de las tarjetas, a fin de cesar estas actividades.

Por otro lado, hubo un caso relacionado con este mismo tema, pero cuyo fondo tenía que ver con el uso de datos personales. La denuncia fue establecida

por un ciudadano que recibió en su domicilio particular tanto la tarjeta Premia Platino como boletos de cine, de manera personalizada, argumentando no ser simpatizante o afiliado del PVEM y no haber otorgado su consentimiento para su envío. Por ello, acusaba una inobservancia a la normativa electoral relacionada con el uso indebido de datos personales, afiliación indebida y uso indebido del padrón electoral. La SRE acreditó únicamente la infracción relacionada con la vulneración a la confidencialidad de los datos personales del promovente y, mediante la sentencia SRE-PSC-248/2015, determinó imponer una sanción económica de $5,047.20 pesos al PVEM, aparte de ordenarle dar de baja al ciudadano actor de cualquier base de datos que poseyera. Adicionalmente, remitió copia certificada, tanto de la ejecutoria como del expediente que la motivó, al Instituto Nacional de Transparencia y Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, a fin de que determinase lo que en derecho correspondiera.

7. Reparto de calendarios con imágenes gráficas alusivas al partido

El 23 de febrero de 2015, el PRD presentó ante el INE una denuncia en contra del PVEM por diversas conductas que a su parecer podrían constituir infracciones a la normativa electoral, consistentes en la realización de actos anticipados de campaña derivados de la distribución de propaganda electoral contenida en calendarios 2015 con el logotipo del PVEM, en domicilios de ciudadanos inscritos en el padrón electoral, así como la vulneración al principio de equidad en la contienda electoral e incumplimiento a sus obligaciones como partido político.

La SRE, mediante la sentencia SRE-PSC-39/2015, determinó que no se actualizaba la existencia de actos anticipados de campaña, porque no se advirtieron elementos en la propaganda con los que se invitara al voto o que posicionaran al PVEM ante el electorado. Sin embargo, sí se acreditó la existencia de conductas infractoras por alterar el modelo de comunicación política al continuar con una campaña de sobreexposición durante el proceso electoral federal entonces en curso, por lo que se le impuso una sanción correspondiente a $4'074,435.58 pesos.

Respecto al mismo tema, la SRE impuso una sanción económica adicional, esta vez porque se acreditó que el material utilizado para la elaboración de

los calendarios no era reciclable, por lo tanto no cumplía con los requisitos y objetivos de salubridad y cuidado al medio ambiente que se contemplan en el párrafo 2 del artículo 209 de la Ley Electoral. En consecuencia, por medio de la sentencia SRE-PSC-49/2015, se le fijó una multa correspondiente a $1'181,963.08 pesos. La denuncia de este hecho, entre otros que no fueron acreditados como infracciones por la instancia jurisdiccional, fue presentada por el representante propietario de Morena ante el 12 Consejo Distrital del INE en Veracruz.

8. Controversias en torno a la pauta federal de medios

La SRE sancionó en varias de sus sentencias al PVEM por lo que calificó como una sobreexposición reiterada y sistemática. Un caso más fue el resuelto mediante el juicio SRE-PSC-50/2015, cuya denuncia que le dio origen fue interpuesta por el consejero del Poder Legislativo del PAN ante el Consejo General del INE, con motivo de la transmisión de diversos spots pautados por esta autoridad administrativa electoral, como parte de las prerrogativas en radio y televisión del PVEM durante las etapas de precampaña, intercampaña y campaña en los procesos electorales federal y local en diversas entidades federativas, así como la ya referida campaña sistemática e integral de sobreexposición que alteró el modelo de comunicación política del proceso electoral entonces en marcha.

En particular se discutió el contenido del promocional titulado: "4 logros versión cumple lo que propone inter-campaña", puesto que el concepto publicitario coincidía con el de las campañas: "Cumple lo que promete", "Lo que propone lo cumple" y "Falta mucho por hacer", analizadas en otras sentencias previas. Dicho promocional se transmitió en los estados de Guanajuato, San Luis Potosí, Jalisco y Michoacán, lo que fue valorado como una continuación de la referida estrategia publicitaria. En consecuencia, la SRE impuso una nueva sanción económica al PVEM, consistente en $2'930,283.47 pesos.

Por otro lado, también se presentó un caso, resuelto mediante la sentencia SRE-PSC-129/2015, en la que la sanción fue menos severa, consistente en una amonestación pública al PVEM, debido a que el partido hizo un uso indebido de la pauta de medios, por la difusión de un promocional pautado en radio y televisión, en razón de que se utilizaron tiempos propios de elecciones federales para beneficiar candidaturas locales en el estado de Chiapas. La denuncia fue

interpuesta el 15 de mayo de 2015 por el representante del PAN ante el Consejo General del INE.

9. Distribución de kits escolares

Otro caso muy controvertido fue el de la distribución de mochilas por parte del PVEM, que incluían: lápices, plumas, gomas, termos, cuadernos, reglas, sobres y relojes con el logotipo del partido y la leyenda "Sí cumple", lo que fue denunciado por los representantes del PAN, Morena y PRD ante el Consejo General del INE, en conjunto con otros actores, por hechos que a su juicio violentaban la normativa electoral. Al respecto, la SRE, mediante la sentencia SRE-PSC-105/2015, determinó que, en efecto, el PVEM había cometido una infracción consistente en que los artículos promocionales utilitarios que formaban parte de los llamados "kits escolares" no habían sido elaborados con material textil, por lo cual su distribución trastocaba la legislación en materia de propaganda electoral. En consecuencia, se le impuso al partido una sanción económica equivalente a: $2'693,615.43 pesos, además de instruirlo para que, a través de un comunicado público en su página institucional de internet, indicase que quienes hubiesen recibido tales artículos —y así lo decidieran voluntariamente— los devolvieran en sus oficinas partidistas, a efecto de que el INE procediera a su destrucción.

Un aspecto que resulta relevante en este caso, es que uno de los actores era un ciudadano que, entre otras cosas, insistía en la solicitud de pérdida de registro del PVEM y solicitaba también un pago por daño moral, por considerar que como contribuyente le afectaba el dinero del financiamiento público empleado para actos ilegales electorales realizados por el PVEM. Sin embargo, de conformidad con el artículo 477 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales —que refiere que las sentencias que resuelven procedimientos especiales sancionadores tienen como efectos o bien declarar la inexistencia de la violación objeto de la queja o denuncia y en su caso revocar las medidas cautelares que se hubieren impuesto, o bien imponer las sanciones que resulten procedentes— la SRE se declaró impedida para pronunciarse respecto a la solicitud de tal pago, no obstante que en la ejecutoria se dejaron a salvo los derechos del ciudadano para acudir a las instancias que juzgase convenientes para dirigir su petición

10. Inserciones en prensa de legisladores del PVEM

Los días 7 y 8 de marzo de 2015, el Consejero del Poder Legislativo del PAN ante el Consejo General del INE, así como el representante de Morena ante ese órgano, presentaron sus respectivas denuncias en contra del coordinador de la fracción parlamentaria del PVEM en la Cámara de Senadores y del propio partido, por considerar que dicho legislador realizó promoción personalizada y actos anticipados de campaña en beneficio del partido, además de una posible afectación al modelo de comunicación política y la utilización indebida del programa social *Vales de medicina*.

La denuncia se resolvió mediante el juicio SRE-PSC-53/2015, en la que no se dio por acreditada la promoción personalizada — en razón de que no se resaltaban atributos o logros del desempeño político del Senador, sino que éste se presentaba como vocero del partido— ni se acreditaron actos anticipados de campaña —debido a que no se aludía candidatura alguna ni a ninguna plataforma electoral, además de que tampoco se solicitaba el voto—. Sin embargo, sí quedó acreditada la campaña sistemática, continua y reiterada del partido bajo el lema *Verde si cumple* a través de 11 revistas, redes sociales, mensajes de texto y promocionales pautados en radio y televisión. También se dio por acreditada la utilización indebida del programa social "Vales de medicina", mediante propaganda política difundida en cuatro revistas y mensajes de texto, en los que se apreciaba que el partido se apropiaba de la implementación y ejecución de este programa social para fines distintos al desarrollo social. En consecuencia, la SRE determinó fijar una sanción económica al PVEM tasada en $2'869,235.84 pesos.

Un caso más, relacionado con inserciones en prensa por parte del PVEM —y que resultó un tanto irónico— ocurrió cuando, en el marco de las constantes críticas a las estrategias de propaganda electoral del partido y las múltiples multas acumuladas, un conjunto de legisladores de este instituto político pagaron la inserción en prensa de varios desplegados en los que fijaban su postura respecto al modelo de comunicación política vigente y señalaban que éste trastocaba derechos fundamentales reconocidos en la Convención Americana de Derechos Humanos, por lo que adelantaban una iniciativa para su transformación. Este hecho fue denunciado por el representante del PRD ante el Consejo General del INE, por considerar que los legisladores involucrados habían trascendido los límites a la libertad de expresión que les confería el desempeño de sus funciones parlamentarias.

El asunto fue resuelto por la SRE mediante la sentencia SRE-PSC-152/2015, en la que se consideró, en términos generales, que los desplegados publicados en distintos medios impresos habían sido legítimamente pagados y que sus contenidos eran acordes con lo dispuesto en el artículo 61 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual establece que los diputados y senadores son inviolables por las opiniones que manifiesten en el desempeño de sus encargos y jamás podrán ser reconvenidos por ellas. Sin embargo, se advirtió que una porción del tercer desplegado, publicado los días 21 y 22 de mayo de 2015, no demostraba una genuina labor parlamentaria, porque se realizaba activismo proselitista en el marco del proceso electoral en curso, con expresiones como: "A estos partidos les da miedo competir contra el verde" y "la verdad es que les da miedo competir contra el verde en la próxima elección y aunque no les guste... vamos a llegar más fuertes que nunca". Como consecuencia, la SRE le fijó al PVEM una sanción consistente en amonestación pública y dio aviso a la Contraloría interna de la Cámara de Diputados para los efectos conducentes.

El último caso que se incluye en esta lista es el resuelto mediante la sentencia SRE-PSC-197/2015, cuya denuncia fue presentada por el consejero del Poder Legislativo del PAN ante el Consejo General del INE, en contra del PVEM y de dos de sus entonces candidatas a diputadas federales en los distritos 22 y 25 en Iztapalapa, Distrito Federal, por la difusión de desplegados en el periódico *Reforma* que constituían, según el actor, actos de proselitismo y propaganda en la víspera del periodo conocido como de *reflexión electoral*. De manera concreta lo que ocurrió fue que en el diario señalado se publicaron tres desplegados distintos, los días 1, 2 y 3 de junio, en los que se hacía un llamado a conmemorar el Día Mundial del Medio Ambiente mediante una iniciativa que consistía en apagar la luz a las 21:00 horas del día 5 de junio, como un acto simbólico para combatir el cambio climático.

Las inserciones en prensa se atribuían a las diputadas aludidas de manera conjunta, aunque ellas lo negaron y en la información contenida en autos no se encontraron elementos de responsabilidad alguna, ya que incluso en las mismas inserciones se advertía que la responsabilidad de la publicación corrió a cargo del Comité Ejecutivo Nacional, representado por una persona que fue quien firmó la carta de responsabilidad que suele solicitar el diario mencionado para deslindarse de contenidos de corte político publicados. Por esta razón, la SRE estimó que el PVEM debió prevenir que su conducta podría poner en riesgo la autenticidad del voto, ya que si bien es cierto que el Día Mundial

del Medio Ambiente es una celebración a la que no puede mantenerse ajena el partido por su ideología, debió considerar que esta fecha coincidiría con el periodo de reflexión electoral y abstenerse de llevar a cabo cualquier acto que implicara poner en riesgo la voluntad de la ciudadanía. En función de ello, se le fijó una multa consistente en tres mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, equivalente a $210,300.00 pesos.

11. Tuits a favor del PVEM

Uno de los últimos casos con gran resonancia que envolvió en polémica al PVEM fue la manifestación en redes sociales —concretamente en Twitter— de varias figuras públicas ligadas al espectáculo y el deporte —además del vocero oficial del PVEM y coordinador de la fracción parlamentaria del mismo partido en la Cámara de Diputados— aparentemente a favor de este instituto político, justo un día antes al de la jornada electoral. Los hechos fueron denunciados originalmente por el representante de Morena ante el Consejo General del INE, aunque hubo varias denuncias subsecuentes presentadas por distintos actores por el mismo motivo de advertir violaciones al llamado periodo de veda electoral.[4] El conjunto de estos asuntos se resolvió mediante la sentencia SRE-PSC-251/2015 y acumulados por parte de la SRE.

Los involucrados reconocieron en efecto haber emitido tuits apoyando algunas de las propuestas de campaña del PVEM, utilizando los hashtags: #BecasparaNoDejarLaEscuela, #ElVerdeSiCumple, #VamosVerdes, #InglésyComputación, entre otros. Sin embargo, prácticamente en todos los casos declararon haberlo hecho por convicción propia, al amparo del derecho a la libre expresión y sin que mediara acto jurídico ni contraprestación alguna por haberlos realizado. En el caso del vocero del PVEM, vale la pena destacar dos argumentos adicionales esgrimidos por él: que los tuits son mensajes dirigidos al círculo de amigos de quien los emite y las personas que de manera voluntaria lo siguen; y que las redes sociales no se encuentran reguladas por ningún ordenamiento legal en materia político electoral.

Uno de los involucrados, además de su faceta de conductor, era candidato suplente a Diputado federal por el 29 Distrito Electoral Federal en el Estado de México, razón por la cual la SRE determinó imponerle una multa económica de

4 Destaca el hecho de que una de las figuras públicas denunciadas era el entonces director técnico de la selección mexicana de fútbol, sin embargo la autoridad instructora, es decir el INE, no había logrado emplazarlo a la fecha en que se resolvió el asunto por parte de la SRE, por lo que su caso no formó parte de la litis de la sentencia SRE-PSC-251/2015 y acumulados.

$50,472.00, al estimar que, en esa calidad, debió respetar el periodo de reflexión con que cuentan los ciudadanos para emitir su voto. En el caso del vocero del PVEM, no se le atribuyó responsabilidad debido a que en sus mensajes no invitaba al voto, no promovía la plataforma de su partido político, ni realizaba expresiones a favor o en contra de candidato o partido alguno. Respecto al conjunto de ciudadanos, la SRE estimó que sus expresiones se encontraban al amparo de la libertad de expresión y el derecho a utilizar cualquier medio apropiado para difundir sus ideas. No obstante, impuso una nueva sanción económica al PVEM por $150,715.00 pesos por *culpa in vigilando*, respecto a la conducta de su candidato suplente a diputado federal en el distrito 29 del Estado de México.

12. Algunas reflexiones a partir de los casos expuestos

El propósito de describir los casos anteriores no es de ninguna forma de señalamiento o denuncia, sino con fines académicos. En ese orden de ideas, contando con una primera parte más de tipo monográfico, que da cuenta de referencias empíricas, en esta sección se plantean ahora algunas reflexiones acerca de la eficiencia y propósitos del modelo de comunicación política.

En primer lugar, cabría señalar que la estrategia mediática del PVEM pareciera haber llevado al límite una tendencia de comunicación política más parecida a la publicidad comercial que a un modelo de acercamiento con la ciudadanía. De acuerdo con Pineda (2007: 108), la "publicidad política" es básicamente una extrapolación de los procedimientos y los formatos mediáticos de la publicidad comercial al ámbito político. González Martín (1996, citado por Pineda, 2007: 108) es más categórico, al señalar que cada vez más la publicidad es empleada por partidos, gobiernos e instituciones, aun cuando reconoce que ésta tradicionalmente se ha tratado de un "arma mercadotécnica al servicio de las estrategias comerciales de las empresas". En el mismo orden de ideas, Biglino (2011: 156) sostiene que existe un paralelismo entre el mercado y las elecciones, por lo que resulta cada vez más común visualizar a los partidos políticos en un espacio similar a quienes ofertan bienes y servicios, y a los ciudadanos en la posición de consumidores, de tal suerte que estos últimos eligen el programa (producto) que más les satisface o menos les disgusta y depositan en él su confianza mediante el voto.

Así, en la actualidad la comunicación política pareciera estar enfocada en estudiar el papel de la comunicación en la formación de la opinión pública y en

la vida política, por lo que los sondeos, la investigación política de mercados y la publicidad, particularmente la que aparece en periodos electorales, adquieren cada vez mayor relevancia (Winocur, 2000: 76).

Parece claro que durante las últimas décadas los partidos políticos de diferentes países del orbe han buscado acercarse al mundo de la mercadotecnia para promover a los candidatos que postulan basándose en la idea de que a unos y otros se les puede dar el tratamiento de marca (Martínez, Cárdenas y Barrueta, 2012: 163), lo cual, aun cuando puede ser cuestionable, es un fenómeno vigente y quizás irreversible desde la aparición de la televisión.[5] Ello ha dado pauta a que en la propaganda electoral se busque innovar tanto como sucede con la publicidad comercial, lo cual no necesariamente tendría que ser un aspecto negativo, sino por el contrario, tendrían que ser bienvenidas las iniciativas que rompan con el molde de la propaganda tradicional, que resulten innovadoras, frescas, inteligentes, a modo de que representen un bálsamo para los votantes que se ven inmersos en un bombardeo de mensajes en el marco de cualquier proceso electoral. Seguramente una estrategia así no sólo repercutiría en beneficio del partido político o candidato que la implemente, sino que de algún modo obligaría a que el resto de los contendientes electorales emularan la misma tendencia.

La innovación propagandística en el ámbito electoral así, en abstracto, debería significar entonces una aportación para la calidad de la democracia en términos de mecanismos para la competencia electoral. Sin embargo, en la práctica, por lo menos a partir de los casos aquí comentados, pareciera privilegiarse la creatividad por encima de cualquier cosa, incluido el Estado de derecho. Porque lo que es una realidad, que ha quedado demostrada con las sentencias enunciadas, es que se acreditaron varias infracciones cometidas por el PVEM en el proceso electoral federal 2014-2015 en materia de propaganda, que ponen en evidencia que quizás comienzan a perderse de vista los fines y la atención se pone en los medios. Es decir, pareciera ser que lo importante ya no es comunicar algo al electorado, sino los medios que se utilizan para ello.

Otra interpretación, sobre la que subyace una hipótesis más perversa, es que quizás los fines sí se tienen muy claros, consisten en ganar las elecciones, y por lo tanto los medios pueden ser justificados con esa encomienda, aunque

5 Sartori, por ejemplo, ha sido uno de los teóricos más críticos en torno al papel de los *mass media* en el campo de la política, debido a que, entre otras cosas, privilegian las percepciones sensoriales por encima de las abstracciones. Ello lo ha llevado incluso a acuñar conceptos como el de *videopolítica* u *Homo videns* para definir algunos fenómenos que –junto con otros como *videoeducación* y *videopaidea*– reconoce que son inevitables, aunque no comparte la forma en que se han moldeado. En ese sentido, se opone radicalmente a que las videoelecciones, por ejemplo, se reduzcan simplemente a mercadotecnia y espectáculo (Sartori, 2003: 57).

en esta ecuación la comunicación con el electorado ocuparía un lugar muy secundario; en todo caso lo que se buscaría es la utilización de los electores, persuadirlos con los medios para lograr los fines. Al respecto, Flores (2014: 315), con base en un planteamiento de John Ackerman, afirma que:

> El premio de la victoria electoral es tan redituable, la posibilidad de ser descubierto tan improbable y las sanciones en la eventualidad de ser descubierto tan laxas e indirectas, que los candidatos y sus partidos normalmente están dispuestos a hacer todo lo que sea necesario para alcanzar los puestos de elección popular.

De ser cierta esta hipótesis, podría suscitarse un doble impacto pernicioso. El primero de ellos, un efecto de bola de nieve advertido por el propio Flores (2014: 315): "Cuando todos los actores políticos se encuentran inmersos en este contexto no les queda otra opción que "entrarle al juego", o de lo contrario ser devorados por el candidato que le queda al lado". El segundo, consecuencia del primer impacto, puede bifurcarse en varias aristas, por ejemplo: una eventual crisis de legitimidad de representantes y gobernantes que alcanzan esa categoría mediante cualquier medio, dificultando con ello la gobernanza y poniendo en vilo los canales de representación democrática, además de vulneraciones al Estado de derecho, entendidas como atentados al pacto social que posibilita la convivencia armónica de los integrantes de una nación.

Para prevenir estos escenarios adversos para la democracia mexicana, el papel de las autoridades electorales cobra una relevancia de primer orden, pues si bien es cierto que los partidos en la contienda electoral pueden marcar una tendencia negativa, la imposición de frenos y contrapesos por parte de tales autoridades abona en mucho a que tal tendencia no se desborde. Los casos expuestos dan clara muestra de que la autoridad jurisdiccional electoral atendió con oportunidad las denuncias, juzgó y sancionó las conductas que se acreditaron como infracciones, aun cuando varias de las resoluciones de la SRE pudieron dar un giro distinto a partir de los recursos de revisión interpuestos ante la Sala Superior. Como quiera que fuera, las faltas no quedaron impunes. Discusión aparte merecerá la solicitud de retirar el registro al PVEM y la decisión del INE al respecto, pues sin duda hay muchos elementos a considerar.

Volviendo al inicio de estas reflexiones, quizás se podría conceder que el partido hubiese cometido estas infracciones de manera no deliberada, sino sólo en el mejor ánimo de descubrir nuevos derroteros de la propaganda electoral. En una comunicación oficial del propio partido (Boletín 085/15), se reproducen algunas declaraciones hechas por el vocero y coordinador de los diputa-

dos federales del PVEM en la Cámara de Diputados, en las que sugiere que el partido innovó en el contexto de un igualmente novedoso marco electoral, con lo que incluso se colaboró a fijar criterios jurisprudenciales.[6] Pero, aun así quedan varias interrogantes en el aire, empezando porque las reglas del juego de la comunicación política se establecieron no con la reforma de 2014, sino en la de 2007, por lo que incluso ya se contaba con al menos dos experiencias en materia electoral federal desarrolladas con este esquema, la de 2009 y la de 2012. Por ello, argumentar en torno al ensayo y error puede ser que no sea lo más atinado. Pero, juzgar las conductas del partido no es un propósito de este trabajo, como ya se señaló, esa es en realidad una atribución del lector. Los casos expuestos más bien motivan a la reflexión acerca de un target más amplio: el modelo de comunicación política y algunos otros aspectos del sistema electoral, como los que se señalan más delante de manera casi enunciativa (financiamiento público y fiscalización), para detonar una discusión más extendida.

Algunas voces, comenzando por el propio PVEM han comenzado a cuestionar la pertinencia del modelo de comunicación política, por considerarlo demasiado restrictivo. Al respecto habrá que revisar nuevamente las razones que llevaron a configurarlo de esa manera a partir de la experiencia que representaron las campañas presidenciales de la elección federal de 2006. Algunas virtudes debió identificar el legislador para mantener el esquema prácticamente idéntico, dejando pasar la gran oportunidad trasformadora que tuvo con la reforma de 2014. En opinión de quien esto escribe, tal vez sería mejor no modificar las reglas, sino insistir en su inviolabilidad. No se trata de ser reaccionarios, sino de consolidar un esquema normativo. Aún con una visión maniquea que diferencie las reglas entre buenas y malas, lo que debe prevalecer es la noción de que son las que existen y, en tal virtud, deben ser respetadas. Más todavía cuando en su configuración participaron quienes acordaron sujetarse a ellas, en este caso los partidos políticos mediante sus fracciones parlamentarias en el Congreso de la Unión.

Lo que quizás valdría la pena es revisar otros aspectos del sistema electoral —como ya se adelantó— que incluso han sido considerados como piedras angulares del mismo, como la cuestión del financiamiento público. Cierto es que éste ha ayudado en mayor o menor medida a blindar los procesos electo-

6 La cita textual del boletín es: "Escobar y Vega dijo que su partido es respetuoso del trabajo que realizan las autoridades electorales y ha acatado todas las resoluciones del INE y del Tribunal Electoral, porque se ha generado controversia ante un marco legal nuevo. "Estamos ante un marco electoral nuevo, que ha tomado sus primeras aproximaciones en cuanto a criterios jurisdiccionales con el Partido Vede (sic), esto sucedió especialmente porque lo que se nos declaró irregular fue el contenido de los spots, no la fuente de financiamiento", aclaró".

rales de la infiltración de poderes fácticos (empresas, medios, crimen organizado, narcotráfico, etcétera), pero también es verdad que el sostenimiento de los partidos políticos es uno de los factores que más encarecen la democracia mexicana. El cuestionamiento se recrudece si se considera que cuando algún partido comete una infracción que amerite una sanción económica, ésta se salda con recursos públicos, que se descuentan de las prerrogativas financieras de las que gozan. En la sentencia SRE-PSC-248/2015 expuesta páginas atrás, se da cuenta de la inconformidad de un ciudadano que se siente agraviado como contribuyente ante las infracciones cometidas por el PVEM, cuyo sostenimiento se basa en recursos públicos.

Un elemento noble de la reforma en materia electoral de 2014 consistió en determinar que los recursos obtenidos por el cobro de multas de infracciones en la materia serían destinados a ciencia y tecnología a través del CONACYT, aunque esto de suyo conlleva al menos dos dilemas morales: que se beneficie este rubro de manera colateral y no directa, y que los apoyos obtenidos por esta vía tengan a final de cuentas un origen ilícito. Por ello, quizás la maduración de la democracia mexicana, con todo y sus bemoles, en la actualidad más bien tenga que pasar por discutir la conveniencia de abrir las puertas al capital privado, poniendo el principal énfasis en el esquema de fiscalización, mismo que sí tuvo modificaciones con la reforma reciente y del que habrá que valorar cómo funcionaron.

Sin afán de ser simplista, un esquema de financiamiento privado podría funcionar en la medida en que se fortalezcan y hagan más eficientes los sistemas de fiscalización y transparencia. Ello transparentará también los apoyos francos y alentará que los particulares asuman abiertamente sus posturas políticas, terminando con simulaciones y suspicacias. Esto también podría contribuir a inhibir conductas infractoras, pues seguramente resultará más difícil que un particular acepte contribuir al financiamiento de una campaña si buena parte de los fondos se destina al pago de multas por infracciones a la reglamentación electoral.

En suma, si acaso el modelo de comunicación política requiriese ser revisado, tal vez las vueltas de tuerca no deban ser sobre los tornillos de siempre.

Conclusiones

Aun cuando las reflexiones motivadas por la estrategia de propaganda electoral del PVEM no son exhaustivas, sí se han señalado las que parecen sustantivas. A modo de corolario valdría la pena insistir en los siguientes aspectos:

- La innovación en materia de propaganda electoral debería ser bienvenida, siempre que se inscriba en los límites de lo permitido por la ley.
- Los actores políticos que conforman los órganos de representación deberían ser los primeros en reconocer los alcances y límites de los productos legislativos en cuya elaboración participan, y actuar en consecuencia.
- En materia de comunicación política, más que flexibilizar el modelo se deberían recrudecer las sanciones a su vulneración, a fin de fomentar el apego a la legalidad y no la normalización de la ilegalidad.
- Sería conveniente reabrir la discusión en torno al financiamiento privado de los partidos políticos y de las campañas electorales, considerando casi cuatro décadas de transición democrática, así como la experiencia propia bajo el modelo de financiamiento público y las extranjeras de financiamiento privado.
- Un modelo de comunicación política que no dependiera fundamentalmente de dinero público, sino de aportaciones económicas de particulares, abiertas, transparentes y auditables, podría ser una solución para acabar con la simulación en muchos sentidos, sobre todo en términos de propaganda velada y acuerdos no acreditados entre la clase política y los concesionarios de los medios de comunicación.

Referencias

Biglino Campos, Paloma. 2011. Propaganda electoral y principio de igualdad de armas. En *Tópicos electorales. Un diálogo judicial entre América y Europa*. Luis Efrén Ríos Vega (Ed.). México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación y Centro de Estudios Políticos y Constitucionales: 155-168.

Caballero Álvarez, Rafael. 2015. Cultura de la legalidad y regulación en el modelo de comunicación político-electoral en México. En *Revista Diké* , de la Facultad de Derecho de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. No. 17. Abril-septiembre: 67-87.

Flores, Imer B. 2014. Ganar con trampas: el problema de la presunta (in) validez de la elección presidencial. En *La elección presidencial en México (2012). Memoria del V Seminario Internacional del Observatorio Judicial Electoral del* TEPJF . Carlos Báez Silva y Luis Efrén Ríos Vega (Coords.). México: TEPJF y Tirant Lo Blanch: 313-335.

González Martín, Juan Antonio. 1996. *Teoría general de la publicidad*. México y Madrid: Fondo de Cultura Económica (Orginal no consultado, citado por Pineda Cachero, Antonio. 2007).

Martínez, Mauricio, Ignacio Cárdenas y Ricardo Barrueta. 2012. Recepción e impacto de los spots y la mercadotecnia electoral en los votantes. En *Audiencias saturadas, comunicación fallida. El impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*. José Rubén Jara Elías y Alejandro Garnica Andrade (Editores y compiladores). México: Delphos.

Pineda Cachero, Antonio. 2007. Propaganda y publicidad comercial: un principio diferenciador. En *Questiones publicitarias*. Vol. I. No. 12: 107-128. Disponible en https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11743/file_1.pdf?sequence=1. Consultado el 12 de agosto de 2015.

PVEM. *Boletín 085/15*. Tenemos elementos suficientes para poder defendernos en el Tribunal y más que ya fuimos sancionados por esta conducta en el mes de marzo: Dip. Arturo Escobar. Disponible en: http://www.partidoverde.org.mx/2016/press-diputados/15311-inconstitucional-nueva-sancion-contra-el-partido-verde. Consultado el 13 de agosto de 2015.

Sartori, Giovanni. 2003. *Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*. México: Cátedra Alfonso Reyes (ITESM) y Fondo de Cultura Económica de España.

Solicitud íntegra para que el Instituto Nacional Electoral retire el registro al Partido Verde Ecologista de México. Tomada de: change.org. Disponible en https://www.change.org/p/exigimos-que-quitenregistroalverde. Consultado el 21 de julio de 2015.

Vergara, Rosalía. 2015. Piden 140 mil personas al INE se cancele registro al PVEM. *Proceso*. 29 de abril de 2015, sección Nacional. Disponible en http://www.proceso.com.mx/?p=402739. Consultado el 21 de julio de 2015.

Winocur, Rosalía. 2000. Comunicación política. En *Léxico de la política*. Laura Baca Olamendi, Judit Bokser Liwerant, Fernando Castañeda, Isidro H. Cisneros y Germán Pérez Fernández Del Castillo (Comps.). México: Fondo de Cultura Económica y Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales: 76-81.