

FINANCIAMIENTO PÚBLICO Y GASTOS DE CAMPAÑA

(Una reducción urgente de los recursos)

Lic. Eliseo Briceño Ruiz.
Secretario de Estudio y Cuenta
Tribunal Electoral de Quintana Roo.

SUMARIO: Introducción; 1.- Financiamiento excesivo; 2.- El financiamiento público y su regulación; 3.- El número de partidos políticos. Factor importante; 4.- Conclusiones.

INTRODUCCIÓN

Es de todos sabido que contender en una elección cuesta dinero, y los costos de las campañas electorales son cada vez más elevados, porque hay que contar con fondos para establecer oficinas y todo lo que conlleva, así como contratar al personal necesario, viajar para conocer a los electores, etcétera. Sin embargo lo que al parecer aumenta más el costo de las campañas es la creciente dependencia del uso de la publicidad en los medios masivos de comunicación.

Puesto que las elecciones son caras y los estudios sugieren que los ganadores son quienes gastan más recursos en sus campañas, los candidatos y sus partidos caen en la tentación de recibir financiamiento privado de dudosa procedencia o de origen ilícito, todo esto por el afán de llegar al poder, arriesgando desde luego su integridad, tal como ocurriera durante la campaña de Vicente Fox, cuando fuera cuestionado por el caso “Amigos de Fox”.

Muchas voces han coincidido en el sentido de que la corrupción y los excesos relacionados con el financiamiento de las campañas electorales, no solo en México, sino en otros países, son de los problemas más comunes que las democracias deben enfrentar.

Así las cosas, por primera vez los tres principales partidos políticos seleccionaron a sus candidatos presidenciales mediante procesos internos “democráticos” abiertos a sus militantes.

A raíz de los gastos generados por las campañas internas para candidatos a la Presidencia de la República, se ha dicho con justa razón, que los comicios del 2006, son los más caros de la historia de México.

Por ejemplo a las campañas de selección interna, se le han dado una dimensión tal, que parecieran verdaderas campañas de candidatos a presidentes de la república, en donde muchos de los actores políticos, eran hasta hace unos meses desconocidos o poco conocidos por la mayoría de los mexicanos. Por ejemplo el Partido Acción Nacional inició con tres contendientes y el Revolucionario Institucional con seis. Sin embargo varios quedaron fuera de la contienda interna después de los procesos internos, por cierto, muy caros, quienes gastaron grandes sumas de dinero en spots de radio y televisión, por lo que surgen además sospechas sobre el origen de los fondos.

Según el monitoreo realizado por el periódico *El Universal*, entre el 15 de abril y el 22 de julio se emitieron más de 2,500 anuncios en televisión y más de 4,500 en radio de los distintos postulantes, con un costo total de 33.3 millones de dólares. El que más gastó según el monitoreo es el ex Secretario de Gobernación Santiago Creel, quien había invertido desde que dimitió del cargo el uno de junio (2005), 12 millones de dólares.

Creel, rebajó esta cifra a 2.3 millones, abonados por 33 mil espacios en radio y 350 en televisión.

Pero éstos datos no cuadran con las tarifas oficiales de los medios, alimentando las acusaciones de que aprobó cuando era Secretario de Gobernación, cinco días antes de dejar el cargo, 65 licencias para casas de juego a favor de Televisa, a cambio de un trato favorable y de descuentos.

López Obrador del PRD, y Roberto Madrazo del PRI, también fueron señalados de utilizar sus cargos para promocionarse.¹

¹ Periódico El Universal. www.eluniversal.com.mx

Al respecto, el periódico El Universal, en una nota publicada el 19 de octubre del año 2005, dice lo siguiente:

“Precandidatos ya habrían invertido 799 millones en spots, según monitoreo”.

Estimaciones del Instituto Federal Electoral (IFE) prevén que los partidos políticos gasten más de mil 140 millones de pesos, en propaganda, durante el proceso electoral 2005-2006.

De esa cantidad, según el IFE, el 60 por ciento (684 millones de pesos) serían destinados para contratar mensajes en radio y televisión para promover a sus candidatos.

Sin embargo, sólo en la fase de precampaña, los diversos precandidatos presidenciales habrían erogado todos juntos 799 millones 758 mil 508 pesos, de acuerdo con el seguimiento de los spots en televisión abierta y en estaciones de radio del DF, que realiza la empresa Verificación y Monitoreo a petición de EL UNIVERSAL.

El periodo en que se realizó ese gasto va de abril al 14 de octubre del 2005.²

De ahí que el Presidente del Instituto Federal Electoral, (IFE), Carlos Ugalde, encargado de vigilar la limpieza del proceso electoral, manifestara en aquel entonces, que “**atrás del fraude electoral, los gastos de campaña suponen una nueva generación de problemas para el país.**”

Lo anterior refleja que, los procesos de selección así como las candidaturas, han sido un verdadero escándalo que provoca serios cuestionamientos sobre los financiamientos y orígenes de los recursos utilizados por los candidatos para la promoción de su imagen y sus propuestas, por lo que debe crearse los mecanismos legales y administrativos para frenar tales excesos.

1.- FINANCIAMIENTO EXCESIVO.

² *Ibidem.* pag. 1

Como lo afirmamos líneas arriba, los comicios del 2006 pasarán a la historia como los más caros de la historia del país.

En una nota publicada en la revista *Proceso*, el 19 de agosto del año 2005, dice que, por unanimidad el Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE), aprobó que para el 2006, destinará un total de 12,920.6 millones de pesos, que representan 12.7% más que lo presupuestado en el 2000, y 2.5% más que en 2003.

El total de éstos recursos se dividiría en 6,932.5 millones de pesos para los gastos de operación del mismo organismo, y 4,926.1 millones en prerrogativas para ocho partidos políticos y agrupaciones políticas nacionales.

El presupuesto incluye, por primera vez, 1,062 millones de pesos para el voto de los mexicanos en el extranjero que representa el 8.2% de los recursos

¿Cuánto recibirían los partidos políticos? El mayor monto de prerrogativas sería para el *PRI*, que recibiría 1,265.8 millones de pesos de los cuales 632.7 millones serían para sus gastos de campaña y la otra mitad para sus actividades ordinarias permanentes.

El *PAN* recibiría 1,146.8 millones de pesos divididos en partes iguales para sus gastos de campaña y actividades ordinarias.

Al *PRD* se le destinarían 744.2 millones de pesos divididos en 372 millones de pesos.

Por su parte el *PVEM* recibiría 393.6 millones. El *PT* 278.8 millones, y a *CONVERGENCIA* 274.8 millones de pesos, y los dos nuevos partidos *NUEVA ALIANZA*, y *ALTERNATIVA SOCIALDEMÓCRATA CAMPESINA* recibirían cada uno 82.2 millones de pesos.

El monto para las seis agrupaciones políticas nacionales en funcionamiento ascendería a 41 millones de pesos.³

Sin hacer las comparaciones pertinentes así como las operaciones necesarias, podemos arribar a la conclusión de que los recursos destinados para las actividades propias de los partidos son excesivos. Así lo ha reconocido el

³ Revista Proceso. www.proceso.com.mx

Presidente del IFE, Carlos Ugalde, durante su participación en la misma reunión, ante el Consejo General del IFE, quien insistió en que “*el elevado financiamiento a los partidos políticos sigue siendo uno de los temas pendientes en la agenda legislativa*. Sin embargo, resulta indispensable analizar estos presupuestos a fin de conocer en qué proporción resulta excesivo el financiamiento de los partidos políticos.

Según el estudio denominado *Regímenes de financiamiento*, realizado por el IFE y la OEA, México es el país de América Latina que más gasta en campañas presidenciales con una proporción muy alta respecto de otras naciones.

En un análisis comparativo del gasto local en las últimas contiendas revela que se autorizó un tope de 51.7 millones de dólares, que supera diez veces lo invertido por Chile o Colombia y en cinco en cuanto a lo que erogan en Argentina o Puerto Rico.

De acuerdo con el estudio *Regímenes de financiamiento y fiscalización, y garantías de equidad en la contienda electoral*, editado por el Instituto Federal Electoral y la Organización de Estados Americanos (OEA), dice que nuestro país fue uno de los primeros en establecer la figura de topes de campaña en 1993, si se excluyen experiencias frustradas en otras naciones durante la década de los 40. Sin embargo, los comparativos realizados por Carlos Navarro, del área de la Coordinación de Asuntos Internacionales del IFE, quien elaboró el estudio, ratifican el enorme gasto que se hace en México para disputar el poder cada seis años.

En el análisis se hace referencia general a las fórmulas utilizadas por cada país para determinar los topes de campaña. En el caso de Argentina se fija en un peso local por cada elector, lo que supone que en la última elección presidencial de esa nación, tomada como referencia (2003), se ubicaba en 28.3 millones de pesos argentinos, equivalentes a 10.1 millones de pesos, toda vez que en aquella contienda participaron 25.5 millones de votantes.

De los datos proporcionados se desprende que el gasto por elector adoptado por Argentina oscila en 40 centavos de dólar, cifra que comparada con el gasto autorizado en México en función de la compleja fórmula utilizada, es menos de la mitad. Con base en los datos proporcionados por Navarro, en nuestro país el gasto por votante sería de poco más de 90 centavos de dólar, de acuerdo con el padrón electoral del año 2000, de lo cual se toma la referencia del tope de campaña presidencial, sólo superado, en términos de gasto por sufragante, por el aplicado en Puerto Rico.

El caso mexicano reseñado alude a las elecciones del año 2000, cuando se autorizó un tope de campaña de 491.8 millones de pesos, lo que equivale, al tipo de cambio de entonces, a 51.7 millones de dólares, límite que en ese año fue rebasado por el actual Presidente, en función de las triangulaciones financieras que posteriormente se conocieron como el *affaire Amigos de Fox*.

Se cita que en ese año el tope de gastos de una campaña para diputado oscilaba alrededor de 78 mil dólares; cifra que se elevó a 81 mil dólares para el año 2003, cuando se efectuaron los comicios más caros de la historia mexicana, por la cantidad de recursos que recibieron los partidos. El autor destaca que en el caso de México los topes fijados prácticamente han quedado inamovibles, en términos reales, desde que se establecieron, en 1997, pues sólo se han ajustado en función de las tasas inflacionarias de cada año.

El análisis deja de lado lo relativo a Brasil, por las peculiaridades legales que tiene ese país definido como *sui generis*, pues de acuerdo con su legislación "al momento en que un partido o coalición solicita el registro de sus candidaturas a cualquier cargo de elección popular, debe comunicar a la autoridad electoral el valor máximo de los gastos que efectuará por cada una de ellas".

Cabe señalar que el padrón electoral de Brasil es el único en América Latina que rebasa al mexicano, pues en la última elección presidencial contaba con alrededor de 115 millones de electores, en tanto en los comicios presidenciales de nuestro país la cifra oscilaba alrededor de 58 millones de empadronados.

Otra de las naciones consideradas en el estudio es Chile, cuyo tope de campaña en los comicios de mayo de 2003 fue de 5.7 millones de dólares.⁴

2.- EL FINANCIAMIENTO PÚBLICO Y SU REGULACIÓN.

En materia federal, es el artículo 49 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales que regula el financiamiento a las actividades propias de los partidos políticos, que de acuerdo a esta disposición debe tener las siguientes modalidades: financiamiento público; que prevalecerá sobre los otros tipos de financiamiento; financiamiento por la militancia; de simpatizantes; autofinanciamiento y por rendimientos financieros, fondos y fideicomisos. Tampoco podrán realizar aportaciones o donativos a los partidos políticos, en dinero o en especie, por sí o por interpósita persona y bajo ninguna circunstancia, los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Federación y de los Estados, y los Ayuntamientos, salvo los establecidos en la ley; las dependencias, entidades u organismos de la administración pública federal, estatal o municipal, centralizados o paraestatales, y los órganos de gobierno del Distrito Federal; los partidos políticos, personas físicas o morales extranjeras; los organismos internacionales de cualquier naturaleza; los ministros de culto, asociaciones, iglesias o agrupaciones de cualquier religión o secta; las personas que vivan o trabajen en el extranjero; y las empresas mexicanas de carácter mercantil.

Los partidos políticos no podrán solicitar créditos provenientes de la banca de desarrollo para el financiamiento de sus actividades. Tampoco podrán recibir aportaciones de personas no identificadas, con excepción de las obtenidas mediante colectas realizadas en mítines o en la vía pública.

Los partidos políticos tendrán derecho al financiamiento público de sus actividades, independientemente de las demás prerrogativas otorgadas en la Ley en comento, para el sostenimiento de actividades ordinarias permanentes.

⁴ Priódico La Jornada.17 de octubre de 2005. www.jornada.unam.mx

El Consejo General del Instituto Federal Electoral determinará anualmente, con base en los estudios que le presente el Consejero Presidente, los **costos mínimos de una campaña** para diputado, una para senador y para la de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, tomando como base los costos aprobados para el año inmediato anterior, actualizándolos tomando en consideración el índice nacional de precios al consumidor, que establezca el Banco de México, así como los demás factores que el propio Consejo determine. El Consejo General podrá, una vez concluido el proceso electoral ordinario, revisar los elementos o factores conforme a los cuales se hubiesen fijado los costos mínimos de campaña;

Para calcular el **costo mínimo de una campaña** para diputado y senador, respectivamente, se sigue el mismo procedimiento para ambos casos. Se multiplica el total de diputados a elegir (en el caso de los diputados) por el número de partidos políticos con representación en las Cámaras del Congreso de la Unión.

Ahora bien, el costo mínimo de gastos de campaña para Presidente de la República, se calcula con base al costo mínimo de gastos de campaña para diputado, mismo que se multiplica por el total de diputados a elegir por el principio de mayoría relativa, dividido entre los días que dura la campaña para diputado por este principio, multiplicándolo por los días que dura la campaña de Presidente.

La suma del resultado de las operaciones señaladas en las fracciones anteriores, según corresponda, constituye el financiamiento público anual a los partidos políticos por sus actividades ordinarias permanentes.

Ahora bien, el artículo 182-A del Código Federal de Instituciones y Procesos Electorales, regula los *topes máximos de gastos de campaña* de los candidatos a cargos públicos. El Instituto Federal Electoral, en la nota publicada por el periódico El Universal, el 22 de noviembre del año 2005, informó que para las elecciones del año 2006, este monto, sería de alrededor de 620 millones de pesos para la campaña de cada uno de los candidatos a la Presidencia de la República; cantidad que no se define de manera arbitraria ni por acuerdo, sino que está

sujeta a la aplicación de la fórmula matemática que establece la ley electoral en su artículo 182-A, que a la letra dice:

Artículo 182-A

1. Los gastos que realicen los partidos políticos, las coaliciones y sus candidatos, en la propaganda electoral y las actividades de campaña, no podrán rebasar los topes que para cada elección acuerde el Consejo General.

2. Para los efectos de este artículo quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto los siguientes conceptos:

a) Gastos de propaganda:

I. Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares;

b) Gastos operativos de la campaña:

I. Comprenden los sueldos y salarios del personal eventual, arrendamiento eventual de bienes muebles e inmuebles, gastos de transporte de material y personal, viáticos y otros similares; y

c) Gastos de propaganda en prensa, radio y televisión:

I. Comprenden los realizados en cualquiera de estos medios tales como mensajes, anuncios publicitarios y sus similares, tendientes a la obtención del voto.

3. No se considerarán dentro de los topes de campaña los gastos que realicen los partidos por el siguiente concepto:

Para su operación ordinaria y para el sostenimiento de sus órganos directivos y de sus organizaciones.

4. El Consejo General, en la determinación de los topes de gastos de campaña, aplicará las siguientes reglas:

a) Para la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a más tardar **el día último de noviembre del año anterior al de la elección**, procederá en los siguientes términos:

I. El tope máximo de gastos de campaña, será la cantidad que resulte de multiplicar por 2.5, el costo mínimo para la campaña de diputado fijado para efectos del financiamiento público en los términos del párrafo 7, inciso a), fracción I, del artículo 49 de este Código, actualizado al mes inmediato anterior, por 300 distritos, dividida entre los días que dura la campaña para diputado y multiplicándola por los días que dura la campaña para Presidente.

b) Para la elección de diputados y senadores, a más tardar el día último de enero del año de la elección, procederá en los siguientes términos:

I. El tope máximo de gastos de campaña para la elección de diputados por el principio de mayoría relativa, será la cantidad que resulte de multiplicar por 2.5, el costo mínimo de la campaña para diputados que se haya fijado para efectos del financiamiento público, actualizado al mes inmediato anterior; y

II. Para cada fórmula en la elección de senadores por el principio de mayoría relativa, el tope máximo para gastos de campaña, será la cantidad que resulte de multiplicar el costo mínimo de la campaña para senadores que se haya fijado para efectos del financiamiento público, actualizado al mes inmediato anterior, por 2.5 y por el número de distritos que comprenda la entidad de que se trate. En ningún caso el número de distritos a considerar será mayor de veinte.

5. Cada partido político deberá destinar el 50% de las erogaciones que realice para propaganda en radio y televisión en programas para la difusión de su

plataforma electoral, la promoción de sus candidatos, así como para el análisis de los temas de interés nacional y su posición ante ellos.

Cabe precisar que de conformidad a lo dispuesto por el numeral antes citado, el Instituto Federal Electoral, el treinta de noviembre del año 2005, por unanimidad aprobó el tope máximo de gastos de campaña para la elección de Presidente de la República y lo fijó en 651 millones de pesos. **Esto significa que cada uno de los candidatos podría gastar hasta cuatro millones de pesos diarios a partir del 19 de enero, hasta tres días antes de las elecciones, es decir el dos de julio del 2006.**

3.- EL NÚMERO DE PARTIDOS POLÍTICOS. FACTOR IMPORTANTE.

El número de partidos políticos participantes, así como el tiempo que duran las campañas electorales, constituyen factores que aumentan o no el costo económico de las campañas, e inciden en la economía del país, esto, sin contar lo que se gasta en los procesos electorales locales y las elevadas sumas destinadas para financiar también a las agrupaciones políticas reconocidas por la ley.

En los procesos electorales federales de 1991 a 1997, hubo una participación de entre ocho a diez partidos políticos. En 1991, participaron diez, en 1994, nueve, en 1997, ocho y en el 2000, participaron dos coaliciones y cuatro partidos políticos, siendo los siguientes: Alianza por el Cambio (PAN, PVEM), Alianza por México (PRD, PT, PAS, CONVERGENCIA, PSN) y los partidos PARM, PRI, Partido de Centro Democrático, y Democracia Social Partido Político Nacional, haciendo un total de once partidos políticos participantes.

Varios partidos políticos minoritarios no han sido constantes en su participación en todos estos procesos electorales, debido a la pérdida de su registro, tales como el Partido Popular Socialista, el Partido Demócrata, el Partido Cardenista, Partido de Centro Democrático, Democracia Social Partido Político Nacional, etcétera, ya que los principios que enarbolan éstos partidos, en su mayoría no representan para la mayoría de los mexicanos una verdadera alternativa de solución de problemas

comunes de todos los mexicanos, sino la defensa de sectores desprotegidos de la sociedad, que como grupos de defensa se organizan como asociaciones para la defensa de sus derechos.

Y ante este ir y venir de partidos pequeños que hoy son y mañana desaparecen, se canalizan recursos que bien pudieran servir para destinar precisamente a los grupos más necesitados de nuestra sociedad.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en el artículo 24, establece cuáles son los requisitos básicos para que una agrupación política se pueda constituir en partido político, que podemos dividirlo en dos partes importantes; el primero, consiste en formular una declaración de principios, y en consecuencia con ellos, su programa de acción y los estatutos que normen sus actividades, y el segundo, contar con 3,000 afiliados en por lo menos 20 entidades federativas, o bien tener 300 afiliados en por lo menos 200 distritos electorales uninominales quienes deberán contar con credencial para votar con fotografía correspondiente a esa entidad o distrito según sea el caso; bajo ningún caso el número de sus afiliados será menor al 0.26%. El primer requisito resulta de suma importancia, ya que si contamos con un partido con mejores propuestas para los grandes problemas del país, debe como consecuencia impactar aunque no a corto plazo, en el mayor número de los electores, lo cual garantiza al menos su supervivencia y una mayor posibilidad de crecimiento; por lo tanto un partido político debe representar un todo, no una parte o sector, no es una secta que enseña la parte de un todo, es un partido, que debe involucrar a todos los sectores de la sociedad, incluyendo aún a aquellos contra quienes se dirige la lucha política.

En los hechos vemos como los partidos pequeños se empeñan a encausar su lucha en beneficio de sus agremiados nada más, lo cual los limita, porque así fueron creados, lo que los hace inconstantes en su participación en la vida política y electoral del país. Entonces, ¿qué debe contener la declaración de principios de un partido político?

El artículo 25 de la ley en comento establece los requisitos siguientes:

Artículo 25

- 1. La declaración de principios invariablemente contendrá, por lo menos:*
 - a) La obligación de observar la Constitución y de respetar las leyes e instituciones que de ella emanen;*
 - b) Los principios ideológicos de carácter político, económico y social que postule;***
 - c) La obligación de no aceptar pacto o acuerdo que lo sujete o subordine a cualquier organización internacional o lo haga depender de entidades o partidos políticos extranjeros; así como no solicitar o, en su caso, rechazar toda clase de apoyo económico, político o propagandístico proveniente de extranjeros o de ministros de los cultos de cualquier religión o secta, así como de las asociaciones y organizaciones religiosas e iglesias y de cualquiera de las personas a las que este Código prohíbe financiar a los partidos políticos; y*
 - d) La obligación de conducir sus actividades por medios pacíficos y por la vía democrática.*

Aquí, el punto de importancia se encuentra en el inciso b, que señala que la declaración de principios debe contener los “*principios ideológicos de carácter político, económico y social que postule*”. De don de se desprende que éstos principios deben ser revisados de tal manera que necesariamente tengan que ser propuestas de solución de problemas económicos políticos y sociales de nuestro país, toda vez que como lo hemos afirmado, éstos únicamente representan los intereses de determinado sector de la sociedad, que por razones de marginación o abandono, en muchos casos, se agrupan para la defensa de sus derechos que no han sido atendidos, por el partido en el poder, provocando así una gran diversidad de partidos como tantos sectores sociales o grupos existen, en detrimento de la economía de nuestro país.

Hemos visto que los recursos que se destinan para el financiamiento de partidos pequeños son menores en relación a los partidos con mayor presencia, sin embargo, si se toma en cuenta que éstos constituyen la mayoría en número de

partidos formados, debe regularse adecuadamente su formación, de conformidad a los requisitos ya citados.

También vale precisar que si bien la existencia de menos partidos políticos, puede generar mayores beneficios en el ahorro de recursos económicos, también se debe reducir en proporción los recursos de acuerdo a las fórmulas que establece el artículo 49 del COFIPE, antes comentado, a fin de que las cantidades que arrojen sean menores a las que actualmente establece.

CONCLUSIONES.

Hemos visto que el financiamiento de los partidos políticos en nuestro país, son los más elevados en América Latina, y es motivo de preocupación tanto de analistas y estudiosos de la materia, como de la misma ciudadanía.

En una nota publicada por el periódico EL Universal, informa que de una encuesta nacional en viviendas realizada por el mismo órgano informativo, revela que el 80% de los ciudadanos estima que los gastos de campaña son excesivos

Si los gastos de campaña y el financiamiento a los partidos políticos que otorga el Estado, se restringieran considerablemente, y si los electores estuvieran adecuadamente informados sobre estos gastos, y los partidos postularan a los candidatos idóneos, las elecciones no serían muy caras para el erario público. Toda vez que por cuanto a la imagen del candidato, resalta más el desempeño que haya tenido si es un político de carrera, que lo que pueda reflejar en propaganda política costosa, por lo que se propone reformas a los artículos 49 y 182-A del COFIPE, a fin de que se ajusten las fórmulas y las cantidades que destinan para éstos casos, de tal forma que se reduzca hasta en un cincuenta por ciento los gastos y topes de gastos de campaña.

En cuanto a los partidos políticos minoritarios se debe regular su formación de tal manera que éstos puedan ser grupos más consistentes con mejores propuestas para tener mayor penetración en el electorado, quienes deberán promover la

defensa de los derechos y el bienestar de toda la sociedad, de tal suerte que involucre a diversos sectores de la sociedad, con la obligación de atender las demandas de sus representados, y no que se sigan formando partidos minoritarios, que se componen de grupos reprimidos y desplazados por su condición económica o social, representando para el Estado, mayor gasto económico, que lejos de promover y motivar la participación de la sociedad en los asuntos políticos, puede desalentar el voto, y con más razón si éstos caen en actos de corrupción y descrédito.