
Artículos

Percepciones y discursos sobre política en juventudes universitarias de México



Perceptions and Political Discourses among University Youth in Central Mexico

 Ivan Reyes-Lovera

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
ivanreyeslovera@gmail.com

 Itzia María Cazares-Palacios

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
itzia_cazares@uaeh.edu.mx

Revista Argentina de Estudios de Juventud

núm. 19, e088, 2025

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

ISSN-E: 1852-4907

Periodicidad: Frecuencia continua

coordinacion@revistas.unlp.edu.ar

Recepción: 18 abril 2025

Aprobación: 22 julio 2025

Publicación: 12 agosto 2025

DOI: <https://doi.org/10.24215/18524907e088>

URL: <https://portal.amelica.org/ameli/journal/371/3715299003/>

Resumen: El objetivo fue conocer las percepciones y los discursos políticos de estudiantes de una universidad pública del centro de México. Para esto, se utilizó una metodología mixta: 250 estudiantes participaron en la fase cuantitativa y 20, en la fase cualitativa. Los datos, interpretados desde la psicología política, permitieron identificar en los/as jóvenes universitarios/as desinterés, una percepción trivial y decepción en temas políticos, lo que les aleja de su participación política. También se apreció, respecto de sus decisiones políticas, la influencia de las redes sociales, de las noticias de internet y, en menor medida, de la familia.

Palabras clave: percepciones, discursos, política, estudiantes.

Abstract: The objective was to learn about the perceptions and political discourses of students at a public university in central Mexico. A mixed methodology was used: 250 students participated in the quantitative phase and 20 in the qualitative phase. The data were interpreted from the perspective of political psychology. Disinterest, trivial perception and disappointment in political issues were identified in university students, which distances them from political participation. The influence of social networks, internet news and family in their political decisions was also appreciated.

Keywords: perceptions, discourses, politics, students.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo analiza las percepciones y los discursos políticos de jóvenes universitarios/as de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (<https://www.uaeh.edu.mx/>), México, con el propósito de comprender cómo construyen su visión, y qué factores influyen, en su participación o en su distanciamiento respecto de la política. Para ello, se llevó a cabo una investigación con enfoque mixto, una combinación metodológica que permitió obtener un panorama amplio y detallado sobre las formas en que los/as estudiantes significan lo político y sobre el papel que juegan los medios digitales, las redes sociales y otras influencias en su toma de decisiones políticas.

En la búsqueda y en la revisión de producción científica, se identificaron pocos estudios a nivel local enfocados en conocer la construcción de la perspectiva política en poblaciones universitarias. Algunos trabajos coinciden en que hay un fuerte desinterés por parte de la juventud mexicana hacia la cultura política, falta de comprensión sobre este tema, una percepción de poca utilidad respecto de su capacidad para la mejora de las condiciones socioeconómicas, una impresión de deshonestidad por parte de los/as políticos y poca credibilidad hacia estos (Cuna Pérez, 2012; Martínez Vilchis, 2013). De forma complementaria, Sebastián Rivera (2019), indica que niveles de confianza política altos se traducen en una mayor predisposición a participar de forma convencional en los procesos electorales a partir del ejercicio del voto ciudadano; mientras que niveles de confianza política bajos se asocian a una mayor probabilidad de que las personas participen mediante formas políticas no convencionales –protestas, marchas, entre otras posibilidades–.

Respecto de los factores que impactan en la toma de decisiones que tiene lugar en los procesos electorales, Consuelo Casas Favela, José Duarte Carranza y Consuelo Arreola Cháidez (2016) observaron que, en las campañas electorales previas a las elecciones realizadas en Durango, México, en 2015, la televisión e Internet tuvieron una alta incidencia en términos de información y de convencimiento de los/as votantes. Para el caso de los/as jóvenes, los estudios señalan que suelen consumir, principalmente, medios de comunicación digitales a través de los cuales obtienen información política (De la Garza, Peña & Recuero, 2019).

Si bien estos estudios datan de casi una década atrás, sus conclusiones se articulan con fenómenos contemporáneos, en los que la centralidad de los medios digitales y de las redes sociales en la circulación de información política ha ido en aumento. En un escenario, donde la inmediatez, la viralidad y la personalización del contenido moldean las actitudes y las preferencias políticas, resulta pertinente recuperar estos planteamientos para comprender cómo estos entornos influyen en la juventud universitaria actual.

Para el caso particular de Hidalgo, Juan Antonio Taguenca Belmonte y Robert González García (2018) destacan que el fuerte rezago económico y educativo supone un condicionante que explica la comprensión y la participación de la juventud en lo político. Asimismo, señalan que, si bien este sector manifiesta una preferencia por el sistema democrático, los/as jóvenes no manifiestan interés en los temas políticos, están desinformados y suelen tener desconfianza tanto respecto de las autoridades gubernamentales como del sistema práctico de la democracia, lo que provoca que se alejen de la política. Lo anterior converge con lo mencionado por José Antonio Carrera Barroso y Daniela Edith Castillo Rodríguez (2022), quienes destacan que en América Latina los/as jóvenes se sienten cada vez más desencantados/as con las instituciones gubernamentales, aunado a que prácticas como el ciclo electoral (Soriano Cienfuegos & Gilas, 2018)¹ continúan excluyéndolos/as al considerarlos/as actores pasivos en la toma de decisiones.

A partir de lo descrito, surge el interés por conocer las percepciones que inciden en la construcción del discurso político en jóvenes universitarios/as, el impacto que en esto tienen las redes sociales y el tipo de participación política por el que optan.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Pese al uso cotidiano e indiscriminado del concepto política, y de los elementos que lo integran, es difícil reunir los axiomas que describan per se su globalidad, aunque entre ellos resaltan el bienestar social y la participación activa. Para tener en cuenta la dinámica entre las diversas tesis que puedan existir, es indispensable pensar la política en términos contextuales e históricos, así como considerar la interacción que se produce entre las poblaciones que cohabitan en la pluralidad de escenarios.

En el ámbito político, la decisión más relevante es la de la participación política, que Lester Milbrath (1965) define como «el comportamiento que afecta o que busca afectar las decisiones del gobierno» (p. 1), y mediante la cual se ejemplifica el valor de la participación ciudadana en los procesos de decisión gubernamental. En el ideal, se esperaría que tal involucramiento no solo fuera ejercido al momento de elegir representantes, sino también en el exhorto al análisis crítico de la ciudadanía en pro de cuestionar y de buscar influir en las acciones de sus gobernantes.

Con el acceso a la tecnología, a Internet y a las redes sociales, es posible obtener información política de forma variada, sin que esto signifique, necesariamente, un sistema que promueva el pensamiento crítico. Por ejemplo, mediante el acceso a formatos como videos, pódcast, memes, publicaciones o *reels*, que pueden ofrecer nuevas formas de interpretar la información y de adoptar determinadas posturas, pero que no suelen propiciar procesos de validación, de contraste o de análisis profundo del contenido que presentan. De esta forma, identificar y analizar los factores que configuran las cosmovisiones políticas resulta de suma importancia para conocer cómo las sociedades actuales justifican su quehacer político. Y, para ello, es fundamental considerar la inclusión de los actores sociales al analizar la perspectiva política, especialmente, cuando se trata de la juventud.

Respecto de esta última, más allá de pensarla como un grupo de edad específico, es importante comprenderla como un momento de transición que no resta a su capacidad de agencia y de responsabilidad social. Durante este proceso, los/as jóvenes adquieren, en forma gradual, el poder de tomar decisiones que impactan en sus vidas y se enfrentan a la exigencia de participar activamente en el ámbito político, tanto en lo público como en lo privado.² Las decisiones, por tanto, pasan a ser condicionantes en pro de un futuro adulto: se aprenderá dónde y cómo laborar, qué estudiar, qué implica la dinámica capitalista, la salud y el bienestar propio, el ocio y la diversión, pero, también, a ser un sujeto social activo, es decir, un/a ciudadano/a que deberá pensar en el bienestar colectivo y participar en las configuraciones político-sociales por medio del ejercicio de su voto (Echeverry Díaz, Zebadúa Carbonell & Chaparro Hurtado, 2020).

Pese a su potencial, el desarrollo de la juventud se ha visto limitado debido a que es pensada como un segmento social alejado de la política. Pareciera que la experiencia y el poder tuvieran un común denominador, y que en ese extremo de poder y de opinión pública solo se encontrarán los/as adultos/as, personas realizadas y con un sentimiento de decisión mucho más comprometido que el de la juventud (Hernández, 2017).

Sin embargo, los/as jóvenes han participado en innumerables movimientos sociales, luchando contra injusticias y por una inclusión en el ámbito de lo político. En el caso de la juventud mexicana, históricamente ha sido vista como el foco de diversos hitos políticos. Dentro de esta amplia gama etaria que implica la juventud, es de destacar el papel importante de los/as universitarios/as, que han cobrado un papel relevante en la transformación social. De esta manera, la juventud se ha posicionado como el motor de cambio frente a las múltiples problemáticas que les aquejan y resultan ser agentes asociados con la rebeldía, el cambio y el futuro.

Obviar el hecho de que este grupo poblacional no es homogéneo resultaría inútil, ya que las diferencias económicas, sociales, políticas y culturales son consideraciones que configuran diálogos y perspectivas sobre lo que sucede en el contexto en el que los/as jóvenes habitan. Pero también lo son las percepciones y los discursos sobre la política desde lo simbólico, en tanto forma de traer por medio del lenguaje una visión histórica de lo que sucede a su alrededor. Es a través de estos discursos que podemos situar posibles explicaciones a decisiones que tomaron o que tomarán, a lo que piensan, lo que dicen y lo que terminan haciendo (Karam, 2008).

La cultura política intenta explicar los patrones de socialización y de interiorización de lo político, en pos de unir las interpretaciones psicológicas del individuo con su mirada sobre la realidad política. Como todo proceso de culturalización, este se termina instruyendo, enseñando y aprendiendo a través de agentes externos que orbitan en el sentido más macro de la unidad social. De esta forma, instituciones como la familia, los medios de comunicación y el Estado funcionan como una especie de educandos políticos (Sabucedo, 1996) de cosmovisiones que se transforman, no mantienen una misma forma discursiva y son de carácter lábil. Dentro de estos procesos de enseñanza-aprendizaje de la cultura política, hay una clara intención de unificar la voz de la ciudadanía con la posibilidad del voto. Gisela Delfino y Elena Zubieta (2010) consideran que el voto es la forma de expresión más significativa en la participación política, por lo que en esta acción podemos analizar lo discursivo.

Aunque tanto el Estado como la ciudadanía poseen la agencia para participar en lo político, esta no siempre se ejerce a través de las vías institucionales. En muchos casos, las personas optan por otras formas de participación que consideran más coherentes con sus intereses y que les permiten otorgar legitimidad y sentido a sus posicionamientos políticos. Por un lado, la decisión de votar o de no hacerlo es importante en términos de diferenciación y de clarificación estadística; sin embargo, en el otro polo, es mucho más relevante conocer las razones por las que se decide hacer una cosa u otra, lo que el/la ciudadano/a construye a partir de los marcos de referencia que se le brindan o que prefiere, y cómo estas construcciones políticas se bifurcan de todo aquello que culturalmente se le ha impuesto.

Sobre lo anterior, Taguenca Belmonte y González García (2018) destacan tres formas de actividad o de participación política: convencional, no convencional o no participante. La primera hace referencia a la participación legal y legítima hacia un partido político o a la simpatía por un candidato; la segunda, remite a aquellas acciones que no tienen este tinte institucional, por ejemplo, formar parte de un movimiento social como instrumento de acción política; la tercera, en tanto, considera a quienes no desean tener relación con la política. Estas tres formas de participación son importantes de complejizar: más allá de elegir una forma de participación, se trata de profundizar en las razones que llevan a tomar una decisión de ese tipo.

Los conceptos hasta aquí abordados son retomados por una disciplina en la que convergen dos ciencias de estudio: la psicología política. Con anterioridad, se había hecho extensivo el carácter social de las personas: nos definimos, nos constituimos y respondemos desde lo social. De esta manera, la psicología que retoma al sujeto en su contexto social no puede ser separada de lo que acontece políticamente. De ahí, que el proceso de socialización, el desarrollo y el mantenimiento de las perspectivas y de las interpretaciones políticas, la toma de decisiones, el liderazgo, las conductas emocionales y la motivación política sean objetos de estudio de la disciplina (Seoane & Rodríguez, 1988).

Un eje estructural de la psicología política es la percepción, que constituye, en sí misma, un elemento psicológico y social relevante que se reproduce en contextos particulares. Con base en este elemento, se reproducen miradas individuales, pero, sin duda, colectivas. De esta manera, la cultura política se ve directamente influenciada por la percepción, que se inserta, a su vez, en un ciclo en el que convergen la memoria social contenida, los antecedentes percibidos, las vivencias y las experiencias políticas, y los proyectos políticos colectivos: consecuencias y expectativas, deseos y emociones (Montero & Dorna, 1993).

METODOLOGÍA

Esta investigación se enmarca dentro de los enfoques mixtos, de tipo secuencial (Cuan/CUAL) con un mayor énfasis en el apartado cualitativo, por lo que el análisis cuantitativo se limita a ser descriptivo en términos de la construcción política de los/as jóvenes universitarios/as (Hernández Sampieri y otros, 2014). En tanto, la motivación por comprender la configuración de los discursos políticos se sitúa dentro del paradigma comprensivo / interpretativo (Ito & Vargas, 2018).

Para la recolección de los datos cuantitativos, se hizo uso de la Encuesta Nacional de Cultura Cívica (ENCUCI) 2020 (<https://www.inegi.org.mx/programas/encuci/2020/>), llevada a cabo por el Instituto de Estadística y Geografía (INEGI) (<https://www.inegi.org.mx/>) en colaboración con el Instituto Nacional Electoral (INE) (<https://ine.mx/>). La elección de los ítems para su posterior aplicación se hizo por conveniencia, de acuerdo con los objetivos de este trabajo. De las diez secciones que incluye la encuesta,³ solo se contemplaron cuatro: Sección IV. Interés y conocimiento sobre asuntos públicos y democracia, Sección V. Creencias, valores y actitudes, Sección VII. Participación y Sección IX. Representación.

La encuesta aplicada estuvo constituida por un total de 33 ítems que fueron divididos en cuatro secciones, más los datos sociodemográficos; los niveles de respuesta fueron dicotómicos y *likert*. En el Apéndice A del Apartado metodológico se indican los ítems utilizados y las secciones a las que pertenecen.⁴ Los ítems fueron integrados a un Google Forms y la base de datos elaborada por el equipo de investigación puede ser solicitada a los/as autores/as en caso de requerirse su consulta.

El tipo de muestreo utilizado fue no probabilístico y por conveniencia (Hernández Sampieri y otros, 2014). El cuestionario se aplicó en septiembre de 2022 y se envió a través de WhatsApp y de correo electrónico, lo que facilitó tanto la socialización como la recolección de los datos. En total, participaron 250 jóvenes (175 mujeres y 75 hombres), con una edad promedio de 21 años, todos/as ciudadanas/os del estado de Hidalgo, lo cual permitió tener una visión más acertada respecto a la situación de la política estatal y nacional.

En la fase cualitativa se llevaron a cabo dos grupos de discusión, técnica que facilita la interacción grupal, el intercambio de ideas y la exploración de las diferentes perspectivas, opiniones, actitudes y experiencias de los/as participantes (Bonilla, Del Valle & Martínez, 2012). Estos se realizaron en forma presencial, en aulas de la universidad, durante septiembre y octubre de 2022, y con una participación de diez personas en cada grupo. Con una duración promedio de 82 minutos, las sesiones fueron monitoreadas por un facilitador y dos observadoras, integrantes del equipo de investigación. Como parte de la triangulación de la información, se incluyeron las notas de campo y las observaciones.

La selección de los/as participantes se realizó por conveniencia y fue expresada de forma voluntaria. Los/as jóvenes fueron contactados a través de anuncios en la universidad y en redes sociales y, tras explicarles el propósito de la investigación, se los/as invitó a participar en los grupos de discusión. En todos los casos, se obtuvo un consentimiento informado para registrar (audio-grabar) y para transcribir las sesiones. En el Apéndice B del Apartado metodológico se ofrece la caracterización general de los/as participantes en los grupos de discusión.

En las sesiones se conversó acerca de los siguientes ejes temáticos [Figura 1]:

EJES ABORDADOS EN LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN	
EJE TEMÁTICO	CONCEPTUALIZACIÓN
Participación e interés político	Formas en las que los/as ciudadanos/as se acercan a la política, su incursión y nivel de interés: convencional, no convencional y no participación.
Perspectiva política y democrática	Forma de ver, de interpretar y de comprender la política y la democracia. La perspectiva está influenciada por las experiencias, los valores, las creencias y las ideas de cada individuo.
Papel de los medios de comunicación e influencia de las redes sociales	Elementos o factores de los mass media (incluyendo redes sociales) que resultan más relevantes en la obtención de información política.
Elementos que configuraron la toma de decisiones	Factores o elementos que configuraron la toma de una decisión política; elementos externos o internos.
Reflexiones en torno a los grupos de discusión	Comentarios acerca de lo que les ha dejado el grupo de discusión y el hecho de reflexionar.
Fuente: elaboración propia	

Figura 1
Ejes abordados en los grupos de discusión.
Fuente: elaboración propia

Los datos cualitativos fueron procesados y analizados siguiendo las pautas de Roberto Hernández Sampieri y otros (2014). Además, se realizó un análisis del discurso para identificar elementos metafóricos, ejemplos, y contexto histórico y espacial. Se examinaron los rasgos culturales y estereotipados del discurso en relación con la cosmovisión global de su intención discursiva. Por último, se llevó a cabo una reflexión crítica sobre cada fragmento para considerar las relaciones de poder ejercidas por el entorno y por el Estado, con el objetivo de integrar todos estos elementos en una interpretación concisa y contextualizada (van Dijk, 1994).

RESULTADOS

A fin de brindar un contexto general, se exponen al inicio de este apartado algunos datos sociodemográficos de Hidalgo.

El estado se encuentra ubicado en el centro de la República Mexicana y cuenta con una población total de 3.082.841 habitantes, de los cuales 1.601.462 son mujeres y 1.481.379 son hombres (INEGI, 2020). En cuanto a la distribución por edad, aproximadamente, 741 mil habitantes se encuentran en el rango de 15 a 29 años, lo que representa alrededor del 24 % de la población total. En términos educativos, el grado promedio de escolaridad reportado para la población de 15 años y más es de 9,4, lo que equivale a poco más de la finalización de la educación secundaria (INEGI, 2020).

Hidalgo enfrenta retos en materia de pobreza. Según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) (<https://www.coneval.org.mx/Paginas/principal.aspx>), para 2020, más de la mitad de la población (50,8 %) se encontraba en situación de pobreza, mientras que 8,1 % vivía en condiciones de pobreza extrema, lo que ubica a Hidalgo como el vigésimo segundo estado con mayor tasa de pobreza en México.

Histórica y políticamente, Hidalgo ha estado vinculado con el Partido Revolucionario Institucional (PRI), que gobernó al estado de manera continua durante ochenta y seis años, desde 1929 hasta 2015, ganando la mayoría de las elecciones a nivel local y federal. En 2016, el PRI perdió la gubernatura de Hidalgo a manos del Partido Acción Nacional (PAN). En 2022, el partido MORENA logró una importante victoria en las elecciones del estado, consolidándose como una de las principales fuerzas políticas en Hidalgo y a nivel nacional.

A partir de la información obtenida en los grupos de discusión, y de los datos hallados en la ENCUCI aplicada, los discursos se analizaron en función de los cuatro ejes temáticos definidos: participación e interés político; perspectiva política y democrática; papel de los medios de comunicación e influencia de las redes sociales; elementos que configuraron la toma de decisiones; reflexiones en torno a los grupos de discusión.

PARTICIPACIÓN E INTERÉS POLÍTICO

Sobre este aspecto, se destaca que los/as jóvenes tienden a no participar en eventos políticos: de la muestra en este estudio (250 participantes) solo 142 (57 %) fueron votantes en las elecciones a Gobernador del Estado de Hidalgo de 2022. La participación no convencional resultó ser la menor: 71,2 % manifestó no practicar esta forma de involucramiento y 35,6 % indicó haber participado en alguna huelga.

Respecto a las razones por las cuales no suelen participar en estas dos formas de involucramiento se encuentran: la falta de información sobre cómo participar (26,7 %); la desconfianza en las instituciones, personas y organizaciones que las promueven y/o fomentan (24,9 %); y que no quieren o no les interesa (17 %).

En la fase cualitativa, este primer acercamiento arrojó variadas opiniones. En el caso de la participación convencional, pocas/os universitarias/os manifestaron tener interés en temas políticos; algunas/os dijeron haber integrado durante su trayectoria escolar algún grupo con injerencia en la toma de decisiones en sus instituciones educativas, y se apreció desinterés en cuestiones estrictamente políticas, lo que concuerda con la encuesta aplicada.

En relación con la participación de tipo no convencional, los/as encuestadas/os compartieron que el involucramiento en este tipo de eventos se relacionaba con una especie de empatía por las causas o por las personas que organizaban o que estaban al frente de estas marchas o mítines. Tal es el caso de una estudiante que, a través del compañerismo y de la identificación, sintió la necesidad de participar en una marcha universitaria realizada en forma no institucional.

Desapareció uno de nuestros compañeros e hicieron la marcha. De mi parte, nunca había asistido (...) y participé porque sí me movió. Te sientes más afín con esos casos (...). Hubo mucha participación y mucha empatía de mis compañeros y eso se me hizo muy bonito, muy agradable. Aunque creo que la autoridad no hizo nada, se dieron cuenta que es una generación que ya está tomando conciencia y está tomando acción en base a todas estas situaciones que están pasando (PG 1.4, medicina, 24 años).⁵

Como se desprende del relato, no solo se trata de una respuesta empática, sino que una vez que se participa en esas actividades emerge una conciencia que incide en la conformación de grupos con causas profundas. Además, se agregan valores y justificaciones en torno a la participación como una configuración identitaria.

La no participación es otra de las elecciones posibles en la política. Las razones de esta desmotivación tienen una respuesta cultural de hartazgo ante la corrupción, atravesada, en algunos casos, por el miedo que inhibe a participar en forma más activa. De igual manera, el desconocimiento de lo que proponen los/as candidatos/as es otro elemento que aleja a los/as universitarios/os de los espacios políticos.

Yo no he votado [y] me decían: «¿Por qué no votas? Es tu derecho». Y yo respondía: «¿Qué me están proponiendo? Sé quiénes son los candidatos, pero no sé realmente qué es lo que propone cada uno» (PG 2.8, psicología, 20 años).

Nos vemos inhibidos por situaciones pasadas: asesinatos o violencia, en caso de las manifestaciones. (...) nuestra participación, no es significativa o relevante (PG 2.4, enfermería, 22 años).

Dado que la forma institucional de participación es el voto, elegir no votar puede ser una expresión distintiva de rechazo o de desinterés total.

De todas maneras, para qué voto si mi voto no cuenta (...). Por ejemplo, si yo no voto ese voto se lo van a dar a cualquier partido que vaya ganando o vaya por la delantera, entonces, es este desinterés (PG 1.2, psicología, 21 años).

La percepción de que el voto no tiene un poder real de cambio afecta la motivación para esta forma de ejercicio de la ciudadanía; del mismo modo, la percepción de situaciones de corrupción incide en la valoración que se realiza para la toma de decisiones.

PERSPECTIVA POLÍTICA Y DEMOCRÁTICA

Una de las subcategorías emergentes en este eje fueron las emociones y los sentimientos que experimentan los/as universitarios/os respecto a la política y a la democracia ejercida en el estado y a nivel nacional. Muchas de las experiencias ubican a la política en extremos muy opuestos, que van desde la sátira y el chiste, hasta el miedo infundado por las formas en las que se opera en el país y en el estado.

Pasamos de las emociones de frustración, de enojo, de miedo, de indiferencia y llegamos a ese punto en el que estamos riendo para no sufrir (PG 2.7, psicología, 21 años).

La historia de México ha enmarcado grandes hechos de violencia, sobre todo, de la ejercida por los gobiernos hacia los/as estudiantes (Gravante, 2018). Dada la brutalidad de estos eventos, la juventud universitaria ve con miedo lo que le pueda suceder si exige públicamente algo que no se ha cumplido –por ejemplo, a través de alguna marcha–, además de destacar la convergencia de la política y los grupos del crimen organizado.

Me dan miedo las personas que están en el poder (...). La verdad, es algo muy real. Si te pones a analizarlo, sí, asusta y no siento que solo esté aplicado para cuestiones del gobierno a nivel nacional, sino también en el mismo estado o en algún municipio (PG 2.1, psicología, 22 años).

Siento que si hablamos de política es imposible no hablar del crimen organizado y del narcotráfico; estos influyen bastante (PG 1.9, medicina, 23 años).

Los testimonios presentados ejemplifican discursos que expresan un ejercicio de poder dictado por un Estado que infunde miedo en sus ciudadanos/as, lo que converge con algunos resultados de la encuesta, donde el 57,6 % del estudiantado consideró que es poco o nada frecuente poder expresar libremente lo que se piensa.

Otro elemento analizado como subcategoría fue la perspectiva sobre la democracia y sobre la política en general. En su mayoría, estos elementos fueron guiados hacia el aspecto negativo, lo que se aprecia en las respuestas a la pregunta ¿Cuánto confía en los servidores públicos o empleados de gobierno? Frente a la cual 86 % manifestó no tener confianza. A esto se suma el 48 % que expresó tener poca confianza hacia los partidos políticos y el 49,2 % que indicó lo mismo respecto del gobierno del estado.

Pese a lo anterior, en la encuesta aplicada para este estudio, 68 % del estudiantado estuvo de acuerdo con la afirmación: «La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno», aunque esto resulta contrastante con la dimensión práctica, tal como se desprende de la pregunta «¿Qué tan satisfecho(a) está con la democracia que tenemos hoy en Hidalgo?», para la que el 50,4 % señaló estar poco satisfecho.

Respecto a la perspectiva negativa que prevalece hacia la política y la democracia, el enfoque que se tiene de la misma y la forma en la que se lleva muestra lo siguiente.

(...) mi perspectiva sobre esta democracia es que es una aristocracia populista de estúpidos (PG 2.2, psicología, 24 años).

Siento que es muy fantasiosa y conflictiva, en el sentido de que no hay nada establecido y la veo de muy poco valor (PG 1.2, psicología, 21 años).

Complementario a lo anterior, ante la afirmación «A las personas del gobierno no les interesa mucho lo que las personas como usted piensan», el 82,8 % estuvo de acuerdo, lo que refuerza esa perspectiva negativa.

En cuanto a las campañas y a las propuestas presentadas por los/as candidatos/as, estas parecen carecer de un enfoque fundado en la realidad ciudadana, lo que hace que se alejen de la practicidad y se conviertan en palabras vacías. Las ideas sobre lo que el/la candidato/a desea hacer una vez que resulte elegido/a se vuelven vagas; prometer se convierte en un acto engañoso y las propuestas son percibidas solo como medios para alcanzar un fin.

(...) no me interesan las propuestas, si ya saben que ninguno las va a cumplir, o así lo han demostrado (PG 1.1, psicología, 20 años).

En las campañas políticas nunca se ha preguntado a los votantes qué es lo que quieren, sino más bien es: «Yo te ofrezco esto y decide si quieres apoyarme o no», pero no se rigen bajo un sistema democrático real, sino que ni siquiera sabemos cómo utilizar la palabra (PG 2.9, medicina, 23 años).

Los resultados de la encuesta avalan las percepciones que reflejan los fragmentos citados. Por ejemplo, en cuanto a los actores que representan los intereses de la juventud encuestada, 54 % considera que ni diputados ni gobernadores ni presidentes, municipales o nacionales, representan sus necesidades. Este hallazgo sugiere un nivel de descontento y de desconfianza hacia la capacidad de los/as representantes para atender las necesidades y los intereses de la población.

La sátira, en tanto, parece ser un aspecto que se suma a las cualidades modernas de la política. La expresión de las propuestas en medios públicos, como los debates estatales o presidenciales, son vistos más como una forma de diversión, como un evento recreativo y poco informativo. Esto es fomentado por los/as mismos/as candidatos/as, que hacen de estos espacios nuevas instancias de confrontación mediante la ridiculización, y no de exposición de propuestas políticas.

Cuando los políticos lanzaban sus propuestas y estaba en televisión, incluso parecía un *stand up*, porque se aventaron unos chistes entre ellos, y ya no se puede tomar en serio por esos aspectos (PG 2.2, psicología, 24 años).

Norbert Lechner (1986, citado en Jiménez, 2012) señala que la política tiene en su estructura una concesión simbólica e instrumental que persigue fines que son específicos de cada sociedad. Se apuesta por entenderla como una expresión simbólica de la identidad colectiva, pero en esta disputa de diálogos sociales sobre los intereses habrían de perseguirse hay todo un caos, puesto que cada persona velará por lo que más le convenga, y es tarea de los partidos políticos y de sus dirigentes dar forma y sentido a esta gran masa de comentarios.

Sin embargo, al menos en las variadas ilustraciones que dan los/as participantes, concretar esta forma de conglomeración de necesidades sociales es realmente complejo. Pareciera ser que los partidos políticos utilizan su poder de escucha y de convocatoria para engañar y para lograr objetivos propios en lugar de objetivos sociales.

Al final, creo que son más cuestiones de intereses propios de los candidatos. Lo ven como una forma fácil de ganar dinero, de mantenerse en ese poder (PG 2.10, odontología, 25 años).

Estos personajes que están en el poder empiezan a optar por sus intereses personales y empiezan a desatender algunos sectores de la población que necesitan un poco más ayuda. El manejo de recursos no siempre es el mejor (PG 1.7, odontología, 20 años).

Derivado de la aplicación de la ENCUCI, se encontró que 57,6 % de los/as encuestados/as consideró que la elaboración de las leyes se hace de acuerdo con los intereses de los partidos políticos y no tanto de los/as ciudadanos/as, lo que muestra una concordancia entre el discurso y el porcentaje que alude al interés político particular en detrimento del interés de la ciudadanía.

Finalmente, existe una dinámica en la forma en que los/os candidatos/as intentan ofrecer pequeños favores para asegurarse un voto. Esto refleja la posibilidad latente de dar cosas que puedan convertirse en una estrategia viable para alcanzar sus objetivos. La acumulación de beneficios parece otorgarles el derecho de lograr cualquier cosa, sin importar el costo.

Se dosifica el bien en medidas pequeñas y en porciones continuas para poder hacer un mal enorme. Muchas veces, estos sobornos y todas estas cosas no solo ocurren en periodo de campaña para comprarnos y que se dé el voto, sino que funcionan como cortinas de humo que tapan el problema de un político (PG 2.3, psicología, 22 años).

Otro de los temas abordados fue la idiosincrasia, entendida como las tradiciones, las costumbres, los valores y las formas de vida propias de una sociedad o de una cultura, y que la distinguen de otras. Estas características culturales pueden afectar el comportamiento y la percepción de las personas, al tiempo que tienen influencia en la política y en la comprensión de la identidad personal y colectiva. En este sentido, en los grupos se mantuvo la idea de que el/la votante cree en lo que se promete, a pesar de los variados ejemplos que sugieren lo contrario.

Solamente que nos estamos engañando al creer que al elegir aun partido o a un candidato diferente las cosas van a cambiar, pero en realidad no (PG 1.1, psicología, 20 años).

Se piensa que el/la votante no tiene esta característica cuestionadora y que esto es lo que lo/la lleva a pensar que puede haber algo mejor en el futuro, que los problemas se solucionarán con el/la siguiente candidato/a electo/a.

En México, somos muy ignorantes respecto a la política, entonces, nos dejamos engañar muchas veces sobre esas propuestas y creemos que el siguiente candidato va a hacer magia y va a solucionar todo lo que no se ha solucionado durante años (PG 1.8, farmacia, 22 años).

Por último, hubo un acuerdo generalizado en torno a que el carácter desinformante es parte de su idiosincrasia, sumado al hecho de ver a la política como algo lejano.

Creo que no hay como tal una educación en cuanto a política, ¿no? Realmente, creo que la mayoría de los que estamos aquí concordamos en que no sabemos mucho (PG 1.10, psicología, 19 años).

PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Como herramientas principales de los sistemas democráticos se encuentran el derecho a la expresión y el consumo libre de información. La política y la democracia se ven atravesadas por los medios de comunicación, que van desde la radio, la televisión y los periódicos hasta las más recientes redes sociales. Todos estos medios terminan siendo parte de los elementos que configuran las decisiones políticas de la juventud, al convertirse en una de las principales fuentes de referencia acerca del momento democrático y de los/as representantes políticos/as.

Según Gustavo Meixueiro Nájera (08/12/2016), los medios de comunicación actúan como una suerte de embudo, ya que seleccionan y priorizan cierta información, lo que les permite influir en la formación de opiniones sobre temas políticos. Aunado a lo anterior, Gómez (2019) menciona que las redes sociales se han convertido en un referente obligatorio, pues tienen una influencia mayor a la de cualquier otro medio en las campañas políticas, sobre todo, para favorecer y para fomentar la acción política de los/as ciudadanos/as.

Las personas que están en cargos políticos están tratando de aprender a utilizar estos medios [redes sociales] para acercarse un poco más a la población que está en nuestro rango de edad, a los jóvenes, que somos una población que ahorita abunda más (PG 2.9, medicina, 26 años).

Las redes sociales han comenzado a ser capitalizadas por los potenciales agentes políticos en pos de llegar a las nuevas generaciones. Se ha evolucionado o se ha migrado hacia medios digitales de información, dejando de lado los medios tradicionales. Respecto a las elecciones federales celebradas en México en 2018, y en relación con las propuestas realizadas por los/as candidatos/as, como principales fuentes de información, los/as encuestados/os indicaron: las redes sociales (44 %); los folletos, carteles, conferencias o *meetings* (16,8 %); la familia (12 %).

Las redes sociales le han brindado a la ciudadanía la posibilidad palpable de contar con una plataforma para expresar sus opiniones, para debatir temas políticos y para organizar movimientos de base. Se ha facilitado la participación ciudadana en los procesos políticos y se ha amplificado la voz de grupos que antes tenían menos visibilidad. De igual forma, los/as candidatas/os han hecho uso de estas plataformas para llegar a un público más amplio, para difundir su mensaje y para movilizar a sus seguidores/as.

Sin embargo, las imágenes políticas que se edifican tienen cualidades burlescas, como sucede, por ejemplo, con el uso de los *memes*. Y, en una época en la que lo viral se vuelve informativo, resulta paradójico el consumo y el uso de este tipo de información política.

(...) el derecho romano es «pan y circo». Ahora sí que los políticos o la política ocupan las redes sociales para distraer a la población, para formar el circo (...) y así solamente enfocarnos en lo que es espectáculo y no en lo que realmente importa (PG 1.2, psicología, 21 años).

(...) los memes, las burlas, el *cringe*, la pena ajena que generan estas personas pero que, increíblemente, eso les ayuda de maneras descomunales. Creo que es por el populismo, porque, al menos en redes sociales, es más fácil que se haga viral un video donde nos esté dando *cringe* o pena ajena que un video informativo y uno dinámico en donde expliquen los puntos del por qué deberían votar por tal personaje (PG 2.6, enfermería, 23 años).

Yo creo que tienen influencia, pero también hay mucho de sátira. Muchas veces, burlarse de todo lo que supuestamente quieren hacer los políticos, sobre todo, haciendo mucha burla hacia su persona o, incluso, manchando la imagen de otro candidato (PG 2.3, psicología, 22 años).

Por último, hay una cara de estas redes sociales que busca desinformar y polarizar la perspectiva política. Es el caso de las noticias falsas y de los contenidos engañosos que mediante estas herramientas pueden propagarse rápidamente, influyendo en la opinión pública y generando divisiones en la sociedad.

El resto [de las redes sociales] se dedican más al humor, son más para difundir información falsa o contenido que no es relevante, contenido amarillista (...). Siento que tienen influencia en el sentido de la difusión, pero no creo que esté bien orientado actualmente (PG 2.6, odontología, 20 años).

ELEMENTOS QUE CONFIGURARON LA TOMA DE DECISIONES

De acuerdo con Guberney Muñeton, Andrés Ruiz-Martínez y Osmar Loaiza (2017), la toma de decisiones se enriquece mediante dos fuentes: con aspectos internos de información que posee el sujeto, relacionados con sus preferencias, creencias u objetivos personales; y con aspectos externos, vinculados con el contexto en el que se desenvuelve y dentro del cual se plantean las alternativas de elección. En el caso de los instrumentos externos se encuentra la familia que, en algunos casos, ha sido motor incitador y fuente de información concreta para decidir por quién votar.

La decisión o decisiones políticas son gracias a mi familia (PG 1.7, odontología, 20 años).

Mi papá es al que más le interesa la política, está mucho más informado que yo, por eso, si necesito saber algo, voy y le pregunto (PG 1.3, psicología, 21 años).

Según la encuesta aplicada, 8,4 % indicó que la familia resulta ser determinante para poder informarse sobre asuntos políticos, un elemento que queda rezagado en comparación con otras formas de obtención de información, como es el caso de Internet (54,4 %). Estos últimos resultados coinciden con lo señalado en algunos discursos sobre el valor de las redes sociales a la hora de decidir por quién votar:

Muchas personas, tal vez la mayoría, preferimos guiarnos más por lo que se nos muestra en un anuncio publicitario, por lo que se nos muestra en redes sociales o por los comerciales de 15 segundos que aparecen en televisión, Instagram o Facebook (PG 1.1, psicología, 20 años).

Este discurso converge con los resultados obtenidos en la ENCUCI, puesto que las redes sociales se mantienen a la cabeza como el medio que mayor influencia tuvo en los/as universitarios/os al momento de elegir un/a candidato/a o de decidir no votar: 36,4 % de los/as encuestados/as consideró que las redes sociales tuvieron mayor influencia en su decisión política. No obstante, la familia se mantiene en esta muestra como uno de los elementos que más contribuyó en la toma de una decisión política (27,6 %).

REFLEXIONES EN TORNO AL GRUPO DE DISCUSIÓN Y LA POLÍTICA

Previo a finalizar los grupos de discusión se solicitó a los/as participantes que generaran algunas reflexiones sobre lo conversado en las sesiones. En algunos casos, estas se orientaron a destacar que, pese a lo complejo que resulta un cambio significativo, es indispensable tener una actitud activa guiada hacia la búsqueda de alternativas para las diversas problemáticas que los/as aquejan.

Haciendo conciencia. Ver que quizá mi participación no sea muy significativa, pero también dar cuenta de que estas cuestiones políticas sí repercuten fuertemente (...) creo que debería ser más responsable en estas cuestiones (PG 1.8, farmacia, 22 años).

Ser más responsable, porque me pasa que me hacen enojar, las noticias que veo y toda esta injusticia que existe, y opto por hacerlo a un lado e ignorarlo. Aunque la participación sea no tan significativa, si puede ayudar en algo. Ir generando ese cambio que quizá en un futuro podamos cambiar al país... Difícil, pero se puede (PG 2.9, medicina, 26 años).

En otras reflexiones, los/as jóvenes transmiten un mensaje de responsabilidad y de compromiso cívico para involucrarse más en los asuntos políticos del país y de su comunidad, pues, al hacerlo, estarían contribuyendo de manera significativa, aunque sea en pequeña medida. Asimismo, se destaca la importancia de mejorar el enfoque y el consumo a las redes sociales, así como la necesidad de fomentar el desarrollo del criterio político, para evitar que el conocimiento se base, únicamente, en rumores o en información superficial.

Como jóvenes, que somos el futuro del país, debemos informarnos un poco más sobre lo que pasa en nuestro país, entender las propuestas de los candidatos, independientemente de si las cumplen o no, [con esto] estaríamos haciendo un poco más (PG 1.10, psicología, 19 años).

[...] sería algo muy acertado tratar de enfocar las redes en temas importantes y políticos, entonces como jóvenes tendríamos que meternos a ver información pero que sea realmente confiable. Esto nos va a generar un criterio como personas, como individuos para mejorar el país, que esa sería la finalidad (PG 2.8, psicología, 20 años).

DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

En respuesta inmediata al objetivo general, se puede concluir que las perspectivas políticas de los/as jóvenes que conforman la muestra investigada son negativas. Sin embargo, si nos ceñimos a una respuesta simplista, dejaríamos de lado toda la basta información que converge en estas miradas. Por ello, es indispensable dar un valor significativo al papel de las emociones y los sentimientos. Estos factores no pueden separarse de su valor social, puesto que es a través de estas emociones que se van conformando actitudes y perspectivas diversas. En el caso de esta investigación, observamos cómo los/as jóvenes universitarios/as engloban en su perspectiva sensaciones de descontento, de desconfianza y de escaso interés por informarse y por participar en asuntos políticos, lo que deriva en una mínima (o, prácticamente, nula) motivación para involucrarse en la vida política.

Respecto a la emotividad pública, para una correcta convivencia Estado-Ciudadano Martha Nussbaum (2014) identifica como obstaculizantes las emociones de miedo, asco, aflicción y enojo. En el caso de los/as participantes, se aprecia cómo las emociones fluctúan entre el enojo y la tristeza, las cuales evolucionan conforme se abordan casos de corrupción y de violencia. En tal sentido, se observó una especie de hartazgo y de decepción en torno a lo que se podría lograr con la política, lo que se traduce en un obstaculizante para su inclusión activa en los ámbitos políticos. Las emociones manifestadas configuran un caleidoscopio turbulento que refleja las preocupaciones y las tensiones de la juventud hidalguense.

La política, en toda su complejidad, se ve teñida de enojo y de desesperanza, lo que constituye un desafío que exige un examen y una reevaluación concientizada.

Las formas de participación política son ejemplos del termómetro emocional ciudadano. De esta manera, los discursos obtenidos no solo involucran percepciones individuales sobre lo que sucede en el entorno cercano, sino que incluyen el sentir de la juventud hidalguense en el colectivo. Las razones de este escaso involucramiento político son multifacéticas e incluyen eventos históricos marcados por el uso de la violencia por parte del Estado hacia sus ciudadanos/as. La desesperanza se alza como un muro desvirtuante entre la percepción y la acción; en sus palabras, la violencia ejercida históricamente es mencionada como un recordatorio de todo lo malo que les puede suceder si deciden realizar algún tipo de acción social.

En otro tenor, el consenso en torno a una mala perspectiva política se puede palpar en el elemento más esencial de los procesos dialógicos: el discurso. El análisis crítico del discurso (van Dijk, 2006) permitió identificar cómo los/as jóvenes se ven envueltos/as en la retórica estatal, y hacen extensas las formas de dominación y de poder que el gobierno ejerce sobre sus conciudadanos/as; por ejemplo, mediante el uso del miedo y la represión. Asimismo, se identifica cómo en el nivel micro de estos discursos, la agencia interaccional, se desarrollan intercambios conversacionales similares en torno a la construcción de la perspectiva política y democrática, destacándose: la poca capacidad del gobierno para generar un cambio real; la idea platónica de la transición social para un bienestar común a través del voto; la insatisfacción ante el sistema democrático; los usos de la política en función de beneficios privados, que dejan de lado las necesidades ciudadanas; la poca inclusión e interés de las juventudes por la agencia política y, por ende, su escasa participación activa, entre otras.

Cada una de estas ideas deja al descubierto la grieta de la macroestructura estatal. En este caso, se ve perpetuada la exclusión del Estado hacia las poblaciones más jóvenes, y se observa que aun en su intento por incluir a este sector no sean suficientes para alcanzar la verdadera injerencia y posibilitación de acción-participación. De hecho, pareciera como si se tratara de un *check list*, de un ítem más al orden de lo políticamente correcto, pero con la naturaleza de la exclusión muy presente, haciendo caso omiso a lo que el potencial de la juventud, en cualquier área de estudio, podría brindar en función del diseño y de la implementación de políticas públicas. Dadas las circunstancias descritas, la relación de la juventud con la política parte de una distancia considerable, que resulta coherente e incluso empática. Percibir a una juventud carente de propósitos políticos que les resulten significativos, dificulta la posibilidad de establecer conexión y, en muchos casos, inhibe el impulso de expresarse o de dialogar con los/as actores políticos.

El rápido avance de la tecnología y el acceso casi ilimitado a Internet, hace que nos encontremos, constantemente, bombardeados por una gran cantidad de información proveniente de diversas fuentes, como medios de comunicación, redes sociales, blogs, correos electrónicos, entre otros (Brey, Innerarity & Mayos, 2009). En este escenario, las poblaciones jóvenes se ven mucho más cercanas a informarse sobre cuestiones políticas a través del Internet y, en particular, de las redes sociales. A través de estos medios, se produce una socialización política y la construcción de una cosmovisión con tintes desinformantes, en donde el análisis crítico no es una cualidad del votante en sí, ante la enorme dificultad que supone tratar de filtrar, de seleccionar y de comprender la información relevante entre el mar de datos y de noticias que nos rodea. Las redes sociales, como un distractor y, muchas veces, como un informante errático, edifican nuevas formas de pensar y de enterarse sobre lo político –mediante herramientas como el humor y la sátira–, pero con ese supuesto carácter informativo.

La socialización política, al igual que la socialización cultural, se ve favorecida por la institución familiar, lo que resalta su importancia en la formación de la agencia política. Como señala Ana Salgado (2006), la familia influye en la construcción cultural y política, así como en la idiosincrasia del/la votante. Por lo tanto, no se puede subestimar su papel en la transición y en la inclusión ciudadana.

En cuanto al proceso reflexivo llevado a cabo, los/as participantes comenzaron por aceptar su desconocimiento respecto de cuestiones políticas. No obstante, en el entendimiento de que su tarea primordial, como componente del futuro, es resguardar la idea del cambio social a través de la participación política, acordaron que para que este cambio suceda es primordial estar bien informados al respecto. De este modo, se encuentra sentido en la participación política pese a ser un camino minado de injusticias y de corrupción.

Para finalizar, es evidente que cuando no hay apropiación e identificación simbólica con los elementos que nos conforman es complejo sentirse parte de algo y encontrar la motivación para ser partícipes desde la individualidad y, menos aún, desde la subjetividad social. Los pocos espacios de convivencia, de debate, de politización y de acción real a los que tiene acceso la juventud hidalguense resultan marcos pocos explotados, no solo por el Estado sino también por las instituciones de educación superior de la región. Por tal razón, y como una forma de motivación, se puede incitar a estos dos mecanismos de formación a una revisión concientizada sobre la importancia de brindar a las juventudes ventanas de acción y de inclusión social que permitan transitar a espacios de diálogo, de debate y de politización que induzcan al pensamiento crítico y a un ejercicio de la política mucho más inclusivo.

En muchos países y contextos, la juventud representa una parte significativa de la población y su participación en la política podría tener un impacto sustancial en la toma de decisiones y en la configuración del futuro de una nación. En este sentido, es responsabilidad de todos/as, desde los líderes políticos hasta la ciudadanía en general, reconocer y valorar el papel crucial que desempeña la juventud en la política. Se debe trabajar en forma conjunta para crear oportunidades significativas y para eliminar las barreras que limitan su participación. Solo así podremos construir sociedades más democráticas, inclusivas y resilientes, donde las voces y las aspiraciones de los/as jóvenes sean realmente escuchadas y consideradas.

REFERENCIAS

- Bonilla, E., Del Valle, C. y Martínez, G. (2012). El Grupo de Discusión como generador de discurso social. Aproximaciones teórico-metodológicas. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (22), 101-113. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2012.n22-06>
- Brey, A., Innerarity, D. y Mayos, G. (2009). *La sociedad de la ignorancia y otros ensayos*. Libros Infonomía.
- Carrera Barroso, J. y Castillo Rodríguez, D. (2022). Jóvenes y democracia: percepción de la institucionalidad democrática tradicional en México y América Latina, 2000-2018. En Y. C. González Valecillos y J. C. Luque Brazán (Comps.), *Ciudadanía y procesos subnacionales en América Latina* (pp. 35-52). Feduez.
- Casas Favela, C., Duarte Carranza, J. y Arreola Cháidez, C. (2016). Medios de comunicación: su influencia en las elecciones en Durango. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, (2). <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/331>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2020). Estadísticas de pobreza en Hidalgo. https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Hidalgo/Paginas/Pobreza_2020.aspx
- Cuna Pérez, E. (2012). Apoyo a la democracia en jóvenes estudiantes de la Ciudad de México. Estudio sobre el desencanto ciudadano juvenil con las instituciones de la democracia mexicana. *Polis. Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 8(2), 107-151. <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/polis/article/view/17034/>
- De la Garza, D., Peña, J. y Recuero, F. (2019). Online political participation of young people in Mexico, Spain and Chile. *Comunicar*, 27(61), 83-92. <https://doi.org/10.3916/c61-2019-07>
- Delfino, G. y Zubieta, E. (2010). Participación política: concepto y modalidades. *Anuario de Investigaciones*, (17), 212-220. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369139946011>
- Echeverry Díaz, S. E., Zebadúa Carbonell, J. P. y Chaparro Hurtado, H. R. (2020). Jóvenes y participación política flexible: cooperativismo en tiempos del capital hipermóvil. *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, 18(2), 159-172. <https://doi.org/10.29043/liminar.v18i2.764>
- Gómez, R. (2019). Impacto de las redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (28), 37-55. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2020.28.68479>
- Gravante, T. (2018). Desaparición forzada y trauma cultural en México: el movimiento de Ayotzinapa. *Convergencia- revista de Ciencias Sociales*, (77), 13-28. <https://doi.org/10.29101/crcs.v25i77.9728>
- Hernández, N. (2017). Juventudes, poder y lo político: conceptos en tránsito. *Última Década*, 25(46), 44-70. <https://doi.org/10.4067/s0718-22362017000100044>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., Baptista, P., Méndez, S. y Mendoza, C. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill (Trabajo original publicado en 1991).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). *Encuesta Nacional de Cultura Cívica (ENCUCI) 2020*. <https://www.inegi.org.mx/programas/encuci/2020/>
- Ito, M. y Vargas, B. (2018). *Investigación cualitativa para psicólogos*. Porrúa.

- Jiménez, W. (2012). El concepto de política y sus implicaciones en la ética pública: reflexiones a partir de Carl Schmitt y Norbert Lechner. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, (53), 215-238. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357533685008>
- Karam, T. (2008). Epistemología y comunicación. Notas para un debate. *Razón y Palabra*, (61). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520720007>
- Martínez Vilchis, J. (2013). Juventud y política: fortalecimiento de una democracia incluyente. *Espacios Públicos*, 16(38), 9-21. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67629717002>
- Meixueiro Nájera, G. (8 de diciembre de 2016). Los medios de comunicación y la democracia. Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca (IEEPCO). <https://www.ieepco.org.mx/articulos-opinion/los-medios-de-comunicacion-y-la-democracia>
- Milbrath, L. (1965). Political participation: How and why do people get involved in politics? *American Political Science Review*, 59(4), 1026-1027.
- Montero, M. y Dorna, A. (1993). La psicología política: una disciplina en la encrucijada. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 25(1), 7-15.
- Muñetón, G., Ruiz-Martínez, A. y Loaiza, O. (2017). Toma de decisiones. Explicaciones desde la ciencia aplicada del comportamiento. *Espacios*, 38(13). <https://www.revistaespacios.com/a17v38n13/17381310.html>
- Nussbaum, M. (2014). *Emociones políticas. ¿Por qué el amor es importante para la justicia?* Paidós.
- Rivera, S. (2019). Confianza y participación política en América Latina. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(235), 555-584. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2019.235.65728>
- Sabucedo, J. (1996). *Psicología política*. Vol. 2. Síntesis.
- Salgado, A. (2006). Conceptualización sobre psicología política y una mirada a sus investigaciones durante los últimos años. *Liberabit. Revista Peruana de Psicología*, (12), 95-106.
- Seoane, J. y Rodríguez, A. (1988). *Psicología política*. Pirámide.
- Soriano Cienfuegos, C. S. y Gilas, K. M. (2018). *Proceso electoral*. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/12/5986/11.pdf>
- Taguena Belmonte, J. A. y González García, R. (2018). La participación política de jóvenes universitarios de Hidalgo, México. Posibilidades y tipos. *Ánfora*, 25(45), 219-256. <https://doi.org/10.30854/anf.v25.n45.2018.519>
- Van Dijk, T. (1994). *Discurso, poder y cognición social*. [Conferencia] *Cuadernos*, (2). Maestría en Lingüística. Escuela de Ciencia del Lenguaje y Literaturas.
- Van Dijk, T. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(3), 359-383. <https://doi.org/10.1177/0957926506060250>

APARTADO METODOLÓGICO

APÉNDICE A

Formulario de la encuesta aplicada a los/as estudiantes/as que participaron de la instancia cuantitativa del estudio realizado.

Las preguntas cuyo descriptor final es «modificación» tienen su origen en la ENCUCI; en estos casos, la perspectiva nacional de los ítems originales fue remplazada por la situación local del Estado de Hidalgo.

Las preguntas de creación propia se dependen de las sugeridas en la Sección IV, con la intención de profundizar en los aspectos que influyeron en los/as participantes.

Datos sociodemográficos

Edad (creación propia)

Sexo (creación propia)

Lugar de procedencia (creación propia)

¿Usted tiene credencial de elector vigente? (creación propia)

SECCIÓN IV. Interés y conocimiento sobre asuntos públicos y democracia

1. ¿Qué tan orgulloso (a) está usted de ser hidalguense? (modificación)
2. ¿Qué tan identificado(a) se siente con el lugar en donde vive?
3. ¿Qué tan interesado(a) o preocupado(a) está por los asuntos políticos del Estado? (modificación)
4. Actualmente, ¿cómo se entera de los asuntos políticos del Estado de Hidalgo? (modificación)
5. ¿Usted votó en las elecciones a Gobernador del Estado de Hidalgo de 2022? (creación propia)
6. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la siguiente afirmación?
"Considero que tengo conocimientos y habilidades para participar en actividades políticas, tales como votar, asistir manifestaciones o protestas, postularme para un cargo público, participar en un partido político".
7. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases?
Para gobernar un estado se necesita tener: un líder político fuerte; expertos (salud, economía, etc.); militares; todos participan en la toma de decisiones.
8. ¿Usted sabe o ha escuchado lo que es la democracia?
9. En su opinión, de las siguientes frases ¿cuál es preferible para gobernar un país?
1. La democracia es preferible a cualquier forma de gobierno; 2. En algunas circunstancias, el gobierno no democrático puede ser mejor; 3. Da lo mismo un régimen democrático que uno no democrático.
10. ¿Qué tan satisfecho(a) está con la democracia que tenemos hoy en Hidalgo? (modificación)

SECCIÓN V. Creencias, valores y actitudes

- 11.** En una escala del 1 al 10, donde 1 es nada y 10 es completamente, ¿cuánto confía en la mayoría de las personas?
- 12.** ¿Cuánto confía en la mayoría de las personas que conoce personalmente?
- 13.** ¿Cuánto confía en la mayoría de las personas que viven en su colonia y localidad?
- 14.** ¿Cuánto confía en los servidores públicos o empleados de gobierno?
- 15.** ¿Cuánta confianza tiene en las siguientes instituciones o grupos sociales? Empresarios, ministros religiosos, sindicatos, grupo de vecinos, partidos políticos, universidades públicas, organizaciones sociales, medios de comunicación, jueces, presidencia de la república, policía, Ejército y Marina, Guardia Nacional, senadores y diputados federales, diputados locales, Instituto Nacional Electoral, gobierno del estado, gobierno municipal.
- 16.** Por lo que ha visto o escuchado, ¿con qué frecuencia suceden las siguientes situaciones en el país? 1. Es posible expresar lo que uno piensa; 2. Es posible votar libremente por el partido que se quiera; 3. Es posible practicar de manera pública la religión que uno prefiera.
- 17.** En su opinión, ¿cuál de las siguientes frases se acerca más a lo que usted piensa?
1. Las personas deben obedecer las leyes, aunque sean injustas; 2. Las personas pueden pedir que cambien las leyes si estas no les parecen; 3. Las personas pueden desobedecer la ley si esta es injusta.
- 18.** ¿Qué tanto cree usted en los gobernantes mexicanos (presidente municipal, gobernadores, jefe de gobierno, presidente de la República)?
- 19.** En general, ¿qué tanto cree que se respetan las leyes en México?

SECCIÓN VII. Participación

20. Alguna vez en su vida, ¿ha realizado alguna de las siguientes actividades relacionadas con asuntos públicos? 1. Reunirse con las autoridades firmando alguna petición; 2. Trabajar con otras personas para resolver un problema de la comunidad; 3. Recurrido a un partido político; 4. Participado en una protesta; 5. Bloqueado lugares públicos/carreteras; 6. Firmado una petición para solicitar algún servicio; 7. Pintado bardas o edificios públicos; 8. Buscado apoyo de una organización social.

21. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la siguiente frase?

“El voto sirve para que haya un mejor gobierno”.

22. ¿Usted cree que su voto es secreto o se puede descubrir por quién ha votado?

23. En caso de haber respondido NO, a la mayoría de las actividades anteriores, ¿cuáles son los motivos por los que usted no se ha integrado a estas formas de participación?

1. Falta de información para saber cómo usarlos y/o participar; 2. Implica muchos trámites; 3. Porque es peligroso hacerlo; 4. Falta de tiempo; 5. Desconfianza en las instituciones, personas y organizaciones que los promueven/fomentan; 6. No son efectivos y no sirven para nada; 7. No quiere o no le interesa.

SECCIÓN IX. Representación

24. Para usted como ciudadano, ¿qué es lo más importante? 1. Un estado más justo; 2. Un estado más igualitario; 3. Un país más seguro; 4. Un país con menos pobreza.

25. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases?

1. A las personas del gobierno no les interesa mucho lo que las personas como usted piensan; 2. Las personas como usted no tienen nada que opinar sobre el gobierno; 3. La política algunas veces es tan complicada que las personas como usted no entienden lo que sucede; 4. El voto es la única manera en que las personas como usted tienen para opinar lo que hace el gobierno.

26. ¿Quién representa mejor los intereses de usted? 1. Diputados locales; 2. Legisladores federales; 3. Presidente de la República; 4. Gobernador del estado; 5. Presidente municipal.

27. En su opinión, ¿qué toman más en cuenta los legisladores para elaborar leyes?

1. Intereses de la población; 2. Intereses de los partidos; 3. Intereses del Presidente de la República; 4. Los intereses individuales de los legisladores.

Adicionalmente, se agregaron preguntas a la Sección VI y tres preguntas de creación propia para profundizar en aspectos que influyeron en la intención de voto o en la participación política (convencional, no convencional).

SECCIÓN VI. Relaciones con individuos, asociaciones y poder público

28. Alguna vez en su vida, ¿usted ha participado en alguno de los siguientes grupos o asociaciones? 1. Sindicato; 2. Grupo estudiantil; 3. Asociación profesional; 4. Partido político; 5. Organización religiosa; 6. Organización deportiva; 7. Organización cultural (música, cine, teatro); 8. Asociación de padres de familia; 9. Asociación de voluntariado o beneficencia; 10. Organización de protección de derechos humanos; 11. Organización ambientalista; 12. Organización vecinal o de condóminos; 13. Organización de exigencia de mejor gobierno y servicios públicos

29. Para usted, ¿qué es más importante?

1. Permitir que la gente manifieste su inconformidad, aunque haya actos violentos; 2. Mantener la tranquilidad, aunque la gente no pueda manifestar su inconformidad.

30. ¿Quién considera usted que debe ser el principal responsable de que todas las personas tengan cubiertas sus necesidades básicas? 1. El gobierno; 2. Los individuos; 3. Ambos; 4. Ninguno.

Profundidad en aspectos de influencia en la intención del voto y participación política

31. ¿A través de qué o de quiénes se enteraba usted de las propuestas de los candidatos a gobernador del Estado de Hidalgo? Televisión; radio; redes sociales (internet); artículos, revistas y periódicos; folletos, carteles, conferencias o mitins realizados por los candidatos; videos o audios en alguna plataforma (YouTube o Spotify, por ejemplo); familia; amigos; no me enteraba. (creación propia)

32. ¿Cuáles elementos cree que influyeron para tomar su decisión política en Hidalgo (votar por un partido "x", anular voto, o no votar)? Televisión; radio; redes sociales (Internet); artículos, revistas y periódicos; folletos, carteles, conferencias o mitins realizados por los candidatos; videos o audios en alguna plataforma (YouTube o Spotify, por ejemplo); familia; amigos. (creación propia)

33. Respecto a los siguientes tipos de participación descritos (convencional y no convencional, ¿cómo piensa que es su participación actual en los asuntos políticos del Estado? Participo bastante; participo regularmente; participo poco; no participo. (creación propia)

APÉNDICE B

Caracterización general de los/as estudiantes que participaron en los grupos de discusión 1 y 2 [Figuras 2 y 3].

SUJETO	Identificación	Género	Programa académico	Semestre	Edad	Universidad
1	PG1.1	Femenino	Psicología	3	20	UAEH
2	PG1.2	Femenino	Psicología	6	21	UAEH
3	PG1.3	Femenino	Psicología	6	21	UAEH
4	PG1.4	Masculino	Medicina	6	24	UAEH
5	PG1.5	Masculino	Psicología	4	20	UAEH
6	PG1.6	Femenino	Odontología	5	22	UAEH
7	PG1.7	Femenino	Odontología	5	20	UAEH
8	PG1.8	Femenino	Farmacía	7	22	UAEH
9	PG1.9	Masculino	Medicina	7	23	UAEH
10	PG1.10	Femenino	Psicología	3	19	UAEH

Fuente: elaboración propia

Figura 2

CARACTERIZACIÓN DE LOS/AS ESTUDIANTES QUE PARTICIPARON EN EL GRUPO DE DISCUSIÓN 1.

Fuente: elaboración propia

SUJETO	Identificación	Género	Programa académico	Semestre	Edad	Universidad
1	PG2.1	Masculino	Psicología	6	22	UAEH
2	PG2.2	Masculino	Psicología	6	24	UAEH
3	PG2.3	Masculino	Psicología	6	22	UAEH
4	PG2.4	Masculino	Enfermería	8	22	UAEH
5	PG2.5	Femenino	Enfermería	8	23	UAEH
6	PG2.6	Femenino	Odontología	7	20	UAEH
7	PG2.7	Masculino	Psicología	6	21	UAEH
8	PG2.8	Femenino	Psicología	6	20	UAEH
9	PG2.9	Masculino	Medicina	8	26	UAEH
10	PG2.10	Masculino	Odontología	7	25	UAEH

Fuente: elaboración propia

Figura 3

CARACTERIZACIÓN DE LOS/AS ESTUDIANTES QUE PARTICIPARON EN EL GRUPO DE DISCUSIÓN 2.

Fuente: elaboración propia

NOTAS

- 1 Para estos autores, el ciclo electoral comprende el conjunto de etapas o de fases que se desarrollan de manera periódica en un sistema democrático para organizar, para llevar a cabo y para concluir un proceso electoral. Es decir, el ciclo electoral abarca todo lo que ocurre antes, durante y después de una elección (Soriano Cienfuegos & Gilas, 2018).
- 2 Por ámbito público, se alude a las actividades que implican un impacto directo en sus comunidades o en sus círculos cercanos, en la elección de un representante político (voto) y el ejercicio de sus formas de participación política (formal-informal). Por ámbito privado, se remite a los aspectos formativos de una persona, como la elaboración de opiniones y de criterios personales, y las decisiones diarias que expresan preferencias políticas.
- 3 La encuesta incluye las siguientes secciones: SECCIÓN I. Características de la vivienda sección; II. Identificación de hogares en la vivienda; SECCIÓN III. Integrantes del hogar y características sociodemográficas; SECCIÓN IV. Interés y conocimiento sobre asuntos públicos y democracia; SECCIÓN V. Creencias, valores y actitudes; SECCIÓN VI. Relaciones con individuos, asociaciones

y poder público; SECCIÓN VII. Participación; SECCIÓN IX. Representación; SECCIÓN X. Aspectos sociodemográficos del informante seleccionado.

- 4 Algunos ítems se tomaron en forma textual de la ENCUCI; otros, tuvieron ligeras modificaciones; otros más, fueron de elaboración propia.
- 5 Luego de cada testimonio se indica, mediante la sigla PG, el grupo de discusión en el cual participó el/la estudiante, seguido del número de identificación asignado por el equipo de investigación, la carrera en curso y la edad al momento del estudio. Todos estos datos se encuentran detallados en el Apéndice B.

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/ameli/ameli/journal/371/3715299003/3715299003.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Ivan Reyes-Lovera, Itzia María Cazares-Palacios

Percepciones y discursos sobre política en juventudes universitarias de México
Perceptions and Political Discourses among University Youth in Central Mexico

Revista Argentina de Estudios de Juventud

núm. 19, e088, 2025

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

coordinacion@revistas.unlp.edu.ar

ISSN-E: 1852-4907

DOI: <https://doi.org/10.24215/18524907e088>



CC BY-NC-SA 4.0 LEGAL CODE

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.