



EN OTRO CANAL

La política de la «selfie»:

EL RIESGO DE LA COMUNICACIÓN VACÍA

POR **ARMANDO REYES VIGUERAS**

De visita en un hospital de Oaxaca con las víctimas del descarrilamiento del Tren Interoceánico, un paciente —según la versión oficial— solicitó a la presidenta Claudia Sheinbaum una *selfie*. El hecho provocó un escándalo en medios y redes sociales, donde las acusaciones de haber generado la imagen con inteligencia artificial se cruzaron con la evidencia de que el encuentro efectivamente sucedió.

**SI ANTES SE
ACUSABA A LOS
POLÍTICOS DE
HABLAR MUCHO Y
DECIR POCO, CON LA
REVOLUCIÓN DIGITAL
AHORA COMUNICAN
ESCASAMENTE
Y LO HACEN,
PRINCIPALMENTE,
MEDIANTE SU PROPIA
IMAGEN.**

Más allá de lo anecdótico, la discusión no ha abordado suficientemente la marcada adicción de muchos políticos a este recurso en su afán por

acercarse a un público que se informa, de manera preponderante, a través de plataformas digitales. En una era en la que la popularidad define candidaturas y elecciones, asistimos al abuso de la selfie como herramienta de conexión, lo que deriva en un fenómeno que especialistas califican como «comunicación vacía».

Sin contenido

Muestras claras de este tipo de comunicación son los discursos que carecen de sustancia o propuestas reales, priorizando la imagen, la propaganda o el silencio frente a las problemáticas sociales. Ejemplos sobran: el legislador que difunde una foto con textos como «asistí al evento» o «acompañé en su informe a...», o quienes publican retratos propios bajo el lema «trabajando por México».

La *selfie* —o la evasión— se convierte en una estrategia política deliberada. La falta de información nutre el individualismo y debilita el debate público. Lo que prevalece en la conversación es un uso excesivo de lemas y retórica sin profundidad; un enfoque en el decir que ignora el hacer. Esta estrategia utiliza símbolos emocionalmente cargados, pero carentes de soluciones o compromisos verificables. Si antes se acusaba a los políticos de hablar mucho y decir poco, con la revolución digital ahora comunican escasamente y lo hacen, principalmente, mediante su propia imagen.

Adicción al autorretrato

La clase política nacional muestra una preocupante dependencia de este recurso. Independientemente del partido o cargo, una revisión de sus cuentas permite apreciar el abuso de la herramienta. Un ejemplo es el dirigente nacional del PAN, Jorge Romero Herrera, quien difunde diariamente numerosos mensajes que, aunque presentados como felicitaciones a correligionarios, destacan siempre una selfie del dirigente con el festejado.

La presidenta Sheinbaum también muestra preferencia por este formato, especialmente en sus giras



de fin de semana. El álbum de la página de la Presidencia ofrece un repertorio abundante de estas imágenes. En el PRI también recurren a ello, pese a las mofas en redes tras sus resultados electorales, cuando se decía que sus bancadas eran tan pequeñas que «cabían en una selfie», algo que su dirigente, Alejandro Alito Moreno, ha llevado a otros niveles.

Gobernadores, alcaldes, legisladores y funcionarios de los tres órdenes

de gobierno participan en este juego. El efecto es la sustitución del debate público y la desinformación sobre temas críticos. Al ser la popularidad el objetivo principal, se relega el contenido para priorizar la estética personal. La selfie de Marcelo Ebrard en el funeral de la reina Isabel II, cuando era canciller, ejemplifica cómo se antepone el registro personal a un posicionamiento institucional.

Hemos llegado a un punto en el que, teniendo herramientas para comunicar temas trascendentes en tiempo real, preferimos el ensimismamiento. La comunicación vacía reduce el debate a lo individual, diluye la rendición de cuentas y vulnera el derecho de la ciudadanía a estar informada. Cuando el lenguaje político deja de significar algo concreto, se produce un efecto similar a la censura: lo importante se silencia bajo un exceso de ruido irrelevante. 🗑️

• Mis redes: <https://linktr.ee/areyesvigueras>

Fotografía: X (Twitter)

