



Observatorio de Bienes Comunes: Agua y Tierra

# NOTICIAS QUE ENGAÑAN

## ASÍ SE DISFRAZA LA PROPAGANDA POLÍTICA

Documento de Trabajo 12  
Julio 2025



Este folleto forma parte de la propuesta “Democracia, tenemos que hablar...”, un espacio abierto para la reflexión y la crítica en tiempos de erosión democrática. En el contexto de las elecciones nacionales de 2026 en Costa Rica, esta iniciativa busca fomentar el diálogo colectivo y la reivindicación de las luchas históricas por los derechos de las personas, frente al avance del autoritarismo y el debilitamiento de los valores democráticos.

# Contenido

<b>Lo que parece, no siempre es</b>	<b>2</b>
<b>Antes de empezar</b>	<b>3</b>
<b>¿Qué está pasando?</b>	<b>5</b>
<b>¿Qué es el pseudoperiodismo?</b>	<b>6</b>
<b>¿Cómo reconocer un publibreportaje disfrazado?</b>	<b>7</b>
<b>Nuevos riesgos, nuevas trampas</b>	<b>12</b>
<b>¿Qué hacer frente a estos riesgos?</b>	<b>14</b>
<b>Titulares: el primer anzuelo</b>	<b>15</b>
<b>¿Qué podemos hacer?</b>	<b>17</b>
<b>¿Por qué esto debilita la democracia?</b>	<b>18</b>
<b>Defender el periodismo es defender la democracia</b>	<b>20</b>
<b>2026: elegir en medio del ruido digital</b>	<b>21</b>
<b>Glosario para entender el pseudoperiodismo político</b>	<b>23</b>
<b>Lecturas recomendadas</b>	<b>26</b>



## Lo que parece, no siempre es

Vivimos rodeados de noticias, videos, entrevistas y reportajes que llegan a nuestros teléfonos todos los días. Todo parece profesional, bien hecho, creíble. Pero muchas veces, lo que se nos presenta como “periodismo” es en realidad propaganda disfrazada. Son contenidos que buscan emocionarnos, convencernos o hacernos votar por alguien, sin decirnos toda la verdad.

Este folleto es una invitación a abrir los ojos, a hacer preguntas incómodas y a defender nuestro derecho a estar bien informados. Porque sin información honesta, la democracia se vacía por dentro.

# Antes de empezar: el sesgo de confirmación y el desafío de informarse críticamente

Antes de analizar los contenidos que consumimos, es importante reconocer un fenómeno psicológico que nos afecta a todas las personas: el sesgo de confirmación. Este sesgo es la tendencia a buscar, interpretar y recordar la información de manera que confirme nuestras creencias previas. Nos hace más propensos a aceptar sin cuestionar lo que refuerza nuestras ideas, y a rechazar automáticamente lo que las pone en duda.

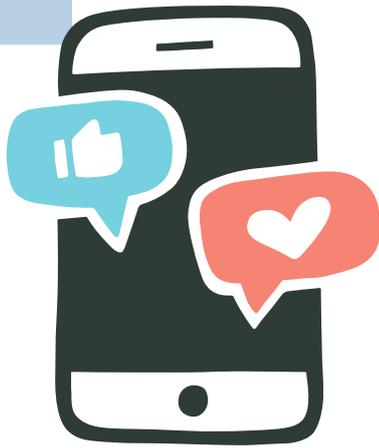
En tiempos de polarización y sobrecarga informativa, este sesgo puede volvernos vulnerables a la manipulación. Por eso, ser consumidores críticos de información requiere una actitud activa:

- **Estar dispuestos a cuestionar nuestras certezas.**
- **Escuchar puntos de vista distintos al propio.**
- **Verificar fuentes, incluso cuando la noticia “nos conviene”.**
- **Reconocer cuándo una emoción (indignación, euforia, miedo) está guiando más nuestra reacción que los hechos.**

Recomendaciones para mantener una mente abierta:

- **Preguntate: ¿qué pasaría si esta información fuera falsa o incompleta?**
- **Conversá con personas que piensan distinto sin buscar “ganar” la discusión.**
- **Practicá la duda saludable: no todo es blanco o negro.**

Una ciudadanía crítica empieza con una autocrítica saludable. Reconocer nuestros sesgos es parte de la defensa activa de la democracia.



## ¿Qué está pasando?

Vivimos en un tiempo donde la política se comunica más por imágenes y emociones que por ideas. En este contexto, vemos cada vez más reportajes “periodísticos” sobre figuras políticas que parecen más una vitrina de imagen que un ejercicio informativo. Se presentan como investigaciones, pero en realidad funcionan como publisreportajes encubiertos: no cuestionan, no contrastan, no informan... solo promueven.

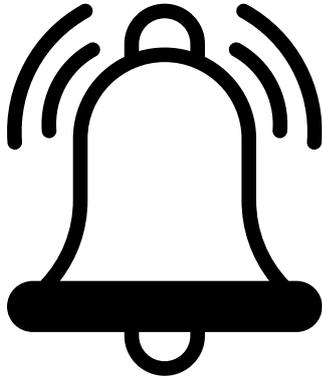
Esto plantea una pregunta urgente: **¿cómo podemos distinguir entre periodismo y propaganda en tiempos donde todo parece profesional, emotivo y convincente?**



# ¿Qué es el pseudoperiodismo?

El pseudoperiodismo utiliza las formas del periodismo (entrevistas, crónicas, reportajes) pero sin su contenido ético ni metodológico. Es una simulación del periodismo que responde a intereses políticos, económicos o ideológicos, y que busca influir en la opinión pública a través de la apariencia de objetividad.

No es un error ni una mala práctica: es una estrategia comunicacional que busca legitimar discursos políticos sin pasar por el escrutinio público.



## ¿Cómo reconocer un publirreportaje disfrazado?

En apariencia, se ven como reportajes profesionales: buena edición, música inspiradora, imágenes bien cuidadas. Pero debajo de esa presentación atractiva, el contenido funciona como propaganda. Aquí te compartimos algunas pistas clave para identificar cuándo un contenido no está hecho para informar, sino para persuadir políticamente:

**No hay preguntas incómodas:** Cuando el periodista se limita a escuchar, afirmar o hacer preguntas obvias (“¿cómo ha logrado tanto en tan poco tiempo?”), estamos frente a una entrevista complaciente. El periodismo serio interroga al poder, incomoda, cuestiona.

📌 *Ejemplo:* En lugar de preguntar sobre una denuncia concreta, el entrevistador guía al político a hablar de sus “logros” sin profundizar en ningún tema crítico.

**Todo se basa en emociones, no en datos:** El contenido apela a lo emocional: muestra al político llorando, abrazando a personas vulnerables, caminando por su barrio. Sin embargo, no se presentan datos verificables sobre sus acciones o decisiones.

📌 *Ejemplo:* Se habla de “haber mejorado la educación”, pero no se menciona ninguna cifra ni fuente que lo respalde.

## **El político es presentado como héroe o víctima:**

Este tipo de contenido refuerza estereotipos: el político aparece como un “salvador del pueblo”, una “persona humilde que viene desde abajo”, o como alguien que “sufre ataques injustos” por decir la verdad. Esto desactiva el pensamiento crítico y busca crear identificación emocional.

 Ejemplo: Un video que muestra al candidato visitando a su madre enferma, acompañado de frases como “nunca se olvidó de sus raíces”.

## **No hay voces diversas ni opiniones contrastantes:**

El reportaje gira completamente en torno al político. No se escucha a personas afectadas por sus decisiones, ni a voces críticas o expertas que puedan matizar sus afirmaciones.

 Ejemplo: Si se habla de un proyecto polémico, solo se muestra al político defendiéndolo, sin incluir a la comunidad o a especialistas que tengan otra visión.

## **Producción cuidada como un spot publicitario:**

Música de fondo emocional, tomas con drones, edición que busca conmover. El formato se parece más a un anuncio de campaña que a un trabajo de investigación periodística.

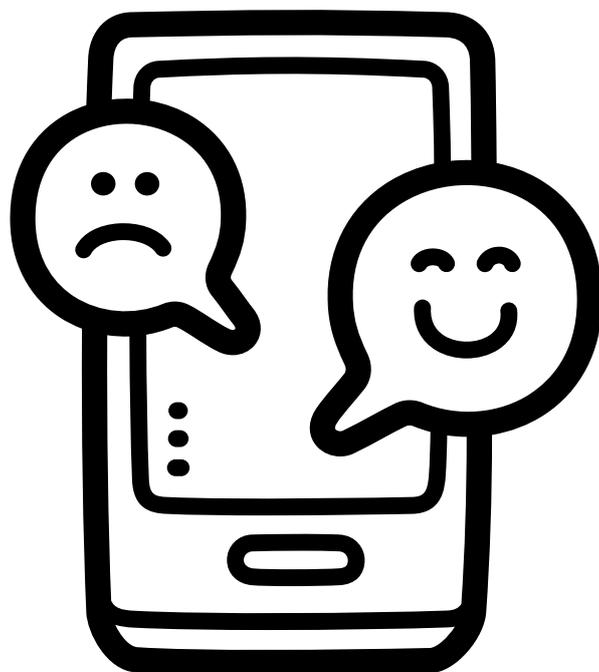
📌 Ejemplo: Un video con frases motivacionales tipo “el cambio ya empezó” y planos de gente aplaudiendo, sin explicar nada concreto.

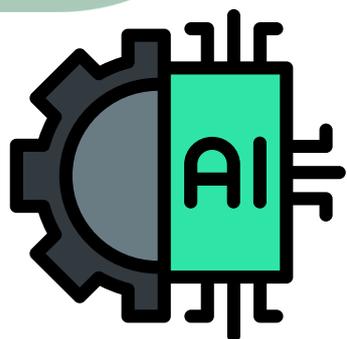
## **Medios con vínculos políticos o económicos claros:**

A veces el contenido es producido por páginas o canales que aparentan ser medios, pero en realidad funcionan como aparatos de comunicación de partidos, consultoras o figuras políticas. Revisar quién financia o produce el contenido es clave para entender sus intereses.

📌 Ejemplo: Canales en redes sociales que publican solo contenido favorable a ciertos políticos, sin transparencia sobre su financiamiento.

Aprender a detectar estas señales nos ayuda a no caer en trampas mediáticas. La diferencia entre un reportaje periodístico y una pieza de propaganda puede estar en los detalles, pero sus efectos sobre la democracia son enormes.





## Nuevos riesgos, nuevas trampas: lo que hoy amenaza la verdad

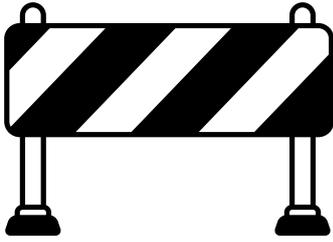
Además del pseudoperiodismo, hoy enfrentamos riesgos crecientes que complejizan aún más nuestro derecho a estar bien informados:

**Alteración de fuentes:** Videos, documentos o declaraciones pueden ser manipulados digitalmente para cambiar su sentido o contexto. Una noticia verdadera puede transformarse en desinformación con solo editar una frase o cortar un fragmento.

**Fabricación de contenidos con inteligencia artificial (IA):** La IA permite crear imágenes, audios y videos falsos (deepfakes) que imitan voces o rostros con alta precisión. Esto puede usarse para inventar hechos, fingir declaraciones o construir relatos completamente ficticios.

**Troles y granjas de contenido:** Existen cuentas falsas organizadas para inflar publicaciones, manipular algoritmos y generar tendencias. No reflejan la opinión pública real, pero logran instalar ciertos temas o figuras en la agenda digital.

**Medios “alternativos” con fachada de independencia:** Surgen sitios o canales que se presentan como independientes o críticos, pero que producen y difunden sistemáticamente noticias falsas, teorías conspirativas o discursos de odio. Su apariencia informal les da credibilidad ante públicos desconfiados de los medios tradicionales.



## ¿Qué hacer frente a estos riesgos?

No compartás información sin verificar.

Buscá medios con trayectoria y compromiso ético.

Ejercé el pensamiento crítico y conversá con otras personas sobre lo que ves y lees.

Preguntate: ¿a quién beneficia que esto sea verdad o mentira?

La verdad también se defiende. No basta con no mentir: necesitamos construir entornos informativos más honestos, plurales y bajo vigilancia ciudadana activa.

# Titulares: el primer anzuelo

Los titulares no son solo resúmenes de la noticia: son herramientas poderosas para captar atención, orientar interpretaciones y muchas veces manipular emociones. En segundos, un titular puede instalar una idea, reforzar un prejuicio o inducir al clic sin que leamos más allá.

## **Titulares emocionales o sensacionalistas:**

Exageran el contenido real, apelan al escándalo, a la sorpresa o al miedo.

📌 *Ejemplo:* “¡Explota la interna del partido X!” cuando en realidad se trata de un desacuerdo menor.

**Titulares que afirman sin evidencia:** Presentan como hechos lo que son conjeturas o afirmaciones de una sola fuente.

📌 *Ejemplo:* “Gobierno abandona a los productores” sin citar datos, informes ni versiones oficiales.

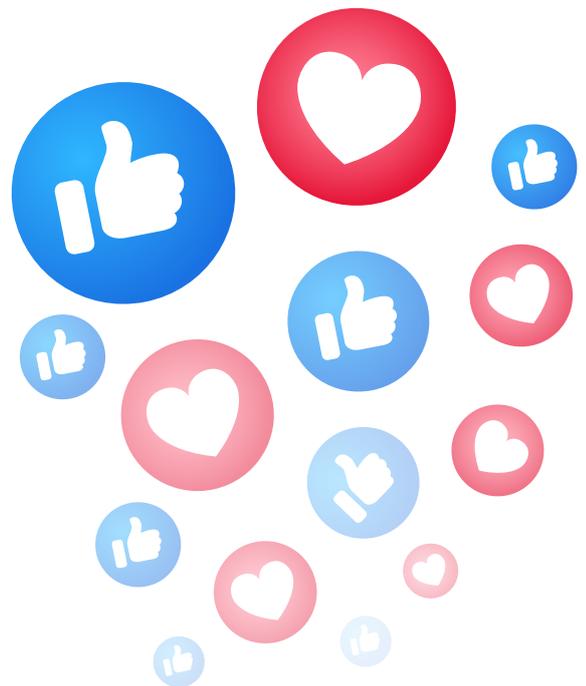
## Titulares en forma de pregunta o con dobles sentidos

Parecen inofensivos, pero insinúan una sospecha sin hacerse responsables de la afirmación.

📌 **Ejemplo:** “¿Está el alcalde detrás del escándalo?”

**Titulares que encuadran ideológicamente**  
**Utilizan adjetivos o palabras cargadas de valoración: “militantes radicales”, “pacíficos ciudadanos”, “política populista”.**

📌 **Ejemplo:** “Una turba de manifestantes bloquea el desarrollo económico” vs. “Vecinos protestan por falta de consulta”.



# ¿Qué podemos hacer?

- Leer más allá del titular.
- Comparar cómo diferentes medios titulan la misma noticia.
- Preguntarse: ¿qué efecto busca este titular en mí?

El titular puede ser una pista de si el contenido busca informar, manipular o vender una idea. Estar alerta a cómo se titula es una herramienta fundamental del consumo crítico de información.

# ¿Por qué esto debilita la democracia?

El periodismo cumple una función vital en una democracia: informar con honestidad, servir de contrapeso al poder, visibilizar conflictos y voces diversas. Cuando en lugar de eso se convierte en una plataforma de promoción, deja de cumplir su rol y pasa a ser parte del problema.

El pseudoperiodismo alimenta la desinformación, reduce el debate público a slogans y reproduce narrativas que no pueden ser cuestionadas. Así, debilita la capacidad de la ciudadanía para tomar decisiones conscientes.

## Actividad para reflexionar en grupo o en aula

Te proponemos ver un video, entrevista o “reportaje” reciente de algún político en medios tradicionales o plataformas digitales. Luego, conversá en grupo o escribí tus reflexiones respondiendo estas preguntas:

1. ¿Quién hace las preguntas? ¿Hay algún momento incómodo o crítico?
2. ¿Se presentan datos verificables o todo es basado en opinión y emoción?
3. ¿Se escuchan otras voces además del político? ¿Hay contraste de versiones?
4. ¿Qué sensaciones te genera el contenido? ¿Estás siendo informado/a o persuadido/a?

# Defender el periodismo es defender la democracia

Una democracia saludable necesita ciudadanos informados, medios independientes y políticos que rindan cuentas. Identificar el pseudoperiodismo es el primer paso para proteger nuestro derecho a una información honesta y plural.

Por eso, en esta sección seguimos preguntando:

**¿Qué tipo de comunicación política estamos consumiendo? ¿Qué democracia estamos construyendo?**

# 2026: elegir en medio del ruido digital

La campaña electoral de 2026 en Costa Rica no se juega solamente en las urnas, sino en los algoritmos, las pantallas y los hilos de redes sociales. En un escenario cercado por la desinformación, las granjas de troles, los publisreportajes encubiertos y el uso masivo de tecnologías como los deepfakes, las fronteras entre verdad, espectáculo y manipulación se vuelven cada vez más difusas.

Este contexto nos exige algo más que indignación: nos llama a construir colectivamente herramientas de defensa. No basta con saber que existen noticias falsas o medios sin ética; necesitamos espacios para analizar críticamente la información, debatir nuestras diferencias y fortalecer una cultura política basada en la honestidad y la pluralidad.

Frente al avance de tendencias autoritarias que se nutren del ruido y el engaño, defender el derecho a una información veraz y contrastada se vuelve una tarea urgente. En este sentido, el desafío no es solo individual, sino colectivo: debemos reapropiarnos de las preguntas, del pensamiento crítico y del diálogo, como formas de cuidar lo común y sostener las bases de una democracia viva.

# Glosario para entender el pseudoperiodismo político

 **Periodismo:** Actividad profesional que busca informar de manera veraz, equilibrada y ética sobre hechos de interés público. Su función democrática es vigilar al poder, dar voz a diferentes sectores y fomentar el debate informado.

 **Pseudoperiodismo:** Contenido que imita las formas del periodismo (entrevistas, reportajes, crónicas), pero sin su rigor ético ni metodológico. Se disfraza de información, pero en realidad busca persuadir, manipular o promover a actores políticos o ideológicos.

 **Propaganda:** Estrategia de comunicación que busca influir en las creencias o comportamientos de las personas mediante el uso selectivo o manipulador de la información. En política, suele estar diseñada para favorecer a una figura o grupo, sin espacio para la crítica.

 **Sesgo de confirmación:** Tendencia psicológica a preferir información que refuerce nuestras creencias previas, y rechazar la que las contradice. Afecta nuestra capacidad de análisis crítico y nos hace más vulnerables a la manipulación informativa.

  **Verificación de fuentes:** Proceso de comprobar si una información proviene de una fuente confiable, si está respaldada por evidencia y si ha sido contrastada con otras versiones. Es un principio básico del periodismo profesional.

 **Publirreportaje:** Contenido producido para promocionar una persona, marca o idea, pero que se presenta con la estética de una nota periodística. En política, es una forma encubierta de hacer campaña sin declararlo.

 **Granjas de contenido:** Redes organizadas de cuentas (reales o falsas) que coordinan la difusión masiva de mensajes para manipular la agenda pública, inflar tendencias o desinformar. A menudo operan al margen de toda regulación.

 **Deepfake:** Contenido audiovisual generado con inteligencia artificial que imita rostros, voces o movimientos de personas reales. Puede usarse para falsificar declaraciones o situaciones, afectando la credibilidad de la información.

 **Opinión pública:** Percepción colectiva sobre un tema, construida a partir de la información disponible, las experiencias sociales y las emociones. Es moldeable y puede ser influenciada por campañas de desinformación.

 **Contrapeso al poder:** Papel que cumple el periodismo (y otras instituciones democráticas) al vigilar las acciones de los gobiernos, empresas o actores poderosos. Evita abusos, fomenta la transparencia y protege el interés público.

 **Entrevista complaciente:** Entrevista en la que no se cuestiona al entrevistado, se evitan temas incómodos y se refuerza su imagen sin crítica. Es una señal clara de pseudoperiodismo.

 **Datos verificables:** Información cuantitativa o cualitativa que puede ser comprobada con fuentes confiables y contrastada con otras versiones. Son la base del periodismo riguroso y del pensamiento crítico.

## Lecturas recomendadas

1. Burgos, Matías. (2018). La posverdad como síntoma político: Una aproximación desde el psicoanálisis y la filosofía política. *Revista de Filosofía*, Universidad de Chile, (74), 63–82.

<https://revistadefilosofia.uchile.cl/index.php/RDF/article/view/51433/53746>

2. González, Daniel. (2019). Mentira, ficción y posverdad: De la desinformación al espectáculo político. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 1(3), 54–72.

[https://revistas.iberomx.comunicacion/articulo\\_detalle.php?id\\_volumen=3&id\\_articulo=126](https://revistas.iberomx.comunicacion/articulo_detalle.php?id_volumen=3&id_articulo=126)

3. Reygadas, Luis. (2021). El nuevo autoritarismo: Notas sobre poder, verdad y conflicto en América Latina. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 66(242), 157–188.

<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2021.242.78682>

4. Araujo, Kathya. (2018). Democracia y desafección en América Latina: Los límites del orden liberal. *Revista Colombiana de Sociología*, 41(1), 129–150.

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/67294/66274>

5. Zallo, Ramón. (2020). La política mediática en la era del espectáculo: Populismo, redes y gobernanza digital. *Revista Telos*, (112).

<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero112/politica-mediatica-en-la-era-del-espectaculo/>

6. Canel, María José. (2016). Comunicación política en la era de la emocionalidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 1234–1251.

<https://www.revistalatinacs.org/071/paper/1134/63es.html>

# ¿Qué es el Observatorio de Bienes Comunes: Agua y Tierra?

El Observatorio de Bienes Comunes: Agua y Tierra es un esfuerzo más de articulación entre el Programa Kioscos Socioambientales y el CIEP que tiene como propósito contribuir en la problematización del contexto que nos interpela a todos y todas desde esta perspectiva, a través de la generación de información y espacios de diálogo sobre las dimensiones y relaciones presentes en los conflictos socioambientales relacionados al origen, propiedad y gestión de los bienes comunes.

Pretende a través de monitoreos, campañas, talleres en comunidades, articulación con proyectos similares de acción social e investigación, generar información oportuna y vínculos de articulación para evidenciar el estado de los bienes comunes en Costa Rica, y favorecer una mayor conciencia sobre los desafíos que representa la gestión democrática de estos bienes para nuestra sociedad.

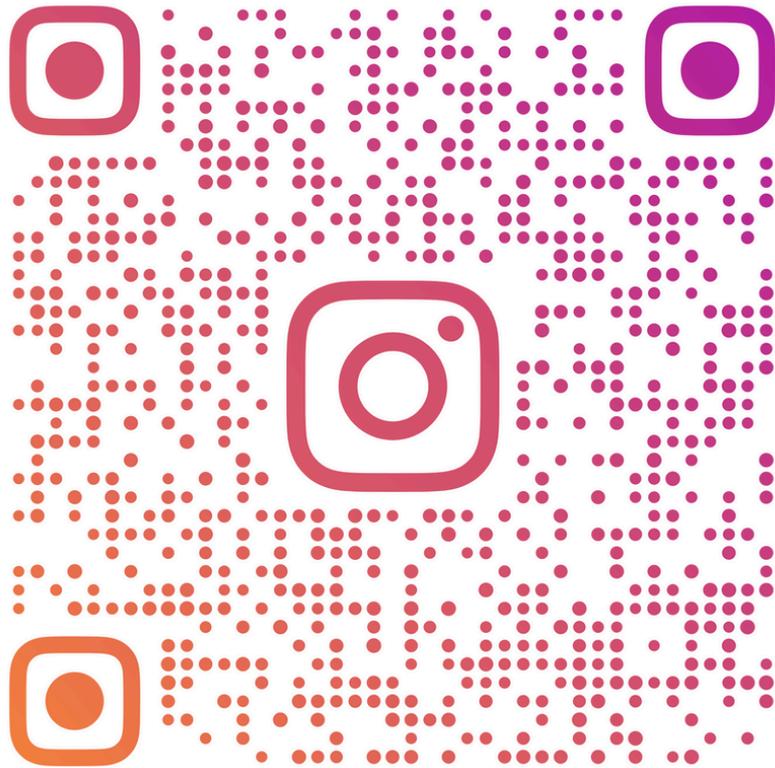
## CONTACTO

observatoriobienescomunes@gmail.com

## NUESTRO SITIO WEB



# SÍGUENOS



OBSERVATORIO DE BIENES COMUNES

