

Análisis de contenido de las noticias falsas
Caso: proyecto devalorización Alcaldía de Rionegro 2018

Presentado por:
Diego Alberto Mora Ariza
Código: 201710017171

Estudio de caso

Asesor
Mario Enrique Vargas Sáenz; PhD

Universidad EAFIT

Escuela de Administración
Maestría en Gerencia de Empresas Sociales para la Innovación Social y el
Desarrollo Local

Febrero de 2018

Rionegro - Antioquia

Análisis de contenido de las noticias falsas. Caso: proyecto de valorización Alcaldía de Rionegro 2018.

Diego Alberto Mora Ariza
damoraa@eafit.edu.co

"La esencia de la verdad es la verdad de la esencia". (Heidegger)

Resumen: Uno de los mayores retos que tendrán que enfrentar los profesionales en comunicación es el manejo de crisis en las instituciones debido a la proliferación de noticias falsas que afectan la imagen y posicionamiento de su gestión. Este fenómeno es cada vez más frecuente gracias a la masificación mediática que permiten las nuevas alternativas tecnológicas a las que la población tiene acceso y de una desenfadada producción de información poco veraz y malintencionada.

Esta investigación pretende realizar un análisis cualitativo y teórico del impacto de las noticias falsas generadas en torno al proyecto de valorización de Rionegro (Antioquia) dado a conocer en el año 2018 y cómo afecta la percepción de la gestión y la imagen de la administración municipal. Por medio de diferentes herramientas de análisis comunicacional se propone identificar, describir y caracterizar el impacto y la correlación entre noticias falsas y la imagen de gestión de gobierno.

Palabras clave: Noticias falsas, información, Rionegro, fake news, posverdad.

Introducción

Las fake news (noticias falsas) no son un fenómeno propio de nuestra época si se tiene en cuenta que la mentira y la falsedad en los argumentos son tan arcaicos como el lenguaje mismo. A través de la historia se puede identificar la mentira y la disrupción propositiva del lenguaje como causa de alteraciones en la forma en que se interpreta la realidad. Existen dos planteamientos imprescindibles para comprender la relevancia de la mentira en la construcción histórica de la realidad; la primera es atribuida a Joseph Goebbels, ministro para la ilustración pública y propaganda de Adolf Hitler, que afirmaba: “una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad”. La segunda corresponde al escritor George Orwell: “la historia la escriben los vencedores”. Estos son dos ejemplos de la experticia que han asumido quienes se dedican a la manipulación mediática frente a la importancia de falsear la realidad en la construcción de un pensamiento colectivo; sin embargo, aunque estos autores son recientes podríamos rastrear ciertos ejemplos de posverdad en la historia donde, por ejemplo, durante las primeras décadas era común que los recién bautizados como cristianos eran perseguidos debido a falsas noticias o rumores que decían que estos practicaban incesto, infanticidio y canibalismo. También se puede citar el conocido caso del gran filósofo del pensamiento griego, Sócrates, que muere condenado a beber la cicuta cuando se enfrenta en un juicio a los sofistas fruto de las constantes acusaciones que les hacía por ellos degradar la verdad conforme a ciertos intereses políticos y económicos de la época. También se habla de que Nerón fue el causante del Gran Incendio de Roma y que para desviar los señalamientos del pueblo, sobre él, generó diversos rumores y logró que los cristianos aparecieran como culpables frente a la opinión pública. Todas estas prácticas anteriormente mencionadas eran difundidas oralmente, sin embargo, también hay evidencia de que en el siglo XVII era frecuente en Francia que se distribuyeran panfletos impresos que tenían como fin desinformar. De los más conocidos se

tienen los libelos que eran dirigidos para atacar al cardenal Mazarino y sus políticas, esto último lo cuenta de una manera más detallada Linda Kiernan en su habitual columna en The Independent.

Las definiciones paralizan y cada época tiene términos que se van poniendo en boga con el fin de ir describiendo sucesos propios de cada tiempo, aunque estos no sean nuevos en la sociedad; por eso al hacer un rastreo del término “fake news” se pueden deconstruir las definiciones adoptadas por diferentes expertos y concluir que, aunque sea variado el aporte desde la academia o la opinión pública, la noción a la que se refieren guarda la misma esencia. Uno de los posibles inicios del término puede darse en el 2005, cuando el comediante Stephen Colbert, propuso “que lo importante no era la verdad, sino lo que llamó *truthiness*, la condición de creer que algo es verdadero” (Mansilla, 2017, p. 200). La Fundéu BBVA recomienda el uso de la expresión, no como “noticias falsas” sino como “noticias falseadas” ya que el adjetivo <<falseado>> sugiere adulteración y/o corrupción premeditada; el Diccionario Cambridge define el término “noticias falsas” como “historias falsas que parecen ser noticias, difundidas en internet o usando otros medios, generalmente creadas para influir en las opiniones políticas o como una broma”. Esta definición sugiere la relevancia de los tiempos modernos para la adopción de las noticias falsas posibles en un medio virtual fundamentado en internet para su difusión. Vale la pena también mencionar el comentario que hace el Diccionario Cambridge sobre el posible riesgo que representan las noticias falsas en los resultados electorales. El Diccionario Collins también aporta a la definición de las noticias falsas de la siguiente manera: “información falsa, a menudo sensacional, diseminada bajo la apariencia de informes de noticias”. Jonathan Albright, profesor de la Universidad de Columbia, las define como: “un contenido que puede ser viral y que muchas veces está sacado de contexto. Está relacionado con la desinformación y la propaganda, y se asemeja a un engaño intencional”. Como ya se

mencionó son diferentes las definiciones y al hacer la deconstrucción del término todas tienen las mismas nociones sobre las “fake news”. Según Marc Amoros (2008) en su libro *Fake News: la verdad de las noticias falsas*, el término “fake news” ganó importancia en la opinión pública con el triunfo de Trump - quien, según el autor, es uno de los mayores impulsores del término “fake news” pero a su vez es uno de sus grandes generadores desde su gobierno y aliados – y con el Brexit porque los periodistas y especialistas comenzaron a analizar la importancia del concepto en las elecciones y en la generación de opinión pública; tanto es que el término de búsqueda “fake news” aumentó en Google 365% en el año 2017.

El éxito de las noticias falsas, que en muchos casos se relaciona con el término de “posverdad” – definido en algunas ocasiones como mentira emotiva que describe la distorsión deliberada de una realidad –, es que apelan al sentimiento de las personas y las hacen reafirmar sus opiniones personales, tienen como mayor canal de comunicación internet, ya que son las redes sociales y la facilidad de crear contenido en red las que permiten que surjan diferentes fuentes oficiales como no oficiales que estén constantemente tergiversando la realidad a través de la emisión de contenidos que apelan a la emotividad y ganan una mayor probabilidad de ser compartidos. Amoros (2008) expresa en su libro, que una noticia falsa tiene una probabilidad del 700% de ser compartida más que una noticia veraz. También plantea su preocupación ya que se estima que en el 2022 la mitad de las noticias producidas en el mundo serán falsas, lo que implica un reto para los académicos, líderes de opinión, empresas y gobiernos a la hora de construir información veraz y positivista del mundo. Tanto es que recientemente se ha estado acuñando un término entre cibernautas y expertos en comunicación y es el denominado “infocalipsis” que se describe como un posible punto en que la calidad de las noticias será tan malas que arruinarían el sistema político y social ya que las personas solamente estarán buscando información que vaya acorde a sus creencias; término que se ve reforzado por

el análisis que hace Amoros del algoritmo de las redes sociales, que según él está polarizado porque los resultados de búsqueda del usuario están relacionados con sus propias orientaciones ideológicas, ya que la finalidad de las redes sociales es comercial y necesitan siempre mostrar información asociada al pensamiento del usuario para que este permanezca en ellas y así monetizarlas mucho más. Lo que importa es el tráfico web, no la realidad ni la veracidad de la información, actualmente pareciera que estemos corriendo un riesgo incalculable de una apatía a la realidad. Para estos casos vale la pena citar a Victor Hugo cuando afirma que “La verdad es como el sol, lo hace ver todo y no se deja mirar”.

Este análisis, en el que la situación de estudio que se propone, desde su estructura y contenido, será cómo las noticias que circularon en en Rionegro (Antioquia) sobre el proyecto de valorización de la administración municipal en el año 2018 afectaron la imagen de la gestión del gobierno. Se realizará un ejercicio comparativo y descriptivo para caracterizar los impactos de las noticias falsas en la imagen de la administración municipal.

Topología y estructura de una noticia falsa

Desde que el término “fake news” se comenzó a usar en la opinión pública y se hizo una reflexión como sociedad sobre la importancia de combatirlas desde las posturas de académicos como Claire Wardle y Jonathan Albright o desde movimientos políticos de gran relevancia a nivel mundial como el Brexit o la elección de Donald Trump, han surgido diferentes estrategias que van desde algoritmos avanzados que evitan la propagación de estas, hasta reglamentación y legislación del contenido en internet. Este artículo propone metodologías y estrategias desde la comunicación que permitan identificar la estructura de una noticia falsa, su lógica subyacente y su impacto en la imagen colectiva de la gestión de una administración pública, por lo que se ignoraran los

algoritmos presentados por diferentes compañías tecnológicas y las propuestas de reglamentación y legislación hechas por diferentes instituciones o gobiernos.

Se tendrá en cuenta es el objeto o la clasificación dentro de la cual pueden estar las noticias falsas que circulan a diario por diferentes medios. Claire Wardle (2017) definió todo el entorno de las fake news de desinformación como la “creación y difusión deliberada de información que se sabe es falsa”, haciendo una comparación y diferenciación importante frente a la información errónea, que es una difusión involuntaria de información falsa. Wardle expone en un artículo en First Draw las siete categorías donde se evalúa el grado de intención de engaño deliberado que lleva la noticia falsa:

- Sátira o parodia: no pretende causar daño por posiblemente engaño.
- Contenido engañoso: uso engañoso de información para incriminar a alguien o algo.
- Contenido impostor: cuando se suplanta fuentes genuinas.
- Contenido fabricado: contenido nuevo que es predominantemente falso, diseñado para engañar y perjudicar.
- Conexión falsa: cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido.
- Contexto falso: cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa.
- Contenido manipulado: cuando información o imágenes genuinas se manipulan para engañar.

Estos 7 tipos de información errónea y desinformación servirán en este trabajo para conocer la generalidad propia de cada noticia falsa, Sin embargo, se plantea junto a estas siete características realizar una correlación con la motivación que surge detrás de cada estructura de noticia falsa; Wardle se remite a Eliot Higgins y su planteamiento sobre las

cuatro “P” que motivan la creación de las noticias falsas – las cuales son pasión, política, propaganda y pago -, aunque Wardle propone que no son cuatro sino ocho, las cuales son: periodismo deficiente, parodia, provocación, pasión, partidismo, provecho, poder y propaganda. Estas motivaciones se relacionan de manera general y pretenden dar una idea de correlación entre motivaciones y tipos de noticias falsas:

Tabla 1: 8 “p”

	Sátira	Conexión falsa	Contenid engñoso	Contenido falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado
Periodismo deficiente		Aplica	Aplica	Aplica			
Parodia	Aplica				Aplica		Aplica
Provocación					Aplica	Aplica	Aplica
Pasión				Aplica			
Partidismo			Aplica	Aplica			
Provecho		Aplica			Aplica		Aplica
Poder			Aplica	Aplica		Aplica	Aplica
Propaganda			Aplica	Aplica	Aplica	Aplica	Aplica

Fuente: FirstDraft – elaboración propia

Desde este soporte teórico y con base en el análisis de las noticias falsas en general, se propone la siguiente estructura para definir una aproximación conceptual a la arquitectura o topología de una noticia falsa; esta propuesta está sustentada y fuertemente relacionada con el término “posverdad” entendido como toda información o aseveración que no está basada en hechos objetivos, sino que apela a las emociones, creencias o deseos del público. El término posverdad juega un papel crucial en la difusión de noticias falsas según el filósofo

americano Grayling (2017) quien sostiene que estas noticias sobreponen la subjetividad cognitiva y emotiva de los seres humanos frente a los hechos y hace que lo que importe en la noticia es el sentimiento del lector o del público frente a esta y no realmente su contenido. Esta, aunque pareciera una postura propia del posmodernismo, es una constante que se analizó en este trabajo a la hora de identificar patrones propios de las noticias falsas y es que la mayoría de las noticias analizadas (67) acudían a la generación de sentimientos fuertes a través de términos que evocaban a la indignación del lector una vez leída la noticia.

La arquitectura propuesta entonces será la siguiente:

- Título alarmante.
- Datos o cifras inciertas.
- Fuentes dudosas.
- Apelación a subjetividades y emociones.
- Una sola mirada de los hechos.
- No citación a expertos.
- Alteración conveniente de un contexto.

Con base en esta arquitectura se propone realizar el análisis de caso de las noticias falsas en Rionegro y posteriormente se proponen alternativas para su manejo e identificación.

Análisis de caso: noticias falsas en Rionegro asociadas al tema de la valorización y cómo manejarlas en un contexto comunicacional y administrativo.

A continuación se presentarán algunos ejemplos de publicaciones sobre la valorización en Rionegro, las cuales presentan alguna o varias características de noticias falsas. Es importante este análisis porque se pretende emitir un juicio comparativo con lo dicho en la fuente, sea esta o no confiable, con la realidad de la reglamentación propuesta en la valorización. A continuación, entonces, se detallan diferentes ejemplos que servirán de manera ilustrativa a nuestro propósito académico.

En una columna publicada por Adriana Arcila en el medio digital Las 2 Orillas el 25 de noviembre de 2018, se emiten ciertas críticas y cuestionamientos sobre el proyecto de valorización en Rionegro; sin embargo, después de una identificación de la estructura de la columna y su contenido se ha podido establecer que cumple con ciertos rasgos característicos y propios de una noticia falsa de los que habla Claire Wardle, esto sin asegurar que el medio en el cual fue publicado sea identificado como generador y difusor de información falsa.

Lo primero es que la columnista titula de forma alarmante: “El alcalde que tiene encendido a Rionegro por la valorización” y apela a la emotividad del lector, con el subtítulo, emitiendo juicios de valor sobre el alcalde que nada tienen que ver con el proyecto de valorización que se pretende cuestionar: “Andrés Julián Rendón era un desconocido político del CD hasta este noviembre cuando llegaron los recibos con exorbitantes valores que golpean incluso a la familia Uribe Vélez”. Lo anterior dista de la realidad observada en las encuestas realizadas en Rionegro por Anova Soluciones Estadísticas, en las que se observa una aprobación a la gestión del alcalde del 65,3% a octubre de 2018. Además, al calificar al alcalde como un “desconocido político” no se tiene en cuenta que con más de 38 mil votos en 2015 logró ganar la elección al primer cargo del municipio más importante del

Oriente antioqueño, votación que es la más alta en la historia para mandatario alguno en este lugar.

Siguiendo en el análisis de la columna donde, citando textualmente, la autora propone: “La solución presentada por el alcalde Rendón es la construcción de 29,5 kilómetros en 12 tramos viales, por valor de \$674.000 millones, de los cuales \$450.000 millones serán de contribución por valorización que pagarán 25.000 propietarios de predios en estratos 5 y 6. Para darse una idea de lo que esto representa en carga económica, la recién aprobada valorización en Bogotá de \$906.579 millones será distribuida entre 382.000 propietarios de estratos 4, 5 y 6, quienes tendrán que pagar un promedio de \$2,37 millones y cuentan con un plazo de 8 meses para obtener un descuento del 10%. En Rionegro en cambio, la valorización es de \$18 millones en promedio por propietario, quienes solo contarán con un mes para obtener el mismo 10% de descuento”. Lo primero al analizar la veracidad de este artículo es que el derrame de valorización de Rionegro y el de Bogotá no son comparables en la medida que por reglamentación y cálculo difieren. La valorización de Bogotá es de beneficio local, es decir, que pagarán unos pocos de la ciudad y la de Rionegro es de beneficio general, que deben pagar los propietarios de predios que no clasifiquen al tratamiento especial pero que beneficiará a todos los habitantes.

Pese a que el artículo usa cifras que parecieran tener una claridad conceptual de la realidad, estas no son ciertas debido a que están fuera de contexto, elemento frecuente en la generación de noticias falsas. La columnista más adelante, cita como fuente externa a un concejal de la oposición para darle fuerza al argumento de la ilegitimidad del proceso de votación en el Concejo de Rionegro, donde, citamos textualmente: “Concejales como Juan Sebastian Castro, han indicado que la ecuación del cálculo de valor de la valorización fue

aprobada a pupitrazo, calculada según la capacidad económica teórica de la tierra a futuro y no la capacidad de pago”. Este elemento también es común en las noticias falsas ya que sacan de contexto la realidad y se remiten a fuentes externas para validar información errónea. La expresión está errada porque este tipo de acuerdos por reglamento del Concejo no pueden votarse bajo el esquema de “pupitrazo” sino que deben ser de manera nominal, es decir, la Secretaría General del Concejo debe llamar uno a uno a los concejales para que emitan su voto; reglamentación que tumba el argumento del concejal citado por la columnista.

En el mismo párrafo la autora manifiesta que, citamos textualmente: “El pasado 14 de noviembre (2018) diversas organizaciones sociales realizaron cuatro marchas en Rionegro para protestar por las obras, indicando que han llegado cobros a varios predios de los estratos 1, 2,3 y 4”. Aquí la autora cae en otro elemento común de las noticias falsas que es el contenido manipulado al hacer referencia a cuatro marchas realizadas por los ciudadanos del municipio, cuando en realidad fue una sola marcha que fue citada para salir desde cuatro lugares diferentes pero que confluía a un mismo lugar, la Plaza de la Libertad. Cuando la autora indica que han llegado cobros a varios predios desde el mes de noviembre, cae en una falacia, puesto que en realidad los documentos de cobro comenzaron a llegar desde la segunda semana de diciembre. Lo que recibieron los propietarios fue un documento informativo en el cual se les explicaba el cálculo de la valorización y cómo se hizo.

En el párrafo siguiente, la autora comenta, citamos textualmente: “Las redes sociales también han ayudado a la oposición, más de 2.500 personas conforman el grupo llamado “Valorización SÍ, pero NO así” lideradas por el promotor inmobiliario Gonzalo Vásquez.

Según sus miembros, Rionegro sí necesita obras viales, pero no todas las indicadas por el Alcalde, consideran que de las aprobadas, solo seis son necesarias. Cuestionan el valor de las obras, y han solicitado que la Cámara de Comercio y Camacol revisen los costos presentados de \$277 mil millones para la construcción de 23,19 km incluidos en el proyecto, pero el Alcalde se ha negado. Sus argumentos se basan en datos de Devimed y Ruta del Sol donde un kilómetro de doble calzada cuesta entre \$5000 y \$7000 millones, que calculados para los 15 km propuestos, más \$8000 millones para los 8 km de suelo cemento significaría un total máximo de \$ 113.000 millones, por lo que denuncian, unos sobrecostos de \$164 mil millones. El grupo ha financiado cinco vallas en diferentes partes del municipio en contra de la valorización.” Volviendo al elemento común de la tergiversación de las cifras para reafirmar una postura emotiva en el lector, la autora cae en el error matemático y financiero de asumir los costos por kilómetro lineal de una división del total de valorización sobre los kilómetros a construir, cuando este planteamiento no tiene en cuenta los costos asociados a la construcción del proyecto valorización, los cuales son:

Ítem	Valor corriente
Contribución propietarios	\$ 450 mil millones
Crédito	\$ 100 mil millones
Recursos propios Alcaldía	\$ 90 mil millones
Total obras por valorización	\$ 640 mil millones

Los valores anteriores se discriminan así:

Ítem	Valor corriente
Gestión predial	\$ 202 mil millones
Obra física	\$ 278 mil millones
Diseños a fase 3 de las vías e interventorías	\$ 65 mil millones
Estimado del tratamiento especial	\$ 58 mil millones
Cartera	\$ 37 mil millones
Total	\$ 640 mil millones

Las cifras anteriores refutan entonces la tesis de la autora sobre el precio del kilómetro lineal citando al constructor Gonzalo Vásquez, y son un reflejo de la reincidencia mediática a la hora de tratar cifras para generar emotividad y reafirmar convicciones, aunque no correspondan a la realidad.

La edición 398, diciembre de 2018, de El Rionegrero (medio impreso que distribuye 15 mil ejemplares mensualmente y de manera gratuita en Rionegro) dedicó cinco artículos, incluyendo la editorial, al tema de la valorización todos de diferentes autores. Los títulos de los textos son los siguientes: “La valorización dejó al alcalde valiendo muy poco”, “Ciudadano angustiado por la alta valorización en Rionegro”, “La valorización afecta profundamente a las personas naturales”, “La valorización, una herramienta necesaria en algunos casos , que debe aplicarse con responsabilidad” y “Cuando hacer la tarea atenta contra los rionegreros”. Cuatro de los cinco artículos tienen la palabra valorización en el título y de entrada dan cuenta de un desacuerdo con la medida e incluso, el editorial del periódico deja la posición clara y mediante un título alarmante cuantifica el “valor del alcalde” y lo ubica como “muy poco”, lo cual aunque no podemos decir que la posición del medio se pueda catalogar como una noticia falsa, si se enmarca dentro de la arquitectura que se propuso para el presente análisis. El mismo editorial empieza de la siguiente manera: “El polémico proyecto de valorización, que hasta hoy ya ha ocasionado varios incendios de carácter público...”. Aquí encontramos un argumento incierto y que apela a la subjetividad, en primer lugar de quien escribe y segundo de quien leerá, y a las emociones, pues no aclara en el desarrollo del texto cuáles y cuántos son los “incendios de carácter público” y tampoco qué quieren decir con tan aseveración que puede

analizarse también como una alteración conveniente del contexto en que se está desarrollando el proyecto de valorización.

El artículo titulado “La valorización, una herramienta necesaria en algunos casos , que debe aplicarse con responsabilidad”, es firmado por el Concejal Fernando Valencia, declarado en oposición al gobierno actual de Rionegro y quien fue la persona encargada de la ponencia que aprobó el estatuto de valorización en el año 2013. En el segundo párrafo dice: “Consideramos que esta resolución es expedida sin la debida competencia, toda vez que esta facultad solo está dada al Concejo Municipal (Art. 338 de la Constitución)”. Este argumento ha sido utilizado por los opositores al proyecto de valorización para intentar desacreditarlo, sin embargo la administración municipal ha respondido lo siguiente:

La Resolución 939 de 2018 contiene exclusivamente la “distribución” del proyecto de valorización que es una competencia única del Alcalde del Municipio, según lo definió el Honorable Concejo Municipal de Rionegro a través del Acuerdo 45 de 2013 por el que se establece el Estatuto de Valorización del municipio de Rionegro. Así, el artículo 47 del Acuerdo 45 de 2013 establece que la distribución es un acto administrativo que expide el alcalde del Municipio mediante la cual, entre otros aspectos, se asigna de manera concreta el monto de la contribución que a cada propietario o poseedor de bienes inmuebles en Rionegro le corresponde.

“La insinuación que se ha realizado en el sentido de que la Resolución 939 de 2018 fue expedida por el alcalde de Rionegro con una presunta falta de competencia, o con extralimitación de funciones, o con usurpación de las funciones del Concejo es completamente FALSA, y se puede explicar a continuación:

1. La Resolución 939 solo contiene la distribución de la valorización respecto de todos los propietarios o poseedores individualmente considerados ubicados en el Municipio de Rionegro determinando el monto específico a pagar por cada uno de ellos aplicando las fórmulas que previamente ordenó el Honorable Concejo del Municipio de Rionegro. Todos los demás aspectos que legalmente se exigen para el establecimiento de este tributo fueron aprobados rigurosamente por el Honorable Concejo Municipal.

2. El artículo 338 de la Constitución establece de forma clara las competencias que se asignan al Concejo Municipal en la implementación de la contribución de valorización. Al Concejo le corresponde la definición de todos los elementos del tributo, mientras que al Alcalde exclusivamente le corresponde la aplicación en cabeza de cada propietario poseedor del “sistema y el método” de acuerdo con los lineamientos, fórmulas y criterios previamente definidos por el Concejo. Tradicionalmente los elementos de todo tributo se descomponen en los siguientes (i) Sujeto Activo, (ii) Sujeto Pasivo, (iii) Hecho Generador, (iv) Causación, (v) Base gravable (v) Tarifa, que en el tributo llamado valorización se estructura a través del sistema y el método. Veamos como efectivamente fue el Honorable Concejo Municipal quien de manera autónoma definió todos estos elementos de forma exhaustiva:

Sujeto activo: Lo definió el Honorable Concejo Municipal de Rionegro en el artículo 6 del Acuerdo 45 de 2013.

Sujeto Pasivo: Lo definió el Honorable Concejo Municipal de Rionegro en el artículo 7 del Acuerdo 45 de 2013.

Hecho Generador: Lo definió el Honorable Concejo Municipal de Rionegro en el artículo 5 del Acuerdo 25 de 2016.

Causación: La definió el Honorable Concejo Municipal de Rionegro en el artículo 7 del Acuerdo 45 de 2013.

Base gravable: La definió el Honorable Concejo Municipal de Rionegro en el artículo 8 del Acuerdo 45 de 2013.

Tarifa, expresada como sistema y método: La definió el Honorable Concejo Municipal de Rionegro de forma detallada y completa a partir del artículo 11 del Acuerdo 45 de 2013.

Es cuestión de hacer una simple confrontación de estas normas para concluir que el Honorable Concejo de Rionegro es el único que ha aprobado de forma autónoma todos los aspectos de la Contribución de valorización. El alcalde en la resolución 939 se limitó a aplicar a cada contribuyente todos los aspectos que previamente había definido el honorable Concejo con la exclusiva finalidad de precisar el monto a pagar por cada uno de los contribuyentes”.

La arquitectura propuesta para hacer el análisis de las noticias falsas también señala que un rasgo común de estas es el de mostrar una sola mirada a los hechos. Lo expresado por el concejal Valencia en el sentido de que la resolución de la valorización fue expedida por el Alcalde sin la competencia debida lanza una acusación que no tiene en cuenta la normatividad, tal y como lo demuestra la información entregada por la administración municipal, es decir que es incierta, apela a la subjetividad que implica la interpretación unipersonal de la Ley y altera el contexto de la situación.

Por último, veremos el ejemplo del artículo titulado “Cuando hacer la tarea atenta contra los rionegreros”. El autor dice en el tercer párrafo (se transcribe textual): “La información entregada a las comunidades en barrios y veredas de Rionegro por parte del alcalde municipal, anunciaba que los estratos 1,2,3 y 4 no serían afectados con valorización, perdió todo su valor; cuando de los 55.284 predios afectados, cerca de 52.416 predios de los estratos 1,2,3 y 4, que supuestamente iba a ser exentos de este cobro, fueron grabados, aunque la mayoría de obras proyectadas se concentran en San Antonio de Pereira y Llanogrande”.

Lo primero a lo cual se debe poner atención es al mal uso de la palabra “grabados” para referirse a un tributo, la manera correcta de referirse, en el contexto de la frase es “gravados”. Desconoce el autor del texto, Nelson Eric García, declarado opositor al gobierno de Andrés Julián Rendón, alcalde 2016 – 2019, que fue a través del Acuerdo 012 aprobado en julio de 2018 en el cual se estableció qué viviendas, qué estratos y bajo qué condiciones sus propietarios podrían solicitar tratamiento especial. Deja de lado el autor del artículo las comunicaciones oficiales de la administración municipal en las que se anuncia la información y las declaraciones que explican el porqué todos los propietarios de predios, incluso aquellos susceptibles de no pagar la contribución de valorización, recibieron una carta informativa en la cual se les contaba sobre el cálculo realizado a la propiedad, carta que debía enviarse por Ley a todos los predios, pero que no significaba que la totalidad tuviera que pagar. Además, en la fecha de circulación de medio en el que se publicó el artículo, los documentos de cobro no habían sido enviados, tal y como se explicó anteriormente.

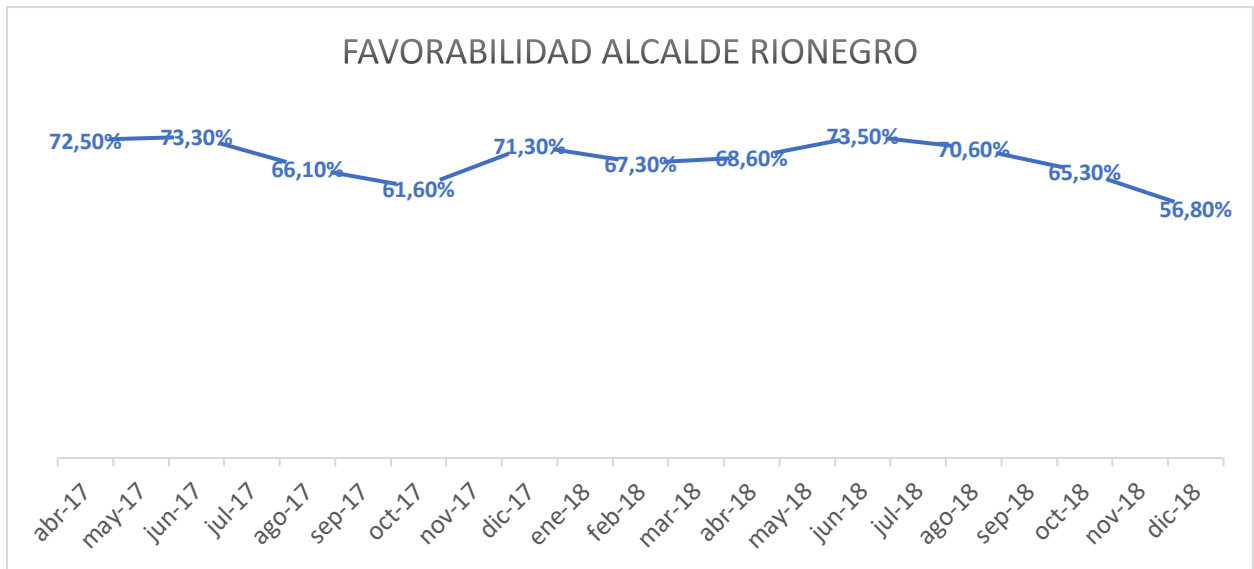
Aunque no es posible comprobar que los diferentes emisores de mensajes que pueden catalogarse como falsos en torno al tema de la valorización en Rionegro tengan alguna relación o se hubiesen puesto de acuerdo, si es verificable que los diferentes artículos tienen denominadores comunes que coinciden con la arquitectura propuesta para el análisis planteado, situación que logró permear la imagen de la administración municipal y generar una baja en la aceptación de los rionegreros hacia su primer mandatario, tal y como veremos a continuación.

Imagen vs noticias falsas

Cuando se habla del impacto de las noticias falsas en la visión colectiva e imagen que tienen los ciudadanos de la gestión del gobierno, encontramos, de acuerdo a los resultados de la encuesta realizada por la empresa consultora Anova Soluciones Estadísticas en diciembre de 2018 y que realiza esta medición cada dos meses con recursos propios desde abril de 2017, la imagen del alcalde se ha mantenido estable y su mínimo más bajo se presentó en octubre de 2017, a raíz de la decisión de liquidar el hospital Gilberto Mejía Mejía, momento en el que la difusión de información falsa también estuvo al orden del día por parte de los opositores. Esta tendencia cambia a partir del anuncio de la resolución distribuidora de valorización y la proliferación de información engañosa publicada en diferentes medios, en su mayoría por opositores al gobierno, reduciendo la favorabilidad de la imagen del alcalde como no había pasado nunca en el periodo observado, pasando de 65,3% a 56,8% - y siendo ratificada la información de la encuesta a través de focus group en los que los participantes fueron expuestos a mensajes falsos sobre la valorización que se reflejó en un rechazo a la figura del alcalde, en quienes todos depositaron la responsabilidad del derrame de valorización.

A lo largo del periodo del cual se ha realizado la medición se observó un comportamiento homogéneo de la gestión y la disminución más grande entre periodos fue 5,5%, muy inferior al 8,5% asociado a las noticias falsas sobre la valorización. A continuación, observamos la evolución de la imagen del alcalde en el periodo previamente mencionado.

Tabla 2: *Favorabilidad alcalde de Rionegro*



Fuente: Anova Soluciones Estadísticas – Elaboración propia

Con base en lo anterior, existe correlación entre el consumo, a través de diferentes medios, de noticias falsas y el descenso en la imagen y/o aceptación de la gestión del alcalde de Rionegro.

Conclusiones

Como ejercicio académico, se puede observar que el problema de las noticias falsas tiene un componente social arraigado y es el de la incapacidad de los ciudadanos de cuestionar la realidad y la información que día a día llega a sus vidas por diferentes medios. Autores

como Nuria Fernández García (2017) han sido muy enfáticos en la necesidad de una campaña constante de alfabetización mediática, donde en diferentes grupos de edades se realice pedagogía acerca de las herramientas disponibles para evaluar la credibilidad de la información. Con base en los estudios de Joseph Kahne y Benjamin Bowyer se ha podido concluir que este tipo de alfabetización tiene resultados positivos en la habilidad para entender, evaluar y analizar los mensajes de los medios en la población objeto de estudio. Cabe también resaltar las conclusiones de un artículo de 2017 en el que Paul Mihailidis y Samantha Viotty sostienen que los ciudadanos comparten y perpetúan información cuestionable no porque carezcan de las herramientas y la capacidad analítica y de cuestionamiento para distinguir entre información, propaganda y noticias falsas, sino porque estos sujetos tienen un sistema propio de valores y están defendiéndolo; esto da fuerza a un término usado por el poeta antioqueño León de Greiff, quien hablaba constantemente de los “panopitantes” haciendo referencia a las personas que pretendían opinar de todos los temas y que pretendían saber más que los mismos expertos, este componente es importante a la hora de analizar el impacto de las noticias falsas, ya que al haber tanta creación de información surgen opiniones con base en sistemas de valores que evaden el positivismo y la información veraz con tal de establecer una opinión que corresponda a las 8 “p” que tratamos anteriormente.

Se asume existe correlación entre la caída en la percepción ciudadana sobre la favorabilidad de la gestión municipal en la medición siguiente al boom mediático y de noticias falsas sobre el proyecto de valorización del municipio. Se debe esperar y validar en una próxima medición si el descenso de la imagen se mantiene o si puede haber una recuperación producto del manejo de crisis de la administración municipal y sus campañas de pedagogía sobre el proyecto de valorización.

Como recomendación general para las noticias falsas y su método de análisis y enfrentamiento, se recomienda la propuesta de la International Federation of Library Associations and Institutions - IFLA- que propuso una serie de consejos a la hora de abordar el tema de las noticias falsas, los consejos están asociados con el desarrollo conceptual del presente artículo y son los siguientes:

- Estudiar la fuente: investigar más allá, reputación del sitio web, objeto e información de contacto.
- Leer más allá: trascender el titular impactante, buscar conocer la historia completa.
- ¿Quién es el autor?: realizar una búsqueda rápida sobre el autor. ¿Es fiable? ¿Es real?
- Fuentes adicionales: analizar las fuentes citadas y verificar su credibilidad.
- Comprobar la fecha: noticias viejas son frecuentes en los medios y listas de difusión para generar confusión.
- ¿Se trata de una broma?: a veces, noticias tan extravagantes, resultan ser no más que una broma.
- Considerar su sesgo: tener en cuenta que sus creencias podrían alterar la opinión de lo leído.
- Preguntar a un experto: consultar una fuente confiable sobre el tema.

Bibliografía

A. Bessi y E. Ferrara. (2016). << Social Bots Distort the 2016 Us Presidential Election Online Discussion>> en First Monday vol. 21 n° 11, 11/2016.

Agencia de Informaciones Mercosur (AIM). (2014). «El gran incendio de Roma». ISSN 2451-8115.

Aguirre, J. (2018). «El Holocausto y las Fake News». El Mundo CR. San José, Costa Rica.

Alcaldía de Rionegro (2019). *Lista la resolución distribuidora de valorización en Rionegro*. [online] Recuperado de:
<https://rionegro.gov.co/Transparencia/BancoDocumentos/Bolet%C3%ADn%20N%20038%20Resoluci%C3%B3n%20distribuidora%20de%20valorizaci%C3%B3n.pdf> [Accessed 30 Jan. 2019].

Alcaldía de Rionegro (2019). *Rionegro se valoriza habilito punto de información*. [online] Recuperado de:
<https://rionegro.gov.co/Transparencia/BancoDocumentos/Bolet%C3%ADn%20N%20041%20Punto%20de%20atenci%C3%B3n%20Rionegro%20se%20valoriza.pdf>

Alcaldía de Rionegro (2019). *Valorización social avanza en Rionegro*. [online] Recuperado de:
<https://rionegro.gov.co/Transparencia/BancoDocumentos/Valorizaci%C3%B3n%20social%20avanza%20en%20Rionegro.pdf>

Alcaldía de Rionegro (2019). *Avanza la valorización social de Rionegro*. [online] Recuperado de:
<https://rionegro.gov.co/Transparencia/BancoDocumentos/Comunicado%20Valorizacio%CC%81n.pdf>

Alcaldía de Rionegro (2019). *Acuerdo 012*. [online] Recuperado de: (2019)<https://www.rionegro.gov.co/Transparencia/Normatividad/Acuerdo%20012.pdf>

- Amoros, M. (2008). Fakes news: la verdad de las noticias falsas. Editorial Plataforma.
- Coughlan, S. (2017) Recuperado el 30 de enero del 2019, «Fake news»: una oportunidad para la alfabetización mediática. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38594515>
- Diaz, L. (2012). Teorías de la Comunicación. México.
- Erlanger, S. (2017). «Los políticos adoptan la excusa de ‘noticias falsas’ de Trump». The New York Times.
- Europa Press. Agencia Europa Press. (2017). «Cómo detectar las fake news en redes sociales».
- El Rionegrero, (2018) Edición 398. “La valorización dejó al alcalde valiendo muy poco”.
- Fernández, N. (2017) Recuperado el 30 de enero del 2019, <http://nuso.org/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica/>
- García, M. del M. R. (2017). El uso de las redes sociales en política: El caso de Donald Trump” de Donald Trump. Universitat Politècnica de València.
- Garizábal, M. (2005). «Papas calumniados». Tú eres pedro: el papado en la historia. Editorial San Pablo. p. 256. ISBN 9789586927277.
- Honores, I. J. G. (2016). Libertad de expresión en internet: Informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales. Universidad Jaime Bausate y Meza. Recuperado de: http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/23/Ivan_Honores_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=3

Kahne, J. y Bowyer, B. (2016) <<Educating for Democracy in a Partisan Age: Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation>> en *American Educational Research Journal* vol. 54 n° 1, 2/2016.

Kiernan, J. (2017). «'Frondeurs' and fake news: how misinformation ruled in 17th-century France». *The Independent*.

Kiernan, L. (2017). Recuperado el 30 de enero del 2019, «'Frondeurs' and fake news: how misinformation ruled in 17th-century France». *The Independent*.

Mihailidis, P y Viotty, S. (2017): << Spreadable Spectacle in Digital Culture. Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in "post-fact" Society>> en *American Behavioral Scientist*, 27/3/2017.

Muñoz, P. S. (2017). " Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016 ". Universitat Autònoma de Barcelona.

Rodero, E. A. (2000). Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo. In III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación (p. 14). Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia. Retrieved from <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-propaganda-nazismo.pdf>

The Digital, Culture, Media and Sport Committee (2018).

«Disinformation and ‘fake news’: Interim Report» (en inglés). House of Commons. p. 55.

Uribe, P. M. (2018). In Colombia, a WhatsApp Campaign against Posverdad. *Wilson Quarterly*, 1.

Valadier, P. (2017). La posverdad, peligro para la democracia. *Revista de Fomento Social*, 72(2), 297–304.

Wardle, C. (2017). «Noticias falsas. Es complicado.». First Draft. Harvard Kennedy School’s Shorenstein Center.

Wardle, C. (2017). Recuperado el 30 de enero del 2019, [«Noticias falsas. Es complicado.»](#). *First Draft*. Harvard Kennedy School’s Shorenstein Center.