



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS MEDIOS GAMAVISION Y TELEAMAZONAS
DURANTE EL PARO NACIONAL DEL 2019

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTOR: JOSUE ALEXANDER SOTALIN CHANCHAY

TUTOR: DAVIDE MATRONE

2024

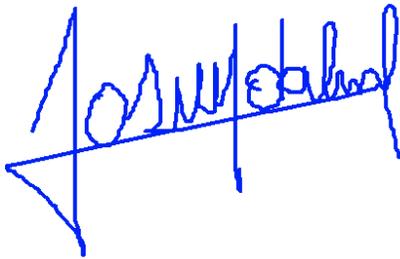
**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Josue Alexander Sotalin Chanchay con documento de identificación N° 1751300524 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito 10 de julio del 2024

Atentamente,



JOSUE ALEXANDER SOTALIN CHANHAY

1751300524

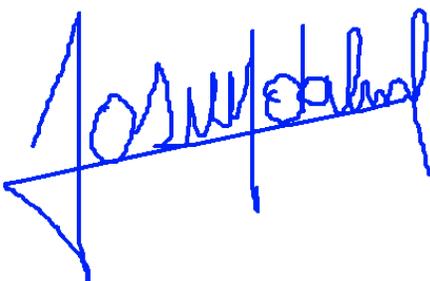
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Yo, Josue Alexander Sotalin Chanchay con documento de identificación No. 1727369777 expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS MEDIOS GAMAVISION Y TELEAMAZONAS DURANTE EL PARO NACIONAL DEL 2019, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana. Quito.

Quito 10 de julio del 2024

Atentamente,



JOSUE ALEXANDER SOTALIN CHANHAY

1751300524

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, DAVIDE MATRONE con documento de identificación N°1756356505, docente de la UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS MEDIOS GAMAVISION Y TELEAMAZONAS DURANTE EL PARO NACIONAL DEL 2019 , realizado por JOSUE ALEXANDER SOTALIN CHANCHAY con documento de identificación N° 1751300524, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción ARTÍCULO ACADÉMICO que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 10 de julio del año 2024

Atentamente,



Davide Matrone

1756356505

DEDICATORIA

A mi amada familia, fuente inagotable de amor y apoyo, les dedico este logro que es también suyo. Gracias por ser mi faro en las tempestades y por alentarme en cada paso de este viaje universitario. A mis amigos, cómplices de risas y compañeros en la travesía académica, esta victoria es nuestra, forjada juntos con risas, desafíos y amistad sincera.

A la persona que ha soportado todo este proceso con altas y bajas y seguramente con más bajas que altas, agradezco toda tu paciencia, y todo tu apoyo incondicional.

A mi carrera, que ha sido visor de todo este arduo proceso, esta misma que me ha enseñado a seguir adelante a buscar nuevos retos lleno de humildad y valores. ¡A todos, gracias por ser parte fundamental de este capítulo que culmina con éxito!

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana puesto que me formaron tanto como persona y como profesional, fue un viaje desafiante lleno de muchas experiencias. A mis profesores de cada semestre y en especial a mi tutor de este artículo de titulación por ser guías en este camino y comprometerse con el arduo trabajo de forjar a nuevos alumnos y personas.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	10
Narrativas y medios de comunicación	13
Postura de medios de comunicación durante las crisis	13
Monopolización de la información	15
METODOLOGÍA	17
RESULTADOS	21
CONCLUSIONES	26
BIBLIOGRAFÍA	29
ANEXOS	31

RESUMEN

La presente investigación presenta cual fue el rol de los dos medios de comunicación Teleamazonas y Gamavision frente a las movilizaciones orquestadas en octubre del 2019, esto con el principal objetivo de analizar el tratamiento noticioso y cuál es la línea editorial y la postura de los medios de comunicación seleccionados, esta investigación procura encontrar las diferencias entre las narrativas en un contexto de crisis esto con el objetivo de identificar la postura y si es que existe una monopolización de la información. La metodología utilizada en la investigación es una metodología mixta, el uso del análisis cualitativo para interpretar el discurso de los datos elegidos, de igual manera el análisis cuantitativo para la recolección de datos informativos. El objetivo principal fue analizar el contenido noticioso de cada uno de los medios que se han publicado en la plataforma escogida, esta fue YouTube, ya que es el repositorio mas grande en documentales y productos audiovisuales en la actualidad. En el análisis se observo que Teleamazonas presento una línea de oposición en cuanto a las movilizaciones a diferencia de Gamavision que mostro opiniones más a favor, mostrando así un actuar mas imparcial. La investigación implicó el análisis de los atributos que estos constan de un registro de la información de igual manera de los contenidos, la relevancia, el marco argumentativo y de igual manera la denotación del argumento. El análisis presenta un viaje hacia un evento histórico tanto comunicativamente como social, de esta manera analiza la postura y los puntos relevantes ante el análisis periodístico, y la línea de los medios de comunicación.

Palabras Clave: Crisis, Paro Nacional, Medios de comunicación, Narrativa, Teleamazonas, Gamavision,

ABSTRACT

The present research explores the roles played by two media outlets, Teleamazonas and Gamavision, in response to the orchestrated mobilizations in October 2019. The primary objective is to analyze their news coverage, editorial stance, and position in order to identify differences in narratives within a crisis context. The research aims to determine the media's stance and assess whether there is information monopolization. The research methodology employed is a mixed-methods approach, combining qualitative analysis to interpret selected data discourse and quantitative analysis for information collection.

The main goal was to scrutinize the news content published by each media outlet on the chosen platform, YouTube, given its status as the largest repository for documentaries and audiovisual products today. The analysis revealed that Teleamazonas adopted an oppositional stance toward the mobilizations, contrasting with Gamavision, which displayed more favorable opinions, indicating a more impartial approach. The research involved examining attributes such as information registration, content, relevance, argumentative framework, and argument denotation.

The analysis unfolds as a journey into a historical event, both communicatively and socially, exploring the stance and key points within journalistic analysis and the media's position in the context of the examined historical event.

Key words: Crisis, National Strike, Media, Narrative, Teleamazonas, Gamavision

INTRODUCCION

La presente investigación se enmarca en la línea de investigación de estudios culturales del Claustro Contextos de la Carrera de Comunicación y surge de la siguiente inquietud ¿Cómo se han construido los productos noticiosos de Gamavision y Teleamazonas frente al Paro Nacional de octubre del 2019?

Con el siguiente trabajo se pretende analizar cuál fue el papel de los medios de comunicación en relación al Paro Nacional del mes de octubre del 2019 y de qué manera se construyeron los productos noticiosos a partir de las funciones comunicativas de cada medio en cuanto ha sido un acontecimiento de gran relevancia nacional e internacional. Además, generó, un conflicto tanto social y político en donde estuvieron inmersos varios actores como: el expresidente de la República Lenin Moreno, la organización de la CONAIE, los gremios laborales, los sectores populares, los estudiantes, los trabajadores, la sociedad civil, la iglesia, los sectores empresariales y los medios de comunicación, entre otros. En este gran acontecimiento, los medios de comunicación tomaron posturas diferentes, y por eso resulta interesante reconocer las distintas narrativas. El objetivo principal de este trabajo es: analizar el tratamiento noticioso de los medios de comunicación Gamavision y Teleamazonas frente al Paro Nacional de octubre del 2019. En cambio, los objetivos específicos son: a) comparar las narrativas de los medios de comunicación frente al paro, b) identificar la postura ideológica de los medios de comunicación a partir de sus productos comunicativos y finalmente, c) reconocer si existió intereses de la información.

Los medios de comunicación juegan un papel de gran importancia en los grandes eventos de carácter nacional con alto nivel de criticidad porque generar narrativas diarias y logran cubrir con sus profesionales los acontecimientos principales. Esta función la desempeñan tanto los medios públicos, comunitarios que particulares. Sin embargo, los últimos por ser gestionados, en algunos casos, por empresarios que no necesariamente son exclusivamente ligados a la ciencia de la comunicación, sino también vinculados con los sistemas de producción y de las finanzas. “Los dueños y accionistas de los grandes medios privados no solo trabajaban en la comunicación y el periodismo, sino que también poseían empresas con gran peso en la economía nacional.” (Lizarzaburo & Sanchez, 2018, pág. 50)

Los medios privados se posicionan de manera predominante en el circo mediático constituyendo un gran poder mediático y por ende influyendo mucho a la opinión pública vinculando la misma a los hechos sucedidos. “Los medios de comunicación constituyen el espacio en el que se deciden las relaciones de poder entre los actores políticos y sociales rivales.” (Castells, 2009, pág. 262), por eso es necesario visualizar la manera en la que se utilizó la información en los medios de comunicación con respecto a sus realidades y a las fuentes que colaboran.

En octubre del 2019 el presidente Lenin Moreno anunció la liberalización del precio de la gasolina y del Diesel y de algunas otras medidas económicas de carácter neoliberal en cadena nacional, para tratar de cubrir la brecha fiscal y de cumplir con el pago del crédito internacional al FMI. En el mismo anuncio se declaraba que dichas medidas económicas entraban en vigor el día 3 de octubre.

Las medidas económicas propuestas por el poder ejecutivo tuvieron el rechazo de varios gremios y confederaciones que se vieron afectadas y en particular por el decreto 883. El 3 de octubre estos grupos decidieron convocar a una manifestación que de primer momento se hubiera debido realizar de forma “pacífica” y que con el tiempo degeneró con actos de violencia y de desorden social. A partir del 3 de octubre, los medios de comunicación fueron llamados a cubrir el gran acontecimiento que se produjo en las calles de las principales ciudades del Ecuador. Sin embargo, los conflictos más fuertes se generaron en la capital Quito.

Hay otros trabajos de investigación que han tratado el tema desde otros enfoques. Es el caso de la autora Amparo Camaño López en su proyecto de investigación “Gestión de la comunicación de crisis gubernamental en Twitter durante el Paro Nacional en Ecuador en octubre de 2019.” (Caamaño, 2020). La investigadora nos explica cuál es el actuar de la sociedad y del periodismo ecuatoriano en la época de los nuevos medios digitales. En este conflicto aparecieron varios usuarios de la plataforma en la que compartían videos, fotos y experiencias.

En la comunicación digital de hoy, los acuerdos no se dan necesaria y exclusivamente sobre la base de mensajes masivos; por el contrario, el emisor se convierte simultáneamente en receptor y el consumidor es a la vez productor de nuevos mensajes que, en virtud de las posibilidades tecnológicas, son distribuidos, compartidos o rechazados, reformados y vueltos a transmitir. (Arango, 2013, pág. 19).

Caamaño considera que los partícipes de esta plataforma usaron la herramienta *microblogging* en Twitter tanto por su inmediatez o la gratuidad de este, de igual manera considera que es un problema ya que hay diferencia entre información periodística e información de opinión pública ya que se utilizaba para construir información dependiendo de su construcción social.

Por otro lado, (Villacrez, 2021), expresa que los medios de comunicación sean alternativos o tradicionales influyen en las audiencias, de igual manera señalo que los medios tradicionales tienden a responder a intereses políticos o económicos esto dependiendo de quién esté a cargo del medio. “La población percibió que los medios tradicionales, en general, tendieron hacia una minimización de los eventos violentos de las manifestaciones, además de que se le restó importancia debida a actores que tuvieron gran relevancia” (Villacrez, 2021, pág. 44).

El trabajo presentado por la Universidad Politecnica Salesiana en cuanto al paro nacional, “La Salesiana frente a la movilización popular de octubre de 2019” expresa en un capítulo el inmediato servicio por parte de los estudiantes y su programa Infinito digital, estos mismos se centraron como un medio público en donde los indígenas proporcionaron su atención, esto causando una influencia en los medios y en los comentarios dirigidos hacia las manifestaciones. “Las comunidades indígenas también seguían nuestra producción en Infinito Digital, estaban pendiente a través de Facebook de los contenidos para la toma de decisiones.” (Universidad Politecnica Salesiana, 2019)

En relación a investigaciones acerca del análisis de los medios de comunicación en relación al paro nacional de octubre del 2019 existe bastante información con respecto al actuar de los medios digitales y de los medios tradicionales como lo es Twitter, Facebook como plataformas de digitales de información masiva e instantánea, de igual manera de los periódicos como medio tradicional. En relación a los medios de comunicación televisivos no existe mayor indagación en cuanto al tema como en este caso se trata de analizar a Teleamazonas como un medio privado y Gamavision como un medio del estado, por lo tanto, esto es lo que hace relevante a la investigación. Esta investigación puede servir a futuro para un análisis más extenso en cuanto a los medios tradicionales exponen sus productos noticiosos en tiempos de crisis

Marco Teórico

Narrativas y medios de comunicación

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la creación y difusión de narrativas que influyen en nuestra percepción del mundo. Como señala Marshall McLuhan, "el medio es el mensaje" (McLuhan, 1967, p. 29), lo que significa que la forma en que se presenta una historia a menudo es tan importante como la historia en sí. Los medios, en su diversidad de formatos, moldean nuestras creencias y valores a través de la narración.

Los periodistas y medios de comunicación ejercen un poderoso impacto en la opinión pública. "los medios de comunicación actúan como un filtro a través del cual vemos el mundo" (Noam, 1995, p. 43). Esto destaca cómo las decisiones editoriales y la agenda de los medios pueden influir en lo que consideramos importante y cómo lo interpretamos.

Además, las redes sociales han amplificado la influencia de las narrativas mediáticas. "Las redes sociales han dado voz a las personas que antes no la tenían" (Tufekci, 2017, p. 108). Esto implica que las narrativas se han vuelto más descentralizadas y diversas, lo que a menudo conduce a debates y discusiones más ricas.

En si los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la creación y difusión de narrativas que influyen en nuestra comprensión del mundo, y su evolución hacia formatos digitales y redes sociales ha transformado la forma en que estas narrativas se desarrollan y se comparten. Como consumidores de medios, debemos ser críticos y conscientes de cómo estas narrativas afectan nuestras percepciones y decisiones.

Postura de medios de comunicación durante las crisis

La postura se relaciona con el punto de vista o la opinión que acoge una persona, esto vinculado a situaciones, personas o hechos, convirtiéndose de esta manera en la perspectiva de los receptores en relación a las situaciones evidenciadas en la narración, además la postura expresa un pensamiento o sentimiento que nace por medio de una idea, percepción o acontecimiento; para dar verdadero valor a lo que se expresa es de suma importancia el sustentar la postura que se está emitiendo.

En situaciones críticas, los canales de comunicación pueden verse afectados por diversas influencias que configuran el flujo informativo. Es crucial que los medios no solo reproduzcan, sino que interpreten y contextualicen la información, enriqueciendo así el contenido presentado. Esta labor debe estar estrechamente ligada a la verdad, ya que la percepción del público depende directamente de la fidelidad con la cual los medios reflejan la realidad. En este sentido, la responsabilidad de los medios como canal de conexión con la verdad y la autenticidad de los acontecimientos adquiere una importancia central en el proceso de transmisión de información en tiempos de incertidumbre.

No obstante, es imperativo reconocer que los medios de comunicación no operan en un vacío; están inmersos en un entorno donde diversas fuerzas pueden ejercer presión sobre la manera en que se presenta la información. Factores como intereses políticos, económicos o ideológicos pueden influir en la interpretación y enfoque de los acontecimientos, lo que destaca la necesidad de un escrutinio crítico por parte del público.

En consecuencia, la labor de los medios va más allá de la simple transmisión de datos; implica una responsabilidad ética y profesional para garantizar que la información proporcionada sea precisa, imparcial y contextualizada. La capacidad de discernimiento y análisis por parte de los medios se convierte en un elemento esencial para filtrar las diversas influencias y presentar una narrativa que responda a la realidad de manera íntegra y veraz. En la investigación “Los medios de comunicación como actores sociales” contempla lo siguiente “los medios crean un poder social al actuar como un espejo que refleja una realidad donde las personas creen estar” (Castillo, 2011, pág. 21).

Durante periodos de crisis, es esencial que los medios de comunicación adopten una posición neutral, como sostiene el historiador y crítico Paul Johnson. Se requiere que los medios incorporen una dimensión ética que estimule el anhelo de descubrir y comunicar la verdad. Esta premisa adquiere una importancia fundamental, dado que, en situaciones de problemas sociales, las personas se tornan más susceptibles a la información, y la responsabilidad de los medios radica en mantener sus principios de veracidad e imparcialidad. En este contexto, resulta pertinente hacer referencia a la Teoría de la Agenda Setting, que destaca la influencia constante de los medios en la audiencia. No obstante, en momentos de crisis, la información emitida por los medios es asimilada de manera más intensa por las masas, ya que surge una imperiosa necesidad de

comprender la situación. Los medios, en este escenario, desempeñan un papel crucial al jerarquizar los temas de interés de acuerdo con su conveniencia.

Es esencial destacar que la neutralidad de los medios durante las crisis no implica una falta de compromiso con la verdad. Más bien, implica la adopción de una postura imparcial que favorezca la búsqueda y presentación objetiva de los hechos. En este sentido, los medios no solo cumplen una función informativa, sino que también tienen la responsabilidad ética de ser faros de luz en medio de la confusión, ofreciendo una narrativa precisa y equitativa.

En la era actual, donde la saturación de información es constante, los medios deben ser conscientes de su impacto en la formación de la opinión pública. En tiempos de crisis, esta responsabilidad se magnifica, ya que la sociedad busca respuestas y orientación. Los medios, por lo tanto, deben operar como guardianes de la integridad informativa, resistiendo cualquier tentación de sesgar la realidad a favor de intereses particulares.

En conclusión, la posición neutral de los medios durante las crisis va más allá de la mera objetividad; implica un compromiso activo con la verdad y la imparcialidad. En este contexto, la Teoría de la Agenda Setting adquiere una relevancia significativa, ya que los medios no solo informan, sino que moldean la percepción pública al jerarquizar los temas de interés. En este desafiante escenario, la integridad y la responsabilidad ética de los medios son fundamentales para preservar la confianza del público y contribuir a una comprensión precisa de los acontecimientos, “conforme los medios masivos de comunicación den más importancia a una noticia o a otra, así lo hará también su público.” (Shaw, 1972, pág. 50).

Monopolización de la información

El monopolio es visto como una situación en donde se le otorga privilegio a alguna entidad, industria, facultad o negocio y se le atribuye un poder especial sobre todo el mercado; según Carlton D. Y Perloff., es un tipo de estructura donde una empresa da un producto o servicio para el cual no hay suplentes que puedan hacerle competencia frente a los consumidores del mercado; la monopolización vendría a ser el acto de ejercer monopolio en cualquier situación.

La difusión masiva de datos conlleva un consumo en magnitudes significativas, volviéndose propensa a perder su esencia veraz. “La situación empezó a cambiar en el momento en que el mundo comprendió, no hace mucho tiempo, que la información es un gran negocio” (Kapusinski,

2005, pág. 60). Este fenómeno impulsa a los medios a priorizar el crecimiento de la audiencia, especialmente en sectores que gestionan los medios. Grandes corporativos ejercen control sobre la información, restringiendo a los periodistas a cumplir rigurosamente sus roles, conformando así un negocio altamente lucrativo.

En cuanto a la información, se produce un monopolio cuando una persona o entidad utiliza un medio de comunicación para evitar la difusión de detalles que no favorezcan sus propios intereses. En otras palabras, solo se divulga lo positivo en favor de la entidad dominante, lo que resulta en sesgos informativos y desinformación. Existe un deseo por parte de muchos de monopolizar la información con el objetivo de ejercer control social.

METODOLOGIA:

La investigación actual fue llevada a cabo empleando una metodología mixta que integró tanto un enfoque cuantitativo como cualitativo. La relevancia de esta metodología radica en su capacidad para abordar aspectos tanto subjetivos como objetivos en el estudio, proporcionando así una comprensión más profunda del fenómeno bajo investigación. Mediante el análisis cualitativo, se exploraron percepciones y significados, mientras que el enfoque cuantitativo contribuyó con datos numéricos concretos. Esta combinación no solo refuerza la solidez y confiabilidad de los resultados, sino que también enriquece la visión integral y rigurosa del tema en cuestión. En específico, el método cuantitativo se aplicó para cuantificar variables como visualizaciones, likes y tiempo de reproducción en los contenidos publicados, entre otros indicadores relevantes.

La investigación cuantitativa brinda la oportunidad de ampliar la generalización de resultados, ejerce control sobre fenómenos mediante conteos y magnitudes, permite repetición y se enfoca en aspectos específicos, facilitando comparaciones entre estudios afines. (Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2014, pág. 16)

En el marco de la investigación, se adoptó un enfoque cualitativo centrado en el análisis de los canales Teleamazonas y Gamavision. La estrategia involucró la meticulosa recopilación de videos, con el propósito de profundizar en la interpretación del caso de estudio previamente delineado. Este proceso cualitativo permitió sumergirse en el contenido audiovisual proporcionado por ambas plataformas mediáticas, explorando las particularidades de su cobertura en relación con el fenómeno bajo escrutinio, que en este caso específico se refiere a las movilizaciones de octubre de 2019.

La selección de Teleamazonas y Gamavision como objetos de investigación en este enfoque cualitativo fue fundamental para examinar sus roles específicos durante las movilizaciones mencionadas. El análisis de contenido de los videos recopilados se erigió como un medio para desentrañar las narrativas, perspectivas y tonos editoriales adoptados por cada canal en respuesta a los eventos de octubre de 2019.

La meticulosidad en la recopilación de material audiovisual buscó capturar la diversidad de mensajes, discursos y representaciones presentes en las emisiones de Teleamazonas y Gamavision durante ese período. Este enfoque cualitativo no solo facilitó la identificación de posibles sesgos

editoriales, sino que también permitió una comprensión más rica y contextualizada de cómo estos medios de comunicación abordaron las movilizaciones y, por ende, contribuyeron a la construcción de la opinión pública en ese momento.

En síntesis, el enfoque cualitativo se erigió como una herramienta esencial para explorar la complejidad y la sutileza de la cobertura mediática de Teleamazonas y Gamavision durante las movilizaciones de octubre de 2019, ofreciendo una comprensión más completa y matizada del papel desempeñado por estos canales en dicho contexto.

Esta corriente reconocía que además de la descripción y medición de las variables sociales deberían de considerarse los significados subjetivos y el entendimiento del contexto donde ocurre el fenómeno. (Vega & Javier, 2014, pág. 80)

En el siguiente trabajo se aplica una investigación descriptiva con el fin de comprender cuales son los significados, cual es la finalidad y el objetivo de cada uno de los medios, Según Baptista (2015) “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (pág. 92)

La herramienta a utilizar es el análisis de contenido para verificar la información a utilizar en relación a los videos, producciones, documentos y documentales que estén relacionados con el Paro Nacional 2019. Además, considerar las experiencias e historias de vida que se vivieron durante el conflicto para poder recolectar información e interpretar el contenido previamente investigado. Según Ruiz (2005, pág. 213): El análisis de contenido implica seguir reglas predefinidas para medir la frecuencia de elementos de interés en una selección de información. Esto se realiza con el objetivo de estudiar aspectos relevantes para la investigación

La principal guía en la que se basó esta investigación fue en la agenda setting la cual permitió el estudio de los contenidos de los medios propuestos. De esta manera apreciaremos los mensajes para deducir su interpretación a través de atributos, es decir lo más importante de la noticia. De esta manera se analizaron los medios de comunicación y se evaluó el mensaje a transmitir que permite un análisis comparativo en relación al estudio de sus productos noticioso.

El establecimiento de la agenda de atributos se centra en el paso siguiente del proceso de la comunicación: el enfoque sobre qué aspectos del tema, candidato político o asunto en cuestión le resultan relevantes a los miembros del público. (McCombs, 1972, pág. 145)

La búsqueda de los diferentes videos se vinculó con paginas web de gran influencia. Los productos comunicacionales completos son un poco complicados de encontrarlos puesto que es una noticia que se remonta al año 2019. Para el análisis de contenido se utilizaron documentales, reportajes, y noticias de cada uno de los medios de comunicación tradicionales.

La selección de los productos comunicacionales se determinó en ciertos factores importantes en que se enfocaron los creadores de videos, tal así que los dichos productos comunicacionales sean de los canales televisivos establecidos. Mediante la elaboración y uso de una matriz, se recolectaron las publicaciones con las fechas e interacciones de los videos que nos permitió seguir con la investigación y finalmente se seleccionaron 2 videos de los posibles 6 productos propuestos.

En el análisis de contenido se estableció una matriz que consta de 4 puntos importantes para su desarrollo: a) Titulo del producto comunicacional, b) el medio de comunicación que lo transmitió, c) el contexto en el que los medios de comunicación elaboraron la noticia y 4) la denotación del contexto esto como una interpretación del mensaje.

Para los resultados de igual manera se generó una matriz comparativa entre los medios Teleamazonas y Gamavision, esto anunció los diferentes roles que existieron en los medios en los momentos de crisis y esto se dio a partir de los sucesos más importantes en relación a cada medio, dado esto podremos reconocer la función y su diferenciación en sus productos comunicativos.

TABLA 1

Titulo del producto	
Canal de emisión	
Fecha	
Likes	

Tiempo del producto	
Numero de comentarios	
Visualizaciones	
Link	

TABLA 2

Título del producto	
Medio de comunicación	
Marco Argumentativo	
Denotación del argumento	

TABLA 3

Medio de comunicación/ Noticia relevante	Contexto informativo	Función
Anuncio de las medidas establecidas por el ex presidente Lenin Moreno		

Anuncio de Paro Nacional mediante la CONAIE y gremios de transportistas		
Conflictos en las principales ciudades		

RESULTADOS

En esta sección, se presentan los resultados derivados de las matrices de análisis previamente construidas. La investigación se ejecutó a través de la plataforma donde los medios de comunicación, Teleamazonas y Gamavision, compartieron varios productos informativos. Para seguir la secuencia cronológica del conflicto examinado, se llevó a cabo un análisis mediante documentales y videos pertinentes disponibles en la plataforma YouTube. Esta elección se fundamenta en la naturaleza cotidiana y accesible de YouTube, que facilita el estudio de los productos audiovisuales relevantes para comprender el desarrollo del conflicto en cuestión. Las diferentes matrices se dividieron en 3: La primera se utilizó para recolectar los diferentes productos, importante para utilizar datos generales de cada uno, enfocándose en la metodología mixta con datos cuantitativos y cualitativos, la segunda, el título del producto, el canal de emisión, fecha, likes, duración del producto, número de comentarios, visualizaciones y el link del producto. En esta sección se observaron 6 videos 4 de Teleamazonas y 2 de Gamavision, estos mismos se detallaron de manera adecuada.

Luego, se empleó una matriz adicional para examinar el contenido de los productos audiovisuales, con el propósito de visualizar las significaciones presentes en los videos. De los seis videos propuestos, se seleccionaron y analizaron tres, siendo dos de ellos afiliados al medio Teleamazonas. Estos dos productos destacaron por su impacto noticioso y evidenciaron la participación activa del medio en la construcción de narrativas periodísticas. Este enfoque selectivo permitió centrarse en los videos más influyentes y reveladores, ofreciendo una comprensión más detallada de la contribución específica de Teleamazonas a la cobertura y representación de los eventos analizados.

El análisis comparativo entre Teleamazonas y Gamavision durante el Paro Nacional de 2019 revela notables divergencias editoriales que influyeron significativamente en la narrativa y percepción pública de los eventos. Mientras Teleamazonas adoptó un enfoque directo y desaprobatorio, destacando la confrontación entre la fuerza pública y los manifestantes, Gamavision asumió una postura más analítica y equilibrada al dar espacio a las voces de los manifestantes y presentar opiniones de expertos.

La decisión de Teleamazonas de abordar el conflicto con un enfoque crítico creó una narrativa de polarización y tensión, centrándose en el enfrentamiento entre las fuerzas de seguridad y los

manifestantes. Por el contrario, Gamavision optó por una aproximación más ponderada, proporcionando una visión más completa al incluir perspectivas de los manifestantes y análisis de expertos.

Estas discrepancias en las perspectivas editoriales tuvieron un impacto directo en la interpretación de la audiencia sobre el descontento social y las movilizaciones. La postura decidida de Teleamazonas generó una narrativa de conflicto más intensa, mientras que la aproximación analítica de Gamavision ofreció una comprensión más equilibrada y matizada de los eventos.

Este análisis resalta la importancia de la interpretación editorial en la formación de opiniones públicas, evidenciando cómo las decisiones editoriales de los medios de comunicación pueden moldear la percepción colectiva de la sociedad. En situaciones cruciales, como el Paro Nacional de 2019, la diversidad de enfoques en la cobertura mediática no solo refleja la pluralidad de perspectivas, sino que también subraya la responsabilidad de los medios en la construcción de narrativas que impactan en la comprensión social de la realidad

La distinción entre Gamavision y el medio privado Teleamazonas se hizo evidente mediante el análisis del enfoque argumentativo. Se observó una clara diferencia, ya que los periodistas de Teleamazonas adoptaron un discurso denotativo en contra de las movilizaciones. Este hallazgo se consolidó al examinar el marco argumentativo del producto seleccionado de Gamavision, donde se abordaron temas relacionados con la violencia, enfocándose principalmente en la perspectiva de los manifestantes y no tanto en la respuesta de la fuerza pública. Este análisis destaca las diferencias en las posturas editoriales de ambos medios durante el paro nacional.

En el análisis de este producto de un medio privado, se destaca un evidente intento de apelar al sentimentalismo de aquellos ciudadanos que no respaldaban el paro nacional. Este enfoque se observa claramente en la selección de contenidos que buscan generar una conexión emocional con la audiencia. Contrastando esta estrategia, Gamavision, como medio público, optó por un producto que se centra en visualizar el movimiento indígena, evidenciándose en las narrativas de los presentadores y periodistas durante entrevistas y relatos de los eventos relacionados con el paro. Este enfoque ofrece un espacio para que los manifestantes expresen sus puntos de vista, demostrando un respaldo evidente en la presentación imparcial de los hechos ocurridos durante el paro nacional.

En la última matriz se empleó un comparativo entre los dos medios Teleamazonas y Gamavision. Esta estructura se basó en determinar ciertos sucesos relevantes alrededor del paro, en los cuales ambos medios tuvieron una cierta cobertura noticiosa. Esto en primera instancia bajó la agenda de atributos. En esta sección se analizó el rol informativo que va de la mano con los medios y las significaciones de las emisiones, de tal manera se evaluó los mensajes para poder realizar la respectiva interpretación y colocarlo en el espacio de resultado.

En el análisis comparativo entre los dos medios, se observa una marcada disparidad en el enfoque editorial durante la emisión del ex presidente Lenin Moreno y su anuncio de nuevas medidas económicas. Teleamazonas, en colaboración con la cadena nacional, opta por transmitir la información de manera directa, destacando la derogación del decreto presidencial. En contraste, Gamavision adopta un enfoque más analítico al convocar a expertos para evaluar la pertinencia de las medidas anunciadas por el presidente. Esta divergencia evidencia un favoritismo notorio por parte de un medio hacia la derogación del presidente, mientras que el otro busca proporcionar una perspectiva crítica y reflexiva mediante análisis especializados para ofrecer a la audiencia una visión más completa y fundamentada de las medidas económicas propuestas.

Teleamazonas interpretó el anuncio del paro nacional de la CONAIE como un acto violento, enfocándose en la presencia pacífica de la fuerza pública frente a los manifestantes indígenas. Las entrevistas realizadas a la policía indicaron que los actos de vandalismo estaban siendo llevados a cabo por personas de origen indígena. En contraste, Gamavision entrevistó a una coordinadora de la CONAIE, quien explicó que los disturbios al comienzo del paro no involucraban a personas afiliadas al movimiento indígena. Este enfoque divergente refleja cómo un canal resalta la violencia, mientras que el otro proporciona un contexto más amplio de la situación. La narrativa mediática en cada caso influye en la percepción pública, destacando la importancia de la interpretación editorial en la cobertura de eventos significativos.

En el segmento final que aborda los acontecimientos destacados, se expone el malestar general de la población. Teleamazonas expresó su desaprobación al mostrar entrevistas tipo vox pop, donde se buscaba que aquellos en desacuerdo menospreciaran la relevancia de las movilizaciones, sin proporcionar comentarios explícitos al respecto. Por otro lado, Gamavision adoptó un enfoque más imparcial al dar voz a los manifestantes, aunque también incluyó un vox pop con opiniones variadas de la ciudadanía, reflejando divisiones entre el bien y el mal. Este matiz resalta las

inclinaciones editoriales de cada medio, indicando cómo manejan la información de acuerdo con sus perspectivas. La decisión de presentar entrevistas selectivas y el tono empleado en los vox pop influye significativamente en la percepción que el público tiene de las protestas.

Teleamazonas, un medio privado con influencia nacional, adoptó un enfoque directo y, en muchos casos, crítico hacia las movilizaciones durante el paro nacional. Su cobertura se destacó por transmitir imágenes directas de las manifestaciones, con énfasis en la presencia de la fuerza pública frente a los manifestantes indígenas. Las entrevistas tipo vox pop emitidas por Teleamazonas reflejaron un mensaje de rechazo, buscando presentar opiniones que desmeritarán la importancia de las movilizaciones. Este enfoque editorial reveló una posición editorial clara en contra de las protestas, mostrando una preferencia por resaltar la narrativa de descontento social y conflictividad.

En contraste, Gamavision, un medio público, adoptó un enfoque más analítico y parcial durante el paro nacional. Su cobertura se caracterizó por proporcionar un espacio para las voces de los manifestantes, especialmente el movimiento indígena. Las entrevistas y análisis presentados por Gamavision no solo visualizaron la movilización indígena, sino que también incluyeron opiniones de expertos que evaluaron la pertinencia de las medidas anunciadas por el presidente. La inclusión de un vox pop hacia la ciudadanía resaltó la diversidad de opiniones, mostrando una imagen más equilibrada de las percepciones sobre las protestas. Este enfoque editorial indicó una disposición a ofrecer una visión más completa de la situación, buscando contextualizar los eventos y proporcionar a la audiencia información para formar sus propias opiniones.

El análisis comparativo revela marcadas discrepancias editoriales entre Teleamazonas y Gamavision durante el Paro Nacional de 2019. Teleamazonas adoptó un enfoque directo y crítico, resaltando la confrontación entre la fuerza pública y los manifestantes. En contraste, Gamavision desempeñó un papel más analítico y equilibrado al ofrecer espacio a los manifestantes y presentar opiniones de expertos. Estas diferencias en la perspectiva editorial dejaron una huella significativa en la percepción pública de los acontecimientos, influyendo en cómo la audiencia interpretó el descontento social y las movilizaciones.

La postura decidida de Teleamazonas, caracterizada por su enfoque desaprobatorio, proyectó una narrativa de conflicto y polarización, donde la tensión entre las fuerzas de seguridad y los manifestantes ocupaba el primer plano. Por otro lado, Gamavision, al adoptar un tono más analítico

y equilibrado, ofreció un panorama que incluía las voces de los manifestantes y aportes de expertos, proporcionando así una visión más completa y matizada de los eventos.

Estas distintas interpretaciones editoriales no solo resaltan la diversidad de enfoques en la cobertura mediática, sino que también subrayan la influencia de dichos enfoques en la formación de la opinión pública. La elección de cómo presentar y contextualizar la información contribuye a moldear la percepción colectiva de los ciudadanos sobre los acontecimientos sociales. Este análisis pone de manifiesto la relevancia de la interpretación editorial en la configuración de opiniones públicas durante eventos cruciales, destacando la responsabilidad de los medios de comunicación en la construcción de narrativas que influyen en la comprensión social de la realidad.

CONCLUSIONES

La presente investigación se centra en realizar un análisis comparativo exhaustivo de dos destacados medios de comunicación, Teleamazonas y Gamavision, con el objetivo de examinar cómo cada uno abordó el tratamiento noticioso durante la crisis de octubre de 2019 en Ecuador. La elección de estos medios se fundamenta en la necesidad de explorar la respuesta de los medios tradicionales en contraste con el predominio de análisis centrados en plataformas digitales.

La crisis de octubre de 2019 se erige como un evento trascendental que dejó una huella significativa en la sociedad ecuatoriana. La comprensión de cómo los medios tradicionales, en este caso Teleamazonas y Gamavision, interpretaron y presentaron estos acontecimientos es crucial para desentrañar la diversidad de perspectivas y enfoques dentro del ámbito periodístico.

El enfoque comparativo seleccionado para esta investigación busca arrojar luz sobre las estrategias periodísticas y las líneas editoriales únicas de cada medio, particularmente en un contexto de crisis. Mientras la mayoría de los análisis existentes se centran en medios digitales, esta investigación aspira a llenar un vacío al explorar el terreno de los medios tradicionales, en los cuales la televisión juega un papel fundamental.

Este análisis comparativo ofrece una visión más completa y contextualizada de la dinámica mediática durante situaciones de crisis. Al examinar de cerca cómo Teleamazonas y Gamavision han presentado y narrado los eventos clave de octubre de 2019, podemos desentrañar la influencia que los medios tradicionales ejercen en la construcción de narrativas y en la percepción pública en momentos cruciales de la historia.

La investigación se propone analizar los discursos, la selección de noticias, las fuentes utilizadas y los enfoques adoptados por cada medio, proporcionando así una evaluación integral de su papel en la formación de la opinión pública durante la crisis en cuestión. En última instancia, este estudio no solo enriquecerá nuestra comprensión de la influencia mediática, sino que también contribuirá al conocimiento de la complejidad de los procesos periodísticos en períodos críticos que impactan directamente en la sociedad.

La minuciosa evaluación de la cobertura mediática proporcionada por Teleamazonas y Gamavision durante el Paro Nacional de 2019 ofrece una visión exhaustiva de las distintas perspectivas editoriales y de su influencia en la configuración de la opinión pública. Estos dos

medios, que representan la amplia diversidad mediática en Ecuador, exhibieron enfoques marcadamente diferentes en la presentación y análisis de los eventos, generando consecuencias significativas en la percepción colectiva de uno de los momentos más cruciales en la historia reciente del país.

Teleamazonas, como un medio de alcance nacional y privado, optó por una cobertura más directa y, en ciertas instancias, crítica de las movilizaciones. La estrategia de destacar imágenes impactantes y entrevistas de tipo vox pop con un sesgo crítico hacia las protestas sugiere una intención de resaltar la confrontación y el descontento social. Aunque esta posición editorial pudo haber generado atención y controversia, también entraña el riesgo de polarizar la opinión pública al presentar las movilizaciones como actos de violencia y desorden.

En contraste, Gamavision, como medio público, adoptó un enfoque más analítico y equilibrado. Al otorgar voz a líderes indígenas, incorporar opiniones de expertos y presentar un vox pop diversificado, el canal buscó contextualizar las movilizaciones, ofreciendo así una perspectiva más completa y matizada de los eventos. Esta aproximación editorial podría haber contribuido a una comprensión más profunda de las motivaciones detrás del paro, presentándolo como una expresión legítima de descontento social.

Las disparidades en la cobertura mediática tuvieron un impacto tangible en la opinión pública. Mientras Teleamazonas, al enfocarse en la confrontación y el rechazo, posiblemente influyó en la formación de una percepción más crítica hacia las protestas, Gamavision, al proporcionar un análisis más exhaustivo y equilibrado, ofreció a la audiencia la oportunidad de entender las complejidades detrás del paro, presentándolo como un fenómeno social más intrincado y multifacético.

En el contexto actual, donde los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la configuración de la opinión pública, este análisis destaca la imperativa necesidad de una cobertura mediática ética y equilibrada. La responsabilidad de los medios va más allá de la mera presentación de hechos; implica proporcionar contexto, analizar eventos de manera crítica y ofrecer una variedad de perspectivas para dotar a la audiencia de una comprensión más completa y contextualizada.

Este estudio pone especial énfasis en la importancia de reflexionar sobre la ética y la responsabilidad editorial en un entorno mediático dinámico y a menudo polarizado. La diversidad

de perspectivas presentes en los medios se vuelve esencial para cultivar una sociedad informada y participativa. En el contexto específico del Paro Nacional de 2019 en Ecuador, Teleamazonas y Gamavision sirven como ejemplos concretos de cómo las decisiones editoriales no solo afectan la narrativa mediática, sino que también influyen de manera significativa en la construcción de la realidad social.

El análisis profundo de estos dos medios durante el Paro Nacional resalta cómo sus decisiones editoriales y enfoques particulares no solo moldearon la presentación de los eventos, sino que también tuvieron un impacto directo en la percepción pública de la situación. Teleamazonas, con su enfoque directo y crítico, creó una narrativa de confrontación y polarización, mientras que Gamavision, adoptando una postura más analítica y equilibrada, proporcionó una visión más matizada y completa.

En un panorama mediático que enfrenta desafíos constantes, la reflexión sobre la ética y la responsabilidad editorial se vuelve esencial. Los medios de comunicación no solo informan, sino que también influyen en la opinión y actitudes del público. Este análisis destaca la necesidad de abordar estas responsabilidades con la máxima seriedad, reconociendo que las decisiones editoriales no solo conforman la narrativa mediática, sino que también contribuyen a la construcción de la realidad social que la audiencia percibe.

En resumen, este estudio subraya la importancia de la pluralidad de enfoques en el periodismo contemporáneo, reconociendo que la diversidad de perspectivas es esencial para enriquecer la información presentada y para permitir que la sociedad se forme opiniones informadas y críticas. En un mundo donde la información fluye rápidamente, la ética y la responsabilidad editorial son piedras angulares para garantizar que los medios cumplan su función esencial de informar de manera precisa y justa.

Bibliografía

- Arango. (2013). Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2380/1/Tesis2552CAAg.pdf>
- Baptista, L. (2015). *Alcance de la investigacion* . Mexico.
- Caamaño, A. (Septiembre de 2020). *Gestión de la comunicación de crisis gubernamental en Twitter*. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2380/1/Tesis2552CAAg.pdf>
- Castells, M. (2009). *Comunicacion y poder*. Alianz.
- Castillo, A. (2011). LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO ACTORES SOCIALES Y. *RAZON Y PALABRA*, 21.
- Kapuscinski, R. (2005). *Los c+inicos no sirven para este oficio*. BARCELONA: ANAGRAMA.
- Littlehale, K. (s.f.). *Storyboardthat*.
- Lizarzaburo, & Sanchez, R. (2018). *Medios de comunicacion privados y poder politico en Ecuador*. Quito: Abya Yala.
- McCombs, M. (s.f.). *Estableciendo la agenda*. Obtenido de <file:///C:/Users/josua/Downloads/358288860-Estableciendo-la-agenda-McCombs-1-pdf.pdf>
- McLuhan, M. (s.f.). *El medio es el mensaje* .
- Noam, C. (1995). *Los guardianes de la libertad*.
- Ruiz, J. (2005). *Investigar en comunicacion* . España.
- Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Métodos y técnicas* . Mexico: INE.
- Shaw, D. (1972). *The Agenda Setting Function of Mass Media*. Public Opinion Quarterly.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter y gases lacrimogenos*.
- Universidad Politecnica Salesiana. (2019). *La salesiana frente a la ,ovilizacion populaar de octubre 2019*. Quito : Abya yala.

Vega, G., & Javier, A. (2014). *PARADIGMAS EN LA INVESTIGACIÓN*. Mexico: European Scientific Journa.

Villacrez, A. (2021). *Medios tradicionales y alternativos*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23713/1/UPS-CT010176.pdf>

ANEXOS

TABLA 1

Título del producto	Lenín Moreno decretó Estado de Excepción a nivel nacional Teleamazonas
Canal de emisión	Teleamazonas
Fecha	3 de octubre del 2019
Likes	66
Tiempo del producto	3:07
Numero de comentarios	74
Visualizaciones	7373
Link	https://www.youtube.com/watch?v=fjN8jqCWHic

Titulo del producto	Indígenas llegaron a Quito para protestar contra las medidas económicas Teleamazonas
Canal de emisión	Teleamazonas
Fecha	8 de octubre 2019
Likes	360
Tiempo del producto	1:43
Numero de comentarios	67
Visualizaciones	49.417

Link	https://www.youtube.com/watch?v=PvkfJN5HMUA
------	---

Titulo del producto	Trabajadores con problemas para retornar a casas por el paro nacional -Teleamazonas
Canal de emisión	Teleamazonas
Fecha	3 de octubre del 2019
Likes	115
Tiempo del producto	1:47
Numero de comentarios	45
Visualizaciones	23.306
Link	https://www.youtube.com/watch?v=h0zWm_I0xbA

Titulo del producto	Dirigentes de transportistas que encabezan el paro nacional Teleamazonas
Canal de emisión	Teleamazonas

Fecha	3 de octubre del 2019
Likes	266
Tiempo del producto	3:35
Numero de comentarios	290
Visualizaciones	63.163
Link	https://www.youtube.com/watch?v=F4zBeaIoChY

Titulo del producto	Movimiento indígena movilizó a miles de personas hacia las ciudades de Quito y Guayaquil
Canal de emisión	Gamavision
Fecha	8 de octubre 2019
Likes	80
Tiempo del producto	2:21
Numero de comentarios	150
Visualizaciones	129
Link	https://www.youtube.com/watch?v=EWIosj8adzE

Titulo del producto	Esta en vigencia el estado de excepción en el país tras paro nacional
---------------------	---

Canal de emisión	Gamavision
Fecha	4 de octubre del 2019
Likes	85
Tiempo del producto	1:20
Numero de comentarios	40
Visualizaciones	170
Link	https://www.youtube.com/watch?v=iJGHRJc-ehE

TABLA 2

Título del producto	Movimiento indígena movilizó a miles de personas hacia las ciudades de Quito y Guayaquil
Medio de comunicación	Gamavision
Marco Argumentativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. El movimiento indígena movilizó a miles de personas hacia las ciudades de Quito y Guayaquil a fin de presionar al gobierno para que derogue el decreto 883 que eliminó el subsidio de las gasolinas y el diésel. 2. La caminata inició hace tres días desde comunidades de la Sierra Centro, de la Sierra Norte y la Amazonía. 3. A su paso se sumaron más campesinos que llegaron la tarde de lunes hasta el Parque del

	<p>Arbolito, tradicional punto de concentración en estas jornadas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Durante la mañana del martes, más manifestantes de las nacionalidades indígenas llegaron a la capital por distintas vías. 5. Celia Abalásquez, coordinadora nacional del movimiento Pachacútic, señaló que los actos vandálicos no son cometidos por indígenas. 6. Advirtió que hay infiltrados contra los que, en caso de ser detectados, se aplicará la justicia indígena. 7. Además, enfatizó que el objetivo de esta movilización no es desestabilizar al gobierno nacional, sino presionar únicamente la justicia indígena.
Denotación del argumento	<p>Los periodistas relatan la movilización de los indígenas hacia la capital, de igual manera aseveran informaciones extraoficiales por parte de una participante del movimiento indígena que resaltan que los actos vandálicos no se relacionan con ninguno de su movimiento, haciendo referencia a que existen gente infiltrada en ciertos tramos donde la CONAIE repliega a su gente.</p>

Título del producto	Trabajadores con problemas para retornar a casas por el paro nacional -Teleamazonas
Medio de comunicación	Teleamazonas
Marco Argumentativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Caminar kilómetros en las calles, en las aceras, al filo de la montaña, en la autopista fue la única opción para retornar a sus hogares que tuvieron miles de ciudadanos a quienes les fue arrebatada la prestación de servicios públicos porque los transportistas no los brindaron y porque con violencia cerraron 2. Caminar kilómetros en las calles, en las aceras, al filo de la montaña, en la autopista fue la única opción para retornar a sus hogares que tuvieron miles de ciudadanos a quienes les fue arrebatada la prestación de servicios públicos porque los transportistas no los brindaron y porque con violencia cerraron 3. La bicicleta también fue una alternativa, inclusive en las vías rápidas que en la hora pico suelen estar congestionadas. 4. En otros sectores, tras utilizar el transporte público municipal, que este sí brindó servicio, al salir de la estación muchos hicieron una pregunta al encontrarse con un conflicto. 5. Las protestas violentas de sectores del transporte y la paralización de sus servicios

	afectaron a quienes, a diferencia de ellos, sí querían trabajar.
Denotación del argumento	Los periodistas aquí apelan al sentimentalismo y opiniones de cada persona, puesto que quieren tornarlo como un problema de aquellas personas que no están de acuerdo al paro nacional de esta manera las movilizaciones no tendrían importancia y estarían con comentarios divididos para los que están a favor y los que están en contra