



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



MODALIDAD PRESENCIAL

DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXÁMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

PERIODISMO DIGITAL EN ECUADOR
ANÁLISIS DEL WEBSITE LA POSTA COMO UNA NUEVA FORMA DEL
EJERCICIO PERIODÍSTICO.

AUTORA:

MACAS RODRÍGUEZ MARIA DANIELA

TUTOR:

MSC. LEMOS BELTRÁN DANIEL GUSTAVO

BABAHOYO - LOS RÍOS - ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



DEDICATORIA

El presente estudio de caso previo a mi titulación lo dedico principalmente a nuestro creador que gracias a su infinito amor ha sabido guiarme en las situaciones más complejas de mi vida, además con mucho afecto y consideración quiero dedicarle a mis queridos padres y a mis hermanas, quienes son los pilares que sostienen mi razón de ser y hacen que mis emociones cambien.

Por último y no menos importante quiero dedicar este capítulo de mi vida a mis compañeros y compañeras de clase, a los docentes, decana y a todos mis amigos y amigas que seguirán estando presente en mis demás triunfos.

María Daniela Macas Rodríguez



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer esta etapa de mi vida especialmente a Dios y a mis padres quienes han sido y serán los más orgullosos por los triunfos de mi vida, sin importarles que tenga una derrota ellos siempre estarán para apoyarme, además quiero agradecerles profundamente a mis familiares que han estado presente en los buenos y malos momentos de mi infancia, adolescencia y ahora en mi etapa de profesional.

Y como no agradecerle a mi tutor Msc. Daniel Lemos Beltrán que, gracias a su conocimiento y ayuda, hemos realizado este estudio de caso.

Muchas gracias a todos...

María Daniela Macas Rodríguez



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



RESUMEN

El presente estudio de caso se enfoca en el estudio del Website “La Posta” en el marco del periodismo digital, como un referente de las nuevas formas de ejercer la profesión en el Ecuador. Para este trabajo se implementó la metodología de carácter cualitativo, tomando en consideración los preceptos de la etnografía virtual. En el sustento teórico se sitúan conceptos que se relacionan con la temática de estudio, así mismo tiene como objetivo brindarle al lector casos de diarios digitales que han incursionado en situaciones polémicas de gran trascendencia, de igual manera el estudio se lo realizó por las diferentes páginas que utiliza el Website La Posta.

Palabras claves: Medios de comunicación, periodismo digital, website, redes sociales.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



SUMMARY

This case study focuses on the study of the Website "La Posta" in the framework of digital journalism, as a reference of the new ways of exercising the profession in Ecuador. For this work the qualitative methodology was implemented, taking into account the precepts of virtual ethnography. In the theoretical support concepts that are related to the subject of study are located, likewise it aims to provide the reader with cases of digital newspapers that have ventured into controversial situations of great importance, in the same way the study was carried out through the different pages used by the La Posta Website.

Keywords: Media, digital journalism, website, social networks.

INDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN	1
2. DESARROLLO	2
2.1. JUSTIFICACIÓN	2
2.2. OBJETIVO GENERAL	3
2.2.1. Objetivos específicos.....	3
2.3. SUSTENTO TEÓRICO.....	3
2.4. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	8
2.5. RESULTADOS OBTENIDOS	9
Imagen 1 Portada del Website La Posta (Quienes somos).....	9
Imagen 2 Portada del Website La Posta (Pautaje)	9
Imagen 3 Portada del Website La Posta (Contactos).	10
Imagen 4 Portada de su Fan Page en la red social Facebook.	11
Imagen 5 Potada de su red social Instagram.	11
Imagen 6 Portada de su red social Twitter	12
Imagen 7 Portada de su red social YouTube.....	12
3. CONCLUSIONES	14
4. RECOMENDACIONES.....	15
5. BIBLIOGRAFÍAS	16
6. ANEXOS	18

1. INTRODUCCIÓN

El periodismo digital en el Ecuador es un tema que se discute en salas de redacción, congresos, escuelas de periodismo, conferencias, entre otras que representan un continuo debate debido a las altas demandas de información. Actualmente se está consciente del papel que ocupa la internet como plataforma de información y comunicación que nos permiten utilizarlas como una herramienta para comunicar, educar y entretener a la audiencia.

El presente estudio de caso se centra en el análisis del “Website La Posta” para establecer y describir los elementos y componentes esenciales del periodismo digital como lo mediático y la interactividad que compone el portal para exponerlo como una nueva forma del ejercicio periodístico ejecutado en el país.

Este análisis ha conducido a reflexionar sobre el rol y la importancia que tiene el periodismo en la actualidad, y más aun con la aparición de la web y las redes sociales, ocasionando que la demanda digital de los lectores sea más elevada. Los periodistas han perdido la facultad de ser los dueños de la noticia, es por ello que las publicaciones que se realizan virtualmente no solamente son noticias.

Además, se enmarca el presente trabajo al periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías como línea de investigación de la carrera, asociado al objetivo número 4 del plan nacional del buen vivir como lo es “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”, es por ello que se tomó en consideración para un proceso investigativo eficiente la etnografía virtual como parte importante de este análisis.

2. DESARROLLO

2.1. Justificación

Las actualizaciones tecnológicas y el avance de las redes sociales en el periodismo y/o comunicación digital han supuesto nuevas maneras de interacción entre los contenidos informáticos y los seres humanos. Este escenario está presente en casi todos los acontecimientos diarios de la vida, incluyendo lo académico y profesional, por ello es importante conocer de qué manera contribuye esta nueva forma de periodismo a que la audiencia opte por utilizarla.

La presente investigación pretende analizar y establecer cómo se direcciona el periodismo digital en el ámbito digital, pero mediante la focalización del website La posta. El portal web La posta es un medio de comunicación que no solo da noticias y entretenimiento, más bien trata de acaparar la audiencia sin discriminación de edad, para que así los espectadores compartan, disfruten y se informen.

Este estudio de caso aporta académicamente a la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, especialmente a los estudiantes y profesionales de la carrera de comunicación social, además es factible debido a la gran demanda que existe en el uso de contenidos digitales e informaciones virtuales que se difunden en las redes sociales y páginas web ecuatorianas e internacionales.

2.2. Objetivo general

Analizar el Website “La Posta” y sus redes sociales como una nueva forma del periodismo digital en Ecuador.

2.2.1. Objetivos específicos

- Identificar los componentes multimediales del Website la posta.
- Interpretar la información del website la posta como ejercicio del periodismo digital.

2.4. Sustento teórico

La posta (Ecuador)

La posta es un sitio web digital multimedia fundado el 16 de octubre del 2017 en la ciudad de Quito, por el periodista ecuatoriano Luis Eduardo Vivanco conocido por el espacio digital de entrevistas cómicas el “Castigo Divino” y el periodista de igual magnitud el Sr. Andersson Boscán Pico, reconocido también por su espacio digital “Café La Posta”.

Luis Vivanco Arias actualmente es un periodista y editor de gran trayectoria que nació el 22 de agosto de 1983 en la ciudad de Quito, graduado como Lcdo. en Comunicación Social de la Universidad de las Américas, quien laboró a mediados del año 2006 en el Diario “Hoy” y luego de 5 años contrajo trabajo en el diario “La hora”. Luis Vivanco en los casi 5 años de haber trabajado con el diario La hora obtuvo varios conflictos con el Gobierno del Expresidente de la República del Ecuador el Eco. Rafael Correa Delgado, donde se situará un extracto de lo acontecido.

En el mes de mayo del 2015 la Secretaría General de Comunicación organismo regulador de mediación, impuso al Diario La Hora una multa de 3.540 dólares por no haber difundido la Rendición de cuentas del alcalde de Loja, lo que originó que Vivanco difundiera física y digitalmente el comentario “Si no nos declaráramos en resistencia, habríamos aceptado que el poder político nos imponga los contenidos y eso sería nefasto para todos los que hacemos periodismo”, generando polémicas en las redes sociales por la tajante revelación del Diario hacia el Gobierno, noticia difundida por el diario digital (El país, 2015).

Por último, Luis Vivanco dejó de laborar en el diario La Hora en el año 2017, donde crearon el diario digital “La Posta” con el Sr. Andersson Boscán quien renunció a su labor en el diario expreso. Ese mismo año Correa había terminado su carrera como presidente del Ecuador, pero antes de su salida fue denunciado por el Ministerio del Interior debido a un tuit.

(El Universo, 2017) publicó en su medio digital que la coordinadora jurídica del Ministerio de Interior presentó una denuncia penal en contra del periodista y editor general de “La Hora” Luis Vivanco porque supuestamente intentó confundir a los conciudadanos del Ecuador con hechos de corrupción atribuyendo responsabilidad al gobierno nacional.

El presunto delito por el que se investigó a Vivanco fue por el tuit “Sobre estos colchones descansa la revolución”, quien además estuvo acompañado con una foto de un dinero que se decomisó en propiedades del presunto narcotraficante Edison Prado Álava en la ciudad de Guayaquil y Manabí, actualmente detenido en el estado de Colombia.

Además, La Posta es conocida como un medio de comunicación que entrega su contenido por medio de las redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y YouTube, ofreciendo algunos segmentos tales como: Columna de opinión, economía para homero, el top, la cagada de la semana, la pijamada de la posta, martes sexy de la posta, me fui a volver pelucón, qué ver, las 5pp, entre otras. Ellos esperan que la audiencia disfrute del trabajo que brindan en las redes, como es el caso de los contenidos publicitarios que ofrecen para que sirva como herramienta de financiamiento del periodismo y el cliente se sienta satisfecho por la inversión que hace.

Periodismo digital

El periodismo digital o también llamado ciberperiodismo es una modalidad del ejercicio periodístico, así lo afirma (Córdova, 2016), cuyos medios auxiliares son de índole digital que se concentra como la evolución de la era digital que emplea el ciberespacio para investigar y producir sus contenidos.

Estos tipos de empresa digital engloban todas las vertientes previas como la prensa escrita, la radio, la televisión, el internet y otros formatos en un conglomerado multimedia virtual, por lo que actualmente es posible navegar en páginas de noticias, escuchar la radio, ver la televisión o hacer las tres cosas mediante hipervínculos y formas múltiples (Gil, 2017).

Un ejemplo claro de negatividad que obtuvo el periodismo digital en la administración del gobierno de la revolución ciudadana antes de su segundo período de administración fue la de aplicar la “ley mordaza”, teniendo como objetivo impedir que los periodistas informen libremente sobre las campañas electorales, especialmente a los medios de comunicación privados.

Multimedialidad

Uno de los rasgos distintivos del periodismo digital es su aprovechamiento de los distintos formatos de información disponibles en la red: el texto escrito, el video, el audio, las gráficas e infografías, todo se concentra en un mismo soporte adaptado a las necesidades de la audiencia.

Según (Guallar, Rovira, & Ruiz, 2015) la multimedialidad en el contexto de la prensa digital es la utilización conjunta de las formas básicas de información, como lo es el texto, el sonido, la imagen fija y animada, en un mismo entorno de manera integrada, es decir una de las características principales de la prensa digital.

La multimedia en un sentido más amplio es tan antigua como la interacción humana, se la ejemplifica debido a que al comunicarse una persona con otra en una charla normal se utilizan los sonidos y la observación, empleando dos medios distintos; las palabras y la imagen.

Hipertextualidad

Para (Herrero Diz, Ramos-Serrano, & Nó Sánchez, 2016) la hipertextualidad son rasgos típicos del periodismo digital y de la internet en general que se lo conoce como el hipertexto, teniendo la posibilidad de saltar de un texto o contenido hacia otro, armando un tejido de relaciones y de lecturas que se complementan recíprocamente y bajo lineamientos virtuales.

Por otro lado (Larrondo Ureta, 2016) en su artículo manifiesta que “la no secuencialidad de la lectura se da a través del uso del hipertexto y del hipermedia”. La contabilización de los minutos que al usuario le lleva visualizar cada información es un elemento clave para la comunicación en línea, es decir la hipertextualidad y el recurso hipermedia es el enlace del medio con los procesos mentales y el perfil del usuario.

Por ejemplo, una noticia sobre una región específica puede contener vínculos hacia otras noticias ya establecidas, necesarias para comprender y analizar el contexto de fotografías o mapas de la región que podrán ser saltadas de un sitio a otro dependiendo la información que el lector necesite.

Interactividad

La interactividad es otro de los rasgos fundamentales para el periodismo digital, puesto que es la más innovadora respecto a otros medios como la televisión y la radio, en estos medios el espectador pasivamente lo demanda, mientras que el cibernauta elige que noticias ver y cuales no quisiera verlas, como videos o cualquier otra noticia optando por expresar algún comentario cuando la página así lo permita (Mora Fernández, Ávila Solano, Ortiz Vizuet, & Romero Galarza, 2018).

Impacto

El periodismo digital pone en jaque los medios tradicionales de información a través de mejores modelos de fluctuación con el público, los medios digitales son menos costosos y menos perecederos, debido a que son de mayor alcance y mayor complejidad que otros al usarlos.

Los periódicos digitales, los canales multimedios y otras fuentes emiten su información con poca, desigual o a veces ninguna regulación organizacional, empresarial o institucional, por ello es un poco difícil regularizarlo en relación a los medios tradicionales (Odriozola, Aguirre, & Bernal, 2016).

Textos periodísticos

Los textos periodísticos según (Pauta, 2019) son publicados en medios de comunicación escritos como diarios, revistas y páginas web informativas, conocidos en

la actualidad como medios masivos de comunicación. Su función principal es informar, aunque muchos de ellos se basan en datos ya transmitidos, es decir plantean sus opiniones acordes a algo ya publicado, se distinguen de otros textos por su intencionalidad, pero también por el medio en que son publicados.

2.5. Técnicas aplicadas para la recolección de la información

La presente investigación se desarrolla en el espacio virtual, es decir que se analizará al Website “La Posta” como un indicador digital cuyo objetivo será conocer si aporta o no al ejercicio periodístico, implementando la metodología cualitativa-descriptiva mediante un análisis etnográfico virtual. Ese tipo de modelo investigativo permite al investigador involucrarse en la investigación como un observador participante, obteniendo como resultado una interpretación más próxima a la realidad.

En dicha metodología se consideran 3 tipos de principios como lo es la observación, la participación virtual directa y la recopilación de la información. El objetivo de este estudio con respecto a las técnicas de estudio se encuentra en la red, por lo tanto, el método de la etnografía virtual es indispensable, debido a que en ella se examinan como se configuran los límites y las conexiones, especialmente entre lo virtual y lo real.

Además, para estimar mejores resultados se consideró la técnica de la entrevista que fue dirigida a 3 grandes medios digitales reconocidos en la ciudad de Babahoyo como lo son: “Click” con la disponibilidad del administrador y creador el Lcdo. Martín Soto, “Multinoticias.ec” siendo el propietario el Lcdo. Marlon Melo y “Jóvenes Producciones” con su precursor el Sr. Alfredo Pazmiño.

2.5. Resultados obtenidos

Website “La Posta”

El sitio web “La Posta” cumple con los estándares de producción digital como lo es la misión y visión del mismo.



Imagen 1 Portada del Website La Posta (Quiénes somos).

La Posta Utiliza redes sociales como el Facebook, Instagram, Twitter y YouTube que son utilizadas como herramientas para brindar publicidad y contenidos informativos a los clientes.

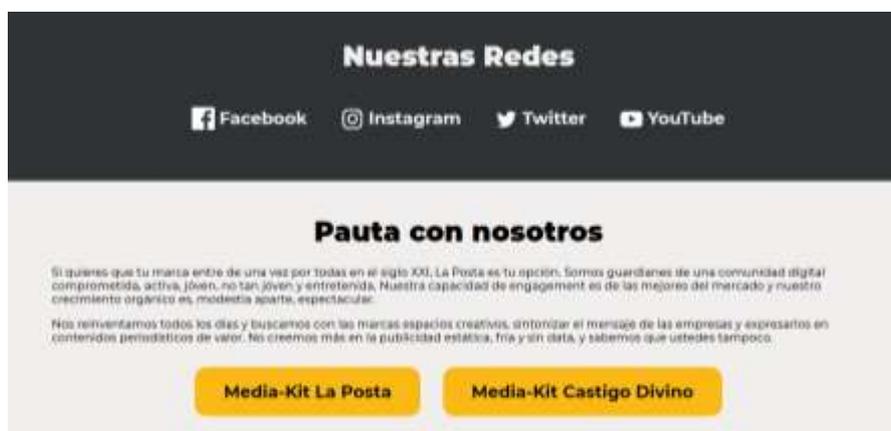


Imagen 2 Portada del Website La Posta (Pautaje)

Además, contiene información sobre la ubicación de las oficinas en donde desempeñan sus funciones, y posee cuatro direcciones de correos electrónicos con los que pueden comunicarse los clientes.



Imagen 3 Portada del Website La Posta (Contactos).

Mediante los principios multimedia se puede determinar que la website La Posta cumple con los siguientes principios:

Principio multimedia: La Posta cumple con este principio, porque utiliza imágenes que tienen relación con el contenido a mostrarse en su portada.

Principio de coherencia: Este principio se ve reflejado en su contenido, ya que todo lo expuesto tiene relación a lo que se anuncia.

Principio de señalización: La website cuenta con este importante principio, enganchando al cibernauta a visitar sus redes sociales e invita a descargar su plan publicitario que ofrece este medio.

Redes Sociales

En la página oficial del Facebook contiene más de 235.000 seguidores y cerca de 200.000 me gustas, con una interacción de me gustas por publicación de 500 personas como media, y con igual magnitud los comentarios de sus seguidores.



Imagen 4 Portada de su Fan Page en la red social Facebook.

En su cuenta de Instagram posee más de 4.000 publicaciones con más de 86.000 seguidores.



Imagen 5 Potada de su red social Instagram.

En su cuenta de Twitter posee casi 10.000 publicaciones con más de 136.000 seguidores.



Imagen 6 Portada de su red social Twitter

El canal YouTube oficial que manejan cuenta con más de 84.000 suscriptores y con miles de videos publicados.



Imagen 7 Portada de su red social YouTube.

Cabe mencionar que en base a la metodología aplicada como lo es la etnográfica virtual se puede argumentar que el medio de comunicación digital “La Posta” es uno de los mejores diarios digitales donde se publican noticias políticas, deportivas, económicas, de entretenimiento y además dando publicidad a productos, bienes y servicios.

Entre uno de los elementos de mayor relevancia que se pudo apreciar en “La posta” es la multimedialidad positiva que contiene, es decir las publicaciones cuentan con texto, video, audio y gráficos, haciendo que las interacciones en la página sean más constantes.

Por otro lado, la hipertextualidad que utilizan para difundir alguna información es muy buena debido a la conexión que sostienen entre una noticia pasada con una actual, es decir poseen los antecedentes necesarios para que la nueva publicación sea entendida y así genere mayor impacto al público.

Las entrevistas realizadas a los fundadores y administradores de las paginas digitales como son: Click, Multinoticias.ec y Jóvenes Producciones, quienes mantuvieron una estrecha relación en sus respuestas, por ejemplo, todos coincidieron que, si conocen al medio de comunicación digital “La Posta”, así mismo creen que la página es una herramienta muy buena para el ejercicio periodístico, además consideraron que este medio de comunicación digital, llama la atención por el contenido que ofrece, en referencia a la pregunta sobre sí recomendaría la página, indicaron que no, debido a que para ellos La Posta es una competencia, por lo tanto plantearon que ellos podrían manejar a su estilo un contenido superior, al que brinda el medio de comunicación antes mencionado.

3. CONCLUSIONES

La Posta en su sitio web únicamente utilizado para brindar información de planes publicitarios y contactos con los directivos del medio, redireccionando a los usuarios a sus redes sociales, donde publican acontecimientos políticos, deportivos, sociales, y de entretenimiento las 24 horas del día, con el fin de elevar el nivel de audiencia virtual que sostiene, es por ello que generan a los espectadores una expectativa con respecto a las nuevas publicaciones , debido a que difunden contenidos interesantes, por lo que les generan a los creadores una rentabilidad muy buena en cuanto a los ingresos que reciben por las publicidades y los beneficios percibidos por las mismas. La Posta además brinda a los clientes estrategias de publicidad a productos, bienes o servicios que el cliente disponga.

La Posta impulsa a que periodistas, estudiantes y personas que les gusten el uso de páginas digitales opten por crear su propia página virtual, para así crecer social y profesionalmente en el mundo periodístico. Los diarios digitales son más utilizados por las personas en la actualidad, y todo se debe a los avances tecnológicos y a la facilidad de estos al accederlos.

El ejercicio periodístico permite que el individuo canalice la información que recibe y la difunda, convirtiéndola en una experiencia social y educativa. La experiencia recibida contribuye a la mejora continua de los contenidos informativos que se difunden o publican.

Por último, la página La Posta toma en consideración como estrategia la implementación de los elementos del periodismo digital y es por ello que les genera mayor contenido a sus publicaciones, diferenciándola de las otras páginas digitales.

4. RECOMENDACIONES

El sitio web “La Posta” como una herramienta digital de información produce documentales publicados en vídeos por las redes sociales como Facebook y YouTube, pero la mayoría son muy largos, entonces se recomendaría que dichos videos sean más cortos y así llame más la atención de los suscriptores, sin dejar a un lado lo que se pretende explicar o dar a entender al público; aunque en ocasiones manejan extractos de los mismos.

En relación a las entrevistas realizadas a los propietarios de los medios digitales mencionados en el presente estudio de caso, se recomienda que amplíen un poco más los diferentes segmentos que tienen, y no solo se enfoquen en los dos segmentos de política que manejan los creadores del medio de comunicación digital La Posta.

5. BIBLIOGRAFÍAS

- Córdova, M. G. (2016). Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: Estudio de seis diarios nacionales de información general en su versión digital. *Opcion*, 32(Special Issue 7), 746–766.
- El Universo. (16 de Mayo de 2017). *Interior denuncia penalmente al periodista Luis Eduardo Vivanco por un tuit*. Recuperado el 18 de Enero de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/05/16/nota/6186457/interior-denuncia-penalmente-periodista-luis-eduardo-vivanco-tuit>
- El país. (16 de Mayo de 2015). *El diario ecuatoriano 'La Hora' se rebela ante el control del Gobierno*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 18 de Enero de 2020, de https://elpais.com/internacional/2015/05/16/actualidad/1431799355_645826.html
- Gil, Q. (2017). *Mapa_de_medios_de_la_provincia_de_San_Lu*. 1–10.
- Guallar, J., Rovira, C., & Ruiz, S. (2015). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *Profesional de La Informacion*, 19(6), 620–629. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.08>
- Herrero Diz, P., Ramos-Serrano, M., & Nó Sánchez, J. (2016). Los menores como usuarios creadores en la era digital: del prosumer al creador colaborativo. Revisión teórica 1972-2016. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 1301–1322. <https://doi.org/10.4185/RLCS>
- Larrondo Ureta, A. (2016). El reportaje se reinventa en la red: estructura del reportaje hipertextual. *Revista Latina de Comunicación Social*, (57), 10.

- Mora Fernández, J. I., Ávila Solano, B., Ortiz Vizuete, F. H., & Romero Galarza, A. (2018). La LOC y la educación en principios mediante la mediación social ecuatoriana en las prácticas comunicativas digitales. *Mediaciones Sociales*, 17(0), 117–133. <https://doi.org/10.5209/meso.58406>
- Odriozola, J., Aguirre, C., & Bernal, J. (2016). Análisis de contenido de los cybermedios ecuatorianos : evaluación sobre la calidad periodística en los nuevos entornos digitales . *Razón Y Palabra*, 20(3), 985–1003. Retrieved from <http://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/ryp>
- Pauta, F. (2019). *Análisis de las herramientas del periodismo digital en el desarrollo de las competencias profesionales para los estudiantes de octavo semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil*. 5–10.

6. ANEXOS

Redes sociales





Programas

 **La Posta** transmitió en vivo. 12 h · 

¿Once muertos? La UdlChannel investigó las muertes de octubre. Aquí lo discutimos con Andrés Salazar.



VALDEZ  

 **La Posta** 1 h · 

#RodolfoBaquerizo comenta que el movimiento indígena y Correa estarían punteros en las próximas elecciones, luego de la indecisión, pero que hasta la fecha todo podría cambiar.
#CastigoDivinoGuayaco: <http://bit.ly/2RubKgf>



la posta  #CastigoDivino

24 comentarios · 2 veces compartido



La Posta
26 de enero a las 15:00 · 🌐



Mi advertencia dice Luis Eduardo Vivanco en su [#ColumnaDeOpinión](#).



👍👍 692

332 comentarios 274 veces compartido



La Posta está con Seguros Sucre y Roland.

24 de enero a las 14:40 · 🌐



Estas son las mejores pelis y series de asesinatos de [#Netflix](#), en su mayoría están basadas en hechos reales. 🤩👀

La peli *Extremely Wicked, Shockingly Evil And Vile* te dejará así --> 🤩

¿Has visto estas producciones?

[#LaPijamadaDeLaPosta](#)



LAPOSTA.EC

Las mejores pelis y series de asesinatos de Netflix

Más información



La Posta

22 de enero a las 18:00 · 🌐



Fijo has comprado alguna vez los productos de los multimillonarios con más ingresos en la década, pero ¿quién es esa people? 🤔👀
En #EconomíaParaHomero te presentamos el top 5 de estos pelucones.



👍👍👍 454

53 comentarios · 87 veces compartido



La Posta

21 de enero a las 15:01 · 🌐



Anabel López Designer es una dura del diseño de modas. Sus trabajos, trayectoria y logros la han hecho brillar dentro y fuera de nuestro país.
#MartesSexy



👍 21

1 vez compartido

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRADORES DE LOS MEDIOS
DIGITALES “CLICK”, “MULTINOTICIAS.EC” y “JÓVENES
PRODUCCIONES”**

¿Para usted que medio de comunicación digital es más reconocido a nivel nacional y por qué?

¿Conoce usted la página digital “La Posta”?

¿Qué opinión nos puede dar acerca de la gestión de los administradores de “La Posta”?

¿Con base a su experiencia que recomendaría a los propietarios de La Posta?

¿Cree usted que el medio de comunicación digital “La Posta” sería de gran ayuda para el ejercicio periodístico y por qué?

¿Usted recomendaría la página La Posta? y ¿Cuál sería su público objetivo?
