

2022

PRESENTACIÓN DE PROYECTO

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD
PROYECTO: EN BUSCA DEL ALCALDE

UNIVERSIDAD DEL AZUAY | Cuenca - Ecuador

1. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1 PROGRAMA: 10 Reducción de las desigualdades
- 1.2 CAMPO AMPLIO: 03 Ciencias Sociales, periodismo e información
- 1.3 CAMPO ESPECÍFICO: 032 Periodismo e información
- 1.4 CAMPO DETALLADO: 0321 Periodismo y reportaje
- 1.5 LÍNEA DE ACCIÓN: Asistencia Comunitaria
- 1.6 FACULTAD / UNIDAD ACADÉMICA 1: Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas
- 1.7 FACULTAD / UNIDAD ACADÉMICA 2: Elija un elemento.
- 1.8 CARRERA 1: Comunicación
CARRERA 2: Diseño Gráfico.
CARRERA 3: Elija un elemento.
- 1.9 EL PROYECTO TIENE EL COMPONENTE DE FORMACIÓN CONTINUA:
- SI (Descargar y llenar el formato de presentación de cursos de Formación Continua en: <https://formacioncontinua.uazuay.edu.ec/descargables>)
- NO

1.10 NOMBRE DEL PROYECTO:

EN BUSCA DEL ALCALDE

1.11 POBLACIÓN OBJETIVO:

Directos: Votantes usuarios de las redes sociales

Indirectos: Estudiantes de colegio con derecho al voto, cuencanos usuarios de las redes sociales y votantes, estudiantes y profesores vinculados al proyecto

Entidades externas:

Nombre de la entidad	Tipo de entidad
La Andariega	Organización no gubernamental

1.12 El proyecto está ligado a los siguientes objetivos del Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025¹

OBJETIVOS DEL EJE ECONÓMICO

- Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.
- Objetivo 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.
- Objetivo 3: Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular.
- Objetivo 4: Garantizar la gestión de las finanzas públicas de manera sostenible y transparente.

OBJETIVOS DEL EJE SOCIAL

- Objetivo 5: Proteger a las familias, garantizar sus derechos y servicios, erradicar la pobreza y promover la inclusión social.
- Objetivo 6: Garantizar el derecho a la salud integral, gratuita y de calidad.
- Objetivo 7: Potenciar las capacidades de la ciudadanía y promover una educación innovadora, inclusiva y de calidad en todos los niveles.
- Objetivo 8: Generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades.

OBJETIVOS DEL EJE SEGURIDAD INTEGRAL

- Objetivo 9: Garantizar la seguridad ciudadana, orden público y gestión de riesgos.
- Objetivo 10: Garantizar la soberanía nacional, integridad territorial y seguridad del Estado.

OBJETIVOS DEL EJE TRANSICIÓN ECOLÓGICA

- Objetivo 11: Conservar, restaurar, proteger y hacer un uso sostenible de los recursos naturales.
- Objetivo 12: Fomentar modelos de desarrollo sostenibles aplicando medidas de adaptación y mitigación al cambio climático.
- Objetivo 13: Promover la gestión integral de los recursos hídricos.

OBJETIVOS DEL EJE INSTITUCIONAL

- Objetivo 14: Fortalecer las capacidades del Estado con énfasis en la administración de justicia y eficiencia en los procesos de regulación y control, con independencia y autonomía.

¹

<https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>

Objetivo 15: Fomentar la ética pública, la transparencia y la lucha contra la corrupción.

Objetivo 16: Promover la integración regional, la inserción estratégica del país en el mundo y garantizar los derechos de las personas en situación de movilidad humana.

1.13 El proyecto está ligado a los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible.²

Especificar el o los objetivos de desarrollo sostenible ligados al proyecto. Para cada objetivo seleccionado detallar el porqué de esa relación.

1	Fin de la pobreza: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.	
		<input type="checkbox"/>
2	Hambre cero: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.	
		<input type="checkbox"/>
3	Salud y bienestar: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	
	Mientras se garantiza salud mental para una población, se garantizará un bienestar para la familia y la sociedad. Las redes sociales pueden ser un canal de retroalimentación positiva o negativa dependiendo de los mensajes que se emitan. Mensajes que son consumidos por nuestro público objetivo.	<input type="checkbox"/>
4	Educación de calidad: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.	
	A través de las redes sociales podemos promover oportunidades de educación alta a la población.	<input type="checkbox"/>
5	Igualdad de género: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	
	A través de las redes y la investigación de los mensajes en las mismas se puede potencializar este quinto eje de igualdad de género. Se podrá conocer el nivel de participación y trabajar por una participación igualitaria de la población.	<input type="checkbox"/>
6	Agua limpia y saneamiento: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.	

² <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>

		<input type="checkbox"/>
7	Energía asequible y no contaminante: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.	
		<input type="checkbox"/>
8	Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	
		<input type="checkbox"/>
9	Industria, innovación e infraestructura: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	
		<input type="checkbox"/>
10	Reducción de las desigualdades: Reducir la desigualdad en y entre los países.	
		<input type="checkbox"/>
11	Ciudades y comunidades sostenibles: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	
		<input type="checkbox"/>
12	Producción y consumo responsables: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	
		<input type="checkbox"/>

13	Acción por el clima: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	
13 ACCIÓN POR EL CLIMA 		<input type="checkbox"/>
14	Vida submarina: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.	
14 VIDA SUBMARINA 		<input type="checkbox"/>
15	Vida de ecosistemas terrestres: Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.	
15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 		<input type="checkbox"/>
16	Paz, justicia e instituciones sólidas: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.	
16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 		<input type="checkbox"/>
17	Alianza para lograr los objetivos: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.	
17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 		<input type="checkbox"/>

1.14 TIEMPO ESTIMADO DE EJECUCIÓN: 06 meses

1.15 RESPONSABLE DE LA PROPUESTA:

Karla Maricela Crespo Jiménez

1.16 PROFESORES PARTICIPANTES

(Todos los campos son obligatorios)

DOCENTES ASIGNADOS AL PROYECTO

Nombre s	Apellid os	Cédu la	Formación Académica	Descripción de Títulos Académicos	Tipo de Doce nte	Correo electrón ico	Teléfono s	Funci ón dent ro del proy ecto
Karla Maricela	Crespo Jiménez	0105 9574 43	Comunicador a social y periodista	Mst. En Periodismo Multimedia Licenciada en Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital	Ocasional	kcrespo@uaqzua.y.edu.ec	099869 4443	Directora del proyecto
Jackeline Elizabeth	Beltrán Aguilar	0105 7091 41	Comunicador a social	Mst. En Edición, Producción y Nuevas Tecnologías Periodísticas Diplomada en Periodismo Narrativo Licenciada en Comunicación Social	Ocasional	jackybeltrana@gmail.com	098 278 6376	Coordinadora del proyecto
María Lorena	Chérrez Cherras	0102 0176 70	Comunicadora Social Psicóloga Clínica	Lcda. Comunicación Social. Mst. Comunicación e Identidad Corporativa Psc. Clínica Mst. Neurociencia y Biología del Comportamiento	Parcial	lorenache rrez@uaz uay.edu.ec	099895 7575	Técnico experto
Mayra Ximena	Guerrero Baculima	0104 9133 22	Comunicadora social	Master en Comunicación Institucional y Política, Licenciada en Comunicación Social y Publicidad	Ocasional	xguerrero@uazuay.edu.ec	098 373 4743	Técnico experto

Julio César	Peñaherrera Palacios	0102 1574 01	Diseñador	Máster en Formatos y Contenidos Audiovisuales. Universidad de Valencia. Diseñador.	Ocasional	ipenaherrera@uazuay.edu.ec	099 145 8788	Técnico experto
Wilmer Gustavo	Pacheco Escandón	0104 5364 12	Comunicador	Máster en Periodismo Licenciado en Comunicación Social y Periodismo	Ocasional	gpacheco@uazuay.edu.ec	098 406 5201	Técnico experto

1.17 ESTUDIANTES PARTICIPANTES

(Todos los campos son obligatorios)

Nombre	Apellidos	Cédula	Código de Estudiante	Ciclo que cursa	Facultad	Carre ra	Correo electrónico	Teléfonos	Función dentro del proyecto
Nombres	Apellidos	9999 9999	99999	Quinto ciclo, Sexto ciclo, etc.	Elija un elemento.	Elija un elemento.	uaXXXX@uazuay.edu.ec	4091 000 0999 1999 99	Elija un elemento.
Ana Paula	Abril Ortega	0106 4121 33	91936	Quinto Ciclo	Filosofía	Comunicación	ana.abril@es.uazuay.edu.ec		Prácticas vinculación
Luisa Juliana	Guamán Alvear	0707 0298 15	91970	Quinto Ciclo	Filosofía	Comunicación	luisa.guaman@es.uazuay.edu.ec	09673 23818 25113 25	Prácticas vinculación
					Filosofía				

Además, participarán algunos estudiantes de sexto de la materia de Periodismo Digital y de quinto ciclo. Los estudiantes se involucrarán según su interés en el proyecto, además se invitará a estudiantes de Diseño que fortalecerán el proyecto desde lo visual.

2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1. RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO:

En busca del alcalde es un proyecto electoral de periodismo multimedia que pretende conocer, a través de contenido útil, las propuestas de los candidatos a la Alcaldía de Cuenca para las elecciones seccionales de 2023.

El proyecto plantea la creación de contenido periodístico innovador y verificado, que facilite a los usuarios de las redes sociales conocer a profundidad las propuestas electorales, tener contenido verificado de la información emitida por los candidatos y sus equipos de campaña, y ofrecer información útil y distinta para que se ejecute el derecho al voto de manera informada.

Asimismo, es un espacio pensado desde lo colectivo y desde la práctica. Un proyecto que permitirá a los estudiantes tener un primer acercamiento a la comunicación y periodismo en campo y desde distintas áreas: política, social, planificación, edición, redacción, diseño, *fact checking*.

2.2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN:

La información es un derecho de las sociedades democráticas y el periodismo es un oficio que, al practicarse de manera adecuada, se convierte en un actor fiscalizador para que la democracia se construya y ejerza integralmente. Sin embargo, en los últimos años la desinformación nos llega a todas horas y desde todos los lados y, sobre todo, en época electoral.

Se ha visto que las campañas políticas se han llenado de cadenas de WhatsApp, publicaciones banales en las páginas de Facebook, Twitter y TikTok, memes, cuya principal intención es la de desinformar a los ciudadanos. Al mismo tiempo, se encuentra en las mismas redes a políticos que ante cualquier información que no les conviene, deslegitiman a la prensa o comunicadores diciendo que se trata de “noticias falsas” (Gómez y Cuevas, 2019).

Ante la necesidad de contar con contenidos periodísticos confiables en época electoral, y que aborden temas contemporáneos de interés de electores jóvenes usuarios de las redes sociales, se propone realizar la segunda edición del proyecto *En busca del alcalde*.

Este es un proyecto del medio de comunicación social e independiente La Andariega, del cual Karla Crespo es cofundadora y codirectora. Para las elecciones sectoriales de 2019, La Andariega se preguntó cómo motivar a los electores jóvenes, que generalmente se informan por las redes sociales, a ejercer su derecho al voto de

manera informada y responsable. Por ello, se planteó ejecutar el proyecto desde la mirada y propuesta de jóvenes y se obtuvieron los siguientes resultados:

- Se entrevistó a 11 de los 13 candidatos
- Se generaron entrevistas de profundidad, con temas de interés actual como migración, derechos de las mujeres, minería, movilidad, accesibilidad, cultura.
- Se creó una alianza con el medio local El Mercurio para publicar 11 crónicas de los estudiantes de comunicación y periodismo que se vincularon al proyecto. Para muchos de ellos, fue su primera publicación en un medio de larga trayectoria
- Se generó un tráfico de más de 5.000 visitas en el mes de marzo de 2019 –período en el que se ejecutó el proyecto- en el sitio web de La Andariega, lugar en el que se almacenó el proyecto: <https://n9.cl/uodgi>
- Se consiguió un total de 18,997 reproducciones de las entrevistas a los candidatos. La que más reproducciones tiene es la entrevista de Jefferson Pérez con 10.045 vistas. (Canal de YouTube con las entrevistas: <https://n9.cl/dq8gt>)
- Se gestó un proyecto colaborativo, pensado desde la mirada de estudiantes. Se trabajó con 10 jóvenes y dos colaboradores de La Andariega.
- Se creó contenido útil para las redes sociales y de impacto, que proporcionó información nueva y verificada

Además, el proyecto buscó cumplir con el rol, tan importante y necesario del periodismo: combatir la desinformación y contribuir con la democracia. Convencidos de que el propósito final es que la información que consumen los ciudadanos para tomar decisiones sea más confiable. Y esto se logra revisándola, contrastándola o verificándola (Medina, 2019)

Con estos resultados e intenciones, planteamos la segunda edición del proyecto, esta vez con el apoyo y soporte de la academia, que nos permitirá generar mecanismo de difusión dentro de la comunidad universitaria, para ello, se hará uso de las instalaciones de la Universidad del Azuay como set de grabación. Las entrevistas están pensadas por segmento, uno de ellos estará liderado por estudiantes. En este segmento, podrán transmitir sus preguntas o propuestas.

Asimismo, se gestionará el uso de las instalaciones de la universidad al finalizar el proyecto y después de las elecciones para socializar los resultados y realizar un análisis político con la comunidad universitaria.

Finalmente, se gestionará alianzas con medios de comunicación externos.

Estamos convencidos de que el proyecto ***En busca del Alcalde*** aportará a la sociedad y permitirá a los estudiantes y docentes aprender y generar contenido que contribuya en la construcción de sociedades informadas y democráticas.

2.3 ALCANCE TERRITORIAL: **Cantonal**

2.4 OBJETIVO GENERAL:

Planificar y ejecutar un proyecto de periodismo multimedia con contenido verificado sobre las propuestas de los candidatos a la alcaldía de Cuenca

2.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Planificar el contenido multimedia con contenido útil e innovador para redes sociales y enfocado a votantes jóvenes
- Ejecutar y producir el contenido periodístico
- Editar y difundir el proyecto multimedia en las redes sociales

2.6 IMPACTO DEL PROYECTO:

- Social
- Científico
- Económico
- Político
- Ambiental
- Otro: Informativo

2.7 DESCRIPCIÓN DE IMPACTO ESPERADO

Se espera que el impacto sea directo con usuarios y votantes que se informan a través de redes sociales. Generando interés en la política local y temas que deberán responder los candidatos a la alcaldía. Además, motivar a ejercer el derecho al voto con información contrastada.

2.8. INDICADORES GENERALES DE IMPACTO A NIVEL DE PROYECTO

Nro. De Indicador	Descripción	Tipo	Método
1	Diagnósticos posterior a la publicación y difusión del proyecto multimedia	Cualitativo	Encuestas que nos permitan medir el nivel de interés y consumo del contenido

			generado con el proyecto
3	Análisis de métricas de las redes sociales y el sitio web de La Andariega	Cuantitativo	El análisis se realizará con KPI y las métricas incorporadas que ofrece cada red social, y el sitio web

2.9. RESULTADOS / PRODUCTOS ESPERADOS:

Resultados: Contenidos periodísticos contrastados, nivel de consumo, reproducción y difusión de los contenidos periodísticos generados. Interacción y vinculación con la comunidad digital. Vinculación de los estudiantes, los docentes y La Andariega.

Producto: Contenidos multimedia que se albergue en un solo proyecto, entrevistas a los candidatos, material periodístico para las redes sociales.

3. PLAN DE TRABAJO

Objetivo general	Objetivos específicos	Indicador	Resultado Esperado	Actividades	Medio de verificación	Supuestos
Planificar y ejecutar un proyecto de periodismo multimedia con contenido verificado sobre las propuestas de los candidatos a la alcaldía de Cuenca	Objetivo específico 1: Planificar el contenido multimedia, este deberá ser útil e innovador, y en distintos formatos enfocados a jóvenes usuarios de las redes sociales	Diseño del proyecto multimedia con el número de contenidos y los formatos	Informe de estructura del especial multimedia electoral	Reuniones de coordinación y asignación de roles	Minutas de las sesiones de trabajo - fotografías	Que las reuniones se realicen por Zoom
	Elaboración de esquema del proyecto			Diseño del proyecto: contenidos a levantar	Que se replique el formato de la primera edición del proyecto En busca del alcalde	
	Asignación de actividades con sus responsables			Informe de responsables de cada área de producción	Que las responsabilidades de los miembros del proyecto se compartan	
	Objetivo específico 2	Contenidos multimedia para las	Contenidos del proyecto multimedia	RRPP: contactar con los candidatos	Cronograma de entrevistas	Que todos los candidatos

	Ejecutar y levantar el contenido periodístico	redes sociales	a: entrevistas, artes, reels, textos	y solicitar entrevistas		nos den la entrevista
				Realizar y producir las entrevistas	Cuestionario de preguntas, guiones y entrevistas grabadas	Que las entrevistas se realicen en un formato entretenido y juvenil
Objetivo específico 3 Editar y difundir el proyecto multimedia en las redes sociales	Curaduría/ edición y difusión del proyecto multimedia	Publicación del especial y contenidos multimedia en formatos diversos	Producción de contenidos multimedia y montaje del especial	Contenidos multimedia: artes, videos expectativa, reels, textos: perfiles y crónicas.	Que los contenidos se viralicen	
			Diseñar, editar/curar y montar el especial multimedia	Especial en el sitio web	Que se monte el proyecto multimedia en el sitio web	
			Elaboración de estrategia de difusión en redes	Estrategia de difusión	Que se elabore una campaña	
			Difusión de contenidos	Contenidos publicados en redes	Que se levanten contenidos digeribles para todas las redes sociales	

4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Anexo 2: Cronograma de Actividades.

5. PRESUPUESTO

- **Costo total del Proyecto:** \$11.085,00
- **Aporte de la Universidad del Azuay:** \$10.085,00

- **Aporte de La Andariega: \$1.000,00**
La Andariega aportará con refrigerios y con un técnico audiovisual

6. BIBLIOGRAFÍA

Gómez, L., y Cuevas, J. (2019). Explicador: ¿Qué son las noticias falsas? Colombiacheck.

Medina, P. (2019). ¿Qué es la desinformación y cómo combatirla? Consejo de Redacción.

NOMBRE DEL DIRECTOR DE PROYECTO:

Karla Crespo Jiménez



FIRMA