

CHIC CHAT PROXIES

CREADO POR AIBER, JANA, ABRIL,
IKER, CLAUDIA E IVET

CREACIÓN
RADIOFÓNICA



A collection of pink-themed items. In the background, a white Hello Kitty container with pink floral patterns and the text 'Hello Kitty' is visible. To its left is a CD/DVD case for Lindsay Lohan's 'Speak', featuring a photo of her and the title in pink. In the foreground, a pink translucent CD/DVD case is open, revealing a disc with the text 'VIDEO NOW' and a photo of two people. To the right, a pink mesh container with the text 'Bo...' is partially visible.

Nombre del programa.....	2
Idea.....	3
Público Objetivo.....	5
Hora y canal de emisión.....	5
Contenidos.....	7
Difusión.....	9
Roles.....	13
Objetivos.....	16



CHic CHat pROXieS

NOMBRE DEL PROGRAMA

El nombre “Chic Chat Proxies” surge de la fusión de distintos conceptos que giran en torno a las diferentes temáticas tratadas a lo largo del podcast.

La palabra *Chic* referencia a la **moda**, al tema central de nuestro podcast. Este concepto procede del francés y como adjetivo significa “elegante y a la moda”.

Por otro lado, el concepto *Chat* se refiere a la tertulia de actualidad que se realizará en cada programa, como si fuese un chat de alguna red social entre amigas, hablando con propiedad pero en confianza.

El concepto *Proxies* hace referencia al nombre de grupo que nos pusimos los integrantes del podcast, es una broma interna extraída de una de nuestras clases dentro de la carrera de Comunicación Audiovisual.





IDEA

A través de nuestro portal, CHIC CHAT PROXIES, pretendemos acercar la moda actual a todo tipo de oyentes, que lejos de conocer a fondo el mundo de la moda, limitan su conocimiento a la industria textil más mainstream, centrada en el consumo más que en el propio arte de vestir. Queremos dar a la moda el lugar y la importancia que merece, considerándola, no solo un arte, sino una forma de expresión personal que trasciende en la historia de cada uno. Mediante la moda, distintos colectivos establecen sus bases, que conforman una estética y un pensamiento determinados, es decir, la moda en estos casos tiene un carácter político e ideológico. En nuestro programa de radio, queremos mostrar estas realidades ya que, en muchos casos, están invisibilizadas y aisladas de la sociedad normativa, y hablando de ellas, pretendemos darlas a conocer y contribuir en su aceptación e integración social.

Nuestro objetivo principal es la separación entre cultura de moda y consumismo, consideramos que, pese a verse muchas veces relacionados, hemos de verlo desde dos perspectivas diferentes. Pretendemos tratar la moda desde la perspectiva del entretenimiento y cultura, dándole la importancia que merece como herramienta social, tanto a nivel personal como a nivel global; no obviar la existencia de las tendencias o expresiones artísticas, sino analizarlas y ayudar a nuestro público a verse más inmerso en el ámbito de la moda, sentir que pueden formar parte de él, entendiéndolo y consumiendo medios que nutran este conocimiento, aceptándose como un arte más que tiene un lugar en los medios de comunicación y permitiendo a nuestros oyentes conocer el fondo social, político, ideológico y estético de la moda; busquemos reivindicar el papel de la moda en la sociedad.





IDEA

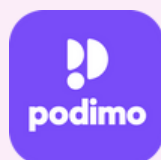
En los diferentes episodios de CHIC CHAT PROXIES evocaremos nuestras subjetividades y reflexiones; algunas más aceptadas, otras más conflictivas, para que el público oyente no solo se sienta identificado en cada ámbito que la moda abarca, sino que también pueda participar de forma activa en las conversaciones, haciéndose preguntas y cuestionando formalidades que damos por hechas en la sociedad occidental. Una sociedad que queremos reflejar tal y como la moda nos refleja a cada uno de nosotros y, asimismo, porque no, ofrecer a los oyentes un tiempo entretenido con nosotros.

PÚBLICO OBJETIVO

El programa va dirigido hacia un público mayoritariamente joven y adulto (de unos 16 a 30 años) interesado en la moda y sus tendencias. Está enfocado desde la perspectiva de género, donde se da visibilidad de este aspecto a través de los contenidos expuestos, los cuales están tratados con una dimensión integral y diversidad de géneros y colectivos.

HORA Y CANAL DE EMISIÓN

Nuestro programa de radio irá dirigido a diversas plataformas, entre las más importantes spotify, podimo y youtube, para permitir que nuestro proyecto sea accesible a todo tipo de oyentes. La elección de estas plataformas es debido a que se ajusta más a nuestros intereses con la temática.





HORA Y CANAL DE EMISIÓN

A su vez, al ser un programa de radio, este será retransmitido por la plataforma joven de Catalunya Ràdio, “SomEva”, hecho que también nos abrirá las puertas al público joven que escucha la radio diariamente.



El programa de radio será grabado en audio y estará acompañado de video, por lo que el espectador podrá elegir si escucharlo con sus cascos mientras realiza un viaje o verlo en video en un momento de descanso. Lo que aportaría la imagen es que el público se familiarice con nosotros, podrá ver la escenografía preparada acorde al programa, podrá ver todas nuestras reacciones y además, visualizará aquellas imágenes que se mencionan en el programa aunque éstas sean descritas en audio.

En cuanto a la hora, el programa será emitido en directo cada viernes a las 21:00h. Todo y ser una hora inusual, el objetivo está en coger ese momento mientras cenas, te preparas para salir de fiesta, estás con tus amigos o simplemente llegas de fiesta, para transmitir nuestro interés y la felicidad que nos da la moda. También, puede servir como una influencia para elegir que te puedes poner a última hora o al día siguiente; porque en nuestro proyecto se darán a luz diversas referencias como diseñadores importantes, estilos de vestimenta o colorimetría.

CONTENIDOS

A lo largo del programa se desarrollarán diferentes secciones las cuales girarán alrededor de la moda y su impacto, tanto actualmente, como a lo largo de la historia.

La estructura del programa se dividirá en distintas secciones. Cada programa empezará por una introducción y presentación del personaje invitado y se pondrá un tema sobre la mesa. A partir de esta temática surgirán el resto de las secciones. Estas pueden ir variando dependiendo de factores como la actualidad, el tipo de invitado, la temática, pero generalmente se hará una breve entrevista con preguntas y reflexiones dinamizada mediante algún juego o reto para el invitado o invitada. Todo tema central, mediante diferentes bloques de información, se irá relacionando con otros temas de interés del momento.

Las propuestas más dinámicas se basarán en juegos que lleven a los propios protagonistas del programa y a los invitados a adivinar elementos relacionados con la moda mediante diferentes preguntas que hagan aprender al oyente sobre la temática y revelen aspectos del invitado.

Por otro lado, también se realizarán reportajes en el exterior para conocer cómo afecta la moda a la sociedad, cubrir eventos culturales de interés, realizar encuestas, etc., todo con la finalidad de encontrar distintos puntos de vista y presentarlos de forma abierta a los oyentes. Esto se reforzará con entrevistas a personajes relevantes y con experiencia en el sector.



CONTENIDOS

Concluyendo, el programa se dividirá en 4 secciones principales:

- **Tertulia:** Los locutores introducirán y desarrollarán temas importantes sobre la moda y conversarán acerca de las prendas que han revolucionado a la sociedad, el feminismo y la sexualidad en la moda, el diseño de moda, etc.
- **Informativo:** Los locutores elaborarán un informativo de la *Met Gala 2024* y hablarán de los outfits más llamativos y los nuevos diseñadores que han entrado al mercado, reforzando las explicaciones con algún reto dinámico.
- **Entrevista:** Se traerá un invitado al programa especialista en moda y se le realizará una entrevista y un concurso con juegos dinámicos, como el de *kill, kiss, marry*.
- **Reportaje:** Se efectuará un reportaje externo en la calle dónde se preguntará a personas sobre los contenidos de moda tratados en la tertulia o el informativo.



DIFUSIÓN

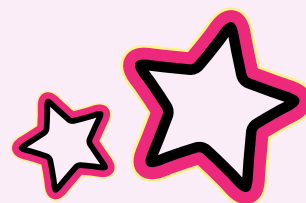
Para llevar a cabo la difusión de nuestro programa hemos querido enfocarlo en diferentes sectores de la promoción como la radio, las redes sociales y los carteles para así tener un alcance más amplio a la hora de darnos a conocer en diferentes plataformas.

En primer lugar, incorporaremos un fragmento que se grabará con anterioridad al programa para publicitar en radios nacionales y autonómicas, así la gente que acostumbre a escuchar la radio sabrá de nuestro programa. Este fragmento será grabado por todos los componentes del equipo, para así dar a conocer a todos los posibles presentadores del programa, y el texto será un avance del programa explicando a grosso modo de los contenidos de los cuales se hablará.

Así pues, las redes sociales son un factor muy importante a la hora de promocionar el programa en la sociedad actual, de manera que nos vamos a centrar en tres de ellas: Instagram, Tiktok y Twitter.

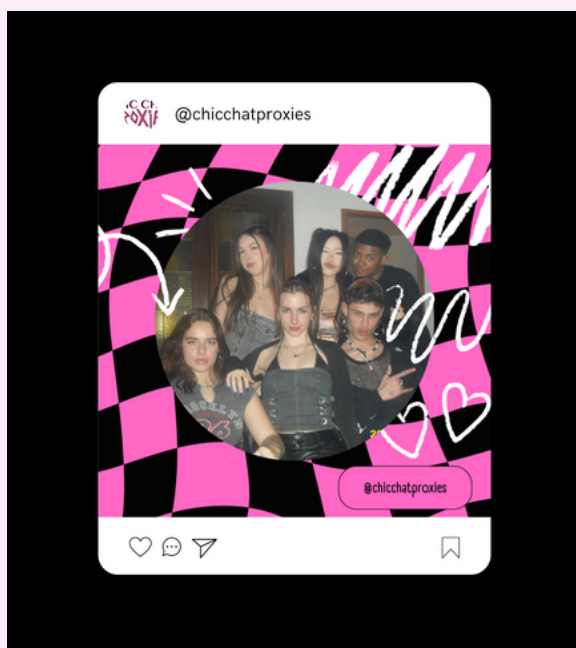


DIFUSIÓN



En el caso de "Instagram", queremos mostrar el lado más visual y artístico del programa a través de publicaciones permanentes en el perfil, stories y fragmentos de vídeo de nuestro programa. A través de Instagram queremos mostrar el contenido que no es posible mostrar a través de la radio. Será una herramienta que mostrará visualmente la estética del programa y a todo el equipo que conforma "Chic Chat Proxies".

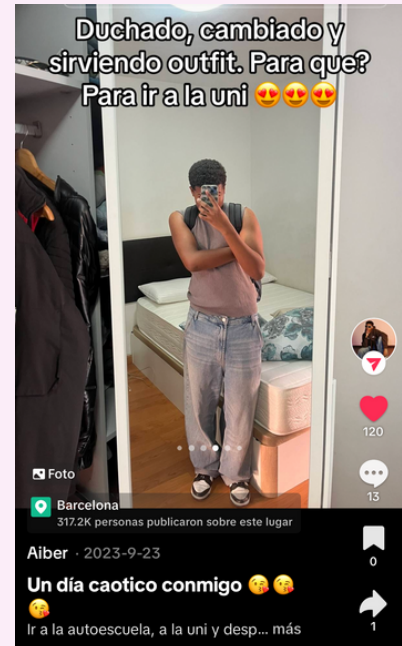
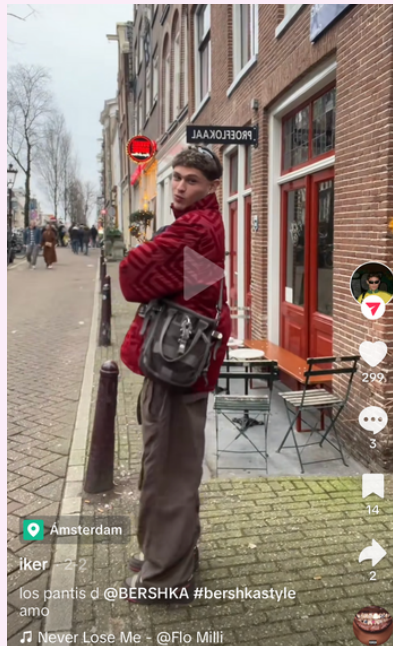
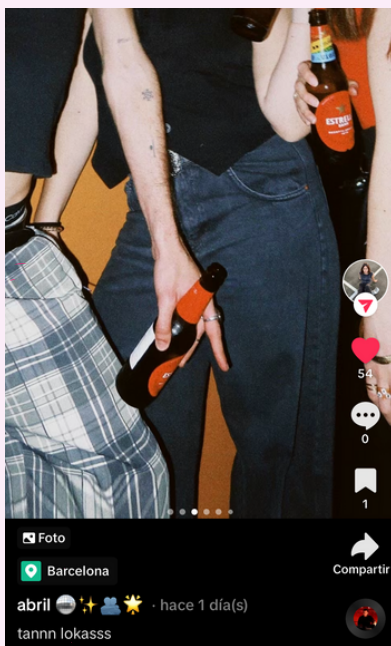
En los siguientes ejemplos se muestran cuatro tipos de publicaciones que se van a ir subiendo; en primer lugar, un post con el eslogan, seguidamente, un post por stories (fotografía temporal) del anuncio del programa especial del 8M y finalmente, un post para mostrar al equipo.



DIFUSIÓN

Mediante "TikTok", queremos llegar al público juvenil de la plataforma a través de diferentes vídeos con contenidos de entretenimiento, promoción de nuestro programa, trends actuales, vídeos de moda o relacionados con las tendencias del momento... Así pues, también contactaremos con tiktokers que se dediquen a la difusión de moda en la plataforma para que así nos promocionen también siempre a cambio de una compensación pactada.

Por ejemplo, mostramos diferentes perfiles de nuestros presentadores mostrando así vídeos de moda o relacionados con ella a través de la app "TikTok".



DIFUSIÓN

Seguidamente, a través de Twitter, escribiremos diferentes anuncios sobre nuestro programa así como novedades de moda y diferentes encuestas para conocer más a nuestro público y personalizar cada vez más el contenido del programa.



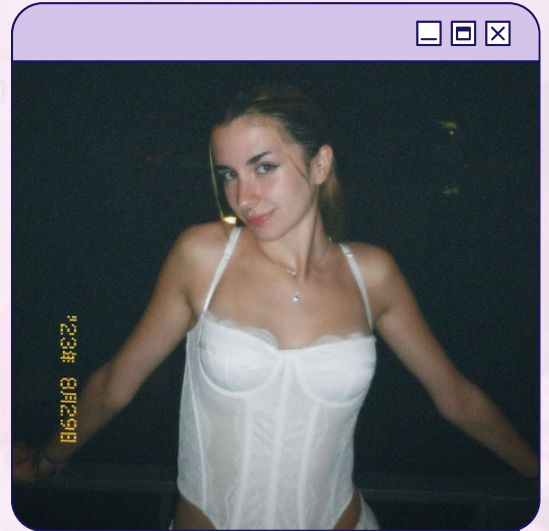
Finalmente, crearemos carteles para poder incorporarlos en la vía pública, en el transporte público o en tabloneros de información para así llamar la atención de los ciudadanos en la calle. En estos carteles se incorporará un código QR que enlazará directamente con nuestro programa, para que así lo puedan escucharlo directamente en el momento de observar el cartel.



ROLES

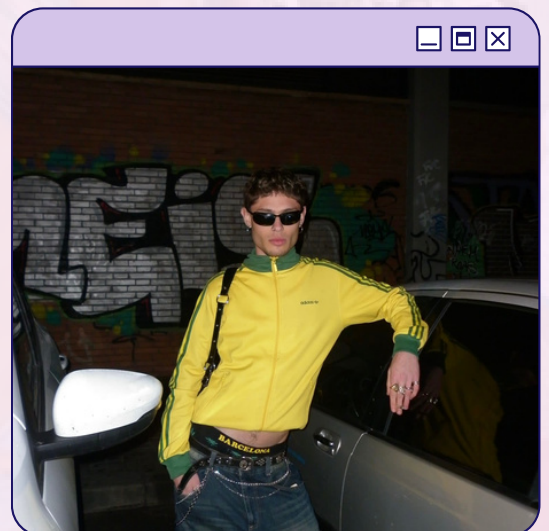
PRODUCTORA - CLAUDIA MARTÍN

Firme y trabajadora, Claudia destaca por su habilidad de organización y liderazgo respecto a los demás, pudiendo a menudo ser capaz de identificar y asignar las diferentes actividades a realizar. Por ello, se le asignó el cargo de productora, conformando así el cargo de mando que guía al resto del equipo en sus distintas actividades.



PRESENTADOR - IKER LACARRA

Espontáneo y natural, Iker consigue enganchar al oyente por medio del humor y su manera de hablar; bien sea por el tono, o por la sutil ironía que siempre acompaña su locución. Es por ello que recibe el puesto de uno de los presentadores; ya que, además, siempre consigue crear una atmósfera que resulta muy familiar y cercana, rompiendo la distancia entre oyente y locutor.

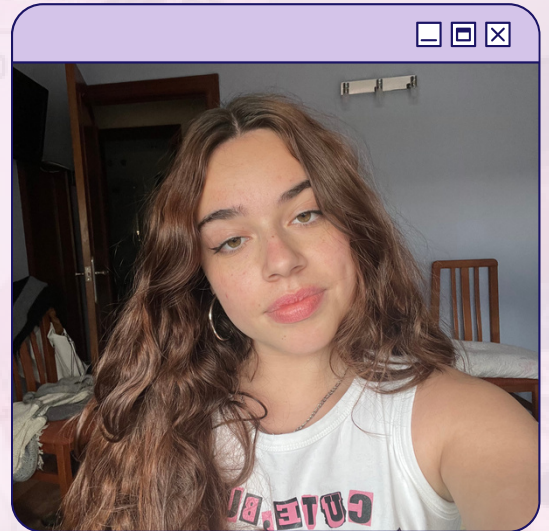


ROLES

PRESENTADORA - ABRIL CODINA

Extrovertida y con gracia, Abril es capaz de captar muy bien la atención de las personas, su forma de hablar y de expresarse atrapa directamente al oyente y lo vincula con el programa al instante.

Es por esto que ocupa uno de los cargos como presentadora, ya que otorga mucho ritmo y representa y recoge, de forma característica, los distintos perfiles del equipo.



REDACTORA - JANA AMAT

Agradable y concisa, Jana mantiene siempre una locución impecable que engancha de forma instantánea al oyente. Su precisión a la hora de comunicar ayuda al resto del equipo a seguir la escaleta a la perfección.

Además, es una auténtica entendida de la moda, por lo que como redactora, todo lo que aporta al guión siempre sirve de gran ayuda e interés.



ROLES

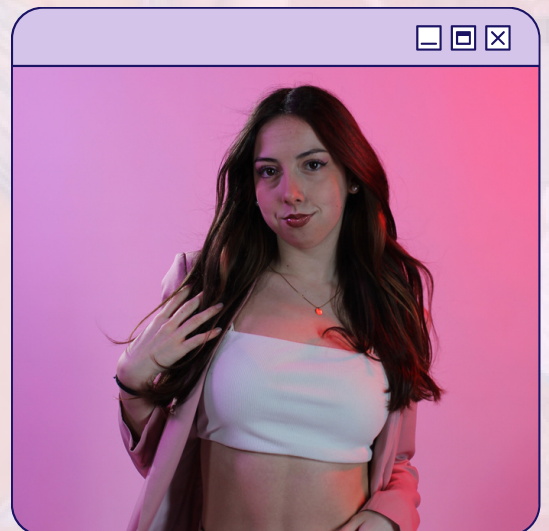
REDACTOR - AIBERSON AMADOR

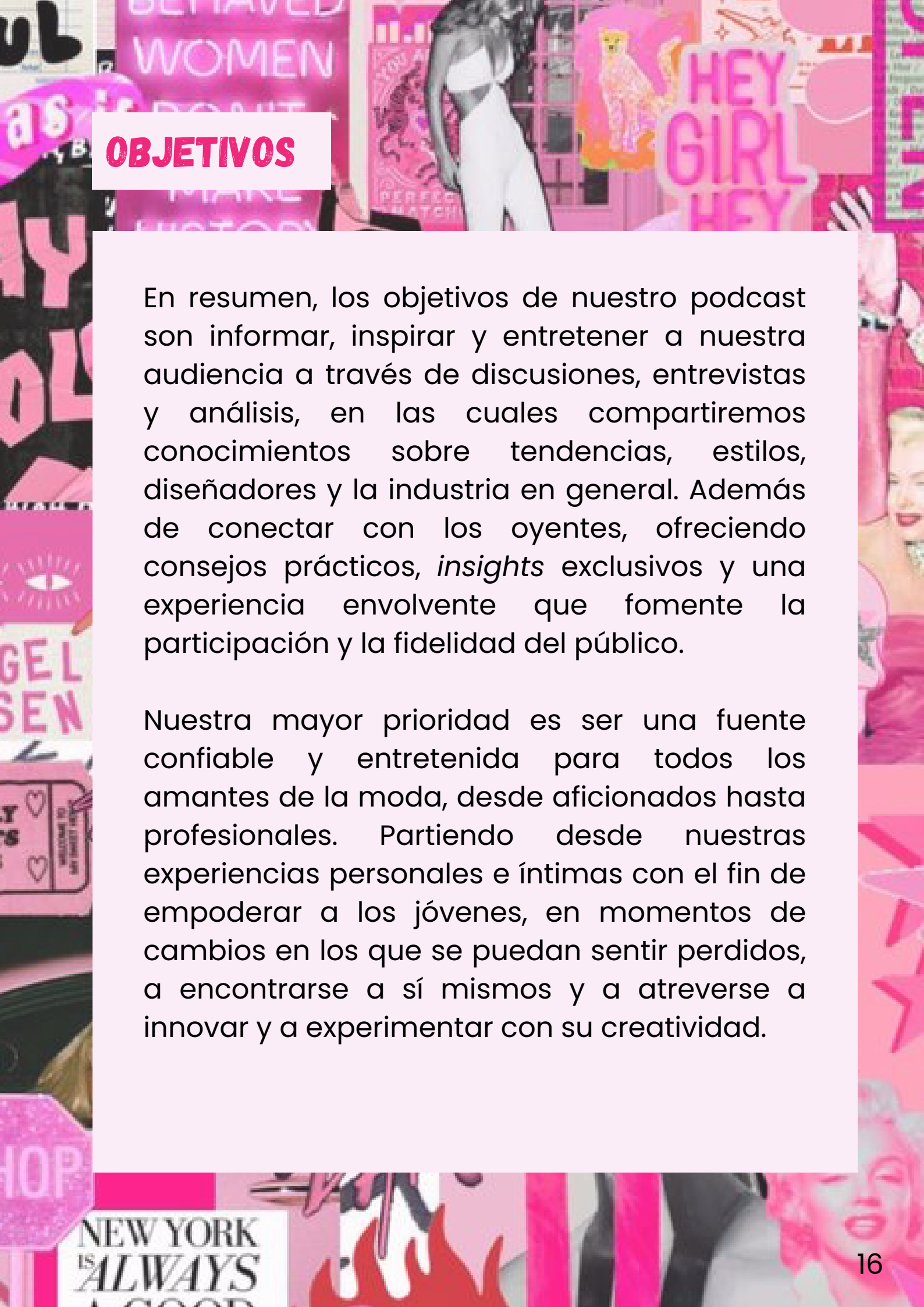
Divertido y creativo, Aiber es capaz de ligar los temas más satíricos con la información objetiva y actual. Como redactor de nuestro programa, aporta información novedosa a nuestros guiones, acercando el programa a una especie de noticiario de moda. No obstante, nunca deja la subjetividad de lado, y sus opiniones y bromas complementan el guión a la perfección.



REDACTORA - IVET SALAZAR

Sarcástica a la vez que seria, Ivet destaca por su buena escritura y redacción, sus guiones logran ser concretos sin renunciar a la parte más humorística, lo que permite no perder el hilo de la locución. Es por esto que es nuestra redactora, ya que lleva al programa a tratar temas interesantes, aportando información relevante, pero manteniéndose siempre vinculada al oyente.



The background is a vibrant collage of pink and black elements. It includes various text snippets like "BEHAVED WOMEN", "HEY GIRL HEY", "NEW YORK IS ALWAYS A GOOD", and "HOP". There are also images of a woman in a white dress, a cat, and a woman's face. The word "OBJETIVOS" is prominently displayed in a white box with pink text.

OBJETIVOS

En resumen, los objetivos de nuestro podcast son informar, inspirar y entretener a nuestra audiencia a través de discusiones, entrevistas y análisis, en las cuales compartiremos conocimientos sobre tendencias, estilos, diseñadores y la industria en general. Además de conectar con los oyentes, ofreciendo consejos prácticos, *insights* exclusivos y una experiencia envolvente que fomente la participación y la fidelidad del público.

Nuestra mayor prioridad es ser una fuente confiable y entretenida para todos los amantes de la moda, desde aficionados hasta profesionales. Partiendo desde nuestras experiencias personales e íntimas con el fin de empoderar a los jóvenes, en momentos de cambios en los que se puedan sentir perdidos, a encontrarse a sí mismos y a atreverse a innovar y a experimentar con su creatividad.

CHIC CHAT

PROxie's