

SIN DISTANCIA

Proyecto de programa de radio



Agosto de 2007

1. INTRODUCCIÓN

Radio Concepto es una radio de alcance nacional, cuya programación está pensada con una clara orientación integradora y federal.

En este marco, SIN DISTANCIA les propondrá a los oyentes recorrer poblaciones del país, destacando sus aspectos sociales, históricos, productivos y culturales. No se trata de una “visita enciclopédica”, sino de intentar ver, escuchar, oler, saborear y sentir cada una de las localidades visitadas. Para ello, se cuidará la calidad de los contenidos y las formas y estilos de su transmisión al oyente. Éste será uno de los sellos distintivos del programa.

2. EL PROGRAMA

a. Ficha técnica

- Formato: Magazine de interés general.
- Frecuencia: Semanal.
- Duración: 1 a 2 horas, según disponibilidad en la grilla de programación.
- Horario: Por la tarde, según disponibilidad en la grilla de programación.
- Target: hombres y mujeres de 18 a 65 años, de Nivel Socio Económico (NSE) C2, C3 y D1, que habiten en las zonas abarcadas por la Red Federal de Emisoras Privadas encabezada por AM Concepto, interesados en conocer diversos aspectos de pueblos y ciudades de la Argentina.

b. Contenido, secciones y estilo

SIN DISTANCIA contará la vida de la población elegida para cada emisión, sin que se trate de un programa turístico, histórico o de análisis económico.

La duración (o presencia) de las siguientes secciones dependerá de las características del pueblo o ciudad que se aborde durante el programa. En algunos casos, se dará mayor espacio a cuestiones vinculadas con lo turístico, mientras que en otros tal vez sean la cultura o los personajes los que tengan preponderancia.

- Ubicación: Dónde está ubicada la población. Distancia a la capital provincial y a la nacional. Rutas de acceso y medios de transporte.
- Historia: Breve recorrido por el origen de la población. Explicación del nombre, personajes y hechos históricos vinculados, etc.
- Destacados: Aspectos económicos destacados (turismo, industria, actividad agrícola-ganadera, etc.). Puesta en relación a nivel local, provincial y nacional.

- Datos demográficos: Breve repaso de la cantidad de habitantes (en relación con otras poblaciones para poder tomar como referencia) y aspectos destacados (por ejemplo, ausencia notoria de jóvenes de cierta edad que se van a estudiar a otras ciudades).
- Personalidades: entrevista con personas conocidas a nivel nacional y/o provincial (artistas, deportistas, empresarios, políticos, modelos, etc.) para que hablen del lugar desde su historia y vivencias.
- Personajes del lugar: todas las ciudades y pueblos tienen al menos un “personaje” local que se destaca por sus características o actividad (coleccionistas, emprendedores, maestros / médicos de frontera, la persona de mayor edad, artistas plásticos, oficios en extinción, etc.). Su historia podrá contarse mediante una entrevista telefónica, con testimonios grabados o desde piso.
- Músicos locales: se trata de escuchar la música de artistas de la población, cualquiera sea el género que toquen. En los casos en los que sea posible, se intentará tener música en vivo.
- Leyendas: siempre hay una leyenda, cuento o historia fantástica vinculada a la población, su origen, habitantes, etc. En esta sección se contará esa historia con un edit especialmente guionado y sonorizado.
- Info: Festivales, eventos, sociedad, etc. Data de interés tanto para quienes viven en la población como para el resto de los oyentes.
- Postales sonoras: en la medida que sea posible, se realizarán breves edits para que el oyente escuche (y vea) algún aspecto o escenario de la población (por ejemplo: sonidos característicos de las Cataratas del Iguazú y aves y animales del Parque Nacional; un recorrido por la playa, fundido con un sonido más céntrico y video juegos; conversaciones entre compradores y vendedores en el Mercado Central de San Miguel de Tucumán, etc.).
- Tus palabras sobre: Visión, sensaciones y recuerdos de habitantes de la población o personas que hayan pasado por allí. Mensajes grabados y editados o llamados en vivo. A determinar.

SIN DISTANCIA adhiere totalmente a la visión federalista de Radio Concepto, posición que se verá representada tanto en el contenido como en juegos simbólicos en piso, como por ejemplo erradicar la expresión “el interior” del aire y hacer sonar una chicharra que denuncie la eventual trasgresión de los conductores.

En cuanto a la musicalización del programa, se destacarán el o los géneros característicos de la provincia / región que se esté abordando.

El estilo de conducción será informal, descontracturado, sin poner distancia con el oyente, y evitando la chabacanería o el mal gusto. En este sentido, el estilo será simpático sin que esto signifique transformarlo en un programa de humor.

3. LA PRODUCCIÓN

Dadas las características del programa, en principio se requerirá un equipo de trabajo con las siguientes características:

- Conductor y co-conductor
- Coordinador de aire
- Productores periodísticos
- Productores artísticos
- Productor comercial
- Productor general
- Se contempla la posibilidad de incluir columnistas

Si bien la integración definitiva del equipo de producción se resolverá cuando se confirme la realización del programa, la base del staff ya está definida:

- Pedro Ruiz: conductor y coordinador de la producción artística
- Diego Zambelli: co-conductor y productor general
- Gabriel Genovesi: coordinador de aire y coordinador de producción periodística
- Francisco Touriño: productor comercial y productor artístico.

Ya está prevista y preseleccionada la formación de sub-equipos de trabajo (productores + locutores + editores) para poder afrontar el gran desafío de realizar un ciclo con cuidada calidad tanto en el contenido como en lo estético.

4. REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA

Además del tiempo en el aire y el operador técnico, la realización de SIN DISTANCIA necesitará el compromiso de la radio para contar con:

- Uso de líneas telefónicas durante el programa
- Uso de líneas telefónicas para la preproducción
- Disponibilidad de estudio para grabar y editar
- Facilitar el contacto entre la producción y radios de la cadena para obtener información y material

Las condiciones en las que se utilizarán estos recursos serán acordadas en base a las posibilidades de la radio y la producción.

5. PROPUESTA COMERCIAL

El tipo de acuerdo a plantear es el de una coproducción, por medio del cual la producción se compromete a realizar el programa según las características generales acordadas con la radio, mientras que la emisora se compromete a aportar la infraestructura y recursos (no monetarios) necesarios para hacerlo.

En cuanto a la pauta publicitaria, se propone un esquema de 60-40% a favor del que venda el espacio publicitario.

Se utilizará el tarifario de la radio u otro que se acuerde.

En caso de comercializar el programa en sí (como enlatado para otras radios, difusión electrónica, magnética, o en cualquier otro soporte o medio), el esquema de distribución de los beneficios será de 50-50%.

Los canjes publicitarios apuntarán a cubrir las necesidades más inmediatas de la producción (comunicación, traslados, fuentes, etc.) y/o beneficiar a los oyentes. Los canjes que no estén comprendidos en este criterio también serán distribuidos según el esquema 60-40%.