



PRE – PRODUCCIÓN

Con la idea original definida, el primer proceso que nos lleva al desarrollo del programa será la PRE – PRODUCCIÓN. Una parte importante en la definición pues nos lleva a identificar 3 aspectos fundamentales:

1. ASPECTOS INTERNOS
2. ASPECTOS EXTERNOS
3. ASPECTOS FÍSICOS Y TÉCNICOS

El orden puede variar. Generalmente la visualización de ésta etapa pueden marcar necesariamente la historia en el resto de la producción y la factibilidad del mismo.

Cuando hablo de los aspectos, aterrizo en la idea original y observó la factibilidad de realizar o no la tarea. Por ejemplo: a mi gustaría realizar un programa donde *doy a conocer los 10 hoteles más lujosos y exclusivos del mundo* La idea como tal parece factible de realizar.

La pregunta obligada es: ¿Cuánto cuesta?, para llegar a ese dato debo contemplar entre otras cosas: pago de boletos aéreos, una o dos noches en cada hotel, traslados, propinas, impuestos, trámites migratorios, lo cual puede cubrirse con ciertos aspectos como patrocinadores, ¿pero qué patrocinadores tendría?. ¡Los mismos hoteles! Me dirá alguien, ¿y si uno de los que promociono son parte de la competencia y no quieren que eso se diga? ¡Las líneas aéreas dirá alguien más para no terminar con la idea, está bien ¿pero y si no llegan al lugar donde está el hotel? ¿y si no consigo la visa para mí o parte del grupo? ¿y sí...? Bueno empiezan los problemas, a trabajar

Es tan sencillo como cuando tengo hambre y deseo comer un plato delicioso, tengo dos opciones: o cuento con el dinero suficiente para comprar el plato, ó me conformo con lo que pueda comprar con el dinero que tengo en la bolsa.

Una regla de oro en éste momento es ser **REALISTA**. Es decir partir de lo que realmente se tiene. Equivocadamente muchas veces me aferro a una idea, porque me parece buena e insuperable, probablemente sea así, pero hay varios factores que pueden incidir en el desarrollo de la misma. Un grave error es asumir que la producción, o el programa, tendrá un presupuesto que será soportado por los anunciantes. No es tan sencillo. Muchas veces las estrategias de producción y venta obedecen a campañas específicas, las decisiones de los patrocinios pasan por cuenta de intereses de la empresa, de la agencia, de los mismos vendedores o del medio en función de horarios, épocas determinadas y otras variables que no necesariamente puedes manejar, pero que al menos debe tomar en cuenta en el desarrollo

Por lo mismo es **REALISTA** no implica que no pueda dar rienda suelta a la imaginación y a los sueños. Por lo mismo debo partir de evaluar varias situaciones Los recursos con los que cuento, los aspectos que llevará mi programa, si lo puedo realizar o no, el equipo que pueda requerir

La clave eres tú. Te convertirás en el corazón del proyecto: ¿te atrae?, ¿te gusta y te ves capaz de desarrollar el producto? ¿Qué necesitas? Los avances tecnológicos



permiten obtener instrumentos relativamente accesibles para realizar la labor en condiciones aceptables y de buena calidad.

Puede ocurrir que la idea no sea tuya, pero te confíen el proyecto. Por ejemplo una empresa quiere que adaptes una obra literaria como *Crepúsculo*, como ocurrió con Orson Wells en 1958

con “la Guerra de los Mundos”. En todo caso, por iniciativa propia o derivada, es la parte donde surge la creatividad

Cuando nos referimos a los ASPECTOS INTERNOS de la producción, contemplamos todo los recursos humanos, técnicos y físicos que necesitarás para la producción. Por ejemplo cuantas voces llevará la producción, que recursos técnicos necesitas para grabar, donde lo harás, la adaptación. Es importante contemplar aspectos que luego piensas que no serán importantes, por ejemplo yo podría generar una serie de programas donde adapto para radio las películas animadas de Walt Disney, sin embargo, usualmente las mismas pagan derecho de autor, precaución que tú debes tomar también con tu trabajo.

Cuando consideramos los ASPECTOS EXTERNOS me refiero a situaciones cómo si la producción será grabada en vivo o en un estudio, si tendrás posibilidad de contar con tiempo de edición en un lugar específico o lo harás por cuenta propia. En la actualidad existen programas que te permiten hacer el trabajo de edición en tu propia máquina. ¿Alguien pagará tus honorarios y costos o tú tendrás que cubrir los mismos?, ¿será una sola producción o será una serie de programas?

En cuanto a ASPECTOS TÉCNICOS Y FÍSICOS Es importante que aclares algunos puntos

- Tu programa puede ser emisión única, diaria, semanal, mensual, anual.
- Se difundirá por una estación local, nacional, regional o con señal mundial.
- Es una estación conocida o nueva. Que horario se utilizará. Habrá información previa para anunciar el programa o el mismo será presentado sin más previa.
- Cuál es el grupo objetivo que escucha la estación y cuál es el grupo objetivo que tú quieres que te escuche.

Como ves la diferencia es considerable, no será la mismo que yo diga *Voy a hacer un programa de música* El universo de potenciales radioescuchas es impresionante. Pero si luego yo digo *Voy a producir un programa de música*. La idea es tan amplia como el Universo potencial de oyentes.

Pero sí yo digo: *Produciré cuatro programas con las 50 mejores canciones del género pop en español de la década de los años ochenta según la revista Billboard. La producción será en vivo y aprovecharé el espacio de los sábados a las 19 horas en Radio Nacional TGW, por lo que estimo que será escuchado en todo el país, gracias al alcance de la frecuencia y mi público cautivo serán los adultos entre 35 y 40 años* La idea está delimitada. Vamos a la siguiente fase

Recuerda lo importante en ésta etapa es tener claro el concepto del programa que quieres desarrollar para luego la posibilidad de exponer claramente tu idea. En la



medida que sea más concreta y factible, será más fácil conseguir el apoyo para su realización. Intenta que los contenidos sean originales, muchos contenidos o enfoques aun no se tocan en radio y es necesario hacerlo.

