

## Cómo hacer un *pitch* a programas de radio y *podcasts*



Por C.L. Fornari

Hay muchas razones por las cuales un comunicador de jardín (*garden communicator*) podría estar interesado en participar en la radio o en un *podcast*. Podría ser autor o autora de un nuevo libro o el fabricante de un producto que desee promocionar.

Quizás esté buscando fortalecer su marca como persona experta en el área de los jardines y la jardinería. O tal vez tenga una gran idea hortícola que le gustaría compartir con el público.

No importa cuál sea el motivo por el que desees estar en el aire, como presentadora de un programa de radio en vivo y coanfitriona de un *podcast*, te ofrezco estos consejos para preparar tu *pitch* a un programa:

**\*Haz tu tarea:** escucha el programa. Esto puede parecer obvio, pero es sorprendente la poca gente que hace esto. He tenido autores que preguntan si pueden estar en *Plantrama*, el *podcast* que copresento con Ellen Zachos. Si hubieran escuchado al menos un episodio, sabrían que no tenemos invitados en nuestro programa.

También tengo autores que se sorprenden cuando les digo que tendrían que llamar a *GardenLine*, mi programa de radio, a las 8:05, hora del este. "Pero eso es muy temprano", me dicen a menudo. "¿No podemos pre grabarlo?" Si esos autores se hubieran molestado en mirar el enlace de radio en mi sitio web, o escuchar el programa en línea, hubieran sabido que *GardenLine* siempre se transmite en vivo.

**\*Averigua quién es el oyente promedio del programa y piensa en lo que le importa:** El anfitrión o anfitriona quiere hacer felices a sus oyentes, y si puedes demostrar que tienes el mismo objetivo, es más probable que obtengas un espacio en el aire.

Si no puedes encontrar algo sobre la audiencia que escucha determinado programa, envía un correo electrónico al personal de producción, departamento de publicidad o al anfitrión y pregunta los detalles.

**\*Nunca hagas un *pitch* a un programa que no tiene nada que ver con tu tema a menos que puedas demostrar claramente que están conectados:** Por ejemplo, si te estás acercando al equipo de producción de un programa de cocina sobre un libro de jardinería, comienza tu presentación explicando cómo se relaciona tu libro con la cocina y por qué sus oyentes estarán interesados.

Los medios de comunicación reciben docenas de lanzamientos al día, y si no se muestra un vínculo claro en la primera oración, tu correo electrónico terminará en la papelera o marcado como correo no deseado.

**\*Envía al mismo tiempo un correo electrónico al productor y al anfitrión del programa:** Los programas con producciones pequeñas como *GardenLine* generalmente no tienen un productor que programe el contenido, pero sí los programas con audiencias más grandes y programas sindicalizados. Tómame el tiempo para hacer una búsqueda en línea del nombre del productor y la información de contacto, y proponerle a esa persona, así como también al *host* del espacio.

**\*Presenta tus ideas por adelantado:** Muchas agendas para programas de radio y *podcasts* se planifican con meses de anticipación. Esto es especialmente importante si eres un autor que tiene un libro de jardinería que saldrá en la primavera.

Hay tantas publicaciones primaverales de libros sobre horticultura que es crucial ponerse en contacto con el productor / anfitrión en el verano o el otoño, incluso si el libro aún no está disponible. Si esperas hasta que realmente salga el libro, es probable que sus espacios para invitados ya estén llenos.

En una futura publicación del blog, daré consejos sobre cómo ser un invitado exitoso una vez que estés en agenda para estar en un programa de radio o *podcast*.

## Conoce a la autora

C.L. Fornari es la anfitriona de *GardenLine*, escuchado en vivo todos los sábados por la mañana en WXTK, y podcast y transmitido en línea a través de iHeart Radio. También es la coanfitriona de *Plantrama*, un podcast que publica cada dos jueves. Para obtener más información y enlaces a ambos programas, visita la página de **Radio** en [www.GardenLady.com](http://www.GardenLady.com).

