



laboratorio de comunicación aplicada 2 y 3

Pitch ARENGA

# Agenda

➤ El pitch

## 1) Diseñando a la audiencia de un Pitch:

- Construcción del mensaje clave.
- Plan, estructura y mensaje.

## 2) ¿Cómo guiar a la audiencia?

- Manejo de marcadores metadiscursivos de interacción (Interactivos e interpersonales).
- Claves del estilo técnico-científico.
- Recomendaciones para elegir las palabras correctas en un pitch (elección de verbos y mensajes de sentido único).



# ARENGA!!

- A partir de lo reflexionado en la primera parte del curso.
- **Reflexión: piensen en algo que los indigne.**
- ya sea elementos cotidianos o grandes injusticias que ustedes crean que deben cambiar.
- Revisemos el discurso de Madonna en la entrega del premio Mujer del año 2016.



# Elementos de la comunicación: ejes



Eje expresivo:

¿Cómo hablar de forma que la gente te quiera oír?



[https://www.ted.com/talks/julian\\_treasure\\_how\\_to\\_speak\\_so\\_that\\_people\\_want\\_to\\_listen?language=es](https://www.ted.com/talks/julian_treasure_how_to_speak_so_that_people_want_to_listen?language=es)

# Planificando el mensaje del pitch



# El Pitch



Descripción **oral, concisa, y preparada** sobre un proyecto

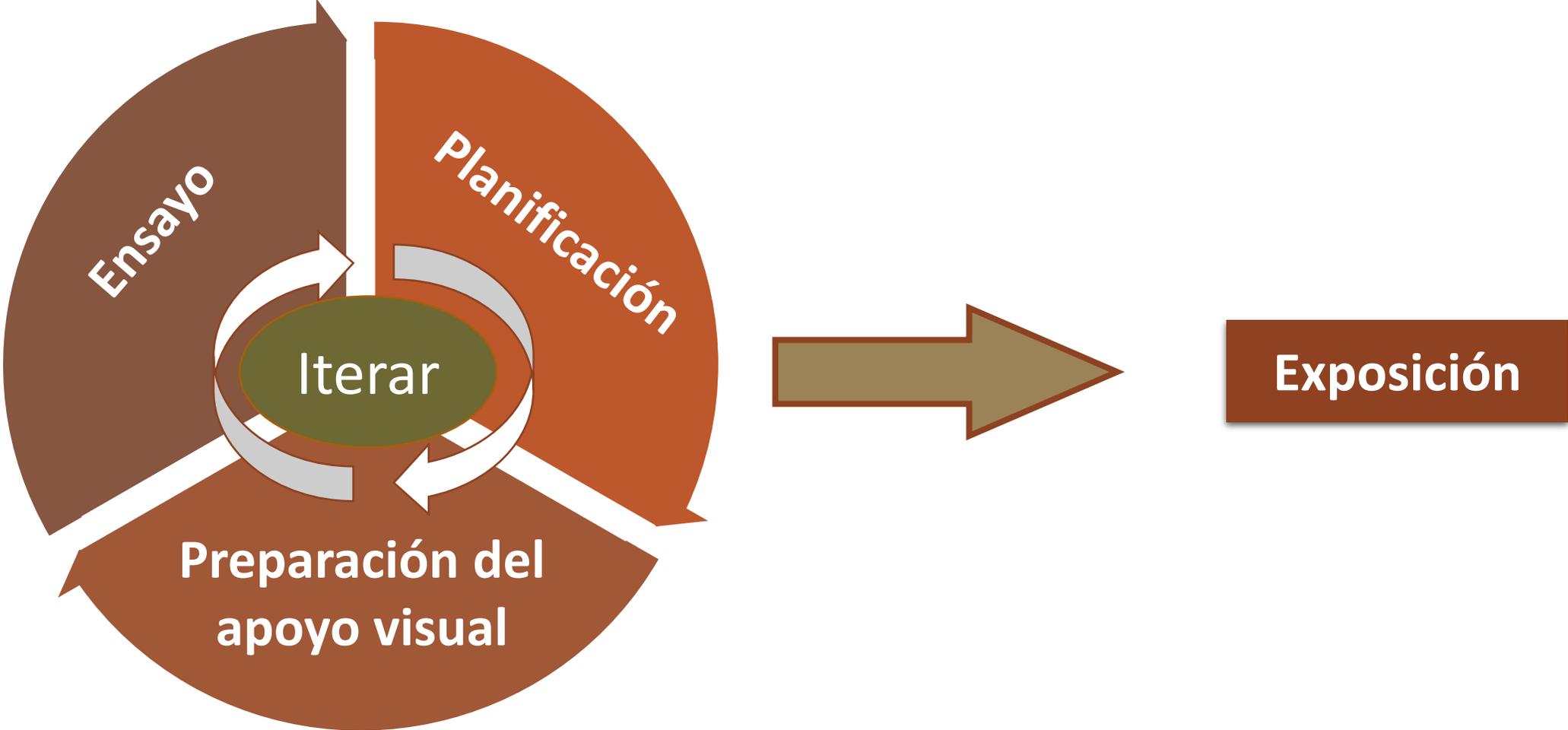


La idea es convencer al público de que su proyecto/idea es la mejor



Debe ser muy breve (~2 minutos)

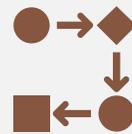
# El Pitch: Etapas



# El Pitch: Planificación



Mucho que decir, pero muy poco tiempo ¿Qué se debe priorizar?

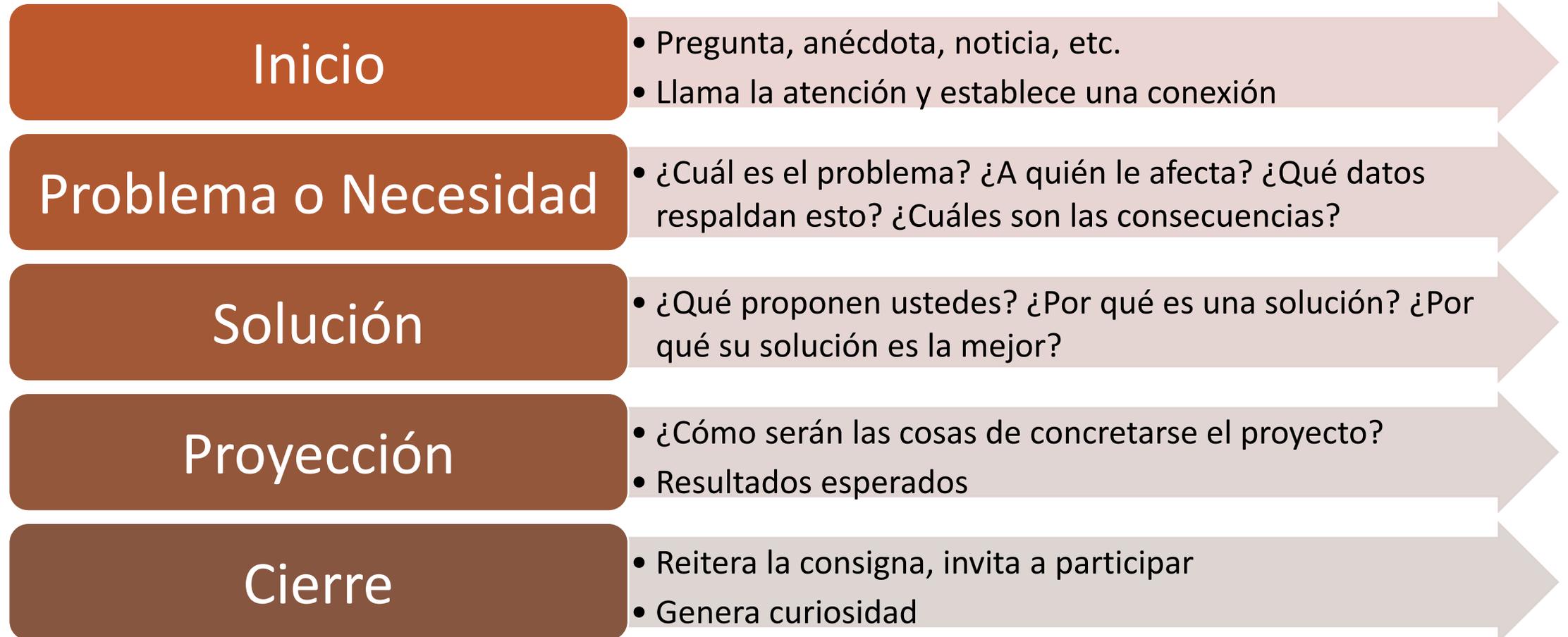


Elaborar el guión: Existe una **estructura general**



Es importante SIEMPRE ser **conciso y preciso**

# Estructura de un Pitch



# El Pitch: Apoyo Audiovisual

- No es obligatorio usarlo, pero ayuda a generar más impacto

# El Pitch: Apoyo Audiovisual

- No es obligatorio usarlo, pero ayuda a generar más impacto



# El Pitch: Apoyo Audiovisual

- No es obligatorio usarlo, pero ayuda a generar más impacto
- Es un **apoyo**, no debe acaparar la atención del público ni distraer

# El Pitch: Apoyo Audiovisual

- No es obligatorio usarlo, pero ayuda a generar más impacto
- Es un **apoyo**, no debe acaparar la atención del público ni distraer



# El Pitch: Apoyo Audiovisual

- No es obligatorio usarlo, pero ayuda a generar más impacto
- Es un **apoyo**, no debe acaparar la atención del público ni distraer
- Poco o nada de texto, SIEMPRE preferir imágenes/videos/etc

# El Pitch: Apoyo Audiovisual

- No es obligatorio usarlo, pero ayuda a generar más impacto
- Es un **apoyo**, no debe acaparar la atención del público ni distraer
- Poco o nada de texto, SIEMPRE preferir imágenes/videos/etc

viability of five lots of wheat seeds, cultivar BRS 208, obtained from different procedures of the TZ).

conditioning between paper towels/ coloration of both halves of the seed on paper (2 h)

30 °C			40 °C		
Concentrations of TZ salt ..... % .....			Concentrations of TZ salt ..... % .....		
0.1	0.5	1.0	0.1	0.5	1.0
..... % of viable seeds .....					
84 abc*	86 a	93 a	64 ab	92 a	92 a
83 bc	76 b	89 ab	74 a	85 b	89 ab
86 ab	82 ab	88 ab	57 b	81 bc	89 ab
88 a	83 ab	85 b	57 b	82 bc	85 bc
80 c	81 ab	82 b	63 ab	76 c	82 c
3.2	4.3	4.5	7.9	3.8	3.7
-	-	0.97**	-	-	-

Hydration by immersion / coloration of both halves of the seed on paper (2 h)

30 °C			40 °C		
Concentrations of TZ salt ..... % .....			Concentrations of TZ salt ..... % .....		
0.1	0.5	1.0	0.1	0.5	1.0
..... % of viable seeds .....					
76 ab*	90 a	88 a	54 ab	90 ab	92 a
63 bc	89 a	84 ab	64 a	91 a	91 a
80 a	86 a	74 cd	50 bc	91 a	89 a
79 a	65 b	77 bc	53 ab	74 b	87 a
58 c	83 ab	64 d	38 c	85 b	83 a
7.9	8.9	4.8	7.9	8.2	5.4

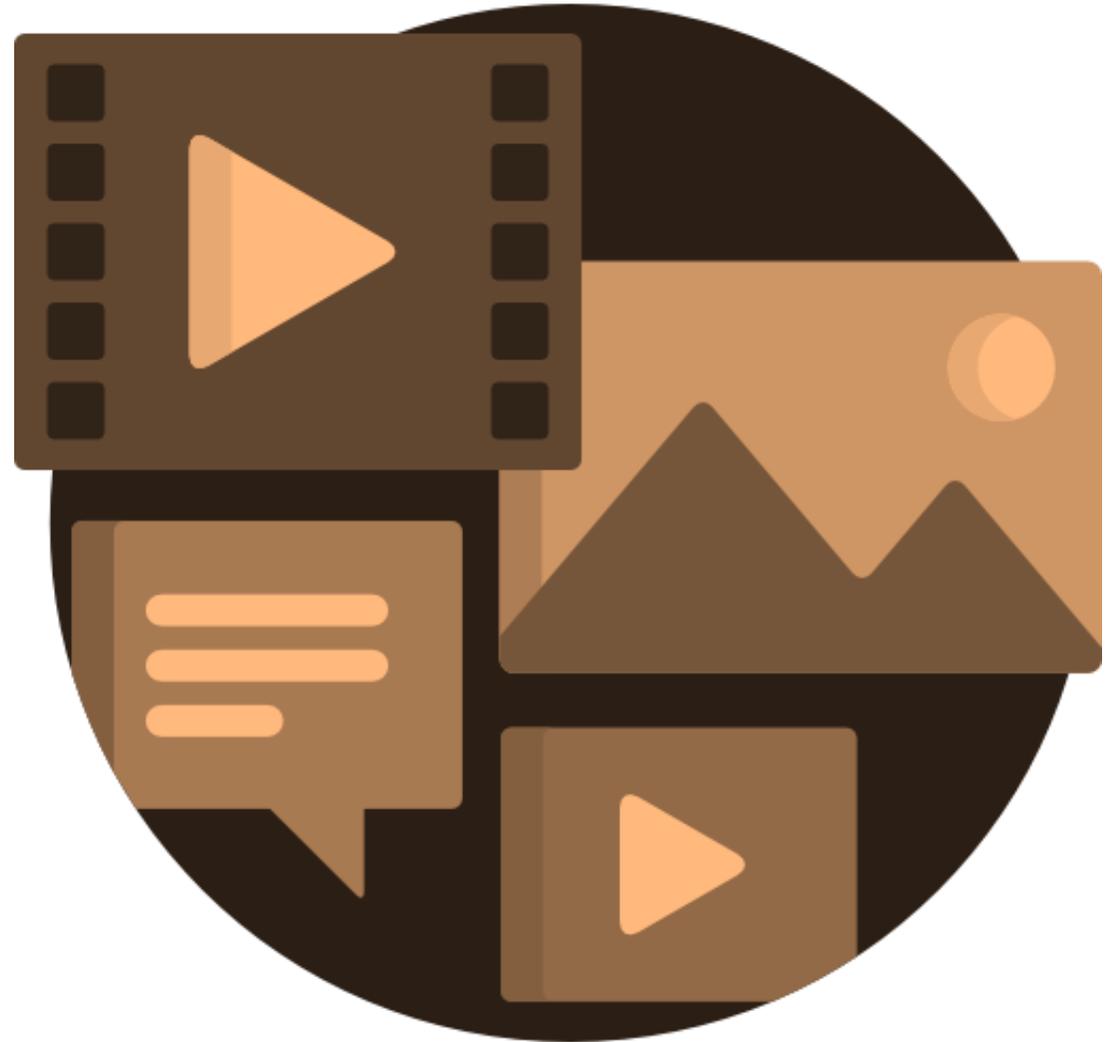
er in the column do not differ by Tukey's test ( $p \leq 0.05$ ); according to the "t" test.

# El Pitch: Apoyo Audiovisual

- No es obligatorio usarlo, pero ayuda a generar más impacto
- Es un **apoyo**, no debe acaparar la atención del público ni distraer
- Poco o nada de texto, SIEMPRE preferir imágenes/videos/etc
- Importante ser **creativos**. ¡Recuerden que están vendiendo su producto o idea!

# El Pitch: Apoyo Audiovisual

- No es obligatorio usarlo, pero ayuda a generar más impacto
- Es un **apoyo**, no debe acaparar la atención del público ni distraer
- Poco o nada de texto, SIEMPRE preferir imágenes/videos/etc
- Importante ser **creativos**. ¡Recuerden que están vendiendo su producto o idea!



# El Pitch: Ensayo



Asegurarse de tener un **guión detallado**



¿Alcanzan a decir todo? Practicar discurso con un cronómetro



Lenguaje **no verbal** y **paraverbal**: Ensayar puesta en escena y grabar cada intento



Hacer muchos ensayos: Permite ganar confianza



Importante **NO** aprendérselo de memoria

# El Pitch: Día de la Presentación



Actitudes corporales y presentación personal

Vocabulario, dicción y tono de voz

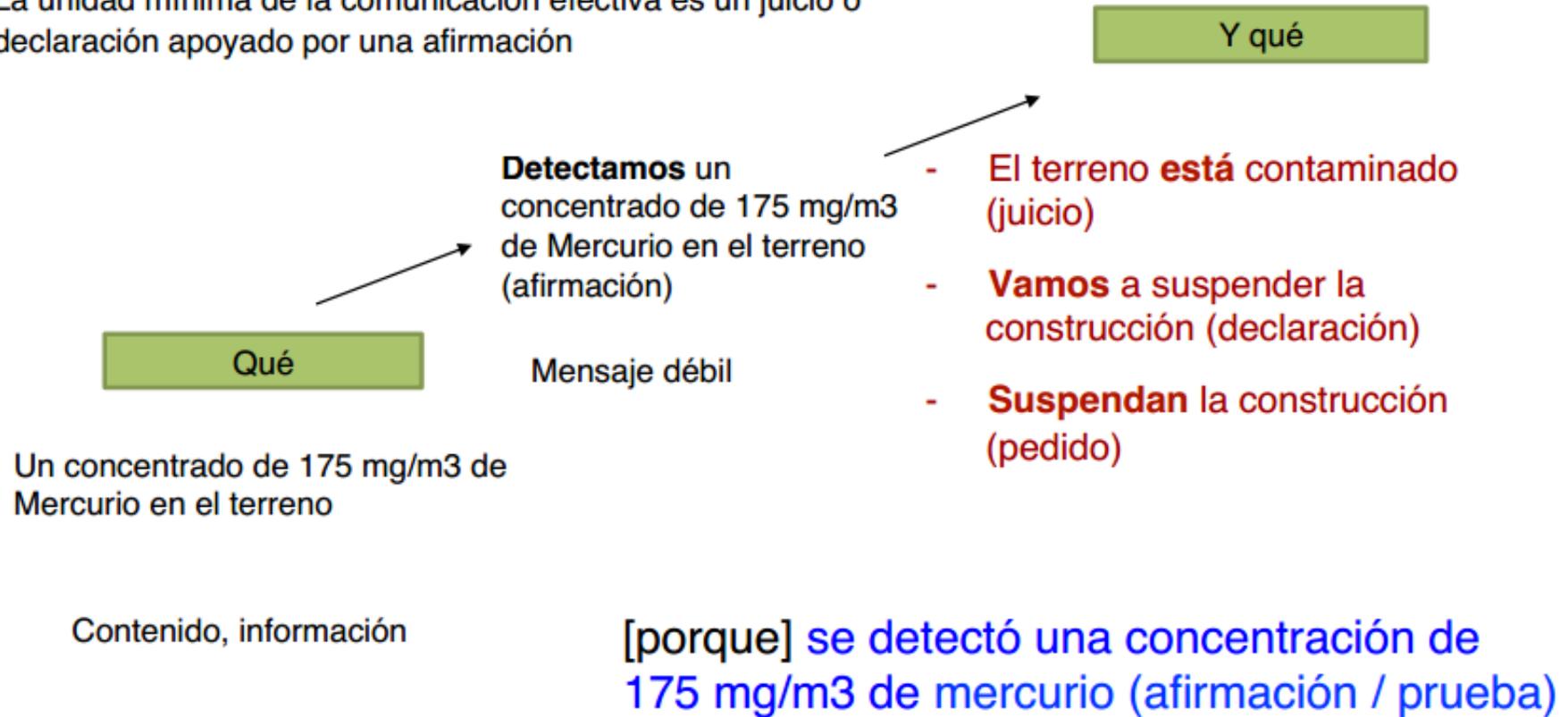
Seguridad, naturalidad y entusiasmo

# Elementos de la comunicación: ejes

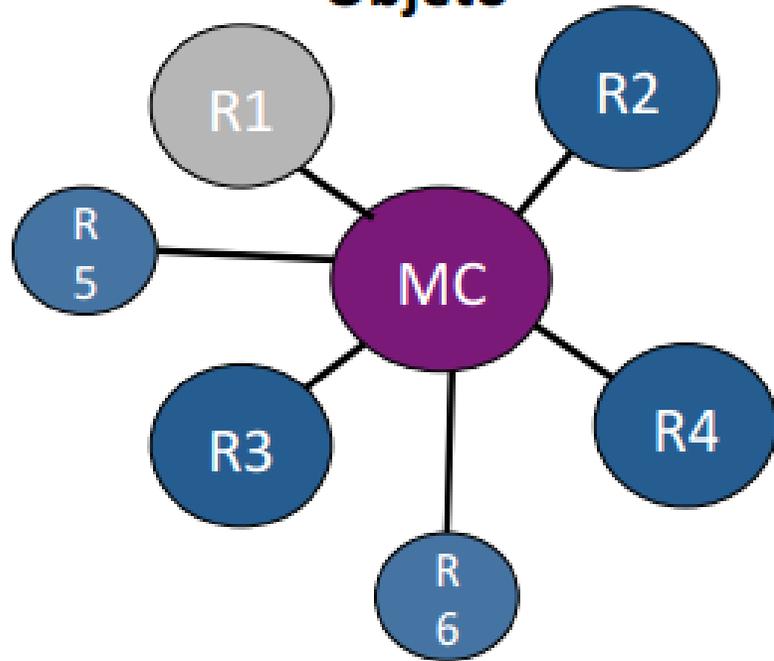


# Construcción del mensaje: Eje persuasivo

La unidad mínima de la comunicación efectiva es un juicio o declaración apoyado por una afirmación



## Objeto

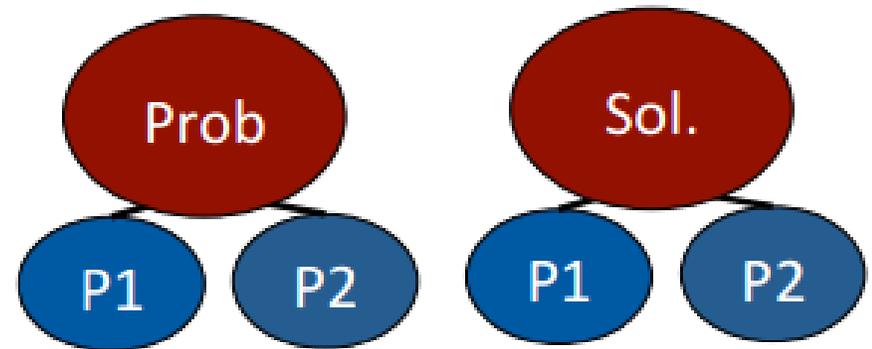
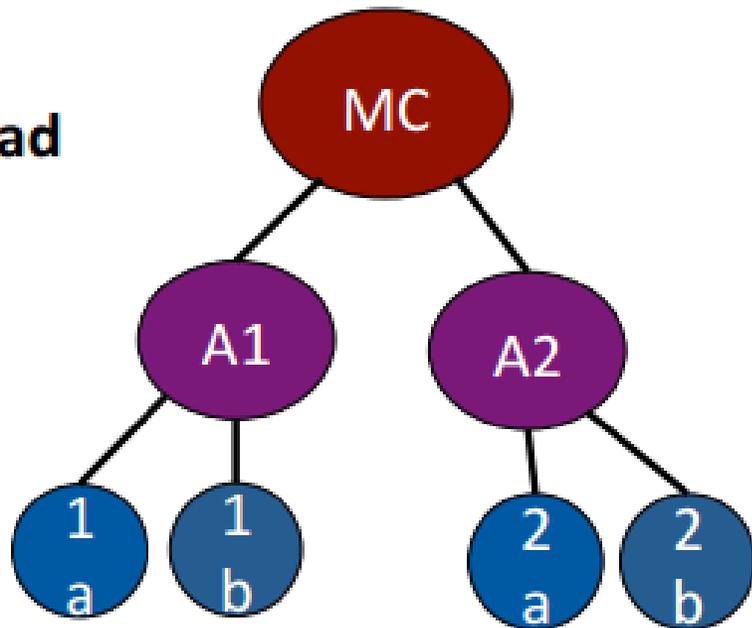


Las estructuras de **prioridad** y **problema-solución** proveen más **fuerza comunicacional**



**Proceso (cronológica)**

## Prioridad



**Problema - Solución**

# Evite oraciones vagas e imprecisas por el uso de verbos “comodines”

Verbos que resultan cómodos y económicos, tienen un **sentido vago** y pueden adaptarse a diferentes ideas y conceptos:

- **Decir**
- **Haber**
- **Poner**
- **Dar**
- **Tener**

# Evitar

- a) La SVS solicitó que **dijera** como testigo lo que sabía de Cascadas.
- b) La normativa **dice** que el proceso de auditoría debe llevarse a cabo en 30 días.
- c) Tenemos el proyecto de inaugurar una nueva sede en Renca.
- d) El contrato debiera tener presupuesto para operar por 5 meses.
- e) El terreno en observación tiene 700 metros cuadrados.

¿Cómo guiar a la audiencia?



# Estructuras lingüísticas : Conectores

- La conexión de las ideas en el párrafo se lleva a cabo a través del uso de los **conectores**.
- Los conectores funcionan en un texto como señales que un escritor eficaz va distribuyendo a lo largo de su discurso, a fin de que el lector siga sin esfuerzos ni dificultades el camino interpretativo trazado (Montolío, 2000, p. 107).

# Cohesión

ESTRUCTURADORES DE LA INFORMACIÓN	COMENTADORES	Pues, bien, pues bien, así las cosas, etc.
	ORDENADORES	En primer lugar / en segundo /.../ por una parte / por otra parte, de un lado / de otro lado, asimismo, por lo demás, etc.
	DIGRESORES	Por cierto, a todo esto, a propósito, etc.
CONECTORES	CONECTORES ADITIVOS	Además, encima, aparte, incluso, etc.
	CONECTORES CONSECUTIVOS	Por tanto, en consecuencia, de ahí, entonces, pues, así pues, etc.
	CONECTORES CONTRAARGUMENTATIVOS	En cambio, por el contrario, antes bien, sin embargo, no obstante, con todo, ahora bien, etc.
REFORMULADORES	REFORMULADORES EXPLICATIVOS	O sea, es decir, esto es, en otras palabras, etc.
	REFORMULADORES DE RECTIFICACIÓN	Mejor dicho, más bien, etc.
	REFORMULADORES DE DISTANCIAMIENTO	En cualquier caso, en todo caso, de todos modos, de cualquier manera, etc.
	REFORMULADORES RECAPITULATIVOS	En suma, en conclusión, en definitiva, en fin, al fin y al cabo, etc.
OPERADORES DISCURSIVOS	OPERADORES DE REFUERZO ARGUMENTATIVO	En realidad, de hecho, claro, desde luego, etc.
	OPERADORES DE CONCRECIÓN	Por ejemplo, en concreto, etc.
	OPERADOR DE FORMULACIÓN	Bueno
MARCADORES DE CONTROL DE CONTACTO		Hombre / mujer, mira, oye, etc.

# Formas de Estructurar el discurso



MOD

Marcadores discursivos

## Argumentación

*A mi modo de ver, bien pensado, en el fondo, en concreto, claro, desde luego, por supuesto, desde mi punto de vista, en mi opinión, por desgracia, por fortuna, sin duda, probablemente, al fin, es evidente que, es indudable que, nadie ignora, es cuestionable, está claro que... etc.*

## Explicación

*Por ejemplo, para ilustrar esto, como muestra..., o sea, es decir, dicho de otro modo, en otras palabras ... etc.*

## Narración

*Cuando, mientras, entonces, uluego, cada vez que, apenas, en cuanto, simultáneamente, al principio, después de un tiempo, en esos días, antes que, despues que, más tarde, de pronto, repentinamente, ahora que, por último, antes, hasta el momento, aquí, ahora, al mismo tiempo...etc.*

## Descripción

*Primero, segundo, tercero... por último, tanto como, hasta aquí, más adelante...etc.*

# Metadiscurso

Al producir un texto, el emisor utiliza elementos que indican la organización de la información y que guían a la audiencia en **su comprensión e interpretación.**

Marcas del texto:

- conectores que organizan la información: *en primer lugar, por otra parte, etc.;*
- conectores que indican un cambio de orientación o punto de vista: *en cambio, por el contrario, etc.;*
- frases que explicitan la organización textual: *como ya hemos dicho, hasta aquí, a continuación, etc.;*
- elementos paratextuales: disposición del texto, títulos, subtítulos, gráficos, imágenes, cuadros, etc.;
- marcas gráficas o tipográficas que permiten visualizar la jerarquización de la información: números, negrita, etc.

<b>Glosas</b>	De hecho / Por ejemplo / i.e., / es decir / esto significa que / en otras palabras	
<b>Marcadores endofóricos</b>	En el capítulo 2 / En la sección 3 / en esta parte / ejemplo 3 / figura 5, página 17 / más arriba / más adelante	
<b>Evidenciales</b>	Según x / plantea / demuestra / (nombre, fecha)	
<b>Organizadores</b>	<b>Secuencia</b>	Finalmente / Primero / En primer lugar
	<b>Etiqueta de secciones</b>	En suma / Para resumir / En este punto
	<b>Anuncio de objetivos</b>	Busca / intenta / focaliza / tiene como objetivo
	<b>Cambio de tópico</b>	En relación con / En cuanto a / Si consideramos
<b>Marcadores de transición</b>	Como consecuencia / En contraste / Por el contrario / Aunque / Además / De forma similar,	
<b>Marcadores de actitud</b>	De forma sorprendente / es deseable que / afortunadamente / curiosamente / resulta interesante que / inusual / destacable	
<b>Reforzadores</b>	De hecho / descubre / halla que / definitivo / conocido / debe / demuestra / sin duda	
<b>Marcadores de interacción</b>	Nótese / imaginemos que / si asumimos que	
<b>Mitigadores</b>	Cerca de / casi / sostiene / desde nuestra perspectiva / en la mayoría de los casos / en nuestra opinión / esencialmente / en general / posiblemente / debería / sugiere	
<b>Automenciones</b>	Nosotros / nuestra / (primera persona singular tácita)	

# Recursos para organizar el discurso (Hyland, 2005)

Categoría	Función	Ejemplos
Conectores	Expresan relaciones entre las ideas de las oraciones	Además, pero, en consecuencia, y
Marcadores discursivos	Indican actos discursivos o partes del texto	Antes de avanzar en el tema..., en primer lugar, finalmente, por último.
Marcadores endofóricos	Remiten a información de otras partes del texto	Como señalé anteriormente..., más adelante veremos que..., ver figura 1, al finalizar la presente exposición.
Marcadores de evidencialidad	Señalan o remiten a información de otros textos	Según afirma X, Z señala que..., en El Capital, Marx indica que....
Reformuladores	(Re)elaboran el significado de las oraciones o de parte de ellas	Es decir, en otras palabras, por ejemplo, como

## Recursos para organizar el discurso (Hyland, 2005)

Categoría	Función	Ejemplos
Matizadores	Moderan el compromiso del hablante con la información que transmite	Quizás, es posible que...(uso del futuro condicional [-ía])
Enfatizadores	Transmiten certeza	De hecho, es evidente que, absolutamente.
Marcadores de actitud	Expresan la actitud del hablante respecto de la información que presenta	Lamentablemente, es sorprendente que, estoy convencido que
Marcadores personales	Remiten de manera explícita al emisor	Considero que, intentamos probar que, nuestro trabajo, mi objetivo

## En el ensayo y día de la presentación considera:



- Actitudes corporales y presentación personal.

- Vocabulario, dicción y tono de voz.

- Seguridad, naturalidad y entusiasmo.

# ¡Cuida el lenguaje y la voz!

1. **No uses vocabulario informal**, utiliza el vocabulario asociado al tema que presentas.
2. **Cuidado con las muletillas** (repetición innecesaria de palabras o expresiones). No rellenes las pausas con “eh”.
3. Debes adecuar la **intensidad de la voz** según el lugar en el que presentarás. Si sabes que será amplio, tienes que hablar más fuerte.
4. Mantén un **discurso continuo** (esto se logra con ensayo).

# Comunicación no verbal – Tips importantes



## En resumen

1. **Ensay**a antes.
2. **Capta** la atención del público desde el principio.
3. **Gesticula** con las manos y **camina** si tienes la confianza suficiente.
4. No dejes que el **material de apoyo** te gane.
5. Cuando no te toque hablar siempre **mira a quien sí lo está haciendo**.
6. **Tienes que creer en tu presentación**, si tú no crees en ella no podrás hacer que otros lo hagan.
7. Piensa en tu **audiencia**.

## A) Taller Planificar un pitch

Planificar un pitch.

Utilice la plantilla de elaboración

Evaluar con pauta de evaluación

## B) Taller: presenta un Pitch

1. Planifica tu pitch para este curso (2 minutos).
2. Considera lo visto en este taller.
3. Al finalizar, retroalimentaremos el trabajo de cada equipo.

**Hola, mi nombre es**

• \_\_\_\_\_ (cargo y nombre empresa)

**Ayudo a**

• \_\_\_\_\_ (público objetivo)

**Para ello**

• \_\_\_\_\_ (experiencia y Formación)

**Realizo**

• \_\_\_\_\_ (herramientas, soluciones)

**A través de**

• \_\_\_\_\_ (producto, servicios)

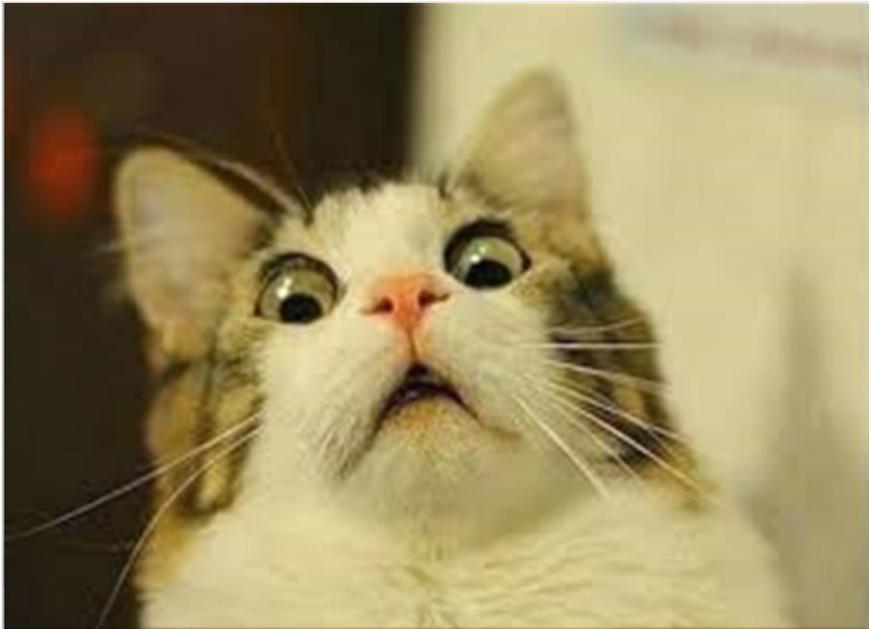
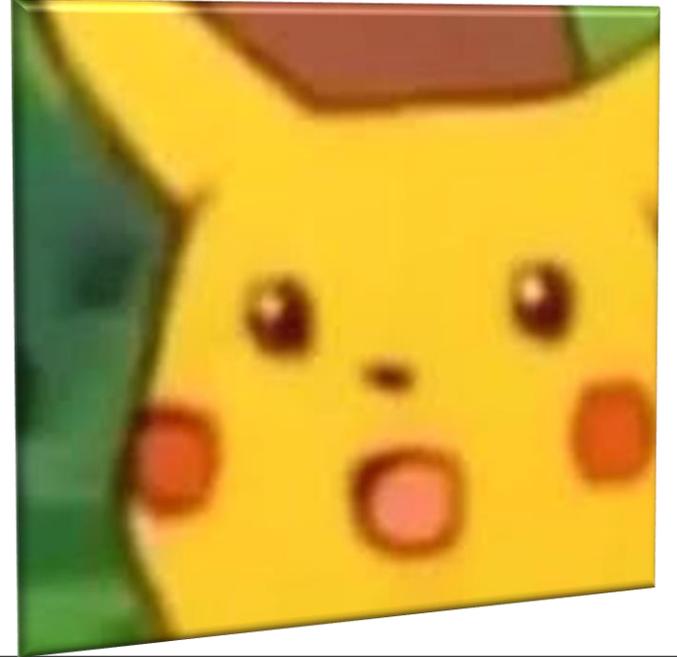
**Puedes ponerte en contacto conmigo en**

• \_\_\_\_\_ (nº tel, web)

**Entregar tarjeta de visita**

## Plenario: Planificación discursiva

- ¿Consideran que todos los temas que requieren cubrir en su pitch están considerados en la planificación?
- ¿Consideran que todos los contenidos se encuentran distribuidos adecuadamente de acuerdo a la relevancia que tienen en su trabajo en el curso?
- ¿Cuáles son sus propias ventajas en una evaluación oral? ¿De qué manera pueden utilizarla a favor en su presentación oral?



Recomendaciones finales

---

# Recomendaciones Finales

- Presentación: La teoría puede ser muy distinta a la realidad.
- **¿Qué cosas pueden pasar?**
  - Nervios/Ansiedad
  - Miedo a olvidar el guión
  - Pánico escénico
  - Mente en blanco



# Recomendaciones Finales

- **¿Qué cosas pueden pasar?**
  - Nervios/ Ansiedad
  - Miedo a olvidar el guión
  - Pánico escénico
  - Mente en blanco
- **Recomendaciones**
  - Respirar 2-3-4 (no hiperventilarse)
  - No aprenderse el discurso de memoria



