

RESEARCH PITCHES

Què son PITCHES?

El nom ve de '*elevator pitch*', de la idea de que és possible fer un resum significatiu sobre un tema d'interès en el període de temps d'un recorregut en ascensor, és a dir, aproximadament entre 30 segons i 2 minuts. Sembla que els primers en fer-lo servir van ser Ilene Rosenzweig i Michael Caruso (quan era l'editor de *Vanity Fair*).

L'escenari és una reunió casual en un ascensor en algú important. Si la conversa en eixos pocs segons o minuts és interessant, potser puga seguir després de baixar de l'ascensor o en un altre moment.

Què son RESEARCH PITCHES?

La idea del 'Research pitch' és comprimir el teu tema d'investigació, l'interès que té i inclús els resultats en una breu xarrada que podries tindre en

- un altre investigador (normalment un dels famosos) per exemple mentre estàs en una cua per a dinar o replegar les credencials en un congrés;
- en un possible inversor per a finançar el teu projecte
- o per a explicar a la societat (o als teus amics i família) el què estàs fent.

En una durada de 3 minuts es pot penjar en el teu Facebook, en la pàgina del grup de recerca o en una pàgina especialitzada en divulgar recerca.

Què son RESEARCH PITCHES?

- No es tracta d'explicar tota la teua tesis, sinó despertar l'interès de la gent per a que vulga saber més.
- Pots dirigir-te al públic directa o indirectament , encara que sense buscar la seua resposta immediata, en preguntes o imperatius.
- L'habilitat de saber fer 'research pitches' cada vegada és més demandada en els investigadors.

CARACTERÍSTIQUES DEL 'RESEARCH PITCH' A L'UJI

- DURACIÓ: 3 minuts, ~ 450 paraules + 3 diapositives
- CONTINGUT: Ha de ser simple i planer, accessible per a qualsevol persona (pensa en la teua família).
- LENGUATGE: Ha de ser clar i comprensible pel públic, fent servir vocabulari col·loquial. Si volem arribar a un públic internacional, la llengua serà l'anglès.
- ÚS D'ELEMENTS NO-VERBALS: Per a ser efectius, els '*research pitches*' han de ser emotius. És per això que han de combinar les paraules en elements com l'entonació, l'expressió facial i els gests.

ESTRUCTURA

1. ATRAURE L'ATENCIÓ: Frase o paraules que tenen la funció d'atraure l'atenció del públic.
2. HISTÒRIA: Breu relat relacionat en el tema sobre un tema del dia al dia del públic. És interessant incloure reproduccions del que diuen els personatges de la història.
3. BREU DESCRIPCIÓ DEL PROBLEMA: Cal relacionar la història en un problema social que es resoldrà en la teua investigació.
4. REFERÈNCIA A LA LITERATURA: Què s'ha fet fins ara i que no és prou.

ESTRUCTURA

5. **DESCRIPCIÓ DE LA TEUA INVESTIGACIÓ:** Metodologia i resultats de la teua investigació com a solució.
6. **REPERCUSIÓ SOCIAL:** Com els resultats de la investigació resoldran el problema i milloraran la vida de la societat o de les persones en el públic. Sol acabar en una pregunta o una frase que deixi al públic en ganes de conèixer més.

Com preparar un 'Research pitch'?

- 1) **Comença per pensar què incloure:** 3 minuts no és molt, et done temps just d'explicar les idees fonamentals de la teua investigació.
- 2) **Pensa en una història relacionada en la teua investigació:** A tots ens agraden les bones històries, però ha de ser emotiva, creïble i relacionada en la teua recerca.
- 3) **Fes que la gent s'implique.** Si pots fer que la gent s'implique emocionalment, ja els tens mig guanyats. Les dos millors maneres d'implicar a la gent son relacionar el tema de la teua tesis en una de les preocupacions de la gent – canvi climàtic, delinqüència, salut, educació, economia, política, pobresa, injustícia, etc.- o recórrer al seu interès particular com individu.

Com preparar un 'Research pitch'?

- 4) **Intenta concretar el que siga** : És interessant donar números però les estadístiques poden ser difícils d'entendre. És millor donar vida als números comparant-los en el món real. (ex. 1 de cada 10 persones te problemes en trobar al metge de l'especialitat que necessita)
- 5) **Fes servir el poder d'allò que no s'espera**: Una bona manera de despertar l'interès de la gent és sorprendent-los, trencar les seues expectatives.

PRIMER PAS: LA TRANSCRIPCIÓ

1. Extensió: 400-450 paraules
2. Estructura:
 1. Paràgraf de captació de l'atenció
 2. Breu introducció
 3. Narrativa o història quotidiana relacionada en el tema de la investigació
 4. Problema que cal resoldre
 5. Solució proporcionada per la investigació
 6. Recolzament de la literatura
 7. Repercussió social

PRIMER PAS: LA TRANSCRIPCIÓ exemple

Transcript for VU 3MT finals 2014 winner Jean Hopman
 3MT 2013 Three Minute Thesis Competition: Final October 20, 2014
 Jean Hopman, College of Education
Emotion-s/tuff
 [<https://www.vu.edu.au/transcript/transcript-for-vu-3mt-finals-2014-winner-jean-hopman>] (28/03/2016)

PRIMER PAS: LA TRANSCRIPCIÓ exemple

Emotions. There's a complex range, right? **ATRAURE ATENCIÓ**

Now I want **you** to keep this in mind while **you** think of a child and **you're** helping them read. But they look up at **you**, with tears streaked down their face and they say, 'I just can't do it, **I'm stupid**'. How does this make **you** feel? Or think of a small child, with big smiles, slips their hand into **yours** and says, 'I love walking with you'. How does this make **you** feel? These moments demand an emotional response. **NARRATIVA EMOTIVA**

Now take just one moment and multiply it by 25 students and then by about **300 minutes** in the day and that's the emotional work of a teacher.

PRIMER PAS: LA TRANSCRIPCIÓ exemple

But the problem is teachers are often expected to neutralise their emotions - to not react - to put on a blank mask. **PROBLEMA**

Is this healthy? Well the literature tells us that **~8% of teachers** are on the path to **burnout** within their first 5 years of employment. It also tells us that out of the different ways we cope with our emotions, 'avoidance' has the most negative impact on our health and wellbeing. But whether we do naturally, or whether we are expected to, teachers regularly avoid, cover up and mask their emotions just to manage through. There is literature on this, but there isn't a lot on how we can support teachers through it. **PROBLEMA + LITERATURA**

PRIMER PAS: LA TRANSCRIPCIÓ exemple

I am working with a group of teachers at a single school on an action research project. The first cycle of action is where I work one-to-one with each teacher through a collaborative inquiry. This is when the teacher brings in a critical incident and together, through specific questioning we try to find ways to enable reflection and explore the underlying emotions - to uncover the multiple layers. The second cycle is much the same but with a group of teachers working together. In essence, **it's a project that seeks to collaboratively trial and develop a support framework for teachers, by teachers.** **DESCRIPCIÓ DE LA INVESTIGACIÓ COM A SOLUCIÓ.**

PRIMER PAS: LA TRANSCRIPCIÓ exemple

Why is this important? Well think again, nearly one third of newly trained teachers may be lost to the profession. That's a big loss. Also, think of the emotions aroused just in the first two scenarios. Sadness, despair, love; these are strong emotions. **Doesn't it make sense that if we support our teachers they will be better placed to support our children in these same moments?** Actually, doesn't it make sense for **all of us**; hasn't **your** workplace ever been emotional? **REPERCUSSIÓ SOCIAL**
Thank you.

SEGON PAS: LA INTERPRETACIÓ

Ús intensiu de entonació exagerada i de gests per a recolzar les paraules.

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=-kUHfCRpg4>

Consell per a les RESEARCH PITCHES

Practica !!!!

Com en qualsevol altre cas de comunicació oral, la pràctica fa la interpretació perfecta. Recorda que la manera de dir les coses és tant o més important que el que dius. Si no practiques, segurament parlaràs massa a presa, no sonaràs natural, o oblidaràs elements importants del teu 'pitch'.

Posa't com a objectiu practicar en el teu 'pitch' regularment. Quant més practiques, més natural sonarà el teu 'pitch'.

Assegura't de que eres conscient de la entonació i del llenguatge corporal que acompanyen les teues paraules, ja que els elements no-verbals proporcionen tanta informació com els verbals.

Practica davant de l'espill, gravat a tu mateix o interpreta el teu 'pitch' davant de col·legues que et donen la seua opinió fins que el teu 'pitch' sone natural i espontani, encara que hage segut preparat en molta cura.

Exemples de RESEARCH PITCHES?

Els 'research pitches' que demanem per aquest concurs són originals. No existeixen encara, però es semblen a les *3 Minute Theses* que participen en una competició molt estesa en Austràlia i que es troba també al Regne Unit ([3 minute thesis competition](#)). Va començar a la [University of Queensland](#) i ja hi ha 42 universitats australianes participant i algunes dels països del sud-est asiàtic. La diferència és que nosaltres no limitem els 'research pitches' a les tesis, sinó que poden participar tots els investigadors de l'UJI.