

1. Descripción del proyecto.

El festival Pint of Science, es un festival científico internacional que nació en 2012 en el Reino Unido cuando investigadores del Imperial College de Londres, los doctores Praveen Paul y Michael Motskin, pusieron en marcha un evento llamado 'Meet the Researchers' ("Conoce a los investigadores") en el que llevaron a pacientes afectados de Parkinson y Alzheimer a los laboratorios para ver exactamente qué es lo que se estaba haciendo en la investigación de sus enfermedades. Cuando comprobaron el interés de la gente decidieron que, igual que ellos iban a los laboratorios para acercarse a la ciencia, la ciencia podía ir a buscar a la gente, si no a sus casas por lo menos a los bares.

En mayo de 2013, se celebró la primera edición de Pint of Science en el Reino Unido con un éxito abrumador.

Tras ese primer éxito, la edición de 2014 incluyó a Irlanda, Francia, Estados Unidos, Suiza y Australia. La edición de 2015, a la que se sumó España, se celebró simultáneamente en Gran Bretaña, Irlanda, Francia, Estados Unidos, Australia, Italia, Alemania y Brasil. En el 2016 Sudáfrica, Austria y Canadá se incorporaron también al festival.

La primera edición 2015 en España, durante los días 18, 19 y 20 de mayo de 2015, tuvo lugar en varias ciudades como Madrid, Barcelona, Pamplona o Zaragoza entre otras y fue un éxito. Varios medios de comunicación como La Sexta o Antena 3 asistieron a diversos bares donde tuvieron lugar las ponencias y realizaron reportajes que se emitieron en sus respectivos noticiarios.

El interés por llevar la investigación científica a los bares contada directamente por los investigadores que la realizan en nuestro país fue en aumento y en 2016 fueron 21 las ciudades que organizaron el festival los días 23, 24 y 25 de mayo. El festival se celebra en varios bares de cada ciudad (el número de bares oscila entre uno y seis en función del tamaño de la ciudad) que acogen las charlas en las que los científicos presentan de forma sencilla su investigación.

En 2017, 42 ciudades se unieron y, de nuevo, el éxito del festival durante los días 15, 16 y 17 de mayo provocó que, en 2018, todavía más ciudades se hayan interesado en llevar el festival a los bares locales.

En el festival de 2018, en 56 ciudades se celebraron 308 eventos en 105 bares y en los cuales 730 científicos impartieron su conocimiento. La asistencia superó todas las expectativas. Cerca de 22.000 personas asistieron.

La última edición de 2019 ha supuesto llegar a 73 localidades y 148 bares en los que 784 ponentes contaron su trabajo ante casi 24.000 personas

El impacto del festival en 2019 en los medios de comunicación también ha sido importante, con repercusión en medios como los informativos de TVE (incluso un corte de 20 minutos en directo) en las horas de máxima audiencia.

Las charlas se organizan en áreas temáticas que permiten acoger todas las disciplinas científicas. En anteriores ediciones, estas áreas temáticas han sido:

- **Mente maravillosa:** neurociencia, psicología y psiquiatría.
- **Nuestro cuerpo:** ciencias de la vida incluyendo inmunología, cáncer, envejecimiento, genética, salud, biotecnología.

- “Tech me out”: tecnología, ingeniería, computación, robótica, modelado matemático, software.
- De los átomos a las galaxias: física, química, astrofísica, cosmología, termodinámica, materiales.
- Planeta tierra: geografía, geología, oceanografía, ciencias de la tierra, ecología, clima, medio ambiente, zoología.
- Nuestra sociedad: arqueología, historia, antropología, política, economía, filosofía, comportamiento social.

Cada día, de los tres que dura el festival, se realizan una o dos charlas en cada bar y en los intermedios o al final del evento se realizan diferentes actividades, tales como concursos, música en directo, juegos, monólogos de humor científico por parte de los participantes en Famelab o representaciones teatrales basadas en resultados de investigación científica. El objetivo último de estas actividades es incentivar la participación del público y hacerles partícipes del evento.

El festival pretende constituirse como una plataforma atractiva para trasladar el conocimiento científico al público general de manera que facilite a los investigadores la difusión de su trabajo fuera de los propios círculos académicos. La organización del festival se realiza de manera voluntaria por más de 400 personas distribuidas en cada ciudad. No obstante, debido a la complejidad de la organización de un evento de semejante magnitud, se requiere una inversión en herramientas de comunicación y organización del equipo. Con el fin de conseguir una difusión adecuada del evento se requerirá también una inversión en productos publicitarios y de promoción.

El objetivo es llegar a un público lo más general posible, que incluya a personas no necesariamente interesadas en la ciencia, pero con inquietudes en relación a las consecuencias que la investigación científica pueden tener en la sociedad y a aquellas que tengan un desconocimiento completo de qué es la ciencia, a que se dedican los científicos y qué consecuencias puede tener para su vida. Asimismo, se plantea de forma que se propicie un diálogo entre los investigadores y la sociedad fructífero para ambas partes.

2. Justificación del proyecto.

Muchos de los descubrimientos científicos y tecnológicos de hoy en día se publican solo en revistas de ciencia, dirigidos a un público especializado, con un lenguaje demasiado técnico para la comprensión del público general. Estos descubrimientos y su impacto en la sociedad no llegan a ser ni conocidos ni compartidos con la gran mayoría de la sociedad. A nivel de divulgación, estos descubrimientos son contados en blogs o revistas menos especializadas, en la mayor parte de las ocasiones, por divulgadores científicos, ya sean investigadores en activo o personas con un conocimiento más profundo del tema de la investigación. Sin embargo, estos blogs no siempre consiguen llegar al público general debido a que son, en su mayor parte, consultados únicamente por gente interesada en las investigaciones o científicos de otras áreas que desean tener un conocimiento general de las investigaciones que se llevan a cabo fuera de su ámbito.

La comunicación de la ciencia en la sociedad es importante por varias razones. Una de ellas es permitir que el público en general pueda formarse una opinión crítica sobre estos descubrimientos científicos y sus aplicaciones en la sociedad actual y futura. Por otro lado, es importante motivar a los jóvenes hacia el estudio de carreras científicas y tecnológicas para que a su vez puedan fomentar el conocimiento y el desarrollo de nuevos desarrollos científicos y tecnológicos.

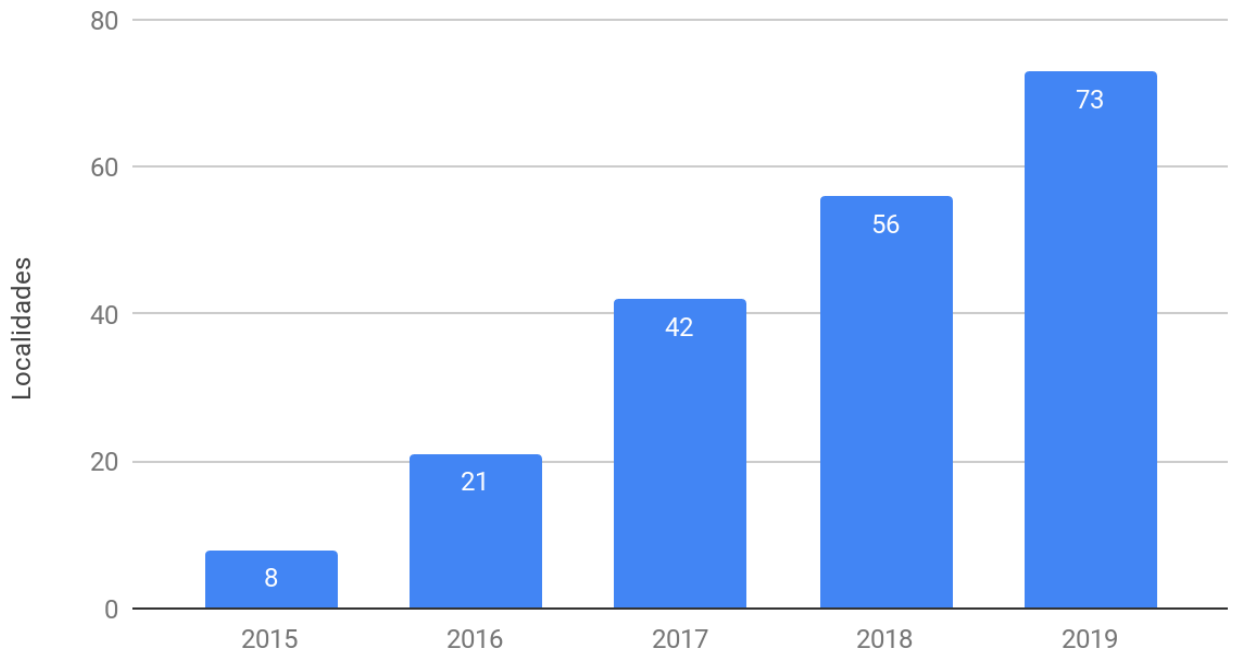
Pint of Science, por tanto, se presenta como una plataforma que permite establecer una comunicación eficaz, “de igual a igual” entre los científicos y el público general, y propone utilizar los bares como escenario, proporcionando un contexto distendido y agradable que promueve dicha comunicación.

3. Estadísticas Festivales anteriores.

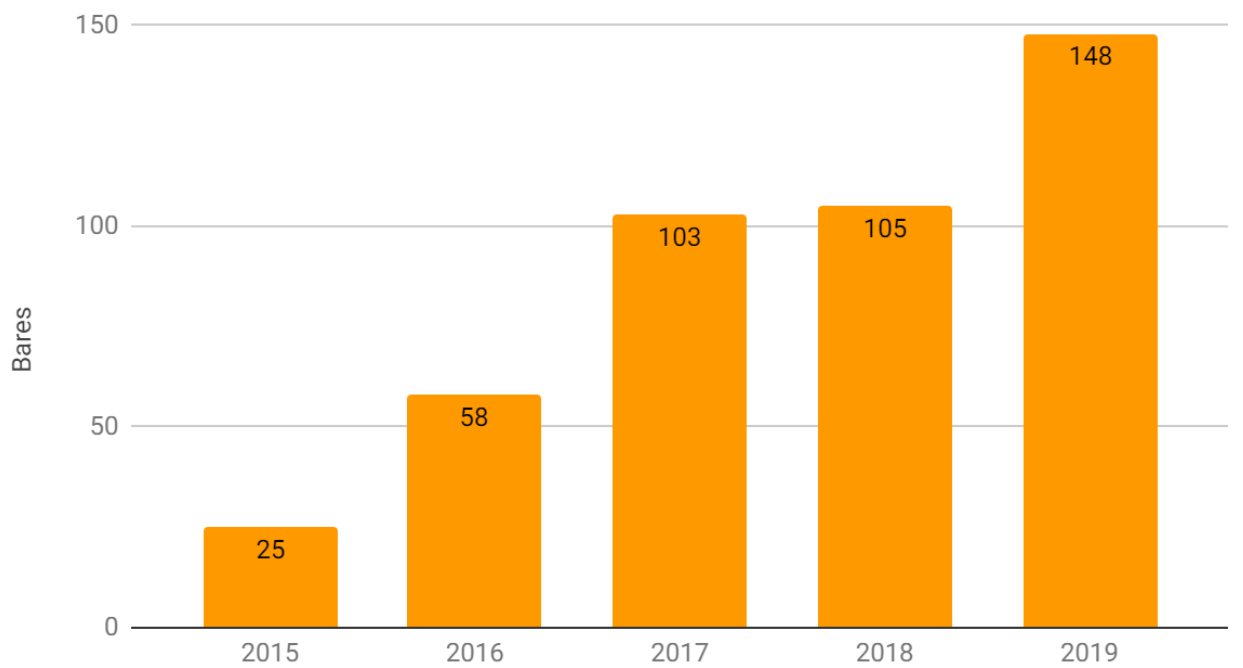
En ediciones anteriores del festival Pint of Science en España se ha conseguido llegar a gran cantidad de público a la vez que, cada vez más, los propios investigadores científicos se dan cuenta de la necesidad de transmitir su conocimiento a través de charlas de divulgación científica en la que utilizan un lenguaje cercano y ameno para que gente sin conocimientos científicos sean capaces de entender la investigación que realizan.

En concreto, la evolución del festival Pint of Science en España a través de estos años ha sido la siguiente:

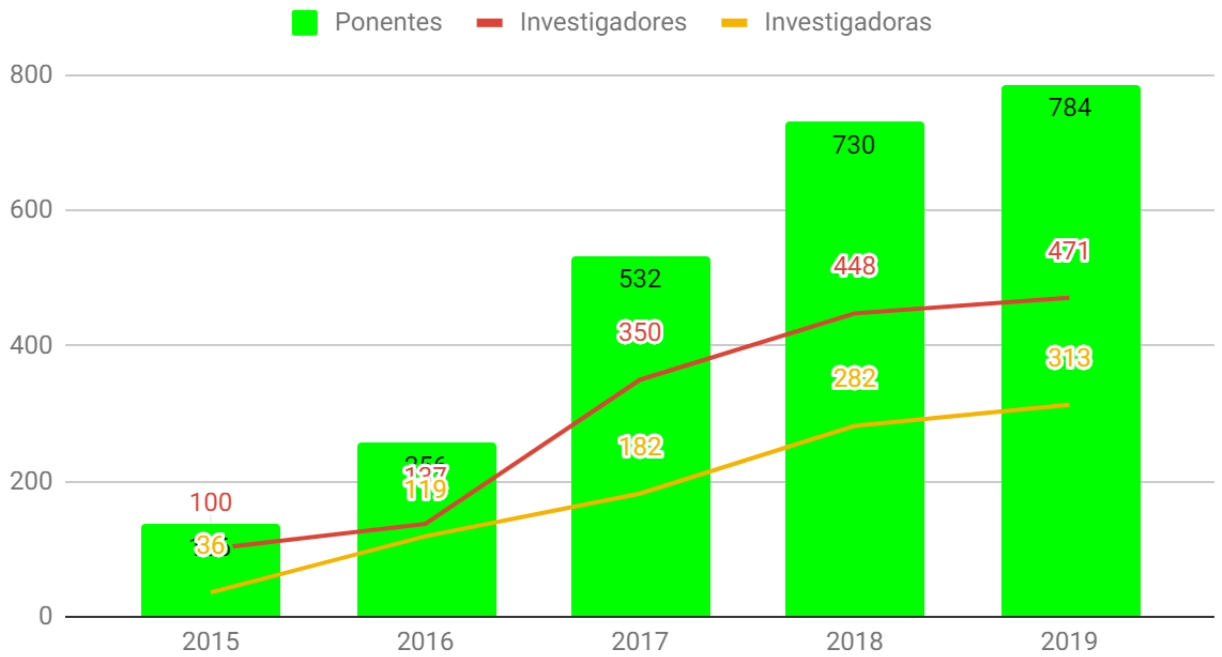
Ciudades



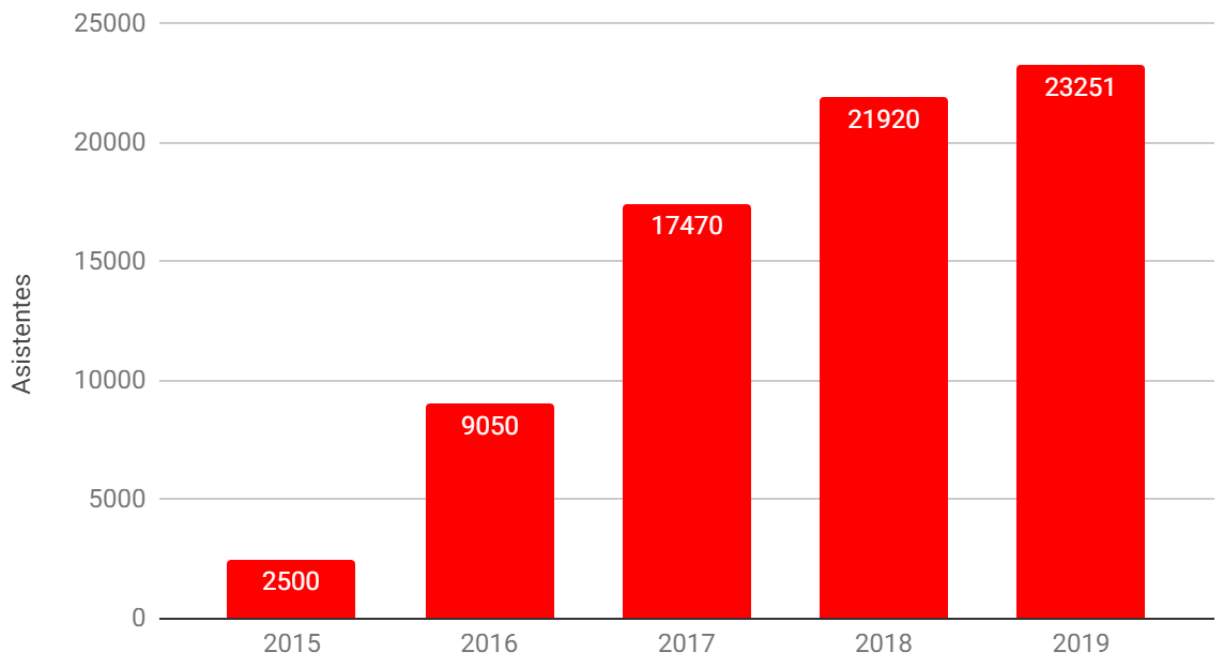
Bares



Ponentes



Asistentes



4. Impacto en medios de comunicación en 2019.

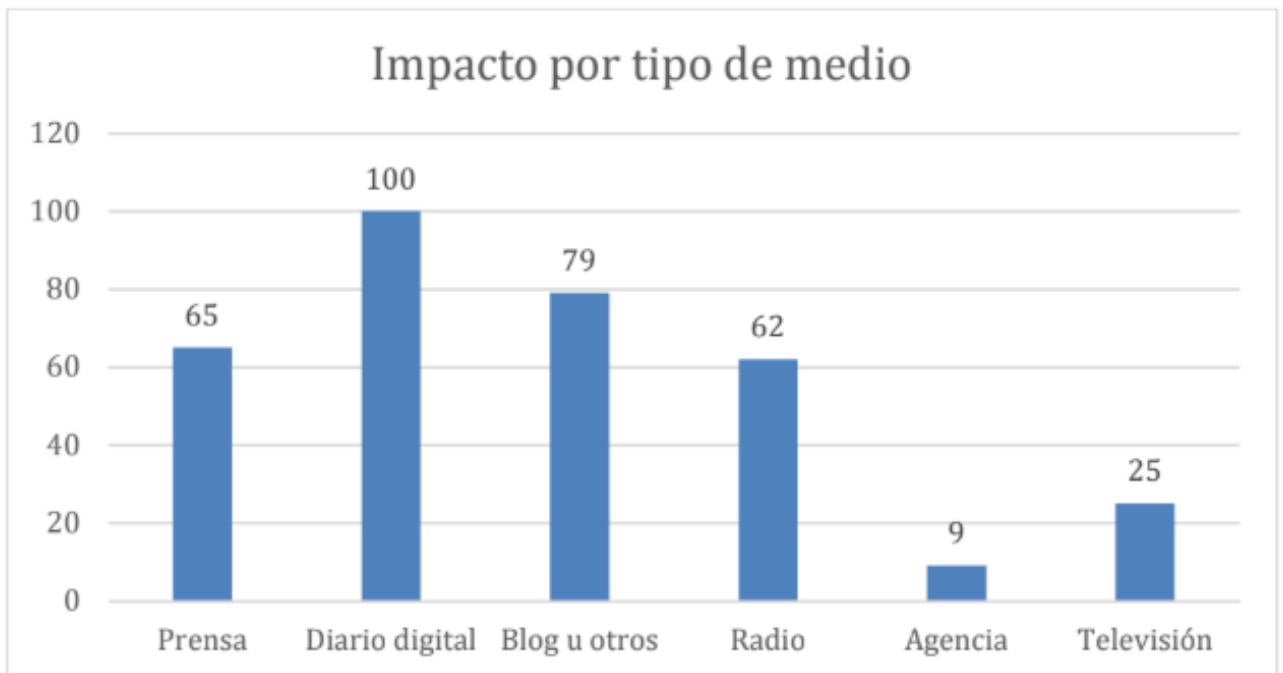


Ilustración 5. Impactos en medios de comunicación en 2019

The Numbers

40.925M Impressions

14,976 Tweets

3,176 Participants

156 Avg Tweets/Hour

5 Avg Tweets/Participant

Ilustración 6 Impacto en Twitter en 2019

Todos estos datos muestran que Pint of Science está en continua evolución. No obstante, hay que seguir trabajando en la misma dirección y conseguir incrementar las cifras todavía más.

5. Definición de objetivos.

Los objetivos del festival Pint of Science son comunes a todos los países que organizan el festival, de manera que se consiga una mayor homogeneización

- Acercar la ciencia a la sociedad a través de la experiencia directa de trabajo de los investigadores.
- Demostrar que la ciencia y la investigación son actividades que afectan directamente a la sociedad.
- Demostrar que la ciencia y el ocio son compatibles. Se puede aprender mientras disfrutas de una bebida en un entorno relajado.
- Desmontar la imagen de la ciencia y los científicos como algo alejado de la sociedad e inaccesible.
- Hacer a la sociedad partícipe de la ciencia.
- Explicitar de manera clara que no sólo la sociedad necesita a la ciencia, sino que la ciencia necesita ser comprendida, apoyada y sostenida por la sociedad para seguir avanzando.
- Convertir la ciencia en una experiencia accesible a todos mediante charlas con un lenguaje, cercano y comprensible.
- Fortalecer la relación en doble sentido entre la ciencia y la sociedad, necesaria e imprescindible para el desarrollo de un país.
- Dar visibilidad a las nuevas generaciones de investigadores que muchas veces tienen difícil acceder a eventos de divulgación.

Asimismo, la organización del festival Pint of Science es consciente de las políticas de igualdad de género y las recomendaciones de la Unión Europea establecidas en el documento publicado en 2016 'Strategic Engagement for gender equality 2016-2019'. En ediciones anteriores se ha hecho un esfuerzo por visibilizar a las mujeres en carreras de ciencias, tecnológicas, ingeniería y matemáticas fomentando su participación tanto en las charlas como en el equipo organizador. En 2015 un 26% de mujeres intervinieron como ponentes en alguna charla del festival en España, en 2016 esta participación fue del 33% y en 2017 del 34%. En 2019, el aumento de la participación de investigadoras ha llegado al 40%.

6. Formato de la actividad.

La divulgación científica no es algo nuevo, ni siquiera la organización de eventos en determinados lugares como universidades, recintos públicos, auditorios, etc. Pint of Science reconoce que dar a conocer la investigación en lugares como los mencionados anteriormente requiere un esfuerzo de comunicación para dar a conocer el lugar, ya que sólo los más interesados llegan a seguir las noticias sobre el evento. Por ello, realizar divulgación científica en bares y pubs es un avance ya que, no sólo los interesados en el evento tendrán la oportunidad de asistir, sino que las personas que no tienen conocimiento del evento pero que se encuentran en su bar preferido disfrutando de un momento de relajación, con su bebida favorita, tras la jornada laboral también puede estar actualizada sobre la investigación científica que se realiza en universidades y centros de investigación de su país.

Por otro lado, el hecho de que Pint of Science se celebre simultáneamente en multitud de ciudades de varios continentes tiene especial importancia ya que se reconoce la labor de investigadores de todo el mundo a nivel internacional. Es importante mencionar también que en los dos últimos años España ha sido uno de los países con mayor número de ciudades involucradas en la realización del festival.

Estamos convencidos y hemos comprobado en las dos ediciones anteriores que este formato es suficientemente innovador y atractivo tanto para los investigadores como para el público general, ya que ambos descubren una forma nueva de interactuar.

Toda la actividad es realizada por voluntarios de las ciudades españolas donde se organiza el festival.

La organización de los voluntarios se establece a dos niveles:

- Organización nacional: Es la encargada de coordinar las actividades de todas las ciudades y marcar las pautas para el desarrollo coordinado y homogéneo con el resto de países que organizan Pint of Science bajo la coordinación de los organizadores de Reino Unido.
- Organización local: Es la encargada de organizar el festival en cada ciudad siguiendo las guías de la organización nacional. Cada organización local es un reflejo, en cuanto a su estructura, de la organización nacional. La organización local cuenta, además de con los responsables que se reflejan de la organización nacional, con un equipo de trabajo que colabora en el desarrollo de las actividades previas al festival y durante el mismo.

7. Público objetivo.

El objetivo principal del proyecto es acercar la ciencia al público general, por tanto, éste es el público objetivo principal de Pint of Science.

Durante ediciones anteriores, se ha hecho un esfuerzo de comunicación muy importante para que la iniciativa llegue a público que no está normalmente inmerso en los canales de comunicación de la ciencia. En 2019 este esfuerzo se ha reforzado con una mayor presencia en redes sociales de manera que se ha conseguido tener un impacto de más de un millón de impresiones en todas las redes sociales de Pint of Science durante los días del festival, llegando así a un público más amplio que no sólo tenga interés en la ciencia sino en otras disciplinas o áreas como pueden ser las humanidades o el mundo empresarial.

Además, el público objetivo de Pint of Science no se dirige a personas con ninguna formación específica. De esta manera, se ha comprobado, mediante cuestionarios de satisfacción posterior a la organización del festival, que solo un 9% de los asistentes eran especialistas en los temas tratados.

Se ha podido comprobar que el bar resulta un entorno acogedor, conocido y cercano en el que sentirse cómodo y además proporciona a los investigadores y científicos una plataforma atractiva y, a su vez, cómoda para dar a conocer su investigación fuera de los ámbitos puramente científicos y de las publicaciones especializadas. Esta conclusión se extrae también de los cuestionarios de satisfacción ya que el 95% de los asistentes confirman que volverán a asistir al festival y un 4% tal vez lo hagan.

8. Comunicación.

En la primera edición de Pint of Science en 2015 en España, se puso en marcha una campaña de comunicación para dar a conocer el proyecto y conseguir la máxima difusión del proyecto. Esta campaña consiguió la repercusión deseada y las acciones se han incrementado en años sucesivos y en 2019 se ha conseguido llegar a más medios y por lo tanto a una mayor cantidad de público que nunca.



Las principales agencias de prensa publicaron nuestras notas de prensa. Las intervenciones en radios tanto locales como nacionales han sido muy numerosas permitiendo poner voz al evento para explicar en qué consisten las charlas y para qué se organizan. También, las apariciones en televisión, como los informativos de TVE han sido importantes para dar a conocer el festival.

Se considera imprescindible para el éxito del festival el hecho de que la campaña de prensa vaya más allá del público conocedor de la ciencia. Por ello se apuesta con fuerza para conseguir tener repercusión en medios de corte más generalista con grandes audiencias de público.

Asimismo, Pint of Science cuenta con una [web](#), una cuenta de [Facebook](#), [Google +](#), [Twitter](#), [Flickr](#), [Instagram](#) y un canal de [YouTube](#). Además, en 2017 se incorporó un [blog](#) en la web de manera que se publican noticias relacionadas con el festival. En este nuevo blog, pretendemos dar visibilidad también a todos los patrocinadores que deseen colaborar con Pint of Science.

Por otro lado, las instituciones que colaboran con el festival también publican información en sus páginas web o redes sociales.

9. Colaboración, interdisciplinariedad e internacionalización.

La colaboración entre todos los voluntarios de Pint of Science es la base para llevar a cabo la organización del festival. El equipo está formado por voluntarios con formaciones muy diversas, desde científicos de todas las ramas de la ciencia a periodistas, diseñadores gráficos o licenciados en derecho.

A pesar de que el evento que se trata aquí se organiza en España, como ya se ha mencionado anteriormente, se trata de un festival internacional con lo que el concepto de colaboración se trata también a un nivel superior en el que la coordinación y colaboración se realiza entre los voluntarios de todos los países, de manera que se lleve a cabo con el mismo formato, mismas fechas y misma estructura y temática. Por ello, se mantiene una estrecha colaboración con todos los países organizadores para conseguir una homogeneización óptima. Además, gracias a la colaboración internacional la experiencia, buenas prácticas y puntos fuertes de un país es trasladada directamente o adaptada a las necesidades de España y viceversa.