

Faltaría por último el contacto con la prensa para transmitir una imagen de estabilidad y de importancia social.

Conclusión

Aunque somos de la opinión como contadores de que este oficio se hace cada día y que es un continuo

camino, también estamos convencidos de que viendo también se aprende. Y el poso que nos deja esta forma de programar es grande. Cada jueves ha sido una clase, buena las más de las veces, decepcionante y magistral en algunas ocasiones.

Como programadores queremos seguir siendo artesanos que miman y cuidan su manufactura como si ésta fuese única.



Microponencia: La creación de circuitos de contadores/as entre varias ciudades ←←←←←←←←

Charo Jaular (lapicaracharyto@hotmail.com)

Los inicios y motivaciones

Hace ya 5 años comenzó la andadura de los circuitos en Castilla y León y las motivaciones eran básicamente que los zamoranos/as pudiéramos saborear habitualmente esas maravillosas historias para adultos que yo había escuchado en festivales y maratones. Mis interrogantes eran varios: cómo encontrar un local, ¿respondería la gente?, ¿acudirían los contadores?...

Los inicios de la gira

Fueron los contadores los que me dieron la idea de que, para que les resultara más fácil venir, sería genial tener más contadas sobre todo los que venían de lejos. Comenzó a colaborar con nosotros la biblioteca municipal, pero no todos los contadores contaban para niños y el presupuesto de la biblioteca para esta actividad era limitadísimo. Al principio, y como en Zamora no había muchas más opciones, decidí probar con otras ciudades a través de contadores residentes allí, contacté en Salamanca con Dani Rocha y Héctor Urien, y en Valladolid con Susana Fú y Agus, y les comenté la posibilidad de que ellos fueran programadores en su ciudad.

Y así comenzó, la primera “mini gira Zamora/Salamanca”, el año pasado conseguimos que se unieron Ávila y Burgos y a esta nueva gira la llamamos “Cuenta pasos”. Los martes se contaba en Zamora, los miércoles en Salamanca, los jueves en Burgos y los viernes en Ávila. La gira llegó a durar dos meses más o menos y todo era consensuado entre los tres programadores, sobre todo estábamos de acuerdo en mantener una buena acogida hacia los contadores, además de cuidar al bar y al público.

El momento actual y futuro inmediato

Lo cierto es que Zamora es la única que actualmente sigue programando semanalmente. Además para que los contadores puedan venir de gira sigo haciendo equilibrios, porque desde septiembre ya hay contadas en Zamora, pero el resto de los colaboradores-programadores, como Salamanca, comienzan en noviembre, y Ávila y Burgos esperemos que lo hagan en enero. Hay que añadir también a todo esto a dos nuevas instituciones zamoranas que proyectan unirse en enero también al circuito (la biblioteca de Benavente y la casa de la juventud en Zamora).

Dificultades encontradas en el camino

El público y el pub

Al principio, ambos no conocían en que consistían exactamente *los cuentacuentos para adultos*.

Otra dificultad era la motivación económica de los encargados del pub que, a la larga, ha sido definitiva, pues el pub “Semura” no pretende hacer negocio sino que, mientras no haya pérdidas, ha decidido que va a continuar.

Condiciones de atrezzo e información

Hasta ahora he tenido que encargarme de facilitar los focos, el micro si algún contador lo necesitaba: todo era material personal. Además de mantener informados a los medios de comunicación, hacer y distribuir la cartelería. Pero por fin, este año, el pub va ha comprar focos ¡bien!

También soy relaciones públicas, antes y después de la contada y me he dado cuenta de lo importante que es, para que la gente sienta ese espacio como suyo. Eso sí, delego en los encargados del bar que,

antes de la contada, ellos creen el ambiente: encienden las velas, tengan las sillas colocadas y durante la contada si alguien llega nuevo y distorsiona, ellos se hacen cargo.

Compatibilidad al ser contadora y programar

Es compatible en función de lo que cada uno se quiera y pueda implicarse. Las tareas que realizamos nosotros en la gira son: toma de contacto con el contador, la acogida, facilitarle alojamiento, cuidar y escuchar al público, con la gran ayuda de “*el libro de las sensaciones al escuchar*” (consiste en una foto del contador/a narrando y las reflexiones-sensaciones de los oyentes).

Así pues, os animo a todos los profesionales y aficionados al cuento a intentar crear nuevos circuitos,

nadie como nosotros para crear en el pub las condiciones ideales para contar, el poder generarnos giras con calidad y el placer de acogernos y escucharnos en cálidos ambientes.

Peticiones y agradecimientos

Para finalizar me gustaría pedir más apoyo y compromiso por parte de todos (instituciones, bibliotecas, teatros, bares y contadores), pero a vosotros *narradores* sobre todo gracias por apoyar una causa con tan pocos medios y, especialmente, a todos los contadores/as que venís aunque no sea dentro de una gira por que si no, la constancia de seguir todas las semanas durante estos 5 años, no sería posible, ¡gracias de corazón! a todos/as por acudir a estas tierras y hacer que cada año esta iniciativa adquiera más fuerza y éxito.



Microponencia: Publicidad y crítica en los medios

Ana Griott (ANAHERREROSF@terra.es)

[microponencia enviada al Encuentro por Ana quien, a última hora, no pudo venir]

Publicidad

Cuando los cuentos empezaron a crecer en la tela de araña urbana que forman los cafés, teatros, bibliotecas, colegios, etcétera, nació una necesidad, pequeña al principio, pero que hoy ya toma dimensiones de gigante: transmitir información sobre el cuándo, el cómo, el dónde, el qué, y el quién de los cuentos: ¿Cuándo se cuenta? ¿Cómo llego a los lugares? ¿Dónde está el sitio de la contada? ¿De qué van los cuentos? ¿Quién cuenta?

Para responder a estas preguntas, se habilitó, como por arte de magia, un canal poderoso, efectivo y cargado de entusiasmo: el boca a boca. No cabe duda de que funciona ya que a través de él hemos transmitido durante años estrenos, funciones, certámenes, encuentros... pero hoy en día no es el único canal de transmisión, existen otros: Internet, prensa, radio y televisión. ¿Podemos acceder a todos ellos? ¿Nos interesa hacerlo? ¿Cuáles nos convendrían más? ¿Los explotamos al máximo como recurso divulgativo? ¿Nos hemos adecuados a sus lenguajes específicos? ¿Los diferentes lugares en donde contamos hacen suficiente publicidad de los cuentos?

Por otro lado, no hay que olvidar que la publicidad de los cuentos se produce en varios contextos, cada uno de los cuales con una serie de medios y de objetivos específicos:

- Locales nocturnos (los cuentos se consideran oferta de ocio y como tal deben aparecer en suplementos de fin de semana, guía del ocio, web, etcétera). El objetivo de este tipo de publicidad es que las personas que recurren a este tipo de información en prensa identifiquen esa oferta de ocio (igual que hacen con el teatro, el cine, o el reciente boom del club de la comedia).
- Espacios públicos como las bibliotecas (los cuentos se consideran oferta cultural). Sus canales publicitarios están orientados a otro perfil de público muy diferente al de los cafés, pero que se fideliza mejor (niños, papás, profesores...).
- Espacios institucionales: el Madrid de cuento o el Maratón de Guadalajara. En estos casos los cuentos son asumidos por organismos como ayuntamientos (y también bibliotecas) y se orientan a dar una determinada idea de la ciudad (Guadalajara, ciudad de cuento) que los convierte en una oferta turística que además lleva asociada otros eventos (talleres, ilustración, manualidades...).

Crítica en los medios

La publicidad sirve para informar sobre la sesión de cuentos y para atraer, con esta información, público. Por ello su momento es el previo a la sesión de cuentos. En cualquiera de los espacios donde se