

divendres, 23 d'abril de 2021

Resum de la quarta jornada de la 18a Setmana de la Comunicació

Aquest dijous 22 d'abril s'ha celebrat a la Universitat de Lleida el **quart i últim dia de la 18a Setmana de la Comunicació**. Els ponents que han donat per conclòs l'esdeveniment han estat [Iván Miñambres](#) i [Jordi Basté](#) [



/sites/SetmanaComunicacio/ca/bloc/18a-setmana-de-la-comunicacio/ivan-minambres-i-jordi-baste-clouran-la-18a], els quals han dut a terme les ponències via *Google Meet*, a causa de la situació de pandèmia actual.

D'una banda, Iván Miñambres, productor d'animació i fundador d'UniKo, una productora especialitzada en el sector de l'animació, ha presentat la ponència **“Producir en tiempos de incertidumbre. Retos y oportunidades”**. Aquesta ha girat al voltant de la temàtica de la producció de continguts d'animació en un temps incert, imprecís, com és el que ha generat la Covid-19. Respecte al tema, ha remarcat primerament el fet que produir sempre va acompanyat d'incertesa, ja que el resultat al qual s'arribarà no es coneix.

Abans d'endinsar-se en el gruix de l'exposició, Iván Miñambres ha fet una breu contextualització sobre la feina de productor, tot explicant en què consisteix i de quines parts consta l'ofici. **“Un productor ha de ser capaç de transformar una idea en un producte, una pel·lícula. Fer d'aquesta incertesa, d'allò que no existeix, una cosa que existeix”**, ha declarat el ponent. Quant a les parts en què es troba vinculat un productor, que són **el desenvolupament, el finançament, la coproducció, l'equip i la distribució**, ha ressaltat la coproducció per sobre de la resta, en tant que creu que l'obtenció de bons socis i sòcies per fer realitat la idea és una de les labors més importants d'un productor.

Entrant en matèria, per tal d'explicitar com ha produït en temps d'incertesa, ha detallat els aprenentatges que ha tingut al llarg de la seva carrera. Ser una mica inconscient, no buscar l'èxit immediat o invertir en reproducció perquè minori la incertesa són algunes de les qüestions a les quals ha fet referència. Parlant sobre una altra dotació que ha obtingut en el transcurs de la seva professió (ser pacient) ha expressat que el seu és **“quasi un treball artesanal”**, ja que comporta molta dificultat, temps i dedicació.

En la ponència també ha parlat de la importància de pensar en global (pensar en gran) i d'aprendre a treballar en remot, així com d'aprofitar les noves finestres i visionar continguts i mercats per tal de potenciar les produccions. Però dos assumptes en què s'ha focalitzat molt han sigut, d'una banda, la transgressió i, de l'altra, el tractament de temàtiques universals. Sobre el primer d'aquests aspectes ha deixat patent el seu pensament: l'important és diferenciar-se de la resta. Mentre que del segon, ha posat exemples de temes que han tractat en la seva companyia, com ara les rutines o la por al futur, perquè quedi més clar.

Al llarg del discurs ha emprat *frames*, tràilers i vídeos per plasmar alguns dels aprenentatges que ha anat cultivant. És el cas, per exemple, quan ha parlat de desenvolupar universos propis o d'experimentar amb noves tècniques. Ho ha fet mostrant *Birdboy: The Forgotten Children*, la primera producció de la seva companyia, per explicar que s'ha de creure, crear i confiar en l'equip artístic, s'ha posat una mica melancòlic. **“Li tinc molta estima. És el nucli dur artístic de la nostra productora”**, ha dit el productor audiovisual.

Finalitzada l'exposició, s'ha obert el torn de preguntes on s'ha parlat sobre el futur del sector de l'animació, les ajudes governamentals i l'augment de consum de l'animació a causa de la pandèmia. Tanmateix, s'ha demanat un consell per a aquelles persones que es volen dedicar al món de l'animació i Miñambres, partint de la base de què s'ha de tenir passió, ha argumentat que el més rellevant és fer coses.

La segona i última ponència de la 18a Setmana de la Comunicació ha estat a càrrec del presentador de ràdio i televisió català **Jordi Basté**. Sota el nom de **“Sol com un mussol”**, ha explicat la seva experiència tant personal com professional amb la Covid-19 i ha parlat sobre les temàtiques proposades.

En l'àmbit personal, Basté ha explicat que va ser una època molt difícil la viscuda amb el coronavirus. Va estar durant trenta-tres dies donant positiu i, a més, estava completament sol, d'aquí el nom del seu llibre. Pel que fa al vessant professional, li van fer un estudi de ràdio a casa seva. Adaptant-se a aplicacions noves, va treballar durant més d'un mes des del domicili. En aquest punt, ens ha explicat el que li va costar més d'afrontar: **“Psicològicament va ser molt dur no tenir l'equip al costat. No podia suportar-ho”**. A més a més, creu que el mitjà que millor ha aprofitat la situació de la pandèmia és la ràdio. D'una banda, perquè la ràdio té el valor de l'acompanyament i, de l'altra, perquè el teletreball permet escoltar la ràdio.

Tractant la temàtica del futur del periodisme, ha parlat una mica de cada un dels mitjans. Envers la premsa escrita i la televisió ha explicat que estan en franca decadència. Per contra, creu que la ràdio prosperarà molt temps, tot i el sorgiment d'aquest nou periodisme digital. Així doncs, pensa que el periodisme està en una fase de regeneració, d'evolució, gràcies a la tecnologia. Ha declarat, però, que els sous que es paguen són **“intolerables”** fins i tot dins la seva empresa.

Tot seguit, la qüestió a desenvolupar ha estat la importància de fer ràdio en català. Ha expressat que se sent molt orgullós del país que té respecte al mitjà radiofònic, ja que ho estan fent molt bé, i també ha plasmat la seva disconformitat amb l'ús dels mitjans públics pel gaudi polític. Per últim, ficant el sensacionalisme sobre la taula, ha deixat una frase per emmarcar: **“Hem convertit el periodisme en un negoci”**.

Finalment, els assistents, tan presencialment com a través de [Twitch](https://www.twitch.tv/setmanadelacomunicacio) [<https://www.twitch.tv/setmanadelacomunicacio>], han tingut l'oportunitat de fer-li preguntes a Jordi Basté. El programa *Nexes*, el seu futur i referents i el paper de la ràdio matinal han sigut alguns dels assumptes pels quals ha sigut qüestionat. Com a cloenda, ha donat consells a l'alumnat: **ser pacients, no perdre el temps i tenir vocació pel periodisme**.

Amb aquestes dues ponències es posa punt final a una Setmana de la Comunicació plena d'emocions i aprenentatge. Esperem que hàgiu gaudit de l'esdeveniment tant com ho hem fet nosaltres i ha estat un plaer informar-vos durant el transcurs d'aquest. Però això no acaba aquí, seguiu atents i atentes!