

# Constructing Albert

*Em va semblar una delícia de documental i així ho vaig expressar el meu compte de Twitter fent servir el hashtag proposat per la cadena en el moment d'emissió.*



*Constructing Albert* entrava a les llars dels catalans aquest dimarts al vespre per TV3. És un reportatge sobre la trajectòria d'**Albert Adrià**, el germà petit de **Ferran Adrià**, que per mèrits propis s'ha guanyat el seu lloc en el món de l'alta gastronomia. Dies abans en vaig veure la telempromoció diverses vegades i tenia ganes de veure'l. El vaig fer en diferit, una hora després de l'emissió televisiva perquè no estava disposada a perdre detall i veure'l abans hagués estat impossible.

Em va semblar una delícia de documental i així ho vaig expressar el meu compte de Twitter fent servir el *hashtag* proposat per la cadena en el moment d'emissió. Però seguidament també vaig fer quelcom molt habitual quan s'està visualitzant un programa que té *hashtag* i saps que moltes altres persones també veuen: donar una ullada al *hashtag* per veure que n'havien dit altres telespectadors. I d'entre tots ells em va cridar l'atenció aquelles persones que deien que era un publireportatge i posaven en dubte que la televisió pública hagués d'emetre aquest tipus de contingut. De sobte em vaig preguntar: **hem vist el mateix documental? Per què no s'hauria d'emetre en una televisió pública?**

Resulta que Catalunya alberga un niu de cultiu de l'alta gastronomia internacional que permet posicionar el país al mapa internacional. Un posicionament que guanya tot el conjunt del territori, que molts se'l senten seu quan parlen de Catalunya i que s'empra com un tret del qual estar-ne orgullós convertint-se en un valor per al conjunt de la societat. I plantejo: si els mèrits de situar Catalunya en l'esfera gastronòmica mundial son mèrit de l'esforç, la persistència, la passió i d'altres factors d'aquelles persones que a títol propi hi han dedicat la seva vida, per què el conjunt de la societat pot tenir dret a emprar-ho com a bandera? Per la mateixa regla de tres que quan es posa en dubte que una televisió pública hagi d'emetre aquest reportatge, també podríem posar en dubte si la societat pot optar a fer bandera dels mèrits i el reconeixement que ha obtingut la gastronomia catalana i totes aquelles persones que la fan possible. Vist així, els catalans que estan a primera línia gastronòmica podrien tenir molts arguments per ser egoistes, però resulta que no ho son i es permet que la societat gaudeixi d'aquest reconeixement i se'n faci bandera. I igual en d'altres sectors que posicionen Catalunya al món, no només el sector gastronòmic.



---

Si som així de primmirats, segurament hauríem de posar en dubte tota la graella i veuríem que seria una visió que ens porta cap a la reducció a l'absurd. Tenim programes que són possibles gràcies les inversions que fan les marques comercials. Sabent que el Ministeri d'Hisenda reclama 167 milions d'euros a TV3 en concepte d'IVA de les subvencions rebudes per la Generalitat de Catalunya durant el 2015-2017, sense inversió per part de les marques tindrem una graella més pobre. I ser més pobres econòmicament implica disposar de menys recursos per treballar, també aquelles programacions de caràcter informatiu com poden ser els telenotícies. A més, TV3 ens té acostumats a una qualitat informativa que dubto molt que vulguem deixar perdre. El mateix Vicent Sanchis, director de TV3, afirmava en una entrevista a RAC1 que "*tota la programació quedarà afectada*" i afegia que "*aquest canvi de criteri en l'IVA destrueix la programació de TV3 i pot arribar a ensorrar el sector audiovisual de Catalunya*".

Més enllà del mèrit de la tasca gastronòmica i el paper que poden jugar les inversions de les marques en la graella pública, a l'hora de debatre sobre si aquest tipus de continguts han de formar part de la graella de la televisió pública, també s'ha de tenir en compte un tercer factor: la gastronomia, alta o no, és un element de cohesió social en el qual es veu reflectida l'evolució de les societats. És un element clau en la cultura d'un país. Tenim la sort que els líders (en plural) de la gastronomia mundial tenen el tret comú de ser catalans, parlar català i viure a Catalunya. Sent així, **per què hem de renunciar a poder aprendre d'ells a partir de la seva trajectòria i coneixement? Per què per fer-ho han de fer menció als seus negocis? Si la resposta és afirmativa, no hi estic d'acord.**

El reportatge està basat en la trajectòria d'**Albert Adrià**, qui per mèrits propis i del seu equip, només aquest passat 2017 ha rebut una *Estrella Michelin* en 4 dels seus 6 restaurants i alguns d'ells la mantenen des de fa anys. També va ser reconegut com a millor xef pastisser del món per la revista *Restaurant* l'any 2015. I podríem seguir. El reportatge no mostra precisament les cartes, el molt que gaudirem o els preus que trobarem als restaurants d'Adrià. El reportatge mostra quelcom molt més interessant: visibilitza que arribar a certs nivells implica esforç, renúncies i treball en equip. Implica moments de màxima felicitat i moments de gran incertesa. Implica l'afrontament del què vols fer versus el que t'ha de permetre guanyar-te la vida i pagar els sous. I a nivell creatiu, tema que acostumo a tractar amb els meus alumnes de la Facultat de Comunicació Blanquerna, implica treballar constantment amb conceptes publicitaris tan familiars com "*posicionament*", "*valor diferencial*", "*llenguatge*" i d'altres que podreu descobrir amb el visionat de l'audiovisual.

Havent fet aquesta exposició, en temps d'immediatesa, d'instabilitat labora, d'emprenedoria, ens agradi o no el llenguatge del protagonista i podent ser aquest o un altre, poder veure com ell i l'equip afronten la posada en marxa d'un negoci crec que és una oportunitat perquè tothom en pugui aprendre alguna cosa. O és que vostès tenen accés a aquest nivell de coneixements de forma habitual?

I aprofitant que parlem d'un documental, per tant del negoci de la comunicació i l'audiovisual català, també cal apuntar que tenint en compte la situació que es troba el sector, també és de celebrar que hi hagi negocis com els de l'**Albert Adrià** que permetin treballar peces audiovisuals d'alt nivell als professionals del sector audiovisual en temps en què no para de rebre clatellades per totes bandes.

Si poden, no es perdin **Constructing Albert!**