

Després de l'èxit aclaparador aconseguit gràcies a 'Besos', la companyia valenciana Albena Teatre enceta una nova etapa amb 'Spot', una comèdia al voltant de la contaminació publicitària que parodia la influència dels anuncis en els consumidors. Carles Alberola i Roberto García, autors del text, expliquen les claus d'un muntatge que demostra, amb grans dosis d'humor, el gran poder seductor de la publicitat.

La vida dins d'un **spot**

Comença l'espectacle. Sobre l'escenari, una discussió de parella. La relació sentimental entre tots dos personatges està a punt d'acabar-se. No hi ha remei. "Vols dir que *el frotar se va a acabar?*" li diu l'un a l'altre. El trencament, de sobte, s'ha fet evident.

En realitat, aquest no és el començament de *Spot*. Però ben bé podria ser-ho, perquè no és res més que un de tants exemples de contaminació publicitària que al llarg de l'espectacle se succeeixen per demostrar, segons els autors, que de vegades "la publicitat ens fa comportar-nos com si estiguérem vivint dins d'un *spot*". De fet, en aquest nou muntatge de la companyia Albena els personatges utilitzen eslògans i frases sorgides dels anuncis per contar el que els passa: "Tens un *kleenex?*", li pregunta Andreu a Laura. "*Tenn, con bioalcohol?*", li ofereix la jove. "*Nivea, piel suave?*", li diu amablement Andreu en tocar-li la pell. "*Lavada con Perlán?*", contesta ella. "Jo, en canvi, *sufro las hemorroides en soledad?*", renega Martí, que s'afegeix a la conversa.

Potser aquests diàlegs de *Spot* reflecteixen d'una manera exagerada la influència de la publicitat, però no estan tan i tan lluny de la realitat. "El cert és que —explica un dels autors, Roberto García— els personatges no són conscients que fan servir els eslògans. Estan tan infiltrats a la seua sang i a la seua manera de parlar que no se n'adonen."

Però, realment, estem tan imbuïts per la publicitat? "Mira —conta Carles Alberola—, jo recorde una cosa que em va passar a casa ja fa anys. Estava sol veient una pel·lícula i, per suposat, els anuncis. En acabar-se la publicitat, vaig apagar la tele i de sobte vaig sentir una

sensació molt contradictòria. Jo no tinc carnet de conduir, però feia un moment havia portat els millors cotxes, havia estat amb les dones més atractives, m'havien promès el paradís si agafava un avió... En només uns minuts havia viscut sensacions realment extraordinàries. I tot, des de casa, envoltat de parets. No estava ni a Cancún ni a les Seychelles, ho puc assegurar."

Això vol dir que la publicitat, en el fons, l'únic que pretén és estimular la imaginació? "La publicitat —assegura Alberola—, de vegades, et fa viure intensament, de vegades és un parany i de vegades ens adonem que vivim intentant aconseguir productes que estan fora del nostre abast. Vivim pensant que si portem unes sabates Camper o unes ulleres Ray Ban podrem ser més feliços." "Jo crec —diu Roberto— que el que fa la publicitat és el que sempre ha fet la literatura, per exemple, que és cultivar l'art de la seducció i, potser fins i tot, el de la hipnosi. El que passa és que la publicitat té un cert component maquiavèlic perquè d'alguna manera t'empeny a consumir. I el que et ven és una falsa felicitat, perquè quan et compres unes Camper, el món no canvia tant com pensaves, o com va canviar al protagonista de l'*spot*."

La invasió de les marques. No obstant això, els autors de *Spot* no han volgut fer-ne una tesi sociològica, sinó jugar amb diversos elements que mostren al públic el poder seductor dels anuncis. "La publicitat —explica Roberto— és part de la nostra vida quotidiana, de la nostra cultura, de la nostra manera de vestir-nos... I hem aprofitat això per llançar una mirada sobre la societat, sobre el fet que estem absolutament



Els protagonistes de *Spot*, interpretats per Alfred Picó, Noèlia Pérez, Verónica Andrés i Carles Alberola, utilitzen eslògans i frases dels anuncis de televisió que serveixen per explicar els seus problemes o sentiments. Els espots, però, estan tan infiltrats en la seua manera de parlar que ni se n'adonen. Així, per exemple, el trencament de la relació sentimental entre dos dels protagonistes es fa palès amb una frase tan famosa com: "Vols dir que el frotar se va a acabar?"

envoltats d'anuncis allà on anem. Per això, en *Spot* no hi ha ni una tesi ni una reflexió, però sí una certa ironia que queda servida perquè l'espectador pugua reflexionar."

D'aquesta manera, els protagonistes de *Spot* –interpretats per Alfred Picó, Noèlia Pérez, Verónica Andrés i Carles Alberola, que a banda d'actor i autor, també n'és el director– barregen en els seus diàlegs allò de "No pesan los años, pesan los kilos" o "Bic Naranja escribe fino, Bic Cristal escribe normal". Quasi sempre, per llegir la realitat d'una altra manera. "Tant Roberto com jo –explica Carles Alberola– ens hem format veient molta televisió. La publicitat és un mitjà d'expressió que sempre ens ha captivat i ja n'havíem parlat molt, de trobar un tractament teatral per portar-ho als escenaris."

"De fet –continua Carles–, els logos i les marques s'han anat incorporant a la nostra vida quotidiana quasi sense adonar-nos-en. Uns logos que parlen de qui som, però també de qui no som. En aquest sentit, el que hem fet ha estat incorporar determinats lemes i marques a la quotidianitat de la gent, apropant-los a un format a què es puguen reconèixer.

Per això mateix, pense que *Spot* és com un germà gran de *Besos*."

I és que, si *Spot* rebusca en alguns dels anuncis més famosos de la història de la televisió, *Besos* feia un repàs per les cançons més arrelades a la memòria col·lectiva. Estrenat el gener del 1999, *Besos* s'ha convertit en un dels espectacles més reeixits del teatre valencià dels darrers anys, juntament amb el *Ballant, ballant*, de la Companyia Teatre Micalet. Amb una intensa trajectòria a les esquenes de 600 funcions i més de 300.000 espectadors, Carles Alberola i la seua *troupe* han captivat el públic amb una comèdia on cada cançó és un record: la música del primer bes, i tam-

**"De vegades,
la publicitat ens
fa comportar com
si estiguérem
vivint
en un anunci"**

bé la de l'últim, la cançó de les penes que van i tornen, els consells per saber on és millor fer l'amor, si al nord o al sud.

Ara, després de quasi quatre anys damunt dels escenaris, *Besos* s'acaba d'acomiadar en el mateix escenari que el va veure nàixer, la Sala l'Horta de València. El secret de l'èxit, però, encara continua sent una incògnita. "Quan es produeix alguna cosa màgica entre l'espectacle i el públic –indica Alberola–, és difícil trobar un motiu. És complicat saber per què una cosa fa riure."

Segurament, una de les claus de l'èxit de *Besos* està en la música, en la utilització de cançons que estan en la memòria col·lectiva dels espectadors com a part dels diàlegs dels personatges. "Els protagonistes –diu Carles– contenen el que els passa a través de les lletres de les cançons, però no ho fan d'una manera paròdica, sinó molt natural. I això té un efecte de sorpresa i còmic." "Possiblement –afegeix Roberto– l'originalitat de la proposta i el tipus d'humor han estat les causes de l'èxit."

Un èxit que ni els autors ni la pròpia companyia es volen acabar de creure. "Nosaltres –explica Alberola– no ens

“L’humor funciona com una mena de metadona davant dels problemes de la gent”

plantejem les coses com a èxits o com a fracassos. Tots els espectacles tenen una part d’èxit i una altra part de fracàs. És inherent a la pròpia realització d’un projecte. I moltes vegades, el que la gent valora com un èxit, per a tu és un fracàs. I a l’inrevés. Jo pense que cal anar a poc a poc i donar temps al temps. Les trajectòries, per ser valorades, han de ser llargues i la nostra és encara una trajectòria curta.”

Però, al mateix temps, l’èxit de *Besos* obliga els seus autors i també la companyia a enfrontar-se a *Spot* amb allò que anomenen l’horror de l’èxit. “En realitat –explica Roberto García– és una cosa paradoxal perquè, per una banda, guanyes en experiència, però per l’altra, guanyes en por. Al principi, quan ets verge i fas espectacles sense tindre un referent de tu mateix, fas una mena de salt al buit, però després, quan tens un llistó tan alt, les coses són més complicades.”

No obstant això, *Spot* té tots els ingredients per convertir-se en un altre gran èxit d’Alberola, una companyia que en els darrers dos anys ha estat nominada com a millor empresa productora de teatre i dansa en els Premis Max de les Arts Escèniques, d’abast estatal. I els espectadors han estat, en els darrers espectacles de la companyia, els responsables de l’èxit. “El públic –assegura Roberto– aplaudeix i agraeix el fet que algú li faça recuperar una part de la seua memòria. I si a més ho fas d’una manera sorprenent i inesperada, la resposta és realment gratificant.”

De fet, si a *Besos* es podien sentir les cançons més conegudes de Camilo Sesto, José Luis Perales o Rafaela Carrá, a *Spot* també es recorda allò de “*Leche, cacao, avellanas y azúcar*”, “*El que sabe, Saba*” o “*Un poco de pasta basta*”.

“Les cançons –reconeix Alberola– potser estan una mica més arrelades en els nostres records. Però hi ha anuncis de fa molts anys que, encara que ja no es passen per la televisió, recordem perfectament. Van aconseguir arribar a un públic tan gran i tan heterogeni que generació darrere generació continuen utilitzant-se.”

L’excel·lent acollida d’aquest tipus d’espectacles, que tenen en l’humor el seu principal atractiu, s’ha interpretat sovint com un manca de tradició teatral o com una deficiència en l’educació del públic. “En les comèdies –diu Alberola– el que hi ha és una resposta més immediata i, per tant, més evident. Però jo pense que l’espectador està preparat per a tot, sobretot si és bo i si és capaç d’emocionar-lo. Probablement, avui dia hi ha un desig de la majoria d’espectadors de gaudir d’espectacles de comèdia. Això, però, no vol dir que siguem ni millors ni pitjors. Simplement crec que depèn de les èpoques. I ara pense que hi ha una certa tendència al transfuguisme, a evadir-se de la realitat i dels problemes. I en això, l’humor funciona com una mena de metadona.”

Una parella en voga. Carles Alberola i Roberto García s’han convertit en un dels tandems per excel·lència de la comèdia. “Paradoxalment, com a espectadors i com a lectors –assegura García– ens agrada més veure i llegir drames que no pas comèdies. Segurament, és el que ens demana el cos a l’hora d’escriure.” “Una altra cosa –respon Alberola– és la nostra capacitat a l’hora d’escriure drames. Segur que començaríem a escriure un drama i a la quarta ratlla ja estaríem pensant un gag. A nosaltres ens surt així i, per tant, ho hem de contar així.”

Aportant cadascun les pròpies experiències i forma de treballar, Alberola i García han conferit als quatre espectacles que han escrit conjuntament –*Joan, el Cendrós, 23 centímetres* (que es pot veure aquest estiu al teatre Reina Victoria de Madrid), *Besos* i ara *Spot*– un segell molt personal. “Com tot en aquesta vida –diu Carles– és fruit de treballar d’una manera determinada i de trobar la persona amb la qual es puga donar una



comunicació fluida. Com que la nostra formació no és autoral sinó actoral, llegim el fet teatral d’una manera més col·lectiva.” “Hi ha d’haver també –afegeix Roberto– un desig de gaudir de la feina. Nosaltres treballem de la mateixa manera que dos germans juguen entre ells. La tècnica és molt senzilla: l’impuls creatiu d’un estimula l’impuls creatiu de l’altre.”

De totes maneres, la carrera professional d’Alberola i García, com per a la gran majoria d’autors valencians, no ha estat fàcil. Al País Valencià resulta complicat reeixir com a autor si no

“L'espectador està preparat per a tot, sempre que siga bo i capaç d'emocionar-lo”

els professionals porten anys reivindicant l'escenari del Principal per mostrar els seus treballs. “Tant de bo –puntualitza Alberola– l'aposta de Teatres per un espectacle valencià amb actors i autors valencians siga una porta d'entrada per a molta altra gent que fa espectacles que es poden exhibir perfectament al Principal. Per a nosaltres, tot i que és una iniciativa que cal respectar, no deixa de ser un pas més en la nostra trajectòria.” “Potser –afegeix Roberto– la professió valenciana ha mitificat el fet d'aspirar al Teatre Principal. Al cap i a la fi, no és més que una qüestió de format.” No obstant això, el que queda clar és que en una situació normalitzada no hauria de ser notícia que una companyia com Albena Teatre actuara al Principal.

Com tampoc no hauria de ser notícia que el futur Teatre Nacional Valencià aposte pels autors valencians. “Jo crec –diu Alberola– que estem parlant d'un projecte encara sense definir. De tot el que hem pogut saber fins ara, pense que es pretén que siga massa coses. Potser caldria definir menys coses i construir un Teatre Nacional més pragmàtic i més vinculat a la realitat teatral valenciana.” Per a Roberto Garcia, el més important és que un projecte com aquest no es faça “d'esquenes a la professió”.

De moment, qüestions polítiques a banda, el cert és que la companyia Albena ja té amb *Spot* un estiu replet d'actuacions, començant al final de juliol per la Muestra de Teatro de Ribadavia (Galícia) –on s'estrenarà la versió en castellà–, i acabant a la Fira de Teatre de Tàrrrega, al setembre. La funció només acaba de començar.

Rosanna Melià



A la pagina anterior, dues imatges de *Spot* i, en aquesta, dos moments de *Besos*, l'anterior espectacle d'Albena. Tots dos muntatges, amb grans dosis d'humor, tenen en comú una mateixa manera de contar les coses i una referència explícita a la memòria col·lectiva dels espectadors, ja siga en forma de cançons (*Besos*) o en forma d'anuncis (*Spot*).

s'està vinculat directament a una companyia teatral. Aquest és el cas d'Albena Teatre, fundada el 1995 per Carles Alberola i Toni Benavent. “D'entrada –afirma Roberto Garcia–, aquesta és la llei de la supervivència i la inquietud per escriure històries que després, en lloc de quedar-se al calaix, es pugen representar dalt d'un escenari.”

Precisament l'anunci de la creació del Teatre Nacional Valencià, previst en la Llei de les Arts Escèniques que encara està pendent d'aprovar-se, ha tornat a posar d'actualitat la professió autoral valenciana. En principi, l'objectiu de

les institucions valencianes és apostar pels autors propis, una promesa que ja sona com a vella i que mai no s'ha fet realitat. “La veritat és que som un poc escèptics davant d'aquesta possibilitat, perquè el temps ens ha demostrat que les bones intencions mai no acaben de materialitzar-se”, assegura Alberola.

El desembre, al Principal. En aquest sentit, la programació de *Spot* per al proper mes de desembre al Teatre Principal de València es podria interpretar com un canvi d'actitud en la política teatral de la Generalitat. No debades,