

PASE ÚNICO EN NUMAX: 19.06.2017 | PRESENTACIÓN E COLOQUIO

Clase valiente (2016, 72')

Dirección: Víctor Alonso Berbel

Guión: Víctor Alonso Berbel, Borja Barrera Allué, Jan Matheu

Participación: Txema Escorsa, Adrià Olay, Meritxell Termes, George Lakoff, Íñigo Errejón, Owen Jones, Christian Salmon, Iñaki Gabilondo, Miquel Iceta, Miguel Ángel Rodríguez, Luis Alegre

Son: Iban Rodríguez

Montaxe: Borja Barrera Allué, Víctor Alonso Berbel, Marta Forné, Jan Matheu

Fotografía: Alba Bosch, Laura Carrillo, Marcel Pascual

Música: Bernat Sánchez

Produtoras: Compacto, Fractal 7 (España)

Distribuidora: Compacto

Formato de proxección: DCP2K, 1.77:1

Idioma orixinal: Español

PREMIOS E FESTIVAIS

Festival Abycine 2016 (mellor filme indie), Docs Barcelona 2017 (Latitudes)

FILMOGRAFÍA

Puño y metal, 2014 [curtametraxe]

SINOPSE

A realidade muda en función das palabras que empregamos para definila: *Clase valiente* é un experimento documental que investiga sobre a importancia da linguaxe política na nosa forma de entender o mundo. O documental conta coa análise de máis de 20 expertos como Owen Jones, George Lakoff, Íñigo Errejón, Christian Salmon ou Iñaki Gabilondo, xunto a outros destacados protagonistas do ámbito da comunicación política.

«Lúcido, apaixonante e sintético traballo. Encontra imaxinativas maneiras de sortear os perigos da rutina expositiva»

Jordi Costa, EL PAÍS



“Somos dese tipo de xente que pode estar a falar de política nun bar até a madrugada”

Entrevista a Víctor Alonso Berbel
Por Ignacio Martín Granados

Clase valiente empeza como un traballo da universidade e tres anos despois convértese en filme. Como xorde a idea de traspasar o eido académico e como foi ese camiño até o intre actual? O obxectivo do documental sempre foi divulgativo: cremos que democratizar as ferramentas e o coñecemento da linguaxe política é un paso esencial para a madurez democrática da sociedade. *Clase valiente* comezou como unha investigación no contexto da Universidade Pompeu Fabra, pero a medida que o documental avanzaba viamos claro que queriamos chegar alén. Foi daquela cando presentamos o proxecto ao noso amigo Aritz na produtora Compacto e co seu equipo decidiron facer unha aposta valente polo noso traballo.

Por que formulastes este tema e non outro? Que queredes conseguir ao deter a ollada na análise rigorosa da arquitectura da linguaxe política? Os creadores do proxecto —Borja Barrera, Jan Matheu e eu propio— somos dese

tipo de xente que pode estar a falar de política nun bar até a madrugada. Decatámonos de que algunhas preguntas se ían repetindo nas nosas conversas. Por que determinadas políticas custa tanto comunicalas? Por que mensaxes moi simplificadas funcionan tan ben nos medios e a sociedade? Como temos que falar para convencer os nosos amigos? *Clase valiente* é a resposta a esa inquedanza, coa vontade de abrir o debate e dar ferramentas a todo o que se faga as mesmas preguntas ca nós

Clase valiente presenta un experimento social durante a campaña municipal de 2015, no que unha equipa de actores tenta introducir un concepto no discurso habitual dos políticos e expertos en comunicación mediante accións de intervención pública, arte urbana e outras formas de activismo social. Até onde chegou o experimento? É moi habitual ouvir falar de como a comunicación vertical xa non existe en política, do poder das redes e o ocaso dos medios como valedores do discurso oficial. Hoxe todo o mundo comunica, mais... pode calquera ter impacto na linguaxe política da sociedade? Pareceunos que demostrar se era posíbel, e ver que límites había, era a mellor forma de que o público nos acompañase nesta viaxe. Infiltrámonos en actos de campaña, convencemos a xornalistas e tertulianos para que usaran o noso concepto. Algunhas cousas foron doadas, e outras sorprendéronnos polo difícil que continuaba a ser traspasar as fronteiras clásicas da comunicación.

Mais para ver até onde chegamos... hai que ver o documental.

Clase valiente como experimento, explora o impacto da linguaxe na nosa forma de enxergar o mundo e como se pode introducir un concepto na sociedade. Cal é a túa opinión, trátase simplemente dunha cuestión de márketing, de venda dun concepto como unha mercadoría ou auténtica comunicación política? Contribúen ao seu éxito os medios de comunicación pola súa necesidade de etiquetar conceptos e mensaxes? É un debate moi presente entre os expertos e expertas do noso documental. Como explican George Lakoff, David Redoli ou Luis Arroyo, os marcos mentais nos que se insertan os conceptos teñen un impacto elemental, primario, na nosa forma de entender o mundo. Falar do Estado como protección e garantía de xustiza social ou, pola contra, enmarcalo como obstáculo para a liberdade persoal non é publicidade: son formas completamente distintas de entender a sociedade que se estenden a todas as mensaxes.

É certo que posteriormente, a comunicación política, especialmente en campaña electoral, e tamén os medios de comunicación, tenden a simplificar estas mensaxes debido aos códigos de inmediatez e brevidade nos que se traballan. Pero iso non quita que haxa un marco profundo detrás da linguaxe de calquera mensaxe política.

Publicado en <https://compolitica.com/>
Tradución: Xan Gómez Viñas

NUMAX

NUMAX, S. Coop. Galega
Concepción Arenal, 9 baixo
15702 Santiago de Compostela
TELF 981 560 250 | www.numax.org

