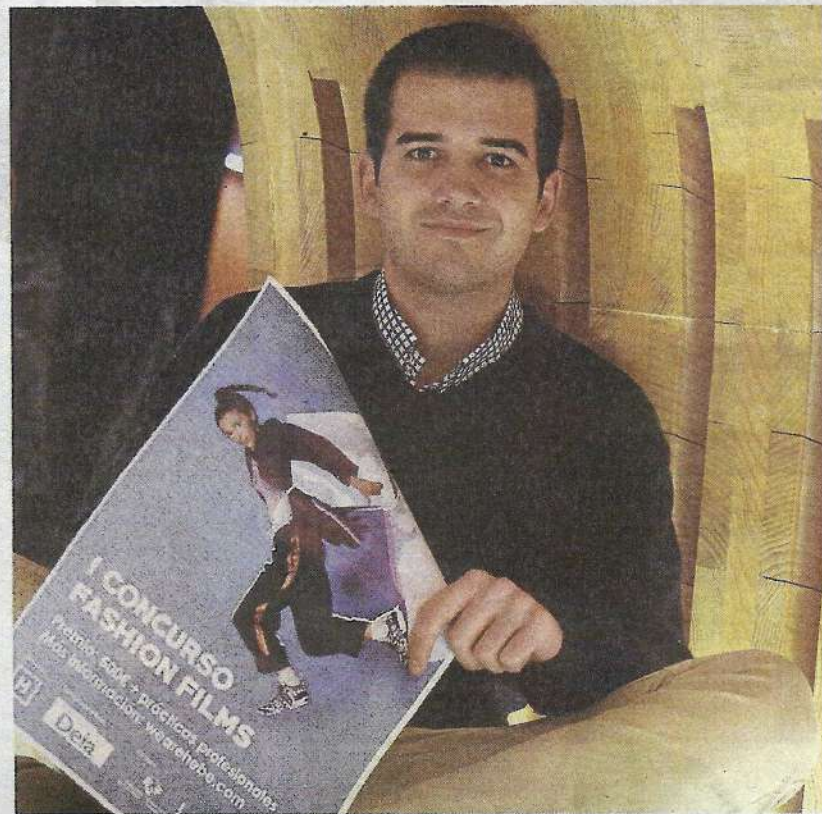


Edu Iracheta

MIEMBRO DE HEBE BILBAO Y ORGANIZADOR DEL I CONCURSO FASHION FILMS

“Queremos que los jóvenes lleven a cabo un proyecto profesional real”

Una entrevista de L. Eguskiza
Fotografía de José Mari Martínez



moda habla ahora un nuevo lenguaje: el de los fashion films. Estos cortometrajes, cada vez más abundantes, ofrecen una forma novedosa de plasmar su imagen. Ese es precisamente el objetivo con el que nace el I Concurso Fashion Films de Euskadi, organizado por Hebe Bilbao, que desde hace dos años trabaja para dar visibilidad a los jóvenes creadores vizcainos y que ha contado con la colaboración de DEIA para este nuevo proyecto.

El de los fashion films es un concepto muy reciente en el mundo de la moda. ¿De qué se trata?

—Es un formato audiovisual donde la estética y el arte son los componentes más importantes y donde los creadores tienen que transmitir la filosofía de la marca. No se trata de hacer una editorial de fotos en vídeo, sino que tiene que contar una historia que vaya unida a los valores que caracterizan la firma para la que trabaja.

¿Cómo surgió la idea de usar este concepto para dar origen al concurso?

—Formamos Hebe en 2014 como una plataforma enfocada a ayudar en la comunicación de los jóvenes diseñadores en Bizkaia. A medida que pasaba el tiempo nos dimos cuenta de que eran necesarios proyectos colaborativos en los que hubiera un punto en común: dar visibilidad a la moda vasca. Hicimos exposiciones, charlas... y vimos que queríamos introducir un agente más: el sector audiovisual. De esta manera, Hebe apostó por el cortometraje de moda.

—Sí, porque queríamos dar la oportunidad a esos jóvenes creadores del mundo audiovisual de llevar a cabo un proyecto profesional real. En él deben ser capaces de condensar su idea en una pieza que normalmente dura menos de cinco minutos. Al mismo tiempo, queríamos dar esa visibilidad a la moda vasca y a todos los diseñadores que tenemos aquí, porque hay mucha calidad, pero muchos de ellos trabajan con tiradas de producción muy pequeñas.

¿Cuál ha sido la respuesta de las marcas y de los participantes?

—Muy positiva. De hecho, al comienzo de la convocatoria se apuntaron 25 marcas pero más de 50 equipos creativos que querían crear piezas audiovisuales, es decir, unas 160 personas. Tuvimos que hacer una selección de 25 equipos en la que tratamos de dejar al menor número posible de gente fuera. Creemos que puede ser un concurso muy atractivo, tanto por el premio en metálico como por la oportunidad que se ofrece de realizar una obra como fotógrafo y videógrafo. Además, todos los agentes que intervienen salen ganando, tanto los creativos como las marcas.

¿Qué tipo de marcas toman parte en el certamen?

—Contamos tanto con diseñadores consolidados como pueden ser Javier Barroeta, Jota + Gè o Mercedes de Miguel y con jóvenes diseñadores vizcainos como Eder Aurre, Janire Olano, Pedrusco... Lo que sí hemos tenido muy en cuenta desde el principio es la moda ética y responsable y las marcas unidas a ese concepto de *slow fashion*, porque se identifican con los valores que promovemos desde Hebe. ¿Cuál es el perfil de los creadores? —La franja de edad es de 18 a 35 años,

aunque tenemos gente muy joven que ya está colaborando con revistas o haciendo sus fashion films propios. Creemos que quizás la edad pueda generar algunas diferencias, pero también es importante darle esa oportunidad a los más jóvenes. De hecho, Asier Godoy, un miembro del jurado, tiene solo 19 años y ya ha trabajado en París y es un destacado fotógrafo que ha colaborado con más de 30 marcas. ¿En qué punto del concurso se encuentran en estos momentos?

—Los participantes están ahora en pleno periodo de producción hasta el 1 de marzo, cuando deberán entregar las piezas. Algunos ya han estado grabando a lo largo de estas semanas, mientras que otros han tenido que retrasarse un poco por motivos académicos o laborales y están planteando el rodaje ahora. Cuando asignamos un grupo a cada marca hicimos una primera reunión con ellos y hemos ido supervisando su trabajo, pero dejándoles libertad.

Son partidarios, por tanto, de un método de trabajo autónomo.

—Ese era uno de los aspectos que teníamos claros desde el principio. Los creadores deben ser quienes lleven todo el peso: ellos hacen el guion, el diseño, buscan los modelos, las localizaciones, tienen que ponerse en contacto para colaboraciones de maquillaje y peluquería... Al principio hubo algunas reticencias, pero luego se dieron cuenta y nos agradecieron ese “búscate la vida”, ya que es la única manera de entender que se trata de una experiencia profesional real.

“Queremos dar visibilidad a la moda vasca y a los diseñadores que tenemos, porque hay mucha calidad”

“Este concurso es la última iniciativa de Hebe; vamos a volcarnos en un foro de moda ética y sostenible”

¿Cómo valorarán los trabajos?

—Habrá un jurado que todavía no se puede dar a conocer, pero sí que tenemos algunos miembros confirmados como Godoy. Ese jurado estará formado por personas del mundo de la comunicación, del audiovisual, de la moda, de DEIA y algún miembro de Hebe. En la elección de los fashion films finalistas se tendrán en cuenta una serie de criterios como la calidad, la extensión, la creatividad, que la historia se ajuste a la marca...

¿Cuándo se conocerá el ganador?

—Los finalistas no se conocerán hasta el día de la entrega de premios, el 17 de marzo, en La Ribera de Bilbao. Allí se podrán visionar todos los clips finalistas y, posteriormente, el jurado decidirá el ganador.

Este concurso será, además, el último paso en la andadura de Hebe.

—Sí, se trata de nuestra última iniciativa. Ahora vamos a volcarnos por completo en el siguiente proyecto, un foro sobre moda ética, *Sustainable Week*, que se celebrará en Bilbao. No queríamos que Hebe fuera diluyéndose poco a poco y hemos preferido cerrar bien esta etapa con el concurso para dar paso a la siguiente. ●

Hebe Bilbao, una plataforma que da visibilidad al trabajo de jóvenes diseñadores vizcainos, ha puesto en marcha el primer Concurso de Fashion Films en Euskadi

BILBAO—En plena era digital, comienzan a quedar atrás aquellas editoriales de moda en las que las marcas trataban de plasmar, a través de una serie de fotografías, una tendencia unida a su filosofía. Fruto de una evolución natural unida a la cada vez mayor influencia de las redes sociales, la

VENTA Y REPARACIÓN

INFORMATICA

PCBOX

SI NOS TRAES TU MÓVIL VIEJO TE DAMOS HASTA 30€ PARA QUE TE COMPRES UN NUEVO

PLAN RENOVE

OFERTA VÁLIDA SOLO FEBRERO 2016

PCBOX EXPERTS CENTER

C/ AREILZA 46 BILBAO

C/ EUSKALDUNA 9 BILBAO