

Proyectos finalistas:

Los proyectos finalistas destacan por la creatividad de los vídeos, que apuestan por diferentes aspectos a desarrollar en este nuevo escenario mundial, que van desde capturar ese momento en el que se paró el mundo el año pasado con la pandemia y cómo la cultura consiguió seguir adelante (Ayuntamiento de Oviedo, Proyecto Finalista: “Cultura de Salón”); a intervenciones en los barrios para generar espacios de referencia local, interés cultural y social (Ayuntamiento de Cornellà de Llobregat, Proyecto Finalista: “Sant Ildefons, vívelo y siéntelo”); al diseño de un juego para jóvenes con el que frenar la violencia de género (Ayuntamiento de Albacete, Proyecto Finalista: “Futuro Violeta”). También, se basan en el legado universal del artista Juan Breva, el impacto en su ciudad natal y en la cultura española a través del flamenco (Ayuntamiento de Vélez-Málaga, Proyecto Finalista: “Vélez-Málaga, ciudad de Juan Breva”); en una nueva mirada al barrio como unidad básica para promover la educación social y los valores que mejoren nuestra convivencia y calidad de vida en las ciudades (Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera, Proyecto Finalista: “Educar en los barrios”); o en la cultura del cuidado con una estrategia innovadora en un entorno complicado (Ayuntamiento de Telde, Gran Canaria, Proyecto Finalista: “Me cuido, Te cuido, Nos cuidamos”).

Otros de los proyectos pretenden impulsar estrategias urbanas de transformación y recuperación integral desde lo local (Ayuntamiento de Montilla, Córdoba, Proyecto Finalista: “Remontamos”); algunos se basan en la agricultura y cultura, conexiones y estrategias en la España Vacía, un referente desde la ciudad natal de Ponce de León (Ayuntamiento de Santervás de Campos, Valladolid, Proyecto Finalista: “Santervás 2021, cultura y agricultura”); en un nuevo modelo económico más sostenible que apueste por la economía circular (Ayuntamiento de Gavà, Barcelona, Proyecto Finalista: “Hub ECUUS. Innovación en economía circular”); y en el diseño de estrategias innovadoras contra la despoblación en el mundo rural (Ayuntamiento de Medina de Rioseco, Valladolid, Proyecto Finalista: “Estrategia contra la despoblación RIOSECO 21XXI”).

Asimismo, existen proyectos que apuestan por la innovación rural, por nuevos modelos de negocio en los pueblos y por establecer conexiones (Ayuntamiento de Brihuega, Guadalajara, Proyecto Finalista: “Brihuega, innovación rural”); por una innovación cultural y de reactivación artística (Ayuntamiento de Soria, Proyecto Finalista: “RESPIRA: Red estratégica de Soria, participación,

innovación, reactivación y arte”); o en una puesta en valor de la naturaleza y su recuperación medioambiental como patrimonio natural que diversifique el modo de vida de sus habitantes (Diputación de Lugo, Proyecto Finalista: “Reserva de la Biosfera de “Os Ancares”. Identificación de los soutos de castaño”); y en la inteligencia colectiva para repensar nuestras ciudades y territorios (Junta de Extremadura, Proyecto Finalista: “Repensar Extremadura”). Los valores de la cocina más tradicional ligados a la tierra y relanzados con mucha creatividad e innovación (Mancomunidad de 19 Municipios. Sierra de Cádiz, proyecto finalista: “La tradición y creatividad gastrorural en Chefsierra de Cádiz 2019”); una hibridación de cultura, tecnología y creatividad (Universidad Politécnica de Valencia, Proyecto Finalista: “Creación colaborativa para ópera multimedia sobre un cuento tradicional”); la apuesta de una mejora en la salud democrática desde la educación constitucional (Universidad de Murcia, Proyecto Finalista: “Olimpiada Constitucional”); un necesario compromiso con el patrimonio material e inmaterial, la cultura y el medioambiente (Fundación Uxío Novoneyra, Lugo, Proyecto Finalista: “Proyecto ITH. 7 Años de trabajo en la financiación diversificada de la cultura”); la necesidad de tender puentes entre culturas, fomentar el respeto y la tolerancia entre pueblos y culturas, un diálogo intercultural y el enriquecimiento de nuestra identidad (Consultoría Innovarte Madrid, Proyecto Finalista: “Continuadores del Arte vivo Andalusí”); y un reencuentro con la naturaleza y los valores tradicionales, una apuesta por el turismo sostenible y fascinante estrategia de branding (Asociación Cultural Neocodex, Burgos, proyecto finalista: “Bestiarium Arlanzae”).