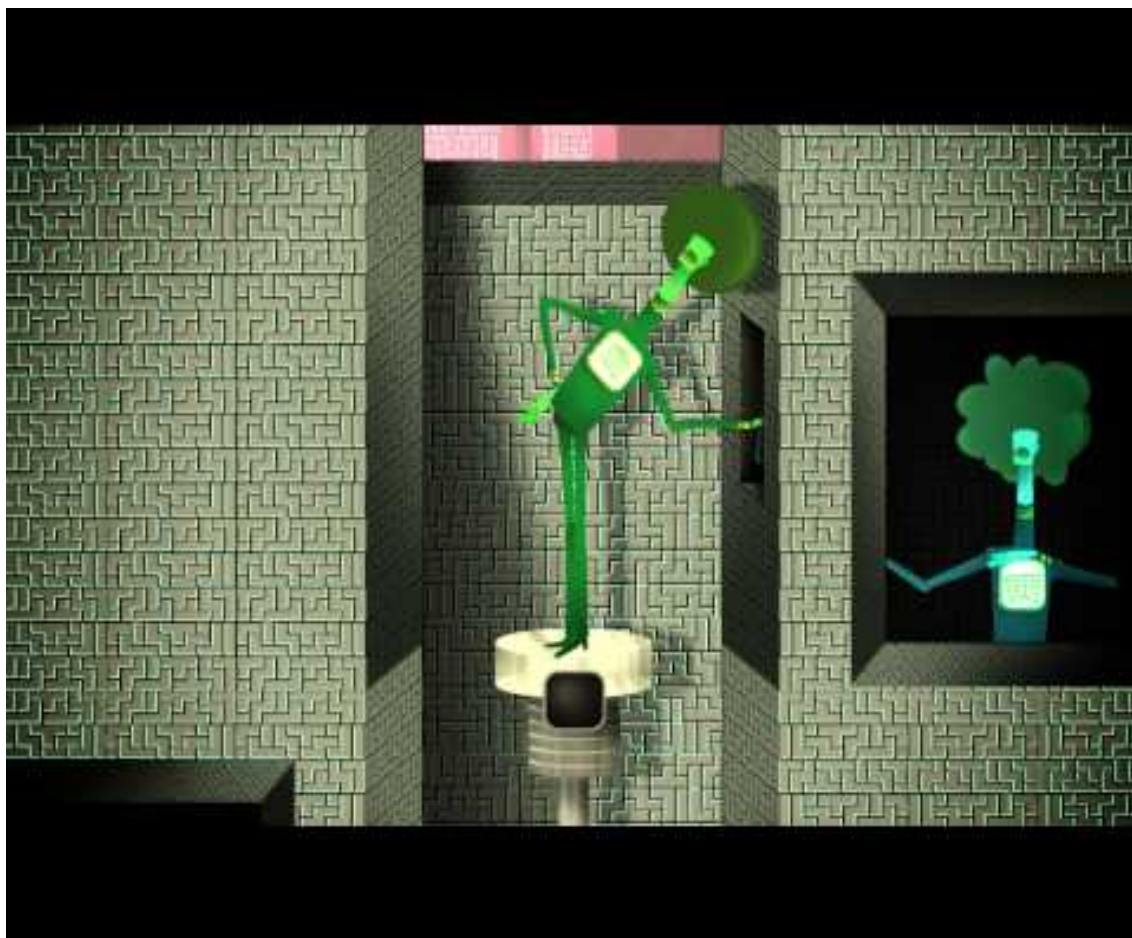


CULTRIP, un viaje a través de las industrias culturales

Publicat per [Centre d'Informació i Documentació](#) [1] el 26/05/2014 - 10:39 | Última modificació: 17/11/2017 - 17:01



[2]

CULTRIP es un corto de ficción de cinco minutos en el que a través de cuatro personajes protagonistas de un videojuego se ofrecen claves para comprender y profundizar en los conceptos y definiciones de la Convención de 2005 sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. El corto está concebido como un falso videojuego en el que Big Blue, Green Power, Orange Glass y Pink Boots son los héroes que demuestran la importancia de la promoción de las industrias creativas y de la cultura para el desarrollo humano y económico. El joven Edel Rodríguez (Mola) es el ilustrador que concibió todos los personajes y, que apoyado por un equipo creativo de diez personas entre asesores, productores, guionistas, editores y post productores, consiguió crear un producto audiovisual divertido y dinámico. El spot supone un nuevo y efectivo producto de promoción que se integra dentro de la campaña internacional que la UNESCO está liderando para incluir cultura en la revisión de los Objetivos del Milenio de 2015.

Font: [Unesco](#) [3]

[Inicia sessió](#) [4] o [registra't](#) [5] per enviar comentaris

Categories: Gestió cultural

Categories: Indústries culturals i creatives

Categories: Sociologia de la cultura

Etiquetes: campanya publicitària

Etiquetes: Divendres d'Interacció

Etiquetes: diversitat



- [6]

URL d'origen: <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2014/05/26/cultrip-viaje-traves-de-las-industrias-culturales>

Enllaços:

[1] <http://interaccio.diba.cat/members/centre-dinformacio-documentacio>

[2] <http://www.youtube.com/watch?v=ggo3e8SnOLc>

[3] <http://www.unesco.org/>

[4] <http://interaccio.diba.cat/>

[5] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[6] <http://interaccio.diba.cat/node/5043>