

Cultura

La reinención del sector de las industrias culturales y creativas y sus retos a debate en CEOE

- Durante la celebración de las jornadas 'Cultura, Empresa y Territorio', organizadas por CEOE y la Fundación Ortega - Marañón (FOM).

Madrid, 9 de julio de 2021

La Comisión Cultura y Deporte de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y la Fundación Ortega - Marañón (FOM) han celebrado este viernes las jornadas 'Cultura, Empresa y Territorio', en las que se ha puesto de relieve la importancia de las industrias culturales y creativas (ICC) para la transformación social y su papel como motor económico en España.

En la apertura, la directora de Turismo, Cultura y Deporte de CEOE, Inmaculada Benito, dio la bienvenida a los asistentes a la jornada que, a su juicio, es un encuentro que ejemplifica la fuerza de la colaboración público-privada para poner en valor a la cultura.

Además, la directora general de la FOM, Lucía Sala, ha destacado la importancia del trabajo conjunto entre CEOE y la FOM, al tiempo que ha

Comunicación CEOE

 (+34) 915-663-400

 comunicacion@ceoe.es

Redes Sociales



Nota de prensa

recordado que “la cultura no es solo algo relacionado con el ocio”, sino “un motor económico”.

La jornada ha contado con la intervención del codirector del Laboratorio de Creatividad y Liderazgo Cultural de la FOM , Federico Buyolo, quien ha declarado que “la cultura es un sector volátil e inestable que necesita reinventarse”, para lo que ha puesto de relieve la importancia de los fondos europeos de reconstrucción.

“Debemos aprovechar para hacer las reformas necesarias”, ya que “tenemos la posibilidad y el potencial para convertirnos en una gran potencia económica cultural y no hemos sido capaces de verlo”, ha agregado Buyolo, quien ha enumerado fortalezas de España como la lengua, su localización geográfica, el talento y el patrimonio material e inmaterial de todo el país.

Previamente, se ha celebrado una mesa redonda con la participación de representantes del mundo de la empresa y de la gestión municipal, cuyo moderador ha sido el secretario de redacción de la Revista de Occidente, editada por la FOM, Fernando R. Lafuente, quien ha señalado que “resulta curioso que todavía tengamos que seguir hablando de que hay que poner en valor a la cultura”.

Comunicación CEOE

 (+34) 915-663-400

 comunicacion@ceoe.es

Redes Sociales



Nota de prensa

Y es que, en su opinión, “la cultura, junto con el deporte, coloca a las ciudades en el mapa”. Al mismo tiempo, ha hecho un llamamiento para poner en valor el español, la segunda lengua más hablada del mundo. “No solo es el valor económico del español, sino el valor económico de la cultura que se expresa en español”, ha apostillado.

En este panel, el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, ha repasado las medidas que desde el Consistorio se han puesto en marcha en los últimos años para potenciar la cultura, en una ciudad que cuenta con más de 30 museos. Además, ha celebrado que Málaga suponga el 40% de la industria del videojuego en toda Andalucía, y la tercera ciudad con mayor peso de este sector de toda España, solo tras Madrid y Barcelona.

El alcalde de Soria, Carlos Martínez, ha centrado su intervención en las dificultades que existen en las ciudades pequeñas y medianas para que las personas puedan acceder a la cultura en igualdad de condiciones, una situación a la que se le “tiene que hacer frente desde la colaboración público-privada”, porque “la cultura debe llegar hasta el último de los rincones”.

“A la industria privada no le puedes pedir que venga a una pequeña ciudad. Lo que sí podemos hacer es que haya un laboratorio de creación de actividades de todo tipo para que puedan itinerar por

Comunicación CEOE

 (+34) 915-663-400

 comunicacion@ceoe.es

Redes Sociales



Nota de prensa

muchos de los municipios que lamentablemente no pueden tener tanto acceso a la cultura”, ha defendido el regidor soriano.

Entre tanto, el concejal de Cultura y Gobernanza del Ayuntamiento de Bilbao, Gonzalo Olabarría, ha alabado la “transformación industrial” de la ciudad “con la colaboración del sector privado”, aunque ha advertido del “impacto de la COVID-19. Quien más ha sufrido la pandemia es el sector privado”, ha reconocido Olabarría.

Para superar la situación actual, el concejal ha advertido de que no se debe reducir la inversión cultural por parte de las administraciones públicas, puesto que “es en la época de vacas flacas cuando se ve la apuesta real por la cultura”.

El concejal de Turismo e Industrias Creativas del Ayuntamiento de Barcelona, Xavier Marcé, ha destacado que, “para evitar caer en el mito del escaparate cultural” se deben atender retos como dar un mayor valor a la ‘economía intangible’. A su juicio, esto reforzaría a este sector, que “se entromete en el resto de los sectores. No solo crea contenidos, sino que transforma la sociedad”.

Del mismo modo, ha afirmado que “el futuro de la industria de este país

Comunicación CEOE



(+34) 915-663-400



comunicacion@ceoe.es

Redes Sociales



Nota de prensa

no depende de dedicarle más dinero público solamente, que también, sino de un cambio normativo”, al tiempo que ha planteado la necesidad de “equilibrar la oferta a la demanda”, ya que “la política pública tiene un objetivo, que es el ciudadano”.

Win-win para lo público y lo privado

Por su parte, el consejero delegado de la empresa municipal Madrid Destino, Fernando Benzo, ha abogado por reforzar el posicionamiento de las ciudades españolas en la industria audiovisual, convirtiéndose en “grandes platós de televisión”. Además, en su alocución, Benzo ha avisado de que “hoy en día es imposible diseñar cualquier política cultural que no se base de manera fundamental en la colaboración público-privada”.

“La cultura no es el hermano pobre, genera un enorme beneficio –en cuanto a riqueza y empleo–, pero también un beneficio intangible”. “Es un win-win para el mundo privado y para el público”, ha aseverado.

Mientras, el consejero delegado de Planner, Julián Zabala, ha apuntado que “lo que hace estratégico al sector cultural es el valor añadido del producto, algo descomunal. Más allá de la satisfacción del consumidor, el valor añadido es también la transformación social; la definición y vertebración social, y que el producto cultural emociona, conecta y

Comunicación CEOE



(+34) 915-663-400



comunicacion@ceoe.es

Redes Sociales



empatiza”. Igualmente, ha asegurado que el propio sector cultural “tiene que empujar para que la cultura esté en el centro de las políticas públicas”.

El asociado principal del departamento de propiedad industrial e intelectual y de las Áreas de Telecomunicaciones, Media, Deportes y Entretenimiento de Garrigues Abogados y presidente de la Sección de Cultura del Colegio de Abogados de Madrid, Antonio Muñoz, ha sostenido que “España, por su diversidad, es un país que tiene grandes referencias y tiene condiciones espectaculares para ser una gran potencia cultural”.

En cuanto a la legislación, ha indicado que “es homologable a otros países europeos, por lo que estamos en un buen punto de partida”, aunque “es importante que España se crea su cultura”.

“Con esta crisis que hemos tenido, para paliar los efectos de la pandemia, se han adoptado algunas medidas para sacar adelante a España como hub audiovisual que parece que tienen todo el sentido”, ha añadido Muñoz, quien ha puesto el acento en la necesidad de que se alcance un gran pacto de Estado en materia de cultura.

Comunicación CEOE

 (+34) 915-663-400

 comunicacion@ceoe.es

Redes Sociales



Expresión cultural extremadamente poderosa

Por otro lado, la presidenta de la Asociación de Moda de España, Pepa Bueno, ha manifestado que “la moda de autor es una expresión cultural extremadamente poderosa y es una definición individual y colectiva”. Asimismo, ha elogiado su capacidad de contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), mediante la apuesta por el cuidado del medio ambiente, el emprendimiento, la igualdad de género y la generación de oportunidades en el medio rural.

“Este es el gran momento para contar a los consumidores que la moda de autor española tiene valores únicos muy relevantes. Lo es por muchas razones: por producir en cercanía; por incorporar tradiciones y llevarlas al siglo XXI; por la calidad de los tejidos y confección, y por sus producciones sin generar residuos”, ha zanjado Pepa Bueno.

Por último, el bailarín Antonio Najarro ha compartido su trayectoria profesional y ha resaltado que “un bailarín no tiene que tener miedo a arriesgar” y, en cambio, sí debe ser muy constante, disciplinado y tener una mente que se adapte a los cambios sociales en cada momento.

CEOE y la Fundación Ortega-Marañón firmaron recientemente un convenio de colaboración para trabajar conjuntamente en la elaboración de un proyecto que ayude a vertebrar las industrias

Comunicación CEOE

 (+34) 915-663-400

 comunicacion@ceoe.es

Redes Sociales





Nota de prensa

culturales en España y fortalecer su proyección y reconocimiento.

Comunicación CEOE



(+34) 915-663-400



comunicacion@ceoe.es

Redes Sociales

