

Opinión



Ignacio Rodríguez Burgos

Damnatio Memoriae

Cuando los romanos querían olvidar a alguien echaban mano de la Damnatio Memoriae. Esta era una figura legal que decretaba el Senado para que desapareciera de cualquier registro o inscripción el nombre del dirigente caído en desgracia. No merecía el esfuerzo del recuerdo, ni siquiera como por ser malvado o malversador. Los senadores, incluso, se lo aplicaron a varios emperadores. Eso sí, siempre tuvieron la prudencia y cobardía de esperar al fallecimiento del ínclito. El PSOE ha aplicado la misma estrategia memorística con Santos Cerdán. Ha eliminado su nombre de las páginas digitales de la formación, como si el último secretario de Organización del Partido Socialista no hubiese existido. No debe quedar rastro. No debe recordarse que Cerdán fue clave en las negociaciones con Bildu en una región, Navarra, donde los socialistas de Chivite han intercambiado cromos y poder con el partido más cercano a la antigua ETA. Negociaciones que se extendieron al Gobierno central. En los archivos del PSOE no debe quedar ninguna mención a las conversaciones de Cerdán con el PNV, las directas ni las indirectas a través de su presunto socio de la compañía Servinabar, la constructora agraciada con jugosos y sospechosos contratos de obra pública. De Santos Cerdán no debe quedar huella, tampoco, en el extranjero. Que las futuras generaciones nunca sepan que fue el «embajador plenipotenciario» de Sánchez ante la corte de Waterloo de Puigdemont para redactar la Ley de Amnistía y la legislatura. La Damnatio Memoriae es tan potente que, ya mismo, la número dos del PSOE y del Gobierno, María Jesús Montero, ha olvidado quien es ese señor. La memoria es muy traicionera. Los mandatarios quieren pasar a la Historia. Pero no siempre consiguen que sea como ellos pretenden.

Nombramientos



► **JAVIER POLO**
Es el nuevo CEO de Grupo Aire, empresa española especializada en soluciones de telecomunicaciones, servicios cloud y soluciones avanzadas para el sector B2B. Acumula dos décadas de experiencia



► **JOCHEN KLÖPPER**
N26 lo incorporará como director ejecutivo el próximo 1 de diciembre y asumirá la responsabilidad de la gestión de riesgos y el cumplimiento normativo de entidad financiera



► **JAVIER VIROOMAL**
El Grupo Educativo UAX ha anunciado su fichaje como nuevo director Comercial y de Marketing, un puesto de nueva creación que reportará directamente a Domingo Mirón, CEO del grupo



► **NURIA MONVOISIN**
Nickel, la cuenta que se abre en estancos y loterías, la ha nombrado nueva directora de Marketing para España. Este movimiento se produce tras la designación de Nerea Toña como CEO



► **FERNANDO PESQUERA**
Heineken España lo ha elegido para desempeñar el cargo de nuevo director financiero de la compañía, a la que se unió en 2016. Sustituirá en el puesto a Gabriele Giudici



► **JAIME CASANOVA**
Asumirá la responsabilidad de ser el nuevo director financiero de Eductrade. Su objetivo será reforzar la estrategia de crecimiento de la compañía y consolidar su posición como referente internacional



► **MARÍA MARTÍN ODILO**, la edtech española que permite a cualquier organización crear su propio ecosistema de aprendizaje, la ha incorporado como General Counsel. Cuenta con 20 años de experiencia



► **MANEX RECARTE MARCO**, la agencia especializada en brand building y reputation management, lo ha unido a su equipo como Senior Creative Strategist. Ya desempeñó este mismo cargo entre 2017 y 2019

Libros



«Los cuatro pilares de la inversión». William J. Bernstein. DEUSTO
448 páginas, 24,95 euros

El lector se encuentra ante un clásico imprescindible para quienes desean tomar el control de sus finanzas sin recurrir a asesores. Con un estilo claro y cercano, presenta las bases para construir un portafolio sólido a largo plazo.



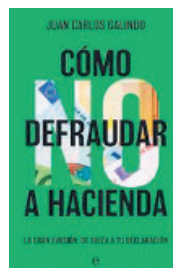
«Retos y futuro del sistema bancario». Varios. LIBROS DE LA CATARATA
256 páginas, 19,50 euros

Esta obra nace para explicar por qué la banca afronta su mayor reto desde la crisis global y qué papel debe desempeñar como pilar estratégico del futuro económico de Europa y del mundo. Para ello, reúne a expertos que analizan la evolución de sus modelos.



«Lecciones sobre la economía mundial». José Antonio Alonso. CIVITAS
400 páginas, 43,68 euros

El proceso de integración de la economía mundial está en auge, haciendo imprescindible conocer el entorno internacional para quienes participan en la realidad económica. Este libro se convierte en una valiosa herramienta formativa.



«Cómo no defraudar a Hacienda». Juan Carlos Galindo. LA ESFERA DE LOS LIBROS
400 páginas, 22,90

Juan Carlos Galindo, experto investigador de delitos económicos, aborda en este libro de servicio práctico lo que el lector debe hacer para evitar problemas en su declaración y explica con detalle los métodos que usan los «malos» para engañar.

Opinión

Mercado de la cultura

Ignacio Argote Veamurguía

La industria cultural y creativa, con 29,5 millones de empleos en el mundo, aporta el 3% al PIB mundial, superando a los servicios de telecomunicaciones en ingresos.

En la Unión Europea, según datos de Eurostat, hay 1,2 millones de empresas de dicha industria, que emplean, aproximadamente, a 8,7 millones de personas, lo que representa un 3,8% de la población activa; y aporta, en ingresos y valor añadido, alrededor del 4,4% al Producto Interior Bruto.

En España, en 2024, el empleo cultural registrado alcanzó las 771.000 personas, o sea aproximadamente el 3,6% del total de empleo nacional. Esta cifra refleja un crecimiento del 6,6% respecto a 2023 y supera, en un 8,6%, el nivel de 2019, antes de la pandemia.

La industria cultural es un motor esencial, ya que no solo representa una fuente de riqueza económica, sino también un elemento vital para la cohesión social y la preservación de la identidad cultural, enmarcándose en un ecosistema que conecta tradición e innovación.

La actual gestión del Ministerio de Cultura, marcada por posturas polarizadoras, enfatiza aspectos divisivos, enredado a la contra, sea con la tauromaquia o la reestructuración museística. Su activismo radical, junto a un uso excesivo de la retórica ideológica y su estrategia comunicacional –mediante redes sociales y declaraciones– contribuye a la desconexión de un sector que exige tradición y excelencia.

Qué diferencia con los musicales privados que triunfan en Madrid, de Nacho Cano o el de Álvaro Sáenz de Heredia con su Ópera&Zarzuela Dreams, de reciente estreno. También Movistar con sus producciones cinematográficas había marcado un camino.