



## Pontevedra se convierte en epicentro de la creatividad con más de medio millar de participantes en el Congreso Flúor

Figuras clave del sector, como Javier Campopiano y Adriana Domínguez, comparten esta mañana sus experiencias en el simposio



Figuras clave del sector, como Javier Campopiano y Adriana Domínguez, comparten esta mañana sus experiencias en el simposio

Autoridades locales y autonómicas destacan el valor de la creatividad y la identidad gallega en el panorama de la publicidad

El murmullo de las grandes citas ha vuelto a llenar esta mañana la sede de Afundación en la nueva entrega de Flúor, el Congreso de Marketing y Comunicación que ha convertido a Pontevedra en el epicentro de la creatividad del noroeste peninsular, con más de medio millar de participantes que llenan este jueves el auditorio. En las butacas, estudiantes de Bellas Artes, Publicidad y profesionales que buscan esa «chispa» necesaria para sobrevivir en un mercado saturado, y sobre el escenario, las autoridades que han dado el pisotazo de salida a dos días que prometen ser un laboratorio de ideas disruptivas.

El anfitrión y alma máter del evento, Alberto Garnil, no ocultaba su orgullo al dar la bienvenida. Tras ocho ediciones, Flúor no solo ha sobrevivido, sino que ha mutado en algo más ambicioso. «Hemos preparado una edición muy especial en el Sanatorio», adelantaba Garnil sobre la jornada de mañana, refiriéndose a ese nuevo laboratorio creativo diseñado para que esta edición sea «la más especial de todas». Con la presencia de 25 de los mejores profesionales del sector, el presidente del Clúster da Comunicación de Galicia subrayó que el congreso es, ante todo, una herramienta para remarcar tendencias en un mundo que no espera por nadie.

Por su parte, Luis López Diéguez, presidente de la Deputación de Pontevedra, reivindicó con firmeza la identidad local y el valor de «elegir» la provincia como meca de la comunicación. En un discurso en el que reivindicó la lengua gallega —a las puertas del Día das Letras—, puso sobre la



mesa ejemplos tangibles de que «salir del marco» funciona. Recordó hitos como la recuperación de la Bienal de Pontevedra o esa arriesgada campaña turística de Rías Baixas que, sin mostrar ni un centímetro de playa, terminó cosechando premios en Cannes, Japón y Estados Unidos. «La Deputación tiene las puertas abiertas a la creatividad. Si hay un proyecto singular que permita proyectar la provincia de un modo único, hacédnoslo llegar», lanzó como invitación directa a los talentos presentes.

Desde la Xunta de Galicia, el conselleiro de Cultura, Lingua e Xuventude, José López Campos, puso el foco en la trascendencia de las marcas que perduran. Citó a Galicia Calidade como ese sello que, nacido en los 90, sigue siendo hoy el estandarte de lo que somos. «El mundo cambia, pero los conceptos que tenemos que transmitir no tanto; lo que muda es el mecanismo», reflexionó López Campos, instando a los asistentes a utilizar eventos como Flúor para actualizarse y aprender a comunicar «más y mejor» en un entorno donde el talento gallego ya es reconocido como un patrimonio tan valioso como la propia gastronomía o el paisaje.

El cierre institucional corrió a cargo del alcalde de Pontevedra, Miguel Anxo Fernández Lores, quien recordó que la ciudad no es el escenario del congreso por casualidad, sino porque es una urbe que «comunica por sí misma» tras haber puesto la creatividad al servicio de las personas. Lores hizo un llamamiento especial a los alumnos del campus de Pontevedra, con la esperanza de que el talento que hoy se forma en las aulas locales encuentre en foros como este la red necesaria para quedarse a trabajar en la ciudad. «No tengáis miedo a ser disruptivos», concluyó antes de declarar formalmente inaugurado un congreso donde, como reza su lema, el futuro lo escriben las mentes que se atreven a elegir.

Tras la apertura, el primero en tomar el micrófono ha sido Javier Campopiano, director creativo global de Omnicom Advertising, con una reflexión necesaria sobre la permanencia creativa. El programa continuará en adelante con Carlos López Panisello, que se centrará en la velocidad y la identidad de Ducati, o Nacho Padilla, director de estrategia creativa de Renfe. Uno de los platos fuertes de la mañana será el diálogo con Adriana Domínguez, presidenta de Adolfo Domínguez, quien junto a Xisela López analizará el peso de la marca personal y empresarial en la moda.

En el programa de esta mañana tampoco falta la visión de Esther Morell ([Ilunion](#)), Iria Pérez Gestal (TOUS) o el debate sobre el territorio en el que participan el escritor Defreds y Ángel Currás, conformando un mosaico de experiencias que van desde la gran corporación hasta la gestión de comunidades en la era digital.