

## CONFERENCIA-COLOQUIO AUDIOVISUAL

### EL COMERCIO URBANO: REGRESO AL FUTURO

#### *Un Paseo por los Sentidos*

*Saber vivir...Saber consumir*

*Viernes 26 de septiembre a las 12'30 h  
Palacio de Congresos Europa  
Vitoria-Gasteiz*

#### CONTENIDO:

Apoyada por secuencias seleccionadas del ámbito cinematográfico, que se irán entremezclando de una forma amena y singular con las opiniones de los invitados según un guión trazado, la conferencia-coloquio pretende recuperar las SENSACIONES añorantes y casi desaparecidas que provocan o provocaban los comercios y establecimientos singulares de las ciudades: Barberías, floristerías, botillerías, tiendas de coloniales, coctelerías, bares de hotel, restaurantes, locales de moda, mercados de alimentación, librerías de viejo, etc. En suma, ese universo o microcosmos de pequeños placeres que, por desgracia, están desapareciendo y que podrían, si se recuperan, generar una atracción irresistible no sólo para el viajero y turista sino fundamentalmente para el ciudadano, otorgándole así la posibilidad de disfrutar de la vida y de su espacio vital de una manera más auténtica y humanista. Es el REGRESO AL FUTURO DEL COMERCIO URBANO.

## **ESCALETA GUIÓN**

### **PRESENTACIÓN CONTENIDO CONFERENCIA Y PONENTES:**

***José Manuel Farto***

*Coordinador de Alcaldía. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz*

***Andrés Ortiz-Osés***

*Filósofo y catedrático de la Universidad de Deusto*

***Abraham García***

*Cocinero, escritor. Propietario del restaurante Viridiana de Madrid*

***David Torres***

*Escritor y columnista. Finalista del Premio Nadal 2003. Su último libro es "Niños de Tiza"*

***Pepe Barrena***

*Moderador y Creador de la ponencia.  
Productor y Publicista. [barrena-procom@terra.es](mailto:barrena-procom@terra.es)*

## **PROYECCIÓN MERCADO DE LES HALLES (PARÍS)**

Iniciamos el debate con la referencia a los clásicos mercados de abastos que han desaparecido (o están desapareciendo en muchas ciudades), siendo sustituidos por galerías comerciales o simplemente siendo demolidos... ¿Hay que recuperarlos? ¿Pierde encanto la compra alimenticia en las megasuperficies o lo que prima es la comodidad del transporte y el surtido alternativo de la oferta? ¿Está desapareciendo el trato directo con los vendedores?....

## **PROYECCIÓN TIENDA DE ESPECIAS**

Un segundo tema a tratar, apoyado en esta secuencia, es la de los artesanos y tenderos... ¿El que raramente se encuentran influye en la desaparición de cierto tipo de negocios y establecimientos? ¿Son profesiones u oficios que, si vuelven, abrirían expectativas a nuevos locales, a puestos de trabajo...? ¿Las instituciones deberían ayudar económicamente o a nivel de formación a estas personas?

## **PROYECCIÓN PELUQUERÍA ANTIGUA**

En ciertos pequeños placeres de la vida (también necesidades), como ir a cortarse el pelo... ¿Es preferible la tradición o la modernidad? La secuencia cadenciosa y sensual de esta película es un simple apoyo para tratar desde el establecimiento “fotocopia” hasta el concepto unisex, pasando por algo tan

interesante como la iconografía de antiguo en ciertos sectores comerciales o de servicios (el ejemplo del símbolo tricolor que giraba a las puertas de las peluquerías puede servir para sacar a colación también la “escenificación” y el escaparatismo como gancho para el viajero...)

## **PROYECCIÓN CAMARERO CON TIC**

De nada vale lo anteriormente apuntado si falla el personal...

¿Habrá que crear una escuela de amabilidad, de acogida?

¿Llegaremos al empleado robot? ¿Es consciente el propietario de la importancia que tiene este aspecto a la hora de vender y hacer clientela? ¿En qué orden de prioridades estaría la atención, la educación, la inteligencia frente a la experiencia, el diseño, la ubicación, etc..?

## **PROYECCIÓN PASTELERO POETA**

El ingenio, el marketing, la creatividad serán la base de este capítulo del debate. Digamos que la novedad siempre atrae... pero ¿cómo afianzar el negocio con el tiempo? Un dicho muy nuestro afirma que el que da primero da dos veces; sin embargo, los americanos prefieren eso de que no hay que ser el primero... sino el mejor!

## **PROYECCIÓN MAGIA Y EFECTOS ESPECIALES**

Esta curiosa secuencia nos sirve de acceso al espectáculo en la calle como cebo para movilizar a los ciudadanos y turistas. Tan importante como buscar nuevos eventos populares es recalcar la admirable labor que están llevando a cabo movimientos como las “guerrillas gardering”, activistas urbanos que están cambiando los solares de las ciudades por jardines, espacios inutilizados por exposiciones artísticas... Altruismo, diversión... ¿un imán para el comercio urbano?

## **PROYECCIÓN RESTAURANTE WESTERN**

Hablemos de las casas de comidas que ya casi no quedan, del fast food que todo lo asola, del cosmopolitismo mal entendido... de los sabores identificables y arraigados en cada zona. ¿Sería un sueño, ampliando la pregunta, que cada ciudad se identificase con una especialidad?... Grasse y los perfumes, Berlín y los biergärten (restaurantes ajardinados), etc...

PREGUNTA FINAL A LOS PONENTES:

¿CÓMO SERÍA LA CIUDAD SOÑADA?