



TÍTULO: From the first Department store to the current Supermarkets, Shopping Centre, Retail Park, Mall and Outlet: new means of conservation of the memory of the contemporary retail.

AUTOR: Franco A. Fava. Sociólogo. Presidente del LISES (Liberi Istituti di Studi Economici e Sociali) e curatore del MECC (Museo Europeo online del Commerce e del Consumitori-Università di Torino). Italia

franco.fava@unito.it

La historia de las modernas formas de comercio, desde los primeros almacenes hasta los actuales supermercados, muestra una analogía con la revolución industrial, incluyendo las consecuencias sociales para los trabajadores, tanto como para los consumidores. Excepto por el hecho de que esta historia ha recibido poca atención de parte de los investigadores hasta ahora. De cualquier manera, el autor –un sociólogo- propone mirar hacia los nuevos significados de conservación de esa memoria, sugiriendo sustituir los clásicos museos de colecciones de artefactos, instrumentos, artículos de toda clase, con “centros de cultura”, buscando ser “lugares reconocidos para la celebración de una cultura, de una memoria social compartida, de la tradición de una determinada, activa y particular comunidad”. No deberían ser lugares de celebración de “lo que hemos sido”, más bien “lugares donde se pueda encontrar de nuevo elementos positivos, innovadores, destacados de un comercio moderno, todavía disponible (...) a jugar un rol de simulación y análisis”. En este punto hay una convergencia con el rol de patrimonio industrial como compañero de ciertos tipos de desarrollo sostenible.

Hoy en día, en los países occidentales las fábricas y las industrias son supermercados, centros comerciales y grandes almacenes, en relación a los ingresos y número de empleados.

Las fábricas y la industria han sido estudiadas con atención, desde un punto de vista económico y sociológico, mientras que los Estudios sobre el comercio moderno son menos conocidos. Entonces, tenemos que alentar este tipo de investigaciones, para entender cómo será la sociedad en el futuro.

Tenemos que estudiar el pasado para entender el presente.

Por esta razón, es importante crear un lugar especial de estudio y práctica, como el Museo del comercio y del consumidor (M.E.C.C. Museo Europeo online del comercio y del consumidor).

Cada persona interesada será bienvenida.

Somos los pioneros de estos estudios sociales y económicos: será un reto para conocer mejor nuestra sociedad.