



<b>CURSO</b>	:	<b>NUEVOS DEBATES SOBRE EL SHOPPING CENTER</b>
EN INGLÉS	:	NEW DEBATES ABOUT SHOPPING CENTERS
SIGLA	:	IEU3052
CRÉDITOS	:	5
MÓDULOS	:	2 / bimestral
REQUISITOS	:	ESTUDIANTES DE POSTGRADO UC
CARÁCTER	:	OPTATIVO
PROFESOR	:	RODRIGO SALCEDO
PERÍODO	:	Marzo - Abril
HORARIO	:	Viernes, módulos 6 y 7

## I. DESCRIPCIÓN

El presente curso pretende entregar una conceptualización y una base de discusión en torno al más importante de los espacios de consumo actual, el shopping center. Esta discusión es esencialmente multidisciplinaria, incorporará elementos de la sociología, arquitectura, ciencia, política, psicología y la economía.

## II. OBJETIVOS

1. Conocer y discutir sobre los planteamientos que surgen en la literatura académica y profesional sobre el Shopping Center.
2. Conocer los debates que se han producido en torno al shopping center a partir de los años 1980's en adelante; distinguiendo las temáticas "clásicas (hasta el año 2000) y las "contemporáneas" (a partir del año 2000).
3. Desarrollar la capacidad de observación,, así como también la capacidad de reflexionar en torno a dicha observación.

## III. CONTENIDOS

Clase 1: Significado y transformaciones en el consumo moderno.

Clase 2: Historia de los espacios de consumo. Distinción entre espacios pre modernos, modernos, y post-modernos.

Clase 3: Evolución histórica del Shopping Center: Del suburbio fordista a la ciudad post-industrial. El mall como metáfora. (1956 – 1990)

Clase 4: Clásicos debates en torno al Shopping Center: Seducción, exclusión, vigilancia, artefacto de la globalización

Clase 5: Las prácticas sociales en el mall: Más allá del debate agencia / estructura (socialización, construcción de identidad).

Clase 6: La transformación morfológica y funcional del mall: Demalling (apertura a la ciudad, capas de complejidad, sistemas comerciales) (1991 – 2012).

Clase 7: Mercancía y shopping center: del consumo de mercancías al consumo de espacios.

Clase 8: Tendencias del shopping center hacia el futuro.

#### **IV. METODOLOGÍA:**

El curso se basará en la metodología de seminario, con breves exposiciones del profesor seguidas por discusión en el curso. Asimismo, se solicitará a los alumnos que realicen observaciones en distintos malls de Santiago, las que serán comentadas en clase.

#### **V. EVALUACIÓN:**

El curso se evaluará de la siguiente forma:

- 35% (cada uno) Elaboración de dos ensayos
- 30% Trabajo final

#### **VI. BIBLIOGRAFÍA:**

Moulián, T (1997) El consume me consume. Santiago: LOM

Bauman, Z (2007) Vida de consumo. Capítulo III "Cultura de consumo". Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica

Benjamin, W (1935) The arcades Project. Capítulo I: París Capital del S. XIX.

Salazar, G (2003) Ferias libres: Espacio residual de soberanía popular. Capítulos II y III. Santiago: Sitio Sur

Hardwick, J (2004) Mall maker: Victor Gruen: Architect of an American dream. Capítulos IV, V, VI. Philadelphia: University of Pennsylvania Press

Connel, J (1999) Beyond Manila: Walls, malls and private spaces. Environment and planning A. 31(3) pp 417 – 440

Goss, J (1999) Once upon a time in the commodity world: An unofficial guide to the mall of America. Annals of the association of American Geographers 89(1) pp. 45 – 75

Sarlo, B (2009) La ciudad vista. Parte I, La ciudad de las mercancías. Ciudad de México: Siglo XXI

Stillerman, J & Salcedo, R (2012) Transposing the urban to the mall. Journal of Contemporary Ethnography.

Pérez, M; Salcedo, R & Cáceres, G (2012) Apropiación y control social en un centro comercial de Santiago: Prácticas socio-espaciales y significaciones adolescentes. EURE, N° 113

Bermúdez, E. (2008). "Roqueros y roqueras, pavitos y pavitas, skaters, lesbianas y gays. El papel del consumo cultural en la construcción de representaciones de identidades juveniles". Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 6, (2): 615-666.

Salcedo, R (2003) When the global meets the local at the mall. American Behavioral Scientist. 46(8) pp. 1084 – 1103

Salcedo, R & de Simone, L (2012) Una crítica estática para un espacio en constante renovación: el caso de los malls en Santiago. Atenea

Perry, I (2010) Demalling, remalling, its all falling. Tesis para optar al grado de Magister en Arquitectura. Massachusetts Institute of Technology. Boston: Sin publicarse

Roderick, M (2009) Adaptative reuse of the big box store. Tesis para optar al grado de arquitecto. Roger Williams University. Rhode Island: Sin publicarse

Ritzer, G. 2003. Islands of the living dead: The social geography of McDonaldization. American Behavioral Scientist 47: 119-136

Miller, D (2009) The comfort of things. (elegir cuatro de los "retratos) Cambridge: Polity Press

Salcedo, R & de Simone, L (2011) El mall ha muerto, arqueología de una transformación. ¿Qué se viene para el mall del futuro? Tendencia en el comercio y el mall. Santiago: Documento interno Mall Plaza (por favor no citar).