

Universidad Nacional Autónoma México

Facultad de Filosofía y Letras

Colegio de Geografía

El espacio es ideológico

Para obtener el título de Licenciada en Geografía

Presenta

Srishti Sananda Granados González

Asesor: Dra. Georgina Calderón Aragón



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Quiero agradecer principalmente a mi madre por todo el apoyo incondicional que me ha brindado a lo largo de los años, sin el cual nada de esto sería posible. Siempre lo recordaré y valoraré profundamente.

A Georgina y Fabián, quienes han representado parte muy importante en mi formación, no sólo profesional, sino también como persona. Agradezco sus enseñanzas, la atención y el tiempo que me brindaron, así como también las charlas y ánimos que me dieron durante todo este proceso.

A David y Manuel por leerme y darme su punto de vista, que me dio muchos ánimos y permitió que me diera cuenta de muchas cosas que no había considerado pero con las cuáles he aprendido muchas otras.

A todos mis amigos que estuvieron cerca y con los cuales compartí esta etapa de mi vida, en la cual considero que crecimos juntos: Adrián, Lucero, Dani, Mou, Helena, gracias por estar ahí siempre. Y también a todos aquellos que, a pesar de la distancia me dieron ánimos. Gracias a todos.

*A mi mamá Lillian,
por su apoyo infinito, gracias por todo.*

Te quiero mucho.

Índice

Introducción.....	5
Capítulo I. Ideología	7
Acercamiento a la noción de ideología	7
Ideología en Marx	18
Ideología capitalista	24
Capítulo II. Geografía social.....	32
Antecedentes de la geografía social	32
Del espacio social y su producción	42
De la Ciudad y lo urbano.....	49
Capítulo III. Análisis de KidZania.....	57
Características generales	57
La representación	62
Kidzania como proyecto de Nación.....	66
Economía, dinámica interna y juego de rol	71
Funcionamiento interno.....	80
KidZania Cuicuilco	89
Conclusiones.....	99
Bibliografía	102
Referencias	103
Artículo de revista electrónica	103
Sitios de internet	103
Conferencia única	104

Introducción

KidZania es un centro de entretenimiento infantil que anteriormente era conocido como *La ciudad de los niños*. Es un proyecto empresarial transnacional mexicano que busca representar las ciudades en las que se encuentra ubicada para brindarle a los niños y niñas que lo visiten, una “experiencia única” en la que, a partir del juego de rol, puedan desempeñar una serie de actividades que simulan ser trabajos y servicios, es decir, es un lugar donde los niños juegan a ser adultos. Mediante el trabajo y el consumo de ciertos bienes y servicios se representa el mundo adulto.

Este proyecto empresarial se ha destacado por ser un “concepto innovador” a nivel nacional e internacional en cuanto al entretenimiento infantil, pues combina el entretenimiento (el juego) con un enfoque educativo a partir de las representaciones a escala “infantil” de y en diferentes ciudades. A quince años de haber iniciado, ahora se encuentra en 23 países alrededor de todo el mundo, con miras de seguir expandiéndose hacia otros.

El objeto de nuestro análisis es específicamente KidZania Cuicuilco, ubicado al sur de la Ciudad de México. Este centro de edu-entretenimiento (como la propia empresa lo define), llama poderosamente nuestra atención al ser una representación de esta ciudad, que cobra vida mediante el juego de rol, elemento fundamental para el funcionamiento de su dinámica interna. En este sentido, y a partir del pensamiento de Henri Lefebvre, planteamos que KidZania Cuicuilco, más allá de ser un espacio producido, (que en efecto lo es) responde también como en cualquier espacio a una *representación del espacio*, o dicho en otras palabras, es una representación de la ciudad capitalista con la forma específica del centro de México que, como se mencionará en el Capítulo III, es ideológica. Pero no sólo es ideológica por la manera en que se presenta y representa a la ciudad, sino porque además reproduce la ideología capitalista.

Esto quiere decir que *lo ideológico* será abordado de dos maneras particulares. Por un lado, haremos alusión a la noción de representación en general y del espacio (de la ciudad capitalista) en particular, y por otro lado, a la

reproducción de la ideología capitalista, tanto por la manera en que se lleva a cabo el juego, como por la forma en que se consume el lugar, es decir, por la propia manera en la que se presenta el consumo del servicio.

Para ello, en el primer capítulo, tendremos una aproximación al debate en torno al concepto de ideología, de donde tomamos la definición elaborada por Marx desde la interpretación del sociólogo chileno Jorge Larraín (2014), quien también nos brinda elementos para caracterizar, específicamente, la ideología capitalista, para después revisar de qué manera ha sido retomado el tema desde la Geografía.

Este punto destaca la importancia del presente trabajo, pues en él, se reconoce la necesidad que tiene la Geografía de introducirse en los debates que se llevan a cabo desde las ciencias sociales, de donde se pueden distinguir diferentes posturas con respecto a un mismo tema, ya sea porque cada disciplina aporta un enfoque específico o, porque se parte de un cuerpo teórico diferente.

En este sentido, en el segundo capítulo se detallará desde qué Geografía estamos realizando nuestro análisis, una aproximación a sus antecedentes y una idea general sobre el espacio social, así como una tentativa de definición de ciudad capitalista y de lo urbano, entendido a partir del pensamiento de Lefebvre. De ahí, retomaremos la noción de *representación de espacio* que será articulada, junto con el concepto de representación en general, en el análisis que se elabora en el tercer capítulo.

En este último capítulo se profundizará en los mecanismos con los que opera KidZania en general, dando ejemplos de KidZania Cuicuilco. Señalaremos, con las herramientas teóricas que se desarrollaron en los capítulos I y II, cómo KidZania Cuicuilco reproduce la ideología capitalista y porqué es una representación ideológica, para poder asegurar que éste es un espacio ideológico.

Capítulo I. Ideología

Acercamiento a la noción de ideología

Probablemente el estudio de la ideología sea uno de los más complejos por la amplia diversidad de definiciones que la sitúan como uno de los conceptos más polémicos dentro y fuera de la academia. La confusión se ha hecho patente, tanto así que incluso ha habido teóricos que han propuesto sustituir dicho concepto por alguno más sencillo (por ejemplo discurso), o simplemente han optado por no mencionarlo.¹

Las discusiones para definir a la ideología se han llevado a cabo desde las ciencias sociales. Cada una de ellas, le ha dado un enfoque específico desde el área del conocimiento al que pertenecen y se han preocupado por diferentes cuestiones, esto ha correspondido a los contextos históricos en los que se ha estudiado y a elementos específicos como su origen, función, estructura, etc., *grosso modo* podemos clasificarlas en tres tipos con sentidos diferentes: negativas, neutras y positivas. (Lefebvre, 2013; Larraín, 2014a, 2014b)

Desde su origen, se han elaborado una serie de teorías que si bien, han contribuido a un rico debate en torno a la noción, también han marcado pautas en cuanto a posturas políticas. En efecto, no podemos olvidar que cuando se habla de ideología, inevitablemente también se hace referencia a una cuestión en torno al poder.

Y esto es evidente cuando comenzamos a analizar el concepto desde el momento en que fue propuesto. De acuerdo a Terry Eagleton (2005), entre otros autores, fue Antoine Destutt de Tracy quien acuñó el término, haciendo referencia a un estudio sistemático de las ideas. Tracy proponía que las ideas, (consideradas hasta ese momento como entidades espirituales), podían ser estudiadas científicamente. De esta manera, la ideología fue considerada la ciencia de las ideas. “Originalmente “ideología” significó el estudio científico de las ideas

¹ Incluso se elaboró una teoría infiriendo su fin.

humanas; pero muy pronto el objeto pasó a dominar el enfoque, y el término pasó rápidamente a significar los propios sistemas de ideas”. (Eagleton, 2005: 93)

El término fue acuñado en el siglo XVIII, simultáneo a la revolución francesa, entonces “[s]er un “ideólogo”-un analista clínico de la naturaleza de la conciencia- era ser crítico de la “ideología”, en el sentido de los sistemas de creencias dogmáticos e irracionales de la sociedad tradicional. Pero de hecho esta crítica de la ideología era por sí misma una ideología...” (*ibid.* pág. 94) Es así, que podemos identificar dos primeros sentidos que se le atribuyen al término ideología, uno convertido en ciencia (sentido positivo) y otro relacionado a un conjunto de ideas y creencias (sentido neutro). El proyecto del primer sentido de ideología se inscribía al de la Ilustración, que planteaba un cambio en la sociedad a partir de la razón, de tal manera que “[l]a finalidad de los ideólogos de la Ilustración en tanto que portavoces de la burguesía revolucionaria de la Europa del siglo XVIII, era reconstruir la sociedad desde su raíz sobre la base racional.”(*ibidem.* pág. 94-95) Es decir implicaba una connotación positiva, pues significaba conocimiento y progreso.

El origen del término se basó en la filosofía empirista de John Locke, quien suponía que las ideas humanas derivaban de las sensaciones, pues respondía a los intereses de la emergente clase burguesa, que se contraponía al orden social dado en ese momento histórico (Eagleton, 2005). Se estaba en contra de un régimen de poder religioso que para los intelectuales de la Ilustración, representaba un control social basado en ilusiones metafísicas. La lucha intelectual estaba precisamente desafiando los supuestos metafísicos (religiosos) que regían hasta ese entonces la política social. Su contrapartida fue entonces la luz de la razón.

“En efecto, el surgimiento de la problemática posteriormente asociada con el concepto de ideología, está estrechamente ligado a las luchas de liberación de la burguesía de los yugos feudales y el surgimiento de la nueva actitud crítica propia del pensamiento moderno.” (Larraín. 2014a: 9)

A partir de estos planteamientos, se consideraba (desde la razón ilustrada) que las ideas eran el origen de la vida material (este fue el argumento que tiempo después criticaría Marx en contra del idealismo alemán).

En ese sentido,

“La ideología es un golpe revolucionario a los sacerdotes y reyes, a los custodios y técnicos tradicionales de la “vida interior”. El conocimiento de la humanidad se sustrae al monopolio de una clase dominante para que lo aplique en su lugar, una élite de teóricos científicos”. (Eagleton. 2005: 95-96)

La ideología en su acepción de ciencia implicó una crítica hacia el poder dominante de la Iglesia y de los monarcas, ya que “[l]a teoría de la conspiración sacerdotal se proponía dejar en claro que tras las representaciones religiosas se ocultaban intereses de poder.” (Larraín. 2014a: 20)

Sin embargo, tiempo después resultaría en otra forma de élite que respondió a un nuevo orden social donde ahora ellos (burguesía/ideólogos franceses) serían el poder dominante, es decir, a pesar de significar una contraparte a la clase dominante (constituida por la religión y por los reyes) sólo pasaron a sustituir ese rol con los principios de la razón ilustrada. “El hecho de que la razón científica tuviese que adentrarse en los más íntimos recovecos de la psique humana no es sólo teóricamente lógico, sino políticamente esencial.” (Eagleton. 2005: 96)

Eagleton nos adentra un poco a la vida de Destutt de Tracy, contextualizando la situación en la que se encontraba en relación con el sistema que criticaba:

En el momento culminante de la Revolución, Tracy pasó a ser un miembro destacado del *Institut National*, la élite de científicos y filósofos que formaron el ala teórica de la reconstrucción social de Francia. Trabajó en la división de Ciencias Morales y Políticas del Instituto, en la Sección de Análisis de Sensaciones e Ideas, y se empeñó en crear para las *écoles* centrales del servicio civil un nuevo programa de educación nacional que tuviese como base la ciencia de las ideas.” (*ibid.* pág. 97)

Aparentemente Napoleón apoyaba su visión, hasta que comenzó a renegar del idealismo revolucionario. Así fue que se dio una confrontación entre el liberalismo político y republicanismo contra el autoritarismo bonapartista. Este suceso es de suma importancia por dos razones: por un lado, se denota el acento político de la noción ideología, entendida como conjunto de creencias e ideas, y por otro lado, al ser criticado por Napoleón, se vislumbra el origen de su sentido peyorativo (que más adelante será retomado por Marx en *La ideología alemana*, aunque con un acento totalmente diferente) ya que para él (Napoleón), Tracy y sus colegas del instituto “cuestionaban las raíces de la autoridad política y privaba brutalmente a hombres y mujeres de sus ficciones consoladoras.” (*ibidem*. pág. 98)

El grupo al que pertenecía Tracy, que luchaba en contra de las ilusiones metafísicas de la religión, fue criticado en el mismo sentido que ellos cuestionaban al poder dominante, pero ahora en razón a las ideas como el principio de la materialidad concebida, es decir que a pesar de reusar de las ideas en su versión espiritual, la explicación empirista dada desde las sensaciones, desde los afectos, también caía en una especie de nebulosa, que trataba de dar razón científica a las formaciones materiales.

“Así, podemos aventurar la paradoja de que la ideología surgió como una crítica cabalmente ideológica de la ideología.” (*ibidem*. pág. 94) En este sentido, ya se deja entrever algunas de las cuestiones que han sido clave para la discusión posterior con las respectivas teorías de la ideología que se fueron elaborando durante el siglo XIX (empezando con Marx) pero sobre todo en el siglo XX y hasta la fecha, como lo son el sentido peyorativo de la noción de ideología y el concepto de conciencia (a la que el joven Marx aludirá como falsa) que implicará un gran desafío para las teorías de la ideología que serán elaboradas tiempo después. Sin olvidar claro, el acento político que significa que se discuta o no el propio concepto y cómo se defina. En este punto será importante recordar por qué Napoleón señaló al grupo intelectual de Tracy de charlatanes y soñadores, pues “[s]i Napoleón denuncia a los ideólogos es porque éstos son enemigos encarnizados de la ideología, con la intención de desmitificar las ilusiones sentimentales y la

insensata religiosidad con la que esperaba legitimar su dominio dictatorial”.
(*ibidem.* pág. 99)

Esto cobra aún más sentido con el análisis de Larraín, haciendo mención de Hobbes y Maquiavelo, quienes creen “que los seres humanos necesitan la religión y los monarcas autocráticos para que la felicidad común y la paz puedan ser logrados mediante la ignorancia y el miedo.” (Larraín. 2014a: 18) Esta será una de las funciones de la ideología, sobretodo en su sentido negativo, dado que implica relaciones de poder y control, en otras palabras, de dominio.

A pesar del enojo de Napoleón, Destutt de Tracy continuará con su trabajo, del cual, una parte relevante que menciona Eagleton (2005) es la afinidad que tuvo posteriormente con Marx en su análisis (más en relación con *El capital* que con *La ideología alemana*), pues también “creía que los intereses económicos eran los determinantes últimos de la vida social, pero encontraba en estos intereses un carácter recalcitrante que amenazaba con socavar su política racionalista. ¿Para qué sirve la razón -se quejaba- a la hora de persuadir a los ricos ociosos que no valen para nada?” (Eagleton. 2005: 99) De hecho Marx lo consideró una “luz entre los economista vulgares, aunque le atacó...tachándole de “doctrinario burgués de sangre fría” (*íbid.* pág. 100) por su estatus social, del cual él mismo renegaba.

Es así que podemos decir, que la ideología posee de alguna manera, una relación con la *legitimación* del poder de un grupo o clase social dominante. Citando a John B. Thompson, se puntualiza lo siguiente: “Estudiar la ideología... es estudiar las formas en que el significado (o la significación) sirve para sustentar relaciones de dominio” (John B. Thompson, 1984: 4. citado en Eagleton. 2005: 24) De acuerdo a este último autor, probablemente ésta sea una de las definiciones más aceptadas. En este sentido, señala seis estrategias afines a legitimar dicha ideología dominante: “*promocionando* creencias y valores afines a él; *naturalizando* y *universalizando* tales creencias para hacerlas evidentes y aparentemente inevitables; *denigrando* ideas que puedan desafiarlo; *excluyendo* formas contrarias de pensamiento, quizá por una lógica tácita pero sistemática; y

oscureciendo la realidad social de modo conveniente a sí misma” (*íbidem.* pág. 24-25)

Esta manera de entender el modo de operar de una ideología tendría que ser correspondida por un proyecto concreto que, efectivamente esté planteado por un grupo de la clase dominante, en este sentido, nos aproxima a comprender de qué manera, será tratado en nuestro análisis, puesto que partimos precisamente de un proyecto empresarial. Sin embargo, no podemos olvidar que aplica con ciertas restricciones, porque aún nos falta comprender sus implicaciones materiales, es decir, cómo opera en la práctica material.

Retomemos la referencia a Marx, ya que será él quien posteriormente continuará hablando de la ideología, aunque en varios sentidos un tanto diferentes, que serán parte de las posteriores discusiones que se retomarán de maneras diversas, e incluso en algunas ocasiones contrapuestas desde varios sucedáneos del marxismo, como lo fueron Lenin, Altusser, Gramsci, Luckács, Habermas, Manheim, entre muchos otros. Podemos señalar que, de hecho, fueron los marxistas quienes recuperaron la noción de ideología (como parte de las formaciones sociales, como concepto y categoría de la realidad social), y la integraron en sus trabajos e intentaron definirla, de tal manera que es a partir del debate marxista que varios estudiosos de la ciencias sociales, sociólogos, historiadores y psicólogos primero, politólogos, lingüistas y antropólogos después, retomarán la discusión y aportarán, desde su propio enfoque, una versión que denotará una explicación específica de acuerdo a la finalidad de cada estudio.

“Así pues, la aparición del concepto de ideología no es un mero capítulo de la historia de la ideas. Por el contrario, figura desde el principio como un arma teórica de la lucha de clases.” (*íbidem.* pág. 100) De aquí la relevancia de su estudio y su posibilidad de ser definida de una u otra manera. Para tener un acercamiento a las dificultades teóricas que implica su estudio debemos considerar dos problemas de ahora en adelante. El primero tiene que ver con las interpretaciones que se han realizado sobre el trabajo intelectual de Marx, es aquí donde algunos autores han resaltado de tal manera que a partir de su

interpretación surgió una corriente marxista diferente, como es el caso de Lenin, Althusser o Gramsci, sólo por mencionar algunos. Es por eso que podemos identificar diferentes marxismos. El segundo es, que los autores marxistas que han tenido como objeto de estudio la ideología, repitámoslo, la han abordado desde su área disciplinar, dándole diferentes enfoques.

Es así que, aunque varios autores se refieran a falsa conciencia, como la definición de ideología a la cual Marx hizo referencia, cada uno lo entenderá de una manera particular, porque para empezar ¿qué es la conciencia? y ¿por qué es falsa? Las respuestas a estas preguntas, como ya se ha mencionado, difieren por la corriente teórica con la que se responda y por la disciplina académica a la que se adscriban los autores. Para algunos la conciencia forma parte esencial del campo de investigación de la psicología, sin embargo, partiendo de que el sujeto no se encuentra aislado de la sociedad, también podemos considerarlo un producto social.

El problema parece recaer en la división entre sujeto y sociedad, conciencia y estructura, idea y práctica. Es una cuestión fundamentalmente del método, y la manera en la que se ha tratado de resolver se muestra diferente en cada marxismo.

Por ejemplo, en la interpretación que Eagleton (2005) realiza, se distinguen principalmente dos acepciones de ideología, la primera ubicada en *La ideología alemana* (más afín a una noción de conciencia, en un sentido individual) y la segunda en *El capital* (que se separa un tanto de la noción de conciencia para desarrollarse en un sentido más amplio, dicho con otras palabras, en un sentido social). Tal vez esta puede ser una manera un tanto simple de concebir el cambio de sentido en el concepto de ideología, pero nos permite entender a grandes rasgos cuáles han sido los grandes ejes temáticos que han orientado la discusión.

Ambas acepciones, de acuerdo con Eagleton, forman parte de una teoría más general, la de la alienación. La diferencia recae en que, en *La Ideología Alemana*, a la lógica general de la alienación se le atribuye también la de la

inversión, y en este sentido podemos identificarla en la conciencia con relación a las prácticas sociales, mientras que en la segunda pasa directamente a la realidad en tanto que producto social, es decir, pareciera que entonces la conciencia ya no figura más, en el proceso ideológico y por esta razón, podemos reconocer la tendencia estructuralista del autor ya que asume la división entre conciencia y realidad concreta. Pasemos a examinar la primera en su condición de conciencia.

“Si se conciben las ideas como entidades autónomas, esto contribuye a naturalizarlas y a deshistorizarlas; y este es, para el joven Marx, el secreto de toda ideología...” (*íbidem.* pág. 102) La crítica que reivindicaba Marx contra el idealismo alemán, partía de la tradición ilustrada, de entender la materialidad a partir de las ideas que había logrado su configuración. Lo que hizo el joven Marx fue invertir esta ecuación, al decir que la conciencia no determinaba a los hombres, sino que eran éstos los que producían su conciencia.

En contraste directo con la filosofía alemana, que desciende de los cielos a la tierra, nosotros nos elevamos de la tierra al cielo. Es decir, no partimos de lo que los hombres dicen, imaginan, conciben ni de los hombres en cuanto seres narrados, pensados, imaginados, concebidos, para llegar a los hombres de carne. Partimos de los hombres reales y activos, y sobre la base de su proceso vital real demostramos el desarrollo de los reflejos ideológicos y de las repercusiones de este proceso vital... La vida no está determinada por la conciencia, sino la conciencia por la vida.”
(Marx y Engels, *The German Ideology*, pág. 47 citado en Eagleton. pág. 102)

En esta primera acepción, podemos distinguir una dicotomía entre las ideas y la acción, es por ello que la definición que encontramos en esta primera aproximación se identifica como falsa conciencia, pues en tanto que la conciencia forma parte de la realidad material de los hombres, la ideología en este sentido la invierte, es decir, es falsa. En ese momento, lo que se le contrapone, como algo verdadero, es la racionalidad de la ciencia. Este primer acercamiento representará un primer atolladero en las posteriores teorías de la ideología con lo que respecta a enfrentar la ideología con la ciencia, con relación a una falsa conciencia versus

un conocimiento verdadero. Por la finalidad del trabajo, no profundizaremos en este debate.

En este sentido es entendible por qué Marx y Engels decían que una ideología no podía ser combatida por otra ideología, sino únicamente por la acción transformadora de la realidad. Para esta primera definición de ideología se utilizó la metáfora de la imagen invertida en el proceso físico de observación de la retina, (y también la imagen de la cámara oscura) con la que se trató de explicar su “falsedad”. Entonces la ideología, sólo era atribuida a la clase dominante, lo cual fue sumamente criticado, ya que el momento histórico en el que el concepto se neutralizó y le fue otorgado un nuevo sentido positivo, responde a la Rusia socialista que buscaba formar un frente opuesto al capitalismo. “No se debe olvidar que toda reflexión teórica tiene como telón de fondo luchas políticas y procesos sociales que inevitablemente la afectan.” (Larraín. 2014b: 33)

Es en este momento cuando Lenin “quería crear los ‘conceptos y métodos necesarios para la conducción de una lucha proletaria exitosa por el poder en Rusia’.” (Perry Anderson, citado en Larraín, 2014b: 34) Entonces, la falsa conciencia era atribuida a la burguesía, mientras que la verdadera conciencia recaía en el proletariado. Estas primeras corrientes marxistas, (que también incluyen a Lukács y Gramsci) de acuerdo a Larraín, no tuvieron acceso a *La Ideología alemana*, y es por eso que la definición de ideología se encuentra relacionada con la noción de clase social. “De este modo la ideología ahora se refiere a las ideas políticas de clase en vez de referirse al ocultamiento de contradicciones.” (*ibid.* pág. 35)

Sin embargo, esta relación se torna un tanto complicada, porque la “distinción entre dos formas de conciencia de clase no coincide con la distinción entre ideología socialista e ideología burguesa. La ideología es definida por su conexión con los intereses de una clase. Pero de esto no se sigue que todas las ideas producidas por una clase promueven los intereses de esa clase.” (*ibidem.* pág. 37)

Entonces,

La falsedad de las ideas, podríamos decir, forma parte de la “verdad” de una condición material de conjunto. Pero la teoría que identifica esta falsedad se desvanece de golpe, al denunciar una situación que simplemente, por su condición de teoría, es incapaz de resolver... En cierto sentido, esta crítica retiene algo de una estructura racionalista o de la Ilustración: la verdad, o la teoría, arrojarán luz sobre las concepciones falsas.” (*ibidem.* pág. 103-104)

Retomando la noción de conciencia, se infiere que resulta de la práctica social y de este planteamiento Eagleton destaca dos sentidos que son importantes diferenciar: el primero pertinente a una tesis materialista general, donde las ideas son inseparables de las actividades materiales y el segundo, que parte del “argumento materialista *histórico* de que ciertas formas de conciencia históricamente específicas se separan de la actividad productiva, y pueden explicarse mejor en términos de su papel funcional en su mantenimiento”. (Eagleton. 2005: 105-106)

A esta doble manera de entender la conciencia, se le otorga principal importancia en el segundo sentido (estructura histórica) que recae en el planteamiento teórico de las formaciones sociales correspondiente a la noción base-superestructura, y que en ese sentido, es localizable en esta última, la “superestructura” (separada de su “base” económica). La ideología se coloca entonces en la superestructura. La connotación de falso, entendida como ilusión, se pierde, pues su significado deja de referirse únicamente a la clase dominante.

“Es de señalar que la referencia a las formas *ilusorias* se ha abandonado; no hay una sugerencia particular de que estos modos “superestructurales” sean en ningún sentido quiméricos o fantásticos. Podemos señalar que la definición de ideología se ha ampliado para abarcar a *todos* los “hombres”, en vez de sólo a la clase gobernante; la ideología tiene ahora el sentido más bien peyorativo de la lucha de clases en el nivel de las ideas, sin implicar ello necesariamente que estas ideas sean siempre falsas.” (*ibid.* pág. 113)

Este es uno de los temas ejes que se trazan en las discusiones posteriores. La cuestión de una definición estrecha (relacionada a la conciencia de una clase

social-dominante o no) y otra más amplia que trata de dar razón de otras formas ideológicas que también pueden considerarse como parte de la superestructura antes mencionada (político, jurídicas, culturales, sexuales, etc.). Ambas válidas, pues responden a preocupaciones diferentes.

En la segunda acepción, referida en *El capital*, el tema de la alienación se amplía y se desarrolla más en torno al fetichismo de la mercancía. La noción de ideología pasa de la conciencia de los sujetos sociales a la producción misma de la realidad.

“La ideología es ahora menos una cuestión de que se invierta la realidad en la mente que del reflejo mental de una inversión real. De hecho ya no es principalmente una cuestión de *conciencia* en modo alguno, sino que está anclada en la dinámica económica cotidiana del sistema capitalista. Y si esto es así, la ideología se ha transferido, por así decirlo, de la estructura a la base, o al menos revela una relación específicamente estrecha entre ambas.” (*ibidem*. pag. 119)

Esto quiere decir, que la falsedad deja de estar en el control del sujeto social (en parte) y pasa a incorporarse a la propia manera en que la realidad se presenta (y se produce). Esto, en el modo de producción capitalista, ya que es parte constitutiva de sus formas de producir, tanto en el sentido mismo de la mercancía como en su relación con las relaciones sociales. Recordemos que el concepto de producción abarca este modo que ahora se presenta intrínseca a ella, pues tiene una función específica, que es la perpetuación del sistema, así como de las relaciones sociales de producción y reproducción que responden a ella.

“Nótese que mientras en *La ideología alemana* la ideología se centraba en no ver las cosas como son realmente, en *El capital* ocurre que la propia realidad es falsa y engañosa. Así la ideología ya no puede ser desenmascarada simplemente por una clara atención al “proceso vital real”, pues presenta un conjunto de apariencias que son de algún modo estructurales a él, es decir, incluye su falsedad en su verdad.” (*ibidem*. pag. 121)

Esta manera de explicar los cambios en la noción de ideología en Marx, nos aproxima a comprender de una manera sencilla qué es y cómo opera, sin

embargo, al estar basada en la idea base-estructura, no termina de solucionar la dicotomía planteada anteriormente entre conciencia y estructura, porque sólo desplaza el concepto, de tal forma que parece que sigue manteniendo esa división entre el interior y el exterior.

Ideología en Marx

Esta aparente dualidad entre la conciencia y la estructura, entre la subjetividad y las determinaciones materiales, puede aclararse mejor con la interpretación de Jorge Larraín (2014a), quien no sólo lee a Marx desde su trabajo intelectual, sino también desde autores que lo influenciaron y que marcaron un cambio relevante en su obra, como Hegel y Feuerbach. Además, encuentra en Maquiavelo un precursor de estudios relacionados con elementos de la ideología, por su observación de las prácticas políticas de los príncipes. Esto es una pequeña muestra de las diferencias que pueden existir entre dos interpretaciones marxistas sobre una misma noción.

De acuerdo a Larraín el “desarrollo intelectual de Marx sigue un patrón lógico en el que destacan tres períodos.” (Larraín. 2014a: 38) que podemos caracterizar de la siguiente manera:

- 1) Primer periodo: debate filosófico y crítico en el que las referencias fundamentales eran Hegel y Feuerbach (sin llegar a una ruptura epistemológica; comprende sus primeros escritos y llega hasta 1844)
- 2) Segundo periodo: “estuvo dominado por la construcción del materialismo histórico” (*ibid.* pag. 39) (*La Ideología Alemana*)
- 3) Tercer periodo: análisis detallado de las relaciones sociales capitalistas. (de 1858 con la relectura de *La ciencia de la Lógica* de Hegel y escritos de madurez a partir de los *Grundrisse*.)

Ahora la cuestión de la conciencia y la estructura de la realidad, están planteadas en la distinción entre la esencia y la apariencia de la realidad. La definición de Marx de ideología como conciencia falsa o conciencia invertida, se encuentra

situada en la noción de inversión que toma de Hegel, pero que interpreta de una forma diferente. Para Hegel, el problema con la noción de inversión estaba situada en la conciencia, y precisamente era ahí mismo donde podía resolverse: “En el proceso de dividirse a sí misma, de repelerse a sí misma de sí misma, la auto-conciencia establece al objeto como el reverso de sí misma. La inversión, por lo tanto, es el resultado de la alienación de la auto-conciencia.” (*ibidem.* pág. 47) Esto quiere decir que al objetivizar la realidad en la conciencia, y reconocer que se ha llevado a cabo una inversión (para Hegel), que la inversión se podía resolver ahí mismo en la conciencia, mediante la Idea.

Sin embargo para Marx, el problema de la inversión en la conciencia, no podría resolverse más que en las prácticas materiales. “La alieanación surge para Marx de la falta de los individuos sobre ese poder objetivo. Es sólo en estas circunstancias que las condiciones objetivas, que son prácticamente producidas, pueden gobernar a sus productores, en vez de ellos gobernar a sus productos.” (*ibidem.* pág. 48)

Larraín asegura que desde los primeros escritos de Marx, se vislumbra un antecedente del concepto, y que debe considerarse una continuidad en toda su obra, ya que si no hubiera sido por los primeros planteamientos que llevó a cabo, no hubiera podido desarrollar sus trabajos de madurez. De esta forma destaca la manera en que, desde los primeros trabajos, hace referencia a la conciencia invertida pero, generada por una realidad invertida, “para Marx no es la alieanación invertida [en la conciencia, según Hegel], sino una realidad invertida la que genera un conciencia invertida” (*Íbidem.* pág. 48). Lo que demuestra que la inversión en la conciencia no se desplaza a la inversión de la realidad, sino que procede de ella.

Entonces no habría una ruptura en el pensamiento de Marx tanto como una continuidad de ideas que se fueron relacionando mejor, ya que desde esta primera etapa, la ideología, entendida como conciencia invertida, es considerada así debido a que la realidad también se encuentra invertida.

“El origen de esta inversión está en la realidad misma, que está de cabeza. Esto significa que Marx proponía la existencia de dos clases de inversiones: la inversión de la conciencia-ideología- y la inversión de la práctica social objetivada-alienación-. La ideología oculta la alienación, es una inversión de la inversión real. Para Hegel sólo podía haber una clase de inversión, porque la inversión de la conciencia era la realidad social objetivada” (*ibidem*. pág. 49)

La polémica a la que varios autores se han referido en *La Ideología Alemana*, responde más a una interpretación althusseriana, pues se establece una ruptura en el pensamiento de Marx haciendo un corte que divide una etapa pre-científica, y otra meramente científica (positivista) que concibe la ideología como una mera ilusión (Larraín, 2014a). En efecto, la ideología entendida como falsa conciencia es bastante problemática, pero representa un primer momento de estudio que, en *La Ideología Alemana*, comienza a tener una forma de teoría general, que posteriormente será más detallado, específico y de acuerdo al capitalismo. Cabe resaltar que si bien no se encuentra explícitamente una teoría sobre la ideología, ésta sí forma parte de explicar la manera específica en que se dan las relaciones económicas (y por tanto sociales) en el capitalismo.

Lo importante es reconocer la relación que se trata de establecer entre la conciencia y la práctica, que es lo que Marx critica en *La Ideología Alemana*, él “quería afirmar su convicción de que la conciencia no es independiente de las condiciones materiales, contra el idealismo, y que la conciencia no es un reflejo pasivo de la realidad externa, contra el viejo materialismo” (*ibidem*. pag. 55) como lo mencionábamos anteriormente con Eagleton, en cuanto a la problemática con el método, sin embargo, la solución propuesta (desde Larraín) es diferente porque entonces la noción de falso, ahora no estaría basada en la producción de la realidad solamente, sino en el no reconocimiento, o distorsión de las contradicciones en la vida material que producen esa realidad.

“Para Marx los problemas reales de la humanidad no son las ideas falsas, sino las contradicciones sociales: [es por ello que] las ideas falsas (ideología) son una consecuencia, no la causa de las contradicciones.” (*ibidem*. pág. 57) Para

poder comprender mejor el planteamiento anterior es necesario tomar en cuenta la interpretación de Larraín.

Jorge Larraín afirma que la elaboración del concepto de ideología, está planteado dentro de una teoría más amplia que corresponde al de la “formación de las ideas”, de donde nosotros resaltaremos tres puntos fundamentales para entender la diferencia entre el origen de las ideas y el de la ideología: 1. La importancia del materialismo histórico para explicar la formación de las ideas desde la práctica material; 2. La conocida frase donde se expresa que “las ideas de la clase dominante son en cada época las ideas dominantes” y 3. Que la conciencia debe ser explicada desde las contradicciones de la vida material.

En el primero, se resalta la importancia de la práctica, tanto para la formación de las ideas como, para el entendimiento de la realidad. Marx estableció que es a partir de la realidad práctica, de la división del trabajo, de las fuerzas de producción, del trabajo, etc. que se forman las ideas: “La determinación de la conciencia por la práctica es, por lo tanto, un principio universal que se aplica a todas las ideas, cualesquiera sea el grado de abstracción o validez.” (*íbidem.* pág. 66) Esto incluye también a las ideas ideológicas. Lo que las distingue de las ideas en general, está relacionado con un modo limitado de actividad material.

Esto significa que “[l]a ideología tiene que ver con aquellas ideas que expresan la práctica inadecuadamente. La razón de esto no es un proceso cognoscitivo defectuoso sino que las limitaciones de la propia actividad.” (*íbidem.* pág. 67) Esto quiere decir que existe un modo en el que la actividad material se encuentra limitada, debido a que el sujeto, precisamente se encuentra sujeto a una serie de condiciones sociales que restringen su capacidad creativa. El trabajador ya no es dueño de su trabajo, porque el trabajo lo ha dominado. “Este “modo limitado de actividad material” se refiere a una práctica que reproduce el “poder objetivo” en tanto opuesto al trabajador, una práctica que reproduce la naturaleza contradictoria de las relaciones sociales.” (*íbidem.* pág. 67)

En el segundo se esclarece la idea de que en una sociedad las ideas dominantes son las ideas de la clase dominante. De acuerdo a Larraín, esta idea ha caído en varias malinterpretaciones, pues afirma que la relación entre ideas y clase dominante puede concebirse de dos maneras: primero,

“es una relación causal-genética, es decir, las ideas más aceptadas son producidas por la clase dominante porque ella controla los medios de producción intelectual y porque esas ideas expresan la relación materia dominante. La segunda es una relación de afinidad de intereses que establece que, normalmente, las ideas producidas por los miembros de la clase dominante, coinciden con los intereses objetivos de la clase.” (*ibidem.* pág. 68)

Desafortunadamente, no sucede lo mismo con las clases dominadas, debido a que no poseen los medios de producción intelectual y se encuentran inmersos en relaciones de producción que no controlan, es por ello que “tienden a producir ideas que están sujetas a los intereses de la clase dominante.” (*ibidem.* pág. 69) Estas dos maneras de comprender la relación existente entre las ideas y la clase dominante, aplica para la formación de las ideas, en cambio, para el caso de la ideología únicamente responderá a los intereses de la clase dominante. “Es decir, la ideología necesariamente sirve a los intereses de la clase dominante, aun si no ha sido producida por esta clase.” (*ibidem.* pág. 69-70) De aquí deducimos la connotación negativa de la definición de ideología, la cual nos servirá ampliamente para problematizar nuestro estudio de análisis.

Por último el tercer punto es crucial para la definición que nos ayudará a explicar nuestro estudio. En él se establece que las ideas deberán ser explicadas a partir de las contradicciones de la vida material. Si consideramos que la contradicción es la parte dinámica de la inversión, estamos asegurando, como lo planteó Marx, que “los opuestos invertidos no pueden ser concebidos como elementos sustantivos que puedan existir por sí mismos...” (*ibidem.* pág. 70) por ejemplo, el capital no podría existir sin trabajo y viceversa, pero también se niegan el uno al otro, son contradictorios, se repelen.

El planteamiento al que se llega de esto tiene que ver con la relación que hay entre las ideas y las contradicciones. Si las ideas representan adecuadamente las contradicciones, no hay ningún problema, pero si las ideas distorsionan estas contradicciones, entonces son ideológicas. De aquí que se entienda que “[l]a ideología es una forma particular de conciencia que provee un cuadro distorsionado o inadecuado de las contradicciones, sea ignorándolas o representándolas mal.” (*ibidem*. pág. 72)

Estos tres puntos, que explican el origen y la función de las ideas, nos permiten tener una idea de los elementos que configuran esta definición de ideología, que se localiza en la segunda etapa del trabajo intelectual de Marx, de acuerdo a Larraín. En suma, la ideología tiene que ver con una práctica material limitada que distorsiona o interpreta mal las contradicciones sociales en pro de los intereses de la clase dominante. Es precisamente mediante la distorsión de estas contradicciones que logra mantenerse en el lugar privilegiado en el que se encuentra. No obstante, esto no quiere decir que sea el invento de una clase social, que conspira en contra del mundo. La razón por

“la que la ideología sólo pueda servir los intereses de la clase dominante es el resultado objetivo de que la negación u ocultamiento de las contradicciones juega un papel central en la reproducción de esas contradicciones: y es sólo a través de la reproducción de contradicciones que la clase dominante pueda reproducirse a sí misma como clase dominante” (*ibidem*. pág. 76)

Este concepto de ideología es considerado crítico y restringido. Crítico por que supone una distorsión y restringido porque sólo aplica a una distorsión: la mal representación u ocultamiento de las contradicciones sociales. Ahora bien, a lo largo de la historia, estas contradicciones sociales, han variado, porque han respondido a los acontecimientos sociales ocurridos en diferentes épocas. Es decir, las contradicciones sociales han sido diferentes en épocas diferentes. Nosotros trataremos de reconocer cuáles son las que caracterizan al capitalismo.

Ideología capitalista

Larraín (2014) explica que para que Marx pudiera comenzar a describir las formas particulares en las que se desenvuelve la economía capitalista, primero tuvo que elaborar una teoría más general, que a grandes rasgos, es la que explicamos previamente (relación conciencia-práctica y formación de las ideas). Durante esta tercera etapa, nos menciona que Henri Lefebvre, Alfred Schmidt y Rafael Echeverría han mostrado que estuvo profundamente influido por la relectura de la *Lógica* de Hegel, lo cual fue crucial para que hiciera una distinción entre dos niveles de la realidad: el de la apariencia y el de la esencia. El primero la relacionaría con la circulación o intercambio y el segundo con la producción. “Es aquí donde la distinción hegeliana entre dos niveles de la realidad es importante porque le permite a Marx distinguir dos esferas de la práctica material capitalista-la esfera de la circulación o intercambio, y la esfera de la producción.” (*ibidem.* pág. 81)

La relación entre ideas invertidas y realidad invertida que se entendía de forma directa, se hace más compleja y se encuentra mediada por el nivel de las apariencias, que ahora constituye a la propia realidad capitalista, pues “[a]l analizar en detalle la estructura de la economía capitalista, Marx llegó a la conclusión que las prácticas materiales capitalistas no son transparentes y que no se revelan como son, en su totalidad.” (*ibidem.* pág. 81) Entonces, la ideología no sólo se encarga de invertir ideas que proceden de una realidad invertida, sino que además se moldea a la apariencia constitutiva de la realidad capitalista.

Parte elemental del nivel de las apariencias (formas fenomenales o fenoménicas) estará compuesta por el mercado y la competencia en la sociedad, en otras palabras, la esfera de “la circulación de mercancías aparece como aquello que está inmediatamente en la superficie de la sociedad burguesa, desde donde la igualdad aparente de las relaciones de intercambio es visible para todos.” (*ibidem.* pág. 82)

Hemos llegado a un punto crucial para comprender, cuáles son las características que destacaremos de la ideología capitalista, las cuales se encuentran situadas en la operación misma del mercado: la igualdad, la libertad, la propiedad y el auto-interés. (Larraín, 2014a) Las podemos reconocer como distintivas del capitalismo, porque se muestran en la apariencia (forma fenomenal) de las relaciones sociales, de tal manera que no es posible percibir a simple vista su esencia, es decir, desde el intercambio de mercancías, estas características sólo son aparentes, pues ocultan el proceso de producción, donde se revela su verdadera forma o esencia.

Analicémoslo un poco más a detalle. Cuando una persona compra algo, da la impresión de que se está pagando el valor equivalente del objeto comprado, pero sobre todo, parece que la relación entre el vendedor y el comprador también es entre iguales. En el hecho de que ninguno de los dos esté forzando al otro a entregarle la mercancía, se reconocen mutuamente como propietarios.

“Quieren intercambiar sus mercancías voluntariamente y por lo tanto son libres para hacerlo. Más aún, en cada intercambio los participantes persiguen sus intereses privados y, al hacerlo, su interés mutuo es servido. En otras palabras, el mercado funciona por la realización de la igualdad, la libertad, la propiedad y el auto-interés” (*ibidem.* pág. 86)

Esta es la manera en la que procede el mercado, el intercambio de mercancías, y esto es lo que da pie a distorsionar las contradicciones sociales esenciales, principalmente entre el trabajador y el capital, éstas “son las bases de la ideología política burguesa y de las principales formas ideológicas del modo de producción capitalista.” (*ibidem.* pág. 87) Esta es la forma fenomenal en la que se presenta la realidad capitalista, que se adscribe a la realidad invertida (alienada) y de la cual se desprenden las distorsiones, mal interpretaciones u ocultamiento de las contradicciones sociales esenciales que se encuentran en la falsa conciencia, o en la conciencia invertida, es decir, en la ideología.

Pero recordemos que esto sólo se encuentra en la parte superficial de la realidad social, porque aunque se piense que un trabajador es libre de

desempeñar el trabajo que él decida, la realidad es que se ve forzado a vender su fuerza de trabajo, que es lo único que posee, pues no tiene control sobre sus medios de producción. Lo mismo sucede por ejemplo, en el nivel de intercambio de mercancías con la fuerza del trabajo, donde parece que existe una equivalencia entre valores de cambio, pero “al nivel de la producción esa igualdad desaparece, porque el capitalista se apropia de la plusvalía producida por el trabajador sin pagar por ella.” (*ibidem*. pág. 88)

Estas son las formas ideológicas básicas del capitalismo, que podremos ir reconociendo en la dinámica interna de Kidzania.

Geografía e ideología

Como lo mencionábamos al inicio del capítulo, fue a partir de la obra de Marx que la noción de ideología comienza a figurar en los estudios realizados desde las ciencias sociales y la Geografía no fue la excepción. A partir de las lecturas realizadas, podemos decir que generalmente cuando los geógrafos comenzaron a interesarse por el tema, lo aplicaron a la propia Geografía, es decir, a la función de la propia disciplina, así como también a la función, de los que eran reconocidos como conocimientos geográficos y a la postura política que el geógrafo adoptara.

Ejemplo de ello, es el caso de Yves Lacoste (1977) cuando elaboró *La geografía: un arma para la guerra*. En éste, asegura que los conocimientos, que él considera, relativos al espacio son clave para el acto de la guerra y es por ello que la geografía, que pretende acumular dichos conocimientos resulta estratégica para el ejercicio del poder, mediante el desempeño militar. Entonces la relación que establece con respecto a la ideología, parte de la función política para la cual, resulta de vital importancia.

Para Lacoste, la:

“geografía sirve, de entrada, para hacer la guerra. Ante toda ciencia, ante todo saber es obligatorio plantearse una cuestión epistemológica previa; el proceso científico va unido a la historia y debe ser visto por una parte en sus relaciones con las ideologías, y por otra como práctica o como poder.” (Lacoste. 1977: 7)

Con dicha afirmación, deja entrever que la definición de ideología de la que parte, responde al sentido neutral y político, probablemente más como un sistema de ideas y creencias, ya que se refiere a ella en plural.

Esto lo podemos confirmar también, cuando se refiere a la existencia de dos geografías, una militar o de los estados mayores y otra considerada de los profesores. Ambas con funciones ideológicas específicas. La primera, referente a la guerra, tendría su mejor ejemplo en la Alemania nazi:

“Si la geografía sirve, en primer lugar, para hacer la guerra y ejercer el poder, no sirve sólo para eso; aunque no lo parezca, sus funciones ideológicas y políticas son considerables:... La geopolítica hitleriana es la expresión más exacerbada de la función política e ideológica que puede tener la geografía.” (*ibid.* pág.8)

La segunda, la de los profesores, consiste en una cortina de humo que, considera que la geografía no tiene ningún tipo de utilidad, y por lo tanto, se encargaría de ocultar los intereses políticos, para los que en realidad dicho conocimiento es estratégico, en palabras de Lacoste, esta geografía “se ha convertido en un discurso *ideológico* que cuenta entre sus funciones *inconscientes* la de ocultar la importancia estratégica de los razonamientos que afectan al espacio.” (*ibidem.* pág. 17) (Es importante señalar que del espacio del que Lacoste habla es físico, y no el producido socialmente del que hablaremos en el siguiente capítulo.)

Algo semejante ocurre con Milton Santos (1990), cuando cita a Jean Dresch (1948) quien considera que la geografía era utilizada con fines políticos:

“Se la utilizó múltiples veces como un medio de propaganda nacional o internacional, como un arma de combate entre los Estados y los Imperios, tal vez aún más que a la Historia. Sea como fuere, sigue asumiendo las consecuencias de su juventud y de las condiciones económicas, sociales y políticas en las que se desarrolló. Por el hecho de no tener sus propios métodos, la geografía más que ninguna otra ciencia sufrió las influencias ideológicas en curso (...).” (Dresch. 1948: 88, citado en Santos. 1990: 31)

Cuando Santos, se pregunta qué ideología es la que asume la geografía, asegura que se trata de la “ideología engendrada por el capitalismo [que] para su implantación tenía que adecuarse a sus necesidades de expansión en los países centrales y en la periferia.” (Santos. 1990: 31) Sin embargo, no profundiza en esta explicación. Y cuando señala que “[a]nte la marcha triunfante del imperialismo, los geógrafos dividieron sus puntos de vista...” confirma que es la postura política del geógrafo, la que determinaría la influencia ideológica en la práctica geográfica. De esta forma es que reconoce dos posturas entre los geógrafos,

“Por un lado, los que luchaban por la llegada de un mundo más justo en el que el espacio estaría organizado con el fin de ofrecer al hombre más igualdad y más felicidad, tal es el caso de Elyseé Reclus y Camille Vallaux.... Por otro lado se encontraban los que preconizaban claramente el colonialismo y el imperio del capital...” (*ibid.* pág. 32)

A lo largo de *Por una geografía nueva*, Santos utiliza repetidas veces la expresión de ideología refiriéndose a ella de diferentes maneras. Como hemos visto, al igual que Lacoste, la sitúa en relación con la misma geografía, pero también en relación a la postura política del geógrafo. Más adelante, pasará por la crítica a la llamada *New Geography* o Geografía cuantitativa, vinculándola una vez más a la función que ha cumplido la ciencia en el desarrollo del capitalismo, sobre todo desde el empirismo y la tecnificación de la disciplina, “en una época en que los negocios buscan en la ciencia una legitimación, no dudan en proporcionarla, incluso sin cobrar por ello.” (*ibidem.* pág. 95)

Para reforzar esta crítica, cita a David Slater (1975), quien menciona que “el imperio de la ideología capitalista que lleva a olvidar que una organización del espacio en una determinada formación social tiene una relación directa con la estructura de clases presente en esa formación social y con sus conexiones externas.” (*ibidem.* pág. 96) En esta ocasión, la noción de ideología, tiende a expresar una función de ocultamiento que se presenta en la realidad social, sin llegar a ser una definición crítica, en el sentido negativo.

Pocos fueron los que procuraron examinar un poco más a detalle el concepto de ideología y menos aún continuar con la intención o significado que Marx utilizó. Un caso particular es el de James Anderson, quien no sólo resalta la relación que existe entre la disciplina (su función ideológica), sino que también hace mención de ella a través de una visión particular del espacio en la dinámica de la realidad social.

Anderson comienza por plantear de una manera muy clara, el contexto histórico en el cual se pretendió enterrar a la ideología para después recobrar importancia, es decir, el periodo posguerra:

“Se proclamó el “fin de la ideología”, en la época de la guerra fría, esto significó, en efecto, la definitiva irrelevancia del marxismo. Se divulgó ampliamente que la sociedad occidental había comenzado una nueva era que no sólo era postmarxista, sino también postcapitalista e incluso psotindustrial. Sin embargo, a medida que iban apareciendo y aumentando en gravedad en las sociedades occidentales los problemas económicos y políticos del crecimiento, tales proclamaciones de “postcapitalismo” resultaron ser una ideología en sí mismas. Tan pronto como la “ideología” fue enterrada surgió de nuevo, resultando ser los enterradores nuevos ideólogos.” (en Gómez: 1982: 492)

En *La ideología en Geografía: una introducción*, Anderson (1973) hace mención del poco interés que prestaron los geógrafos de los setenta, a la ideología, sin embargo, su referencia, sitúa a la Geografía como una ciencia ambiental, y por tanto, plantea el problema en torno al medio ambiente, pues también en esta década, la “crisis ecológica” se hace latente:

“Algunas exageraciones sobre la crisis del medio ambiente fueron fuertemente ideológicas, pero así y todo la mayoría de los geógrafos tampoco mostró interés por la creciente atención prestada a la *ideología*. ¿Eran acaso inmunes a la ideología, o se encontraban hasta tal punto inmersos en ella como para no darse cuenta de ello?” (*ibid.* pág. 495)

Con todo, deja claro su interés sobre el tema y su afán por comprenderlo de acuerdo a Marx cuando expresa que constituye:

“uno de los conceptos más originales y amplios que desarrolló Marx, si bien resulta difícil de comprender enteramente. En su forma más simple, “ideología” se refiere a sistemas de ideas que dan información distorsionada y parcial de la realidad, con el fin y el efecto, a veces inintencionado, de servir los intereses de un grupo o clase social determinados.” (*ibidem.* pag. 496)

En este sentido, podemos ver su tendencia a considerar a la ideología en su sentido neutro, a pesar de hacer alusión a las distorsiones, pues precisamente, el sentido crítico, sólo hace referencia a un tipo de distorsión y se encuentra únicamente al servicio de los intereses de la clase dominante, es por esta razón, que puede referirse a diversas ideologías.

A pesar de estas diferencias, Anderson reconoce el funcionamiento de la ideología, incluso se encuentra a favor del método de Marx y coincide en que, en las ciencias sociales, se deben reconocer los fetiches del capitalismo, para que “las apariencias sean demolidas si se quiere ver la esencia.” Así lo demuestra al mencionar que el

“método de Marx es necesario porque el capitalismo se muestra *necesariamente* a sus agentes como algo distinto de lo que realmente es. Plantea *fetichismos* en los que las relaciones sociales aparecen como relaciones entre cosas, y las cosas creadas por los hombres llegan a dominar a sus creadores.” (*ibidem.* pág. 499)

Incluso reconoce las bases ideológicas que establecimos anteriormente al reconocer que el:

“engaño central en el capitalismo (origen de muchos otros) es que el valor de la fuerza de trabajo parece falsamente igualar el valor del trabajo realizado, ocultando de esta forma la existencia de la *plusvalía*, la fuente de beneficios y rentas *no ganadas*; se oculta así la *explotación*, esencia de las relaciones capitalistas y un elemento fundamental al definir la clase social.” (*ibidem.*)

Por último, lo más relevante de su artículo recae en la crítica que realiza contra el determinismo ambiental y la geografía cuantitativa, al referirse al “fetichismo del espacio”, donde las “conceptualizaciones geométricas abstractas de la “forma” espacial, se pueden presentar artificialmente en contra del “contenido” social

oscureciéndolo por la negación de las relaciones dialécticas entre “contenido” y “forma.” (*ibidem*) Aunque (como veremos en el siguiente capítulo) no reconozca al espacio como una producción social, su acercamiento a las cuestiones ideológicas, representan un pequeño aporte para poder establecer una discusión en torno a la ideología y su relación con el espacio.

Esto constata que ninguno de los autores aquí indicados, con excepción quizá de Anderson, se preocupó en profundizar más sobre lo que la ideología significaba, usándola más bien, como una noción de uso común y de manera despreocupada. Pareciera pues, que ninguno se detuvo a reflexionar profundamente sobre sus implicaciones y alcances o sobre los debates teóricos que se llevaron a cabo en otras ciencias sociales, donde se ha problematizado mucho más, como lo hemos mencionado previamente.

Otro punto importante que podemos reconocer en estos autores, es la ambigüedad con la que se refieren al espacio, lo cual en la década de los setenta, se discutirá ampliamente, puesto que se reconocerá como el “nuevo” objeto de estudio de la Geografía, como veremos en el siguiente capítulo. De ahí la importancia de poder marcar los parámetros con los cuales podrá ser definido y consecuentemente estudiado.

Capítulo II. Geografía social

Antecedentes de la geografía social

El espacio entendido como producto y productor social es el objeto de estudio de la geografía social, propuesta alternativa de otra geografía humana que se identifica como ciencia social y que tiene como finalidad contribuir al estudio de la realidad social desde su dimensión espacial así como también, parte de las problemáticas que de ella se reconocen.

La geografía social así entendida responde a un marco teórico metodológico con características epistemológicas específicas correspondientes a la teoría crítica que incluye, en el seno del debate de las ciencias sociales, las categorías planteadas desde el marxismo y los marxismos que han surgido desde los postulados teóricos de Carlos Marx, así como de los métodos de los que se apoya, el materialismo histórico y el dialéctico.

A lo largo de la historia de la Geografía, podemos reconocer sus orígenes a finales de la década de los sesenta pero sobre todo en la década de los setenta y ochenta en Estados Unidos y Europa, principalmente en Francia. Esta propuesta alterna, que pretende sustituir a la Geografía Humana tradicional, surge en contraposición de una corriente que también, en su época, se reconocía como alternativa. Le llamaban “la nueva geografía” aunque también se le nombró *geografía cuantitativa* pues, se consideraba parte de “*la revolución cuantitativa*”, que tuvo una gran influencia en los orígenes de las ciencias sociales en general.

De ahí la relevancia de hacer mención de ella. La así llamada geografía cuantitativa permitió que la geografía fuera tomada en cuenta como una ciencia nomotética (incluyéndola en el área de las ciencias sociales también), en el marco de las nacientes ciencias sociales modernas con todo lo que ellas implicaban. “El nacimiento de la geografía como ciencia moderna se realiza precisamente tras la última ruptura epistemológica en el marco de la *episteme contemporánea*”. (Capel. 1988: 248)

En este sentido, en palabras de Horacio Capel, es importante destacar que:

“no ha habido una evolución lineal, en la que cada fase de la evolución se entronca con la anterior, sino más bien una serie de rupturas, de revoluciones, que han dado lugar a nuevos planteamientos, que han obligado a la adopción de nuevas concepciones” (*ibidem*. pág. 247-248)

Fue en los inicios del siglo XX, alrededor de la década de los veinte cuando, en Viena, Austria, un grupo de científicos y filósofos deciden reunirse a formar una organización que se encargaría de establecer los principios básicos de la ciencia, el conocido *Círculo de Viena*. Lo que se pretendía llevar a cabo era un mismo lenguaje para todas las ciencias (naturales y sociales), que fuera construido por una misma filosofía, la hoy tan reconocida filosofía neopositivista. De esta manera, Capel menciona que “el nuevo positivismo comenzó a desarrollarse en Europa central hacia los años 1920” (*ibidem*. pág. 368) donde el *Círculo de Viena* era un núcleo fundamental para su desarrollo. Lo mismo señala Ortega de la siguiente manera: “Este colectivo es reforzado por la presencia en Estados Unidos, de una comunidad científica y filosófica renovada y consistente, en parte de origen europeo, vinculados con el denominado *Círculo de Viena*.” Continúa mencionando que “se propugnaba como la aplicación del método científico-asentado en el campo de las ciencias físicas- a las ciencias sociales: desde la observación empírica a la formulación teórica.” (Ortega. 2000: 269-270)

El lenguaje común que se intentó incorporar en todas las ciencias, era el mismo que era utilizado en los dominios de la Física, fue así que el racionalismo positivista y el empirismo lógico, pasaron a ser el fundamento principal para la construcción de las ciencias modernas, entre ellas las ciencias sociales y así mismo, para la Geografía.

“La tesis de la unidad de la ciencia se convierte normalmente, dada la formación originaria y el interés de muchos de estos filósofos, en una magnificación de la física, en un *reduccionismo fisicalista*: todo puede ser expresado en el lenguaje de esta ciencia. Naturalmente, ello supone la afirmación de la coherencia de la realidad, la aceptación implícita o explícita del monismo-aunque con una indudable

prudencia sobre el plano ontológico-, y el rechazo de cualquier división entre ciencias de la naturaleza y ciencias del espíritu.” (Capel. 1988:371)

De esa forma, todas las ciencias sociales empezaron a adoptar la filosofía neopositivista, así como el lenguaje de la Física, para poder legitimarse como ciencias modernas. Bajo esta influencia es que décadas después, se empieza a desarrollar la geografía cuantitativa, que logra hacer una ruptura trascendental al establecer que el espacio (concebido como contenedor, y desde una perspectiva matemática) es su objeto de estudio así como también que pertenece al área de las ciencias sociales. “Las geografías analíticas convierten al espacio, como dimensión geométrica, en el objeto de la geografía científica.” (Ortega. 2000:271)

Uno de los puntos a resaltar de esta ruptura es la atención e importancia que le confirieron al problema epistemológico, uno de los problemas que han significado varias de las crisis por las que ha pasado la Geografía en general. Con el racionalismo positivista y el empirismo lógico, lo que se proponía era adquirir una teoría y un método específicamente *científicos*. Estas fueron las coordenadas que se encargaron de situar, desde ese entonces, lo que puede ser considerado científico o no. Por esta razón, y otros elementos histórico-sociales, las ciencias sociales (entre ellas la Geografía), adoptaron estos principios como propios, seguros que de esta manera, podrían comprender mejor la realidad social.

Parte del contexto social, en el que se fueron desarrollando las ciencias sociales a partir de esta corriente teórica, responde a la crisis social y económica que se vivió entre 1930 y 1940. Así es como Capel hace mención de ello:

“Las ciencias sociales se ven entonces solicitadas desde diversos frentes en demanda de respuestas eficaces a los problemas que aparecen: la necesidad de superar la crisis del keynesianismo, de la econometría y de la economía positiva; la demanda de instrumentos más eficaces de control social, que tienen efectos inmediatos en la sociología y en la psicología social (mejoras en las técnicas de encuestas sociales, investigaciones sobre actitudes y conflictos...); las exigencias de la planificación regional y urbana generadas por la misma crisis económica y por

la necesidad a atender a la reconstrucción de las regiones devastadas por la guerra.” (Capel. 1988:374)

Es así que, una década más tarde, “*la nueva geografía*”, es decir, la geografía cuantitativa incorporó estos principios y comenzó a elaborar una propuesta, que para la época (década de 1950), era alternativa.

Como ya lo mencionamos anteriormente, los puntos más relevantes de esta corriente teórica y en este contexto son que la Geografía es considerada una ciencia nomotética, y que sitúa al espacio como su objeto de estudio, con todo y una propuesta teórica y metodológica (diferenciada de la propuesta en el siglo XIX caracterizada por ser ideográfica, a partir de los estudios regionales). Podemos considerar que a partir de esta tendencia, la Geografía comienza a construirse un cuerpo epistemológico específico que la posiciona como una ciencia moderna. De esta manera,

“Desde el punto de vista teórico la nueva geografía se presentó desde el principio con una voluntad explícita de ciencia positiva que trataba de llegar a la explicación científica y a la formulación de leyes generales. El vínculo con la filosofía neopositivista fue directo y se produjo, en un primer momento, a través de Fred K. Schaefer.” (*ibidem*. pág. 380)

La propuesta cuantitativa, considera al espacio en su entidad matemática, es decir, sugiere (bajo los principios neopositivistas) que el espacio es medible y cuantificable y, que al igual que la naturaleza, responde a un conjunto de leyes que le dominan (de ahí que pudo considerarse como una ciencia nomotética). El espacio que se comienza a estudiar es geométrico y, por su propia dinámica, se pensaba que podrían descubrirse las leyes que lo rigen. “La “nueva geografía” propone y construye como objeto de la geografía la “organización del espacio” (Ortega. 2000: 271).

Parte de los principales estudios que se empiezan a realizar desde esta postura, se enfocan en la ciudad y lo urbano y parten de un contexto entreguerras en el que se encontraba principalmente Europa, aunque Estados Unidos también

fue influenciado e inició con estudios de la misma tendencia. Por ejemplo, de acuerdo con Harvey,

“Los problemas políticos, económicos y sociales que enfrentaron los países capitalistas avanzados inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial fueron tan vastos como severos. La paz y prosperidad internacionales debían construirse, de alguna manera, a partir de un programa que tuviera en cuenta las aspiraciones de pueblos que habían entregado masivamente sus vidas y energías a una lucha que se describió (y se justificó) como una lucha por un mundo más seguro, por un mundo mejor, por un futuro mejor.” (1998: 87)

Entre la primera y la segunda guerra mundial, las ciudades de los países involucrados fueron expuestas a severos daños, muchas ciudades fueron destruidas, si bien no en su totalidad, sí en gran parte y fue en ese momento que se hizo necesario su reconstrucción y su planificación.

“La crisis se fue haciendo patente durante el período entreguerras, cuando “se hizo sentir la “necesidad social” de un tipo pragmático de análisis económico”; esto a su vez, estaba en relación con la crisis del sistema capitalista y el inicio de la intervención estatal para superarla, con la necesidad de hacer frente a los problemas derivados de la Segunda Guerra Mundial y, por último, con el proceso de concentración empresarial, capitalista, y las exigencias derivadas del mismo (estudios de mercados, de productividad, publicidad, etc...).” (Capel. 1988:377)

Fue entonces que la geografía urbana (que adoptó fácilmente los principios de la geografía cuantitativa) sirvió de herramienta para reconstruir y planificar las ciudades que fueron atacadas. “Era casi como si una nueva y revivida versión del proyecto de la Ilustración surgiera, como el ave fénix de la muerte y la destrucción del conflicto global. La reconstrucción, remodelación y renovación del tejido urbano constituía ingredientes esenciales de este proyecto.” (Harvey. 1998: 88)

De los autores más destacados que formularon teorías relacionadas con la distribución espacial, y los lugares centrales encontramos a F. K. Schaefer y Walter Christaller. Fue al primero al quien se reconoció como impulsor de dicha tendencia, pues en 1953 publicó un artículo titulado *Excepcionalismo en Geografía*

donde propuso un método específico para la Geografía. Durante su estancia en la Universidad de Iowa,

“coincidió con uno de los miembros más prominentes del Círculo de Viena, Gustav Bergmann, con el que le unió gran amistad y con el que discutió los aspectos teóricos de sus investigaciones geográficas. De esta forma, a través de Schaefer la concepción científica del Círculo de Viena y del grupo de Berlín fue transmitida por primera vez a la geografía norteamericana y [...] al coincidir con otros estímulos en la misma dirección, contribuyó a generar la poderosa corriente neopositivista de la “nueva geografía” (*ibidem*. pág. 381)

Todos los que se integraron a esta postura teórica, impulsaron lo que comenzaba a realizarse como planificación urbana y ordenamiento territorial.

Fue en la segunda mitad del siglo XX que comenzó a tener auge y aceptación. Al mismo tiempo inician sus primeras críticas y surgen posturas que se le contraponen: las geografías humanistas y las geografías radicales y críticas. Las primeras fueron influenciadas por corrientes filosóficas como el existencialismo y la fenomenología. Se preocupaban por la dimensión humana que se leía con una visión hermenéutica; propusieron estudiar el espacio vivido, es decir, el que se vive mediante las experiencias del sujeto, por tanto es un espacio subjetivo.

De acuerdo con Neil Smith, la “tradición humanista, que se consolidó avanzando firmemente desde la fenomenología, rechazó la exclusividad y las pretensiones de objetividad de la ciencia positivista y propuso la importancia de los modos subjetivos de conocer.” Entonces el “espacio geográfico no era simplemente una estructura objetiva, sino una experiencia social impregnada por capas entrelazadas de significado social, el espacio objetivo era uno entre las numerosas concepciones sociales del espacio.” (Smith. 2006: 72)

Sin embargo, metodológicamente podemos considerar que le da continuidad al positivismo de corte empírico decimonónico, al plantear como una de sus categorías principales el paisaje y la percepción. Así, Gómez hace mención del

“[i]nterés por la trascendencia geográfica de las actitudes y apreciaciones de los grupos humanos acerca del medio en que viven se encuentra explícitamente en la geografía cultural de filiación saueriana y, de forma implícita o marginal, en otras perspectivas clásicas, pero sólo a partir de mediados de los cincuenta comienzan a aparecer trabajos centrados de modo específico en la percepción y el comportamiento espaciales.” (Gómez. 1988:127)

Las geografías radicales, por su parte, fueron influenciadas por corrientes marxistas de corte filosófico y político. “El interés aquí no era el de negar la objetividad del espacio geográfico, sino explicarlo simultáneamente como objetivo y resultado de las fuerzas sociales.” En este caso la cuestión no “es únicamente que el espacio y la sociedad “interactúen;” una lógica histórica específica (aquella de la acumulación de capital) dirige la dialéctica histórica del espacio y la sociedad.” (Smith. 2006: 73) Entre los primeros autores en destacar la importancia de estudiar temas relacionados a la pobreza, la desigualdad, el racismo, el imperialismo y el colonialismo, etcétera, encontramos a Richard Peet y a David Harvey.

“Solamente al inicio de la crisis del pensamiento tradicional, las ideas de Marx salieron a la superficie en el debate de esta disciplina. Tal proceso se inicia en la posguerra y adquiere cierta intensidad en la década de 1950, ya en el contexto de una perspectiva de renovación de la geografía.” (Moraes. 2009: 42)

Es importante destacar que en dichas críticas al pensamiento positivista (neopositivista) podemos distinguir dos líneas de discusión. Por un lado, las temáticas a estudiar y por otro la manera en que serán estudiados dichos temas, es decir, el qué se estudiará y el cómo será estudiado, y de trasfondo la noción del por qué es estudiado, que va estrechamente relacionado con ambos. Destaco estos tres puntos que se articulan en todos los proyectos de investigación para situar la complejidad que implica el reconocer las diferentes posturas teóricas dentro y fuera de la Geografía, sobre todo en el periodo entreguerras, donde apenas se comenzaban a elaborar una teoría social con fundamento en la teoría crítica.

No es fácil poder decir que de un momento a otro, la visión cambió y con ella toda la estructura teórico-epistemológica. El proceso histórico por el que han pasado los cambios en el objeto de estudio de la geografía es complejo y permite ver la creciente preocupación que se tenía en esa época por las problemáticas sociales. La diferencia recae en un inicio en la postura política, que no necesariamente significa una postura teórica-epistemológica diferente.

Y así lo podemos reconocer con los primeros geógrafos llamados “*radicales*” que se destacan por esa preocupación. Ellos cambiaron los temas que eran estudiados pero no el enfoque teórico y metodológico. La división que estableció el positivismo entre política y ciencia, era la denuncia que proclamaban los primeros geógrafos marxistas, los cuales estaban afiliados al marxismo en su versión política e ideológica, pero no en su propuesta metodológica, lo mismo sucede con los llamados geógrafos anarquistas.

Tal es el caso, de William Bunge, que junto a Schaefer, representó uno de los hitos de la geografía cuantitativa, sin embargo, en los últimos trabajos que llevó a cabo, se destaca una notable preocupación por los problemas de carácter social, como las desigualdades y la injusticia, sin que por ello haya dejado atrás su concepción científica neopositivista. Él intentaba reivindicar los problemas sociales desde ese marco teórico metodológico, es por ello que Gómez destaca que:

“Otros rasgos característicos y diferenciadores de la configuración del horizonte radical anglosajón en geografía que deben ser reseñados son tanto el anterior protagonismo de buen número de sus principales cultivadores en la introducción y consolidación del paradigma analítico [es así como Gómez identifica la corriente cuantitativa]-tal es el caso de [un joven] Harvey, Bunge o Peet- y su procedencia liberal, que les lleva a manifestar en ocasiones dudas y reticencias iniciales respecto de la viabilidad del proyecto revolucionario.... como la sensible dimensión ética que las nuevas actitudes manifiestan y que ilustra de forma ejemplar la singular trayectoria vital y profesional de William Bunge.” (*ibidem*. pág. 138)

Esto se incluye en una discusión que plantea si la metodología (en su dimensión teórica) debería corresponder con los temas estudiados. En este debate no

podemos prescindir de la teoría, ya que ahí se encuentran situados los tres elementos de nuestra investigación. Es la postura teórica la que nos guía (de manera figurativa) y nos permite decidir qué estudiaremos, cómo los estudiaremos y por qué lo estudiaremos. Este método, se contrapone en su totalidad al positivismo lógico, que parte de un método deductivo que considera que mediante la observación de la realidad (empirismo lógico) comienza el proceso de investigación, hasta llegar al punto de reconocer leyes generales que servirán para la construcción de las teorías.

En este sentido, reconocemos que los métodos, la lógica a la que responde toda la estructura planteada en un trabajo de investigación son importantes y se articulan íntimamente con la teoría. Es por ello que la geografía de corte neopositivista que se interese por los problemas sociales puede quedar limitada a la descripción de ciertos procesos en lugar de dar pistas a una comprensión más relacionadas con la realidad social concreta.

Así, nos encontramos con un momento histórico donde surgen dos visiones opuestas que proponen, desde el surgimiento de las ciencias sociales, maneras alternativas de pensar y de estudiar la realidad social, la positivista y la crítica (por la finalidad del presente trabajo, no profundizaremos en otras corrientes que también surgen en esta época, por ejemplo la geografía humanística anteriormente mencionada). “Durante la década de 1960, al mismo tiempo que se imponía en las ciencias sociales el optimismo cientificista neopositivista, empezaron a dejarse sentir también voces de insatisfacción, que pronto cuestionarían aspectos esenciales de dicha concepción.” (Capel. 1988:403)

También a principios de la década de los veinte, se inauguró la *Escuela de Frankfurt*, que estaba constituida por un grupo de investigadores que se encargaron de desarrollar la Teoría crítica, filosofía que recupera los trabajos de Hegel, Marx y Freud para construir un cuerpo teórico que denuncia la parte política en la producción del conocimiento científico. De esta manera sus objetivos fueron destacar las condiciones históricas y sociales en que son producidos dichos

conocimientos, así como conceptualizar la realidad social incluyendo la necesidad de un cambio que fuera favorable para la mayoría.

“La característica actitud antipositivista de buena parte del movimiento radical aparece, en efecto, de forma bien neta en la Escuela de Frankfurt, una de las fuentes de inspiración esenciales del radicalismo en las ciencias sociales. Cuando ahora en los años 60 haya que encontrar un fundamento filosófico sólido al sentimiento de revuelta que se extiende en las ciencias sociales, la Teoría crítica del grupo de Frankfurt se convertirá en un punto de referencia inevitable.” (*ibidem*. pág. 411)

Esta teoría permea en todas las ciencias sociales, diversificando las posturas teóricas desde las que se pueden trabajar. En su conjunto, las ciencias sociales, que fueron divididas en sus orígenes positivistas, en lo general se han nutrido por debates en torno a temáticas y problemáticas que les ocupan en su conjunto, por ejemplo la ciudad y lo urbano así como también la cuestión ideológica. Es aquí donde la geografía social participa en el debate y recupera elementos conceptuales de otras disciplinas como la sociología y la propia filosofía para configurar un cuerpo teórico propio que le aporte una especificidad en el conjunto social, más allá de inventariar o describir los elementos considerados sociales, como suele hacerlo la geografía humana tradicional.

Es de esta forma que desde “comienzos de los años sesentas (*sic*), la conceptualización del espacio geográfico ha sido objeto de considerables discusiones.” (Smith. 2006: 60) En este sentido, Henri Lefebvre representa la mayor influencia en el pensamiento de esta nueva geografía social, por su elaboración teórica en torno a descifrar el espacio y su importancia en el actual sistema capitalista del que formamos parte. A lo largo de su trabajo como filósofo marxista se destacan tres temas fundamentales: la ciudad y su espacio social, la vida cotidiana y la modernidad (Martínez, 2013). Es el primero de ellos el que más nos interesa para el desarrollo de nuestra investigación.

Del espacio social y su producción

Partiremos de la noción de espacio, entendido éste como un producto social y una producción de lo social, esto quiere decir que comprendemos al espacio en su conjunto con la dinámica social, construido en una totalidad social que reconoce su devenir histórico así como también las relaciones sociales de producción y de reproducción de cada modo de producción, pertinente a cada época y a cada sociedad. “Desde este punto de vista materialista, podemos, pues, sostener que las concepciones objetivas de tiempo y espacio se han creado necesariamente a través de las prácticas y procesos materiales que sirven para reproducir la vida social.” (Harvey: 1998: 228)

Asimismo, los planteamientos que nos serán útiles para el análisis del ejemplo que será estudiado, responden al entendimiento de la realidad social como un proceso que está en constante transformación, o en palabras de Moraes “el permanente flujo del movimiento contradictorio define lo que el marxismo entiende por *proceso social*. Éstos serán determinados históricamente por los modos de producción en que se insertan.” (2009: 63)

Esto quiere decir que la realidad social se encuentra sujeta a una dinámica social que se desarrolla (mayormente) con una forma específica de *producir*, ¿Producir qué? La economía tradicional respondería de una manera un poco reduccionista, porque lo que una sociedad produce, generalmente es entendido como cosas materiales, en este caso ¿cuáles serían esas cosas que produce? De todo, ropa, zapatos, muebles, automóviles, electrodomésticos, etc.

Sin embargo, el concepto de producción que Lefebvre introduce, retomado del trabajo de Marx, tiene un mayor rango de implicaciones. No sólo se producen las cosas materiales, sino también las ideas, las formas, las relaciones sociales, etcétera y éstas a su vez se encargan de reproducirse para reproducir el modo de producción, porque la sociedad,

“no sólo debe producir y consumir ciertas cosas sino que, además y simultáneamente, debe también “producir y consumir” una forma concreta de socialidad; [entonces el sistema] debe modificar y “usar” las relaciones sociales de

convivencia que le caracterizan y que interconectan e identifican a sus diferentes elementos o miembros individuales.” (Echeverría. 2010: 55-56)

El modo de producción que nos atañe es reconocido como capitalismo en su forma neoliberal²:

“Sea directamente, en un determinado estadio inicial del modo de producción, o a través de múltiples y complejas mediaciones en sus estadios más avanzados, el hecho es que el modo como los hombres producen materialmente su existencia, penetra, condiciona y determina toda la esfera del mundo de las representaciones.” (Moraes. 2009: 62)

De esta manera, se pasa de la producción *en el espacio* a la producción *del espacio*.

“Nuestro enfoque se basa fundamentalmente en el hecho de que el espacio humano, tal como es, se reconoce en cualquier período histórico como el resultado de la producción. El acto de producir es asimismo un acto de producir espacio.” (Santos. 1990: 178)

¿Cuál es la diferencia? Cuando se habla de la producción en el espacio, se asume la idea de un espacio que funge como contenedor, como escenario de las relaciones sociales, parece que es innovador este enfoque cuando se explica matemáticamente (como lo hicieron los geógrafos cuantitativos y otros científicos sociales, pero sobre todo los científicos que pertenecen a las denominadas ciencias exactas o naturales) pero haciendo un esfuerzo analítico, en realidad, persiste un poco la idea original que se inauguró con los griegos, y que se refiere a la superficie terrestre.

² “El neoliberalismo es, ante todo una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada fuertes, mercados libres y libertad de comercio. El papel del Estado es crear y preservar el marco institucional apropiado para el desarrollo en éstas prácticas....

Desde la década de 1970, por todas partes hemos asistido a un drástico giro hacia el neoliberalismo tanto en las prácticas como en el pensamiento político-económico.” (Harvey, 2007: 6-7) De esta manera, el neoliberalismo se inserta en una serie de nuevas prácticas que renuevan al capitalismo, dotándolo de nuevas características que le permiten mantenerse como el modo de producción actual y, en este sentido, el Estado también toma un papel importante para su realización. Este punto será brevemente retomado en el Capítulo III.

Esta ambigüedad conceptual, puede prestarse a regresar a considerar a la naturaleza como un factor elemental que formaría parte de las explicaciones dentro de las relaciones sociales, equívoco que la geografía ha cargado en la mayor parte de su historia. El espacio, así entendido, lleva a cabo una suerte de camuflaje, transformándose en una serie de categorías que sólo distorsionan aún más su entendimiento, sobre todo en lo que respecta al estudio de la realidad social.

Cuando nos referimos a la producción del espacio, lo que estamos señalando es una dimensión que se destaca dentro de la totalidad social, que también participa activamente y se integra al conjunto de la dinámica social, un elemento espacial. En palabras de Smith si

“bien aquí el énfasis está en la producción física directa del espacio, la producción del espacio implica también la producción del significado, los conceptos y las conciencias del espacio inseparablemente ligadas a su producción física.” (2006: 74-75)

Es así como podemos reconocer diferentes conceptualizaciones del espacio. Por ejemplo, Lefebvre elabora cuatro hipótesis sobre qué es el espacio y sus respectivas objeciones. En la primera hipótesis el espacio

“es la forma pura, la transparencia, la inteligibilidad. Su concepto excluye la ideología, la interpretación, la no sapiencia. En dicha hipótesis, la forma pura del espacio, desprendida de todo contenido (sensible, material, vivido, práctico) es una esencia, una idea absoluta... La filosofía cartesiana e, incluso, la crítica filosófica kantiana conservan dicha noción” (Lefebvre. 1976: 28)

Podemos localizar esta noción en el espacio intelectual y se constituye por medio de las matemáticas y sobre todo de la epistemología (en su versión positivista). Su objeción es la liquidación del tiempo histórico y el tiempo vivido, y “comporta igualmente una tendencia hacia el cientificismo abstracto, hacia el saber “absoluto” constituido por un inventario del pasado (filosofía, ideología, literatura, etc.) e inserido en el espacio actual.” (*ídem.* pág. 29)

Aunque lo situamos en un lugar mental, intelectual o epistemológico, se desborda de él y se pretende realizado en el área de la arquitectura. De acuerdo a Lefebvre (1976) son los arquitectos, los que se consideran amos del espacio, de esta misma concepción y a su vez de su propia realización,

“se ha tenido por costumbre presentar el espacio como un receptáculo vacío e inerte, como un espacio geométrico, euclidiano, que sólo posteriormente sería ocupado por cuerpos y objetos. Este espacio se hecho pasar por completamente inteligible, completamente transparente, objetivo, neutral y, con ello, inmutable, definitivo.” (Martínez 2013:14)

Esta, es una confusión, ya que las características de este espacio (vacío, puro, lugar por excelencia de los números y de las proporciones) evidentemente no responde al que vivimos todos los días.

En la segunda hipótesis “[e]l espacio social es un producto de la sociedad, comprobable y que depende ante todo de la contrastación, por ende de la descripción empírica, antes de toda teorización.” (Lefebvre. 1976: 30) Es el resultado “del trabajo y de la división del trabajo; a este título, es el punto de reunión de los objetos producidos, el conjunto de las cosas que lo ocupan, por tanto “funcional.” (*ibid.* pág. 30) Es la objetivación de lo social y por tanto de lo mental. Es el resultado de la dinámica social.

La tercera hipótesis, no podría ser entendida sin las dos anteriores. Ésta nos ayuda más con nuestro análisis para comprender mejor la idea a la que queremos llegar, porque el espacio que aquí se explica ya no es un punto de partida (como el que se explica en la primera hipótesis, que es mental y social a la vez), “ni es un punto de llegada (un producto social o el punto de reunión de los productos), sino un intermediario en todas las acepciones de ese vocablo, es decir, un procedimiento y un instrumento, un medio y una mediación.” (*ibidem.* pág. 30-31) Más bien, se reconoce como un instrumento político que se manipula intencionalmente “incluso si la intención se oculta bajo las apariencias coherentes de la figura espacial.” (*ibidem.* pág. 31) Nosotros podríamos añadir, ideológicamente, en su sentido crítico. Es decir,

“el espacio a la par funcional e instrumental queda vinculado a la reproducción de la fuerza de trabajo a través del consumo. Se puede decir que es a la vez el medio y el procedimiento de una organización del consumo dentro del marco de la sociedad neocapitalista, es decir, de la sociedad burocrática de consumo dirigido. [En este sentido] Las ciudades no vendrían a ser más que unidades de consumo correlativas de las grandes unidades de producción.” (*ibidem.* pág. 32)

Su objeción es que las relaciones de producción ya no coinciden con la reproducción de los medios de producción, sino a través de la cotidianidad, de los ocios, de la cultura, de la escuela, etc. (la totalidad del espacio).

Por último, en la cuarta hipótesis, se replantea la tercera hipótesis agregándole lo que sería su objeción. Se plantea la misma noción del espacio que en la hipótesis anterior, sólo que ahora el espacio no es simplemente un producto más entre otros, o un simple instrumento (el más importante de todos los instrumentos) sino que:

“[e]staría esencialmente vinculado con la reproducción de las relaciones (sociales) de producción... En este sentido, la totalidad del espacio se convierte en el lugar de esa reproducción, incluido el espacio urbano, los espacios de ocio, los espacios denominados educativos, los de la cotidianidad, etc.” (*ibidem.* pág. 34)

Para el caso de nuestro estudio, la cuarta hipótesis es la que más se aproxima a una representación de la ciudad, vertida en el proyecto empresarial mexicano, enfocado a entretener y educar a los niños que lo visiten. Es la representación de la totalidad del espacio de la que nos habla Lefebvre, ya que en ella se combinan la reproducción de las relaciones sociales, un espacio urbano específico, de ocio y educativo, donde se pretende reproducir la cotidianidad que vivimos actualmente (capitalista neoliberal).

En este punto es importante señalar que el capitalismo, como lo señala Robert Moraes:

“[e]s un modo de reproducción fundamentalmente expansionista, que se basa en un inexorable ciclo de *reproducción ampliada* cuyos presupuestos son la ampliación de

la fuerza de trabajo asalariada bajo su dominio, con el fin de extraer cada vez mayores parcelas de plusvalor;... Por eso se refuerza la asociación que Marx hace entre modo de producción y modo de vida.” (2009: 60)

Este espacio constituye las *contradicciones del espacio*, pues se asume paradójico. “Vendría a ser una relación y un sustentáculo de inherencias en la disociación, de inclusión en la separación.” (Lefebvre. 1976: 34) La reproducción de dicho espacio se realiza “a través de un esquema relativo a la sociedad existente que tiene como característica esencial la de ser unida-desunida, disociada y, manteniendo una unidad, la de la fuerza dentro de la fragmentación. Este espacio homogéneo-fragmentando, es global y local.” (*ídem*)

En este sentido, podríamos establecer, en palabras de Neil Smith que:

“[a] través de sus acciones, esta sociedad no acepta más la idea del espacio como contenedor, sino se asume su productora: nosotros no vivimos, actuamos y trabajamos “en” el espacio en tanto que viviendo, actuando y trabajando producimos espacio.” (2006: 84)

Uno de los puntos importantes a señalar es que es un procedimiento de “alguien”, que puede ser desde un sujeto hasta una colectividad, del propio Estado o de la propia burguesía, pero sobre todo, (para el caso del presente trabajo), la cuestión es “la representación del espacio [que] estaría siempre al servicio de una estrategia, siendo a la vez abstracta y concreta, pensada y apetecida, es decir, proyectada.” (Lefebvre. 1976: 31)

El espacio social así entendido, como mediación, es decir, el espacio instrumental, puede ser impuesto o puede aparentar una coherencia racional y objetiva que oculta las contradicciones de la realidad, en este sentido se entrecruza con la cuestión ideológica.

“Semejante espacio es a la vez ideológico (es decir, político) y sapencial (pues comporta representaciones elaboradas), por tanto, se le puede denominar racional-funcional, sin que dichos términos puedan separarse el uno del otro, y funcional-

instrumental, pues la función, en el marco global de la sociedad neocapitalista, implica el proyecto, la estrategia”. (*idem*)

Sobre este planteamiento, brevemente mencionado del espacio social, Lefebvre seguirá profundizando, de tal manera que en su obra *La producción del espacio*, y de acuerdo a Ion Martínez Loera en el prólogo, “elabora una “triada conceptual” compuesta por las *prácticas espaciales*, las *representaciones del espacio* y los *espacios de representación*. A cada una de estas dimensiones le corresponde, respectivamente, un tipo de espacio: el *espacio percibido*, el *espacio concebido* y el *espacio vivido*.” (Martínez. 2013: 15)

Las prácticas espaciales o el espacio percibido, corresponde a la realidad cotidiana y urbana de la sociedad, donde se experimenta el día a día común de cualquier persona, las redes y flujos de personas, mercancías o dinero en general, que a su vez se adscriben a la producción y reproducción social. Las representaciones del espacio o el espacio concebido es aquel que ha sido pensado y elaborado por los especialistas, por los expertos del espacio geométrico, los científicos y urbanistas. Y por último, el espacio de representación “es el espacio de la imaginación y de lo simbólico dentro de la existencia material.” (*ibid.* pág. 16) Es en este espacio donde existen las posibilidades de crear espacios diferentes, donde los usuarios tengan la oportunidad de configurarlos y no sólo de asumirlos de acuerdo a lo que se ha establecido en ellos.

De estas tres dimensiones del espacio, se resalta el domino que ha conseguido el concebido, el que corresponde a las representaciones del espacio, el de los tecnócratas, sobre los otros dos tipos de espacios. Esta parte es la que más nos interesa porque entonces, los dos elementos, el ideológico y el sapiencial, ya mencionados, se conjugan en una versión que pretende ser proyectada en la ciudad, que no significa obtenida, en términos concretos de la realidad, o tal vez no hasta ahora, como lo veremos con nuestro ejemplo. La ciudad y lo urbano, a lo largo de la historia, han sido pensados y han querido ser proyectados en este sentido. El proceso histórico por el que han pasado las

ciudades, las ha implicado en una dinámica social que ha variado en cada periodo histórico y que ha respondido a un modo específico de producción.

La ciudad como espacio producido en esta lógica, será una parte del objeto de nuestro estudio, porque podremos ubicar que KidZania corresponde a ella, en tanto lo consideremos una representación, donde la ideología capitalista se reproduce (la libertad, la igualdad, la propiedad y el auto-interés), pero también porque ella misma es ideológica, puesto que no muestra las contradicciones sociales reales, que en palabras de Smith, es el “desarrollo desigual [que] es la manifestación concreta de la producción del espacio en el capitalismo.” (2006: 91) Porque de alguna manera el

“espacio ha sido firmado, modelado, a partir de elementos históricos o naturales, pero siempre políticamente. El espacio es político e ideológico. Existe una representación literalmente plagada de ideología. Existe una ideología del espacio, ¿por qué motivo? Porque este espacio que parece homogéneo, hecho de una sola pieza dentro de su objetividad, en su forma pura, tal como lo constatamos, es un producto social.” (Lefebvre. 1976: 46)

De la Ciudad y lo urbano

La ciudad siempre se ha hecho presente en la historia de la humanidad y al igual que ella y que las relaciones sociales, se ha visto modificada por la manera en que se ha producido en cada periodo histórico. Lefebvre (1978) reconoce así dos cuestiones a resaltar: la diferencia entre ciudad y urbanismo (así como su imbricada relación) y los diferentes modos en que se ha *proyectado* la ciudad, a saber, la oriental, la antigua, la medieval y la capitalista.

En *El derecho a la ciudad*, Lefebvre (1978) nos introduce a una reflexión, un tanto compleja, de la ciudad y de lo urbano, que parte de una crítica a la planificación urbana, tachada acertadamente como ideología.

Su análisis parte de la relación que existe entre industrialización y urbanización, ya que es la industrialización, la que caracteriza a la ciudad

moderna, que es la que nos toca analizar (desde una representación-ideológica-específica). Sin embargo, dicho análisis no puede ser llevado a cabo, si no consideramos sus cambios a lo largo de la historia, ya que algunas formas, persisten a pesar de dichos cambios. Estas formas, cambian de funciones con la nueva proyección de la ciudad en vigencia.

Es decir, las funciones no siempre han sido las mismas, aunque en general, la idea de ciudad coincide con una idea de centralidad, han tendido a funcionar con objetivos particularmente diferentes. En este sentido, Lefebvre señala que “mientras la ciudad oriental (vinculada al modo de producción asiático) y la ciudad antigua (griega y romana, vinculada a la posesión de esclavos) fueron principalmente políticas, la ciudad medieval (vinculada a relaciones feudales) fue principalmente comercial, artesana y bancaria.” (1978: 18)

Estas ciudades, son consideradas por Lefebvre (1978), más como *obras*³, que como *productos* en un sentido económico, es decir, las visualiza resaltando su valor de uso, ya que en ellas existe un espacio de encuentro, de comunión, de monumentos de arte, en contraste con la ciudad moderna, capitalista, donde la industrialización supone una ruptura con la vida urbana, pensada de esta forma, en que supone encuentro y convivencia. La ciudad capitalista se lee más en términos de producto, pues representa más una idea de valor de intercambio y de consumo, que de valor de uso, es decir, encuentro y convivencia.

La tesis de Lefebvre entorno a esta cuestión es la siguiente:

“La ciudad y la realidad urbana son reveladoras de valor de uso. El valor de cambio, la generalización de la mercancía por la obra de la industrialización, tienden a destruir, subordinándola, la ciudad y la realidad urbana, refugios del valor de uso, gérmenes de un predominio virtual y de una revalorización del uso.” (ibidem. pág. 20).

³ “El término obra no designa en el pensamiento lefebriano-marxista un objeto de arte sino que se concibe como la actividad de un grupo que se apodera y se hace cargo de su papel y destino social; una autogestión definitiva.”(Martínez. 2013: 42)

Sin embargo, a escala global, la industrialización se ha hecho presente y se ha impuesto sobre las estructuras de la ciudad antigua.

“La extensión prodigiosa de los intercambios, de la economía monetaria, de la producción de mercancías, del “mundo de la mercancía” que resultaría de la industrialización, implica una radical mutación”. (*ibidem*. pág. 21).

En otras palabras, aunque en un principio, la industria se ubicaba en las periferias de las ciudades, el mismo proceso de industrialización se ha encargado de configurar las ciudades entorno a la dinámica de mercantilización que supone la industria.

En este sentido es que Lefebvre piensa la vida urbana. Es por ello que sitúa la problemática en cuanto a la *sociedad urbana*. La industrialización y la urbanización son consideradas un doble proceso (se diferencian, chocan una contra la otra), como una dialéctica que sitúa la problemática de lo urbano. Un ejemplo de ello sería un choque de funciones entre la ciudad antigua y la ciudad moderna, donde actualmente, pierde su funcionalidad primera (de convivencia, como lo era el ágora en la ciudad griega) y es sustituida por la actividad industrial, que atrae trabajadores y así genera relaciones sociales de producción y de reproducción. En estos casos el campo es refuncionalizado, las áreas agrarias se ven modificadas porque la relación campo-ciudad cambia.

El proceso de transición al que se ven sometidas las ciudades antiguas para pasar a ser ciudades modernas, responde a este proceso de industrialización, que es promovido por la burguesía. La ciudad responde a la lucha de clases. El caos del crecimiento demográfico, el empuje de esta industrialización, la creciente migración del campo a la ciudad, expone la crisis de la vivienda y subraya la *estrategia de clases* que se sirve de la *razón analítica*:

“Durante el siglo XIX, y sobre todo durante el XX, la racionalidad organizadora adquiere forma, que opera a los diversos niveles de la realidad social. ¿Procede de la empresa y la gestión de las unidades de producción? ¿Nace el nivel del estado y

la planificación? Lo importante es que constituye una *razón analítica* llevada a sus últimas consecuencias.” (*ibidem*. pág. 39)

En efecto, para el racionamiento tecnocrático, esta realidad representaba un caos, la solución se presentaba en forma de *coherencia*, se comenzaba a configurar una lógica para habitar la ciudad, un urbanismo que nuestro autor denuncia de ideología (que podríamos considerar en su sentido crítico, ya que el urbanismo como lo plantea Lefebvre cumple con las tres coordenadas planteadas en el capítulo I: oculta las contradicciones sociales, involucra una actividad material limitada y responde a los intereses de la clase dominante).

En este sentido, se distinguen tres tipos de urbanismos: el de los hombres de buena voluntad (el de los arquitectos y escritores), el de los administradores vinculados al sector público (estatal) y el de los promotores. Este último, es el que nos llama más la atención, puesto que lo que venden es el propio *urbanismo*, es decir, el urbanismo se convierte en valor de cambio. Exponen la vida cotidiana como algo que resulta maravilloso. “La cotidianidad parece un cuento de hadas” (*ibidem*. pág. 42).

Al igual que él, si recuperamos algunos anuncios publicitarios, o incluso, las nuevas estrategias publicitarias, podremos reconocer su relación con la ideología. La publicidad muestra esta ideología, traducéndose en órdenes “orden de sus elementos sobre el terreno, orden de ser felices.” (*ibidem*. pág. 43) En este sentido, nuestra representación de la ciudad estará plagada de publicidad de este tipo.

Lo increíble de la cuestión, que merece destacarse para nuestro estudio es que, como lo menciona Lefebvre, se perfila una *estrategia global*. Es un urbanismo que programa una cotidianidad con fuertes tendencias a persuadir a la gente de lo magnífico que es esta forma de vida, que no permite reconocer las desigualdades que surgen mediante el proceso de industrialización y que son reforzadas en estas ciudades modernas capitalistas.

“Todas las condiciones se reúnen así para un dominio perfecto, para una refinada explotación de la gente, a la que se explota a un tiempo como productores, como consumidores de productos, como consumidores de espacio.” (*ibidem*. pág. 43)

En este sentido cabe mencionar a Smith cuando menciona que el “culto a la acumulación por la acumulación misma y la inherente necesidad de expansión económica conducen a la expansión espacial y social del imperio del trabajo remunerado.” (Smith. 2006: 82-83)

En efecto, esta es una de las cuestiones claves para nuestro análisis. Cómo las ciudades, al ser centros de decisión, centros de poder, fuente de trabajo, concentra una cotidianidad que responde a la dinámica social desigual (que aparenta ser igual) del capitalismo, y que además aparenta no ser dañina, por el contrario, convence de ser la mejor de las maneras de vivir al mismo tiempo que reproduce las relaciones sociales de producción y reproducción del sistema capitalista a escala mundial.

El análisis de la ciudad y de lo urbano debe considerar las continuidades y discontinuidades históricas y espaciales que las articula, para poder “evidenciar las distorsiones y desequilibrios entre estos niveles, pero no anquilosarlos.” (Lefebvre. 1978: 71) Es necesario recordar, las diferentes proyecciones que se han producido de las ciudades, aunado al vínculo que se establece con el modo de producción. Esto quiere decir que, aunque la forma de la ciudad siga en pie, la estructura social y las funciones a las que responde han sido modificadas. Lo mismo sucedería con las clases sociales, que no dejan de idear estrategias para su organización, solamente se ven modificadas.

De ahí lo complejo del análisis, que sin embargo, al situarlo en un contexto global, en un *orden lejano* (categoría de análisis que Lefebvre menciona incluido en un nivel “superior”, porque se encuentra dotado de poderes) podemos reconocer que

“en Occidente, en América del Norte, hubo y hay la ciudad capitalista, comercial e industrial, marcada en mayor o menor grado por el Estado político cuya formación

acompañó al ascenso del capitalismo y con la que supo hacerse la burguesía para dirigir el conjunto de la sociedad.” (*ibid.* pág. 72)

En este sentido es que entenderemos a la Ciudad de México, en su contexto histórico, es decir capitalista, que se define, al igual que el espacio social, mencionado anteriormente, como medio y mediación, que sirve de instrumento para la reproducción de las relaciones sociales de producción y de reproducción.

La ciudad, es entonces la forma espacial por excelencia del capitalismo, “como manifestación elocuente de la concentración en general, particularmente de trabajo, se manifiesta como una clara ilustración de la espacialidad específica del capitalismo avanzado” (Moraes. 2009: 107) pues es ahí donde logra su producción y reproducción a través de las relaciones sociales, de la cotidianidad, del estilo de vida que se establece e instituye como *urbano* a una escala global.

“La proyección de lo global sobre el terreno y sobre el plano específico de la ciudad sólo se efectuó a través de mediaciones. La ciudad, mediación a su vez, fue el lugar, el producto de las mediaciones, el terreno de sus actividades, el objeto y el objetivo de sus proposiciones. En el texto urbano se transcribieron procesos globales y relaciones generales únicas y exclusivamente a través de las ideologías, [en un sentido neutro] interpretadas por tendencias y estrategias políticas.” (Lefebvre. 1978: 74)

Nosotros agregaríamos (para el caso del estudio) también estrategias comerciales. En resumen, la industria, al proclamar una dinámica mercantilista, donde el valor de intercambio fue imponiéndose, perjudica y destruye ciudades.

“Con la industria, se produjo la generalización del intercambio y del comercio; las costumbres y el valor de costumbres han desaparecido casi por completo, no perdurando más que en tanto que exigencia del consumo de las mercancías, desapareciendo casi por completo la faceta cualitativa de las costumbres.” (*ibid.* pág. 67)

Esto afirma lo que mencionábamos anteriormente con respecto a la ciudad en tanto que obra sustituida como producto, en relación al valor de uso y al valor de intercambio respectivamente. “Con dicha generalización del intercambio, el suelo

se ha convertido en mercadería. El espacio imprescindible para la vida cotidiana, se vende y se compra. Todo cuanto constituyó la vitalidad de la ciudad, en tanto que obra, ha desaparecido ante la generalización del producto” (*ibidem*. pág 67.)

En este sentido, es que Lefebvre (1978) plantea que mediante la totalidad del espacio, el sistema capitalista ha mantenido su prosperidad. “Llegamos a una idea esencial: el capitalismo se ha mantenido a través de la conquista y de la integración del espacio.” En relación a este planteamiento clave, la función de la ciudad moderna capitalista, ha devorado los vestigios (en tanto que funciones) de las ciudades anteriores, junto con sus relaciones sociales, es decir, el proceso de cambio por el que han pasado las ciudades, responde así mismo, al cambio por el que han atravesado dichas relaciones, que sólo ha conseguido perpetuarse por medio del espacio en su totalidad. De acuerdo a Lefebvre (1978) “las relaciones sociales en el seno del capitalismo, es decir, las relaciones de explotación y de dominio, se mantienen por y en la totalidad del espacio, por y en el espacio instrumental.” (*ibidem*. pág. 137)

Nuestra tesis se apoya en este planteamiento (acerca de la ciudad capitalista y de la totalidad del espacio y de la producción del espacio según Lefebvre), sugiriendo que nuestro ejemplo, KidZania Cuicuilco, responde a ella en dos líneas que se responden mutuamente. Por un lado, que en cuanto a su sentido teórico de espacio producido, responde más a una representación ideal de ciudad moderna capitalista que a un espacio producido a través de relaciones sociales de producción (que no podemos negar, sin embargo, por el objetivo del trabajo no profundizaremos en este aspecto).

En este sentido, aseguramos que no ha bastado con la inclusión del espacio en la dinámica económica cuando se vende y compra como una mercancía más (mercantilización del espacio) sino que además, junto con su consumo, se vende a su vez una representación específica, que implica una tendencia netamente ideológica, en su sentido crítico, por la manera en que representan a la Ciudad de México, (para el caso de estudio), y por su modo de consumo.

En el siguiente capítulo nos encargaremos de explicar qué es KidZania, para poder argumentar por qué consideramos que es una representación del espacio (representación de la Ciudad de México) que reproduce la ideología capitalista, cómo la reproduce, y en ese sentido afirmar que en efecto, el espacio puede ser considerado (y de hecho es) ideológico, en sus diferentes sentidos, pero sobre todo, apelando a su connotación crítica.

Capítulo III. Análisis de KidZania

Características generales

KidZania es considerado un centro de “edumentretenimiento”⁴ donde niños y niñas entre los cuatro y 16 años de edad pueden, mediante el juego de rol, simular ser adultos. Es decir, es un lugar enfocado al entretenimiento infantil que vende una “tendencia educativa”⁵. Es una empresa mexicana transnacional creada por Xavier López Ancona, y cuyo nombre original era *La Ciudad de los niños*, ya que se encargaba, como lo sigue haciendo todavía, de representar a escala “infantil” la ciudad en la que se encuentre ubicada. Esto quiere decir que mientras los niños y niñas juegan a trabajar en diferentes oficios, aprenden cómo es el mundo adulto laboral, así como también a ser “buenos ciudadanos”.

El primer centro en abrir sus puertas al público en general, se encuentra en el Centro Comercial Santa Fe, en la Ciudad de México, esto sucedió en septiembre de 1999, y desde ese momento, dicho proyecto empresarial ha crecido a tal grado que actualmente establece negociaciones en más de 18 países (con diversos grupos empresariales), donde ya se encuentran activos para recibir a miles de niños y niñas. De hecho, para este año, se tiene pensado la apertura de otros cinco centros, de los cuales, dos ya fueron inaugurados, el primero localizado en Yedda, Arabia Saudita, y el segundo en Sao Paulo en Brasil, los tres restantes se ubicarán en Londres (Inglaterra), Manila (Filipinas) y Doha (Qatar),

⁴ La noción de edu-entretenimiento deja entrever la carencia de bases teóricas serias, ya que de acuerdo con Thomas Tufte, (2004), profesor de comunicación en la Universidad de Roskilde en Dinamarca, el edumentretenimiento (EE) “combina el entretenimiento con la educación de manera integrada, la mayoría de veces utilizando dramas radiales y televisivos, y también géneros musicales, teatro y talk shows. Según el académico de medios holandés Martine Bouman, el EE puede ser definido como «el proceso de diseñar e implementar una forma mediada de comunicación con el potencial de entretener y educar a las personas, con el objetivo de mejorar y facilitar las diferentes etapas del cambio pro-social (de comportamiento)» (Bouman, 1999: 25 en Tufte: 2004: 26)

El mismo autor reconoce que hoy en día, se siguen debatiendo sus fundamentos teóricos pero incluso con esta referencia, KidZania no podría inscribirse dentro de las prácticas en desarrollo del edumentretenimiento (EE) ya que no constituye un medio de comunicación masiva, ámbito en el que el EE es reconocido y debatido.

⁵ Entiéndase por “tendencia educativa” la idea generalizada de educación formal, es decir, apegado a los planes curriculares a nivel nacional, basado en desarrollar competencias.

con los cuales formarían un total de 23 centros alrededor del mundo al finalizar el año.⁶

Para tener una idea del alcance que ha obtenido KidZania, se presentan las siguientes tablas que muestran el orden cronológico en que se establece el acuerdo de su creación en cada país (Tabla 1) y las fechas en que fueron inaugurados y abrieron sus puertas al público (Tabla 2).

Tabla 1. Países con negociaciones con KidZania en orden cronológico

Número	País	Año
1.	México	1997
2.	Japón	2004
3.	Portugal	2005
4.	Indonesia	2005
5.	Emiratos Árabes Unidos	2005
6.	Corea del Sur	2007
7.	Chile	2007
8.	India	2008
9.	Turquía	2008
10.	Tailandia	2009
11.	Malasia	2009
12.	Brasil	2010
13.	Egipto	2010
14.	Singapur	2010
15.	Arabia Saudita	2010
16.	Kuwait	2010
17.	Rusia	2011
18.	Reino Unido	2011
19.	Qatar ⁷	¿?
20.	Filipinas ⁸	¿?

(Fuente: Kidzania Travel Guide 2012, elaboración propia)

⁶ Consultado en <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/kidzania-alista-nuevas-aperturas-internacionales.html> y KidZania.com el día 12 de febrero de 2015

⁷ Kidzania.com

⁸ *ídem*

Como podemos ver en la Tabla 1, Japón fue el primer país en el que se establecieron acuerdos para la negociación de la construcción del tercer centro, pero el primero en el extranjero, ya que KidZania Monterrey fue el segundo a nivel nacional. Esto tendrá implicaciones muy importantes en cuanto al concepto de la empresa, ya que la idea de representar una ciudad sería completamente rebasada por la elaboración de una idea mucho más compleja, donde los límites formados por los Estado-nación tratarían de ser rebasadas, configurando así, una suerte de nación global.

En el momento en que la empresa inicia con su expansión internacional con Japón, se hace necesario reducir el nombre, como estrategia comercial, para hacerlo llegar más fácilmente a los demás países en donde posteriormente se haría presente. Con el cambio del nombre de la empresa a KidZania, no sólo se facilita su expansión internacional, sino que además, la idea del proyecto traspasa la noción misma de la ciudad donde se instala, transformándose en una nación, sin dejar de ser ciudad. En este sentido KidZania comienza a desarrollarse como un proyecto de nación, con historia, economía, gobierno, símbolos nacionales, fechas importantes, personajes e incluso un lenguaje (basado en unas cuantas palabras), propios de dicha nación, una nación de niños.

El concepto queda muy claro cuando entendemos el significado de la propia marca: Kid, es una abreviación de la palabra alemana kínder, que significa niños; Ania, es un sufijo latín que se significa “tierra de” o “territorio de”, y por último la zeta que se encuentra en medio de estas dos etimologías, hace referencia a la palabra en inglés Zany, que significa loco, lo que nos lleva a definir a KidZania como “Tierra de los niños alocados”. (Cowan, 2012) Considerando esta expansión internacional, podemos concebirla entonces, como una representación de nación a escala global. Como en la mayoría de las naciones, también cuenta con una serie de estados internos, que se ven representados por los países donde se encuentran ubicados los diferentes Kidzania en el mundo. Es de esta forma que se configura una “organización política” basada en jerarquías, asumidas en los cargos directivos de la empresa, por ejemplo, el presidente de la nación es el

dueño de la empresa en su totalidad, o sea, el empresario mexicano López Ancona.

Tabla 2. KidZania en el mundo (fecha de inauguración)

Número	Día	Mes	Año	Lugar
1.	1º	Septiembre	1999	Santa Fe, México.
2.	16	Mayo	2006	Monterrey, México.
3.	5	Octubre	2006	Tokio, Japón.
4.	24	Noviembre	2007	Yakarta, Indonesia.
5.	27	Marzo	2009	Koshien (Osaka), Japón.
6.	1º	Junio	2009	Lisboa, Portugal.
7.	20	Enero	2010	Dubai, E.A.U.
8.	27	Febrero	2010	Seúl, Corea del Sur.
9.	27	Febrero	2012	Kuala Lumpur, Malasia
10.	26	Abril	2012	Santiago, Chile. ⁹
11.	30	Mayo	2012	Cuicuilco, México.
12.	22	Marzo	2013	Bangkok, Tailandia.
13.	16	Junio	2013	Kuwait ¹⁰
14.	29	Agosto	2013	Bombay, India ¹¹
15.	17	Septiembre	2013	Cairo, Egipto ¹²
16.	30	Abril	2014	Estambul, Turquía ¹³
17.	13	Enero	2015	Yeda, Arabia Saudita ¹⁴
18.	4	Febrero	2015	Sao Paulo, Brasil ¹⁵

(Fuente: Kidzania Travel Guide 2012, elaboración propia)

Todas los sitios de internet fueron consultados el día 10 de febrero de 2015

⁹Consultado en

http://economia.terra.com.co/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201204171806_AGE_81100128 consultado el día 10 de febrero de 2015.

¹⁰Consultado en

<http://www.reforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?id=127675&v=1&po=4&urlredirect=http://www.reforma.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=127675&v=1&po=4>

¹¹ Consultado en <http://www.eluniversalmas.com.mx/columnas/2013/08/103312.php> el día

¹² Consultado en <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/09/17/kidzania-llega-egipto>

¹³ Consultado en <http://saladeprensa.sre.gob.mx/index.php/es/comunicados-de-sala-de-prensa-global/4083-embamex-tur>

¹⁴ Consultado en <http://www.algrano.mx/2015/01/rompen-paradigmas-y-abren-kidzania-yeda-en-arabia-saudita/>

¹⁵ Consultado en http://cuicuilco.kidzania.com/es-mx/about_us/news

La expansión internacional se ha dado en forma de franquicias, esto quiere decir que el proyecto se vende a una persona en colaboración con alguna empresa de entretenimiento o con tendencias educativas. Si bien, sí se genera una idea universal de ciudad-nación “de niños”, cuando el nuevo proyecto es planeado, también se toman en cuenta ciertas referencias culturales para adaptar la ciudad que se intenta representar. En este sentido, los dueños de las franquicias, se convierten en los gobernadores de esa ciudad. En ese mismo orden de jerarquías (de mayor a menor) siguen los alcaldes, quienes ocupan el puesto directivo de los centros. Estos tres puestos conformarán el Gobierno Metropolitano de KidZania. Esto lo podemos confirmar por medio de su página web, cuando se menciona lo siguiente:

“A medida de que había más ciudades KidZanianas, se desarrollaba su sistema global de gobierno, que evolucionó para dar soporte al crecimiento físico e intelectual de la nación.

Este sistema estaría compuesto por “estados” en distintas partes del mundo. Cada uno de estos estados incluiría una o varias ciudades KidZanianas. Como fue la primera ciudad en fundarse, se designó a KidZania Santa Fe como la capital de la nación.” (KidZania.com)

Los siguientes puestos responden a la organización interna del lugar que corresponden a una representación de las secretarías que constituyen a una ciudad, pero en un nivel administrativo, en función de la organización laboral del centro, por ejemplo, la Secretaría del Trabajo corresponde al área de recursos humanos, la Secretaría de Hacienda, trabaja con la moneda nacional correspondiente al país en el que se establezcan y a la moneda de KidZania (kidZos), la Secretaría de Comercio, se encarga de la venta de los productos internos, como dulces, souvenirs y fotos, por mencionar sólo algunas. De esta manera, después del Alcalde, el siguiente puesto es el de Gerente de Operaciones, jefe de los encargados de las secretarías, quienes tienen el puesto de Gerentes. Después vienen los Coordinadores, que son los encargados de otra división interna en la ciudad a un nivel más operativo (en cuanto a la dinámica que

se desarrolla en el centro con relación a la interacción con los visitantes), esta división se compone en forma de Distritos, que son áreas demarcadas con cierto número de establecimientos. Continuamos con el puesto de entrenador, encargados de capacitar a cada uno de los trabajadores que se encontrarán dentro de los establecimientos, estos llevan el puesto de Animadores o Zupervisores. Ellos son quienes interactúan directamente con los niños y les explican en qué consisten los trabajos y servicios.

Ellos son la pieza clave para la reproducción de la ideología capitalista, que las empresas tratan de plasmar en los diferentes trabajos y servicios donde los niños juegan, y que a su vez, representan las relaciones sociales de reproducción social. Por lo tanto, se hace importante resaltar qué implican las representaciones en general y cuál es su relación con la ideología.

La representación

Históricamente, los debates sobre las nociones acerca de la representación, han sido cruciales para el desarrollo de los mismos sistemas filosóficos que soportan el conocimiento intelectual, ya que se han planteado desde la relación entre el ser, el pensamiento y el lenguaje, siendo de esta manera, problemas principalmente filosóficos. Sin embargo, al considerar al lenguaje como una parte activa de la dinámica social, así como también, incluyéndolo en la concreción material de las actividades sociales, puede ser planteada desde diferentes dimensiones de la realidad social, es decir como objetos, por ejemplo desde lo cultural o desde las relaciones sociales, incluidas las de poder. Probablemente sea por esta razón, entre otras cosas, que poco a poco, comienza a ser remplazada por la noción de ideología entre los marxistas.

Considerando el breve repaso que hicimos en el Capítulo I con respecto a la ideología, ahora podemos complementarlo con lo que Lefebvre expresa en *La presencia y la ausencia* de la siguiente manera:

“El término *representación* desaparece del vocabulario “marxista” ante el de *ideología*. Impreciso en Marx, reducido al “reflejo” de la cosa por Engels, abusivo en Lenin, el concepto de *ideología* se difunde después de la segunda Guerra Mundial

pero pierde todo contorno definido... de hecho, se llama "ideología" a representaciones. En la tradición "marxista" el concepto de la ideología coexiste con un pesado realismo de la cosa y del objeto de los materiales. Lo cual engendra un dualismo de lo abstracto y de lo concreto (práctica)." (Lefebvre. 1983: 31)

Sin embargo, esto no quiere decir que para nuestro análisis, la ideología y la representación, signifiquen lo mismo. Reconocemos las dificultades teóricas por las que han pasado ambas nociones, ya que de esta manera podemos ubicar las definiciones que nos permiten explicar su relación.

Por otro lado, hay autores (generalmente positivistas) que niegan la problemática, o no contemplan el poder que pueden llegar a tener las representaciones. Posiblemente esto se deba a que los parámetros en los que se establecen los principales problemas, se encuentran situados entre lo falso y lo verdadero, aunque como veremos, Lefebvre (1983) propone otra manera de exponerlo, y así poder distinguirlo de la ideología. Es así que, a partir de la separación entre el pensamiento y el ser, (encontrándose en medio la representación) se distinguen tres versiones diferentes: la optimista, donde se considera que a partir de esta separación es posible el desarrollo; ocurre un desplazamiento que se establece a partir de la historia y la educación, porque ahí mismo se encuentran el lenguaje, el saber, la actividad productora y creadora; la pesimista, donde esta separación o abismo no puede salvarse, se mantiene la ausencia pues la presencia, es decir, la representación, decepciona; y por último, la mística, que busca rescatar dicha distancia entre el ser y el pensamiento, la presencia perdida, y que intenta trascender la ausencia y la representación. (Lefebvre, 1983)

Después de reconocer el problema, Lefebvre menciona cómo a partir del signo, los lógicos de Port-Royal, plantean el problema pero a su vez lo resuelven, ya que "los signos encierran dos ideas, una de la cosa que representa (¿el sujeto?, ¿el *cogito* cartesiano?, ¿el logos?), otra de la representada, de tal modo que su naturaleza consiste en excitar la primera a partir de la segunda..." (Lefebvre, 1983: 23) Es así que, cuando se define qué es la representación, esta

“se disuelve en el signo, unidad de dos términos y de dos caras, el significante y el significado, el representante y el representado. ¿Pero qué sucede con el sentido?”
(*idem*)

La respuesta a esta pregunta resulta importante para nuestro análisis porque nos permite decir qué es la representación de tal manera que no se confunda y pueda relacionarse directamente con la ideología, así como plantearla desde un ejemplo concreto como lo es KidZania. De acuerdo con Lefebvre la representación en general:

“Es a veces un hecho o un fenómeno de conciencia, individual y social, que acompaña en una sociedad determinada (y una lengua) tal palabra o tal serie de palabras, por una parte, y por otra tal objeto o constelación de objetos. Otras veces es una cosa o un conjunto de cosas correspondiente a relaciones que esas cosas encarnan conteniéndolas o velándolas.” (*idem*)

Es de nuestro interés esta definición, ya que podemos distinguir las representaciones en “estereotipos incorporados de manera sólida en espacios e instituciones. Lo cual las acerca a la ideología.” (*ibidem*. pag. 24) Desde esta perspectiva, el problema se sitúa en el *sujeto*, sólo que ahora se plantea de una forma poco habitual, y efectivamente las preguntas que tenemos que hacernos con respecto a KidZania también pueden ser las que plantea Lefebvre, es decir, ¿quién produce las representaciones?, ¿quién las percibe y recibe?, ¿qué sujeto?, ¿y qué hacen con ellas? Lo que nos lleva a otro aspecto muy importante: “¿Quién manipula a quien a través de las representaciones sustituidas sea a otras representaciones, sea a objetos o situaciones o relaciones reales?” (*ibidem*) Más interesante aún cuando se pregunta si las representaciones forman un modo de comunicación específico que figura entre las demás modalidades de la comunicación, como el lenguaje hablado o escrito, las formas plásticas, la música y entre ellas, el juego y la arquitectura, que para el caso de nuestro ejemplo, es precisamente el caso.

Es decir, si aceptamos al juego y a la arquitectura como modos específicos de comunicación en tanto que representaciones, KidZania resulta un buen ejemplo

a destacar en relación a estos dos elementos como tal. Enfocados en su sentido de representación ¿quién establece la forma de jugar en KidZania? Xavier López Ancona, pero ¿quién escoge la representación? Las empresas asociadas, y ¿con qué sentido lo proyectan? Desde su discurso oficial, que podemos localizar en la dimensión de las apariencias, la intención consiste en “educar” a los niños mientras se divierten, ¿educarlos para qué?, ¿en qué sentido? La pregunta sigue sin responderse. Quizá desde un análisis económico, el sentido (también aparente) queda evidenciado por la publicidad que se le presenta a los visitantes, por lo tanto, el consumo de los productos de las empresas, en relación al aumento de ventas de las mismas, se proyecta como una finalidad un tanto perversa, en tanto que KidZania supone, un discurso educativo, más aún, si lo pensamos en términos “cívicos”.

En este sentido, nosotros afirmamos que el sentido de esta representación, es sobre todos los aspectos y probablemente también mediante ellos, la reproducción de la ideología capitalista (en la dimensión de la esencia).

Ahora bien, desde el momento en que KidZania crece como empresa y elabora una representación de nación, podemos plantear el problema principal de dicha representación, de igual manera que el mismo Lefebvre lo plantea con las representaciones en general, es decir: “¿de dónde viene el poder de las representaciones, poder indiscutiblemente verificado por la publicidad y la propaganda? ¿Acaso no viene de que, momentáneamente, en una sociedad compleja, tal representación se encuentra proyectada de manera ficticia-real a nivel de la totalidad? Al soportarla, sustituye la totalidad y la encarna, en vez de remitir a ella.” (*ibidem.* pag. 25)

Es aquí donde podemos comenzar a establecer cuál es la diferencia entre representación e ideología y, para el caso de nuestro análisis, por qué específicamente esta representación reproduce la ideología capitalista. En este sentido resultan pertinentes las categorías que propone Lefebvre en *La presencia y la ausencia* (1983). Lefebvre afirma que las representaciones, en este caso, no se clasifican entre falsas y verdaderas, sino en estables y móviles, en reactivas y

superables, en alegorías y por lo tanto, las categorías que nos permiten distinguirlas son el desplazamiento y la sustitución, la disimulación y la simulación. (También destaca el núcleo y la periferia, pero éstas no serán abordadas en nuestro análisis.)

Es por lo tanto la ideología, como vimos en el Capítulo I, en sus diferentes acepciones, la que puede distinguirse entre falsa o verdadera, pero para nuestro caso de estudio, al considerarla en su sentido crítico, es específicamente algo que se asume como algo falso, pues cuenta con las tres características que se consideran para dicha definición: oculta las contradicciones sociales, se enmarca en una actividad material limitada y responde al interés de la clase dominante.

Kidzania como proyecto de Nación

Como ya hemos mencionado, en la elaboración del proyecto de nación, también fueron creados diversos elementos que le proporcionan cierta identidad, como lo son la bandera nacional de Kidzania o el sello de la propia ciudad, sin embargo, por la finalidad de nuestro análisis, destacaremos únicamente dos. Por un lado su historia, que se ve representada en sus propios monumentos y por otro lado su economía. La historia de KidZania, se basa en la idea utópica de que los niños se “independizan” del mundo adulto hartos de ver las deficiencias en él, como las desigualdades sociales y los malos gobiernos, de tal manera que deciden hacerse cargo y crear su propio mundo.

A partir de esta idea, lo que los creadores del proyecto de nación están haciendo, es un desplazamiento de la historia de los adultos para sustituirla por una donde los niños sean los protagonistas. Esta historia, en efecto, resulta entonces una representación de las historias oficiales de varias naciones, si consideramos que:

“[e]l modo de existencia de las representaciones sólo se concibe tomando en cuenta las condiciones de existencia de tal o cual grupo, pueblo o clase. Proceden de una coyuntura o conjunción de fuerzas en una estructura social en que existen grupos, castas, clases, pero se dirigen a toda la sociedad; representan la figura, la imagen

que un grupo (o casta, o clase) da de sí, unas veces para los demás, otras veces para sí, sin que una cosa excluya la otra. Los *dominados* (sexo, edad, grupo, clase, país) no tienen más remedio que aceptar las imágenes impuestas por los dominantes y reproducirlas interiorizándolas... Así se logra ofrecer, sin “mentir” particularmente, una imagen que perpetúa la dominación” (*ibidem*. pág. 60)

Por otro lado, se constituye por varias etapas. La primera etapa hace alusión al espíritu de un “mundo ideal” (La Flama Eterna), en la siguiente etapa se realiza una declaración de independencia (La Fuente de la Independencia). Después viene la idea de una nación. Luego la definición de los derechos, así como posteriormente su declaración, le siguen la configuración de un gobierno, la formación de diferentes ciudades, y por último la elaboración de ciertos personajes que representarán tanto sus ideales (valores) como sus derechos, para darle continuidad a lo largo de los años (Los Fundadores).

Es así que con el motivo de inmortalizar y universalizar el proyecto, se crean cinco personajes que serán los encargados de representar la educación cívica (basado en cinco derechos básicos) que se desean promover a los niños: Beepop, con el derecho a crear, Chika con el de compartir, Urbano con el de saber, Vita con el de cuidar y Bache con el de jugar, y todos juntos representarían el derecho *a ser*. Cada uno de ellos estaría encargado de plasmar los ideales de los niños, así como también universalizar sus valores, mediante personalidades específicas, donde se verán representados los mismos personajes. De esta forma es que pasan a ser considerados “Los Guardianes de los Derechos”.

La intención de esta representación a la que hacen alusión los personajes de KidZania, nos recuerdan las estrategias para legitimar la ideología dominante de John B. Thompson que mencionamos en el Capítulo I. La primera estrategia destaca en este punto, porque con estos personajes, lo que la empresa hace es *promocionar* creencias y valores afines a la ideología capitalista, (que será desarrollado más adelante). Así lo demuestran desde su página de internet cuando mencionan lo siguiente:

“La creación de Urbano, Beebop, Chika, Vita y Bache, dos niños, dos niñas y un perro respectivamente, como “Guardianes de derechos” fue el resultado directo de este deseo de garantizar que el sistema de creencias de KidZania se mantuviera mucho tiempo después de que la primera ola de niños partiera a conquistar el mundo de los adultos. Ellos vivirían en cada KidZania y nunca crecerían. Cada uno permanecería en una determinada edad, pero podía evolucionar con el tiempo en cuanto a personalidad y pensamiento para reflejar las ideas frescas que tuviera cada nuevo KidZaniano. Los personajes no tendrían padres como tales, pero estarían unidos como una familia y amigos y serían ejemplares en sus pensamientos y acciones. Serían ciudadanos modelo a quienes los niños podrían admirar e imitar.”¹⁶

De igual manera, podemos reconocer, la *universalización* de sus valores e intereses “que de hecho son específicos de una cierta época y lugar se proyectan como valores e intereses de toda la humanidad” (Eagleton. 2005: 84), así como la *naturalización* de las formas en que se considera que los niños deben ser alrededor de todo el mundo.

También a partir de estos cinco personajes, se verán representados los monumentos presentes en las ciudades de cada país, adaptándose así a diferentes culturas, para consolidar el realismo que se le pretende dar a cada una de ellas, pero también a partir de ellos, serán construidos sus propios monumentos, los cuales representan su propia historia y que se encuentran en lugares específicos en cada ciudad. En el mapa de la ciudad (Imagen 5 y 6) los podemos ver representados mediante círculos verdes. Estos monumentos son: La Fuente de la Independencia (Imagen. 1), La Flama Eterna (Imagen. 2) y Los Fundadores (Imagen. 3) donde se ven representados cada uno de los personajes sujetando un objeto que simboliza el derecho que representa.

¹⁶ Consultado en http://cuicuilco.kidzania.com/es-mx/about_us/story el día 3 de marzo de 2015.



Imagen 1. La Fuente de la Independencia. Fuente: foto propia.



Imagen 2. Flama Eterna. Fuente: foto propia.



Imagen 3. Los Fundadores. Fuente: foto propia

Con estos monumentos y estatuas podemos reconocer cómo las “representaciones amplifican, desplazan, transponen ciertas “realidades”. Forman parte de una estrategia “inconsciente”. Nacen como símbolos en lo imaginario y se fortalecen volviéndose corrientes, casi instituidas” (Lefebvre. 1983: 60)

Cabe mencionar que el diseño de todos estos simbolismos (signos) quedan plasmado en el espacio de la mini ciudad, y el cuerpo de trabajadores lo conoce de la manera en la que la hemos expuesto, sin embargo, no es algo que todos los visitantes puedan saber a profundidad; pueden verlo, lo tiene a simple vista, pero no pueden reconocer todo lo que trata de significar. En este sentido podemos destacar lo que Ion Martínez menciona en el prólogo de *La producción del espacio* de Lefebvre con respecto al espacio visible, donde

“los usuarios del espacio corren el riesgo de confundir *la realidad* con *lo visible*. El resto de sentidos quedan anulados. El espacio visual reduce y sintetiza a través del

recorte y el montaje la realidad que representa y hace pasar por legible lo que ante todo es enmascaramiento.” (Martínez. 2013:17)

De tal manera que, la definición de ideología, entendida como una conciencia que particularmente oculta las contradicciones sociales cobra sentido en la forma espacial, es decir, cuando decimos que el espacio es ideológico significa que enmascara u oculta la realidad en tanto que no es legible a simple vista, se confunde lo que sucede en el nivel de la apariencia, en lo visible, con los procesos que codifican esa -aparente- realidad, que no podría ser solamente explicada mediante el espacio visual, sino que además requiere del reconocimiento de sus condiciones histórico-materiales relacionadas con procesos de la totalidad social (políticos, económicos, culturales, étnicos, etc. dependiendo el objeto de análisis).

Economía, dinámica interna y juego de rol

El segundo elemento que nos llama la atención es su economía, ya que es la que permite el juego, es la que moviliza la dinámica interna y es la que constituye la representación de las relaciones sociales de reproducción social. Es donde encontramos las bases de la ideología capitalista, que podemos considerar como uno de los elementos que sustentan el sistema económico.

Su economía se basa en la creación de su propia moneda, nombrada kidZo. Por medio de los kidZos, cuando los niños desempeñan algún trabajo, les pagan cierta cantidad de estos. Lo mismo sucede cuando consumen algún servicio o adquieren algún producto. En este caso, únicamente podrán utilizar los kidZos para comprar cosas en la tienda departamental que se encuentra patrocinada, en el caso de KidZania Cuicuilco, por Liverpool.

Cuando uno visita cualquier KidZania, lo primero que se hace es comprar los boletos de ingreso. La entrada donde se adquieren, *simula* (en el sentido de Lefebvre) ser la taquilla de un aeropuerto, de tal manera que lo primero que se ve es la mitad de un avión, el cual es patrocinado por alguna aerolínea en específico, por ejemplo en KidZania Cuicuilco la marca que lo hace es Interjet, y por lo tanto lo

que se compra *simula* ser un boleto de “abordaje”. Es por esta razón, que los niños que visitan el centro por primera vez, son considerados turistas de la nación.

En ese momento se le entrega a cada niño que ingresa un cheque correspondiente a 50 kidZos, que deberá cambiar por efectivo en el banco que se encuentra en el interior. El patrocinador del banco es diferente en cada centro, por ejemplo, en el caso de KidZania Santa Fe corresponde a HSBC, en cambio el ubicado en Cuicuilco, tiene relación con el banco Inbursa. Este caso en específico, se explica por estar ubicado en Plaza Inbursa Cuicuilco.

Una vez que el cheque es cambiado, los niños pueden comenzar a realizar la actividad que deseen, ya sea gastándolo o desempeñando algún trabajo para poder acumular más kidZos. Cabe resaltar que los kidZos pueden ser utilizados en cualquier KidZania del mundo, porque no importa el país en el que se encuentren, esta moneda mantendrá su denominación. Es por ello que, podríamos considerar que los kidZos, en este sentido, son una moneda global.

En el caso particular de KidZania Cuicuilco, los salarios y el costo de los servicios son casi homogéneos, es decir que en la mayoría de los trabajos les es retribuida (les pagan) una cantidad de ocho kidZos, mientras que en la mayoría de los servicios, les cobran diez kidZos, con pocas excepciones. A menos que los niños se encuentren registrados en el Programa de Lealtad, nombrado B.KIDZANIAN¹⁷ (Benefits for better citizens) con el cual, se naturalizan como ciudadanos, es decir, desde ese momento, pueden ser considerados ciudadanos de KidZania. Siendo kidZaniano, como lo menciona el programa, los niños gozan de ciertos beneficios particulares, como ganar más dinero en los trabajos y pagar menos en los servicios que consuman o en las mercancías que adquieran.

De esta manera, en el Programa de Lealtad, se distinguen tres jerarquías de ciudadanía. En la primera eres reconocido como “ciudadano naturalizado”, para adquirir este reconocimiento, es necesario comprar un pasaporte (con el precio de \$40). Para conseguir la segunda, y ser un “ciudadano distinguido”, es necesario

¹⁷ Consultado en cuicuilco.kidzania.com el día 11 de marzo de 2015.

presentar el primer pasaporte (de color rojo) en por lo menos treinta trabajos, para que en cada uno coloquen un sello y puedas comprobar que eres candidato a subir de jerarquía y poder cambiar tu pasaporte por uno color anaranjado. Por último, es necesario que vuelvas a trabajar en otros treinta establecimientos para que consigas el estatus de “ciudadano honorable” y adquieras un pasaporte color café.

De acuerdo a la jerarquía, los beneficios son mayores. Los ciudadanos naturalizados reciben dos kidZos más cuando trabajan, y les descuentan dos kidZos cuando deben pagar, de igual manera, los ciudadanos distinguidos reciben cuatro kidzos más y les son descontados cuatro kidZos cuando consumen un bien o servicio, por último, los ciudadanos honorables reciben seis kidZos más y pagan seis kidZos menos. Como podemos ver, el Programa de Lealtad funciona como un sistema de Cliente Frecuente, de tal manera que se recompensa a los que más consumen, pero esto deja entrever, que lo mismo aplica para ser un buen ciudadano, de tal manera que entre más veces visites KidZania y por ende más consumas, mejor ciudadano podrás ser.

Esta manera en la que se lleva a cabo el juego dentro de los diferentes centros, nos remite a las cuatro bases ideológicas en las que se apoya el capitalismo. Porque al igual que en la vida real, cuando uno ya no cuenta con nada de dinero, debe ponerse a trabajar para conseguir más y de esta manera realizar su reproducción social. Entonces, si al niño se le acaban sus 50 kidZos, necesita conseguir un trabajo para continuar jugando, este es el mecanismo del juego dentro de todos los KidZanias del mundo. De esta forma podemos reconocer, cómo a partir de la *simulación* de estas relaciones sociales, a saber, la del trabajo asalariado y la del intercambio de mercancías, se representan la libertad, la igualdad, la propiedad y el autointerés en la que se basa la ideología capitalista para perpetuar la reproducción del capitalismo.

Veamos cómo opera la libertad. Como hemos mencionado ya en el Capítulo I, esta libertad sólo es aparente porque, aunque desde su ingreso se planteó, que los niños son libres de realizar la actividad que deseen, llegará un momento en el

que necesitarán más kidZos, y será cuando se verán en la necesidad de trabajar, de tal manera que forzosamente deberán vender lo único que poseen, su fuerza de trabajo. El autointerés va implicado en este proceso también por que en teoría, nadie los obliga a desempeñar tal o cual actividad, ellos van a divertirse. Cabe mencionar que esta aparente libertad (y autointerés), no sólo es aplicable en el momento de conseguir un trabajo, sino también cuando requieran consumir un servicio o comprar alguna mercancía.

En este aspecto resultan interesantes los mecanismos con los que opera el consumo mediante los kidZos, particularmente en el caso de las fábricas. Específicamente en KidZania Cuicuilco, se puede reconocer una zona donde se localizan una serie de fábricas (Imagen 3. Edificios amarillos) Sólo con algunas excepciones donde podemos ubicar otras fábricas fuera de la zona, como la fábrica de yogurt o la fábrica de billetes y monedas (Imagen 4. Edificios amarillos).

Si bien los niños que ingresan a esta actividad en teoría trabajan y por lo tanto deberían ser remunerados, al término de ésta se quedan con el producto que “produjeron”, y por lo tanto, ellos deben pagar por la actividad (en este caso los diez kidZos antes mencionados en el pago por los servicios). Es decir, el principal atractivo de esta dinámica es fabricar su propio producto. Por ejemplo, si ingresan a la fábrica de botanas, *simulan* realizar el proceso de producción de unas papas Sabritas. Al término de esta actividad, los niños salen con la bolsa de papitas que ellos mismos hicieron. Aunque la actividad representa un trabajo, su funcionamiento responde más a los mecanismos de un negocio normal, donde se paga por un servicio o una mercancía, o ambos como lo muestra nuestro ejemplo, con el plus de conocer cómo se produce.

En el caso de que los niños ya no tengan dinero, deberán trabajar por lo menos dos veces para poder ingresar a esta actividad. Esta es la libertad que asume el capitalismo. Una falsa libertad que se ve sometida a los elementos económicos (producción y circulación) de las relaciones sociales (desiguales, del

trabajador y del consumidor de bienes y servicios) de reproducción social capitalista.

Por otro lado, en el único lugar donde pueden llevar a cabo la compra de mercancías mediante sus kidZos, (tienda departamental/Liverpool) también queda ilustrada esta aparente libertad, ya que el precio de cualquier mercancía abarca un rango de precios desde los 30 hasta los 500 kidZos, esto quiere decir que si el niño se queda sin dinero deberá trabajar por lo menos cuatro veces para obtener la mercancía más barata. Con estos dos ejemplos, vemos cómo funciona la libertad como base ideológica del capitalismo mediante la representación de las relaciones sociales de producción y reproducción sociales, basado en el juego de rol del trabajador y del consumidor de bienes y servicios.

¿Cómo funcionan las demás bases ideológicas, la igualdad y la propiedad? Para poder responder, debemos señalar que aunque las mencionemos por separado, las cuatro operan simultáneamente, y sólo mediante el análisis pueden ser descifrables, lo mismo ocurre con “[l]as representaciones [que] circulan... Interpretan la vivencia y la práctica... Forman parte de ellas, sólo las distingue el análisis.” (Lefebvre. 1983: 28)

También debemos recordar que estas bases se encuentran en el nivel aparente o superficial de la realidad, que oculta al esencial, el de la producción¹⁸, que es donde se ven como realmente son. Es importante recordar este punto, porque es a partir de esta idea que se definen como ideológicas, pues ocultan las principales contradicciones que sustentan el capitalismo.

¹⁸ Cabe aclarar que esta distinción entre dos elementos (o esferas, de acuerdo a lo planteado en el Capítulo I) de la economía (la circulación de mercancías y la producción) es metodológica, pues nos permite acercarnos a las nociones de apariencia y esencia en un nivel teórico, sin embargo, ambas nociones permean en las dos esferas, es decir, en la esfera de la producción también persiste un nivel aparente (que podríamos ubicar en las relaciones que se presentan entre el capitalista y el proletariado como “iguales”), sin embargo, por la finalidad del presente trabajo, no profundizaremos en esta cuestión que se ha complejizado en el debate actual.

Mapa de Kidzania



Imagen 4. Mapa de la ciudad. Planta Alta. Fuente: KidZania Cuicuilco. Edición propia.

Mapa de Kidzania

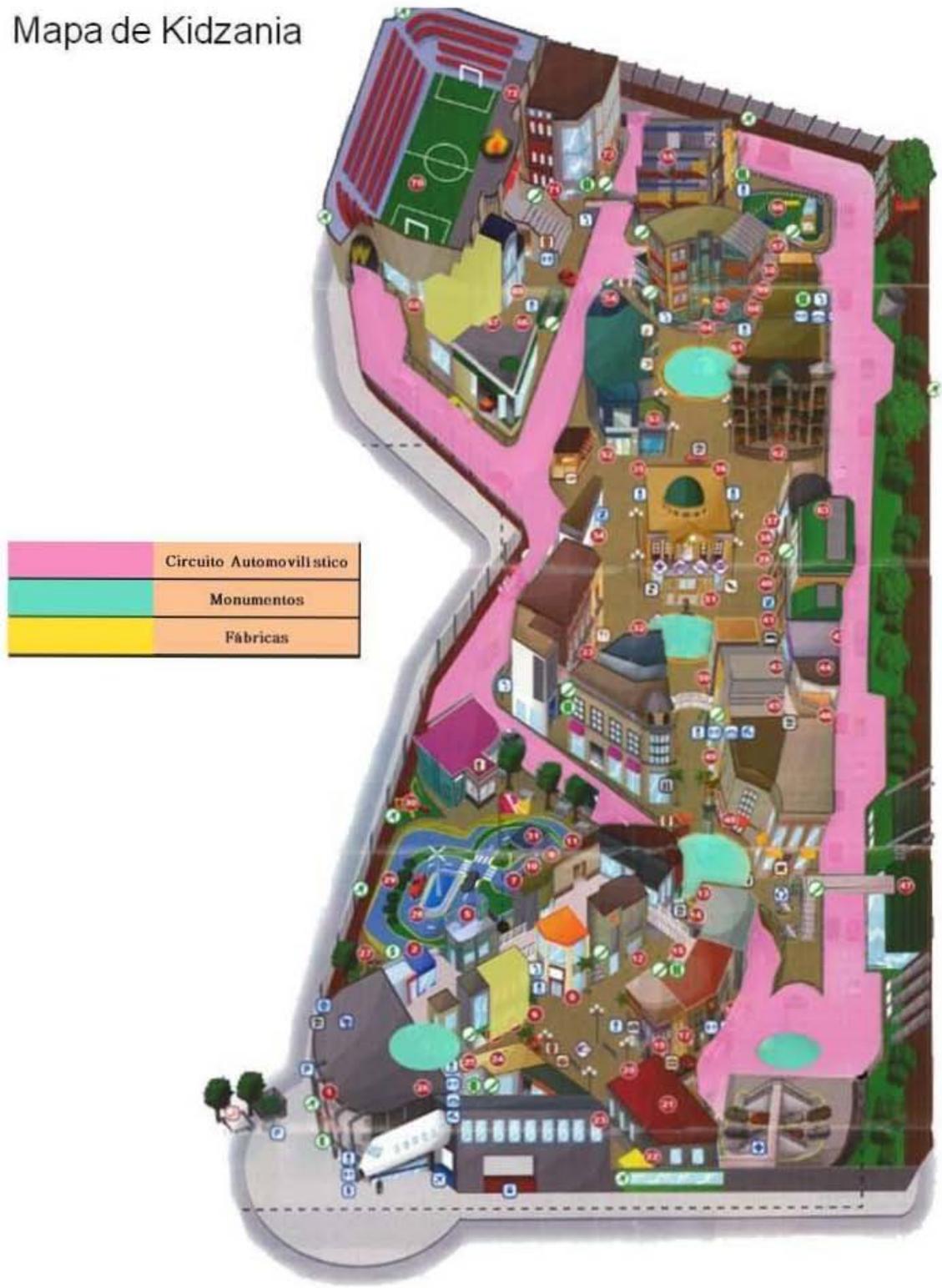


Imagen 5. Mapa de la ciudad. Planta Baja. Fuente: KidZania Cuicuilco. Edición propia.

En este sentido:

“la crítica del espacio tiene sentido dado que los espacios no pueden ser adecuadamente explicados sobre la imagen mítica de la transparencia pura ni a partir del mito inverso, la opacidad natural; también porque disimulan lo que contienen bajo sus significaciones, sus insignificancias o sus sobresentidos; finalmente, porque a veces mienten como cosas aunque ellos no lo sean.”
(Lefebvre. 2013: 148)

Estas bases *ocultan* las contradicciones sociales, de ahí que sean ideológicas. Operan en nuestra cotidianidad, las tenemos frente a nosotros en el día a día, pero no podemos entenderlas fácilmente por que no se muestran como lo hacen en la esfera de la producción, donde incluso, también es complicado comprenderlo sin un análisis previo¹⁹. Es decir, en la realidad concreta, que ya se encuentra alienada, la esfera de la circulación o intercambio de mercancías oculta las desigualdades que se presentan en la esfera de la producción. Por eso aunque KidZania, pretenda representar estos procesos, (en el caso de las fábricas), éstos siguen operando en la lógica de la circulación de mercancías y es por ello que la libertad, la igualdad, la propiedad y el autointerés se presentan aparentes, sumado a que las estamos considerando parte de una representación.

KidZania pretende ser una representación de estas dos esferas de la práctica material capitalista, la de circulación y la de producción, ya que por medio del juego de rol, se *simulan* las relaciones sociales de producción, pero sobre todo las de reproducción social, al seguir la lógica del intercambio de mercancías, por lo tanto, es una representación de la forma aparente en la que se presentan las actividades prácticas del capitalismo.

Ahora bien, considerando que la fuerza de trabajo es una mercancía más, podemos reconocer cómo opera la aparente igualdad. Lefebvre lo expresa de la siguiente manera:

¹⁹ En este sentido reconocemos la complejidad del nivel de análisis, anteriormente mencionado, entre la dimensión aparente y la esencial de la realidad capitalista.

“El trabajador no comprende bien lo que sucede. Concibe mal y sólo percibe confusamente la *sustitución*: el quantum sustituye su actividad. Cree recibir por su trabajo el *equivalente* en dinero. No sabe claramente que el producto de su tiempo de trabajo, empleado por el empresario (capitalista) produce más valor mercantil (evaluado en dinero) del que recibe como salario. Eso es lo que constituye la plusvalía. No llega a comprender el mecanismo de la plusvalía, o sea su concepto. Se inserta en un conjunto de *equivalencias*, de cuya injusticia se da cuenta pero cuya lógica acepta. Este conjunto de equivalencias posibilita la plusvalía disimulándola y legitimándola a la vez.” (Lefebvre. 1983: 33-34)

Es así que en la esfera de la circulación²⁰, podemos reconocer una “igualdad” en cuanto a las relaciones de intercambio, donde el precio de los objetos pretende igualar el valor de la mercancía, siendo que ésta oculta su plusvalor. La relación desigual entre capitalista y trabajador queda *disimulada* en la propia mercancía. Entonces las relaciones de intercambio, que se muestran entre iguales, también disimulan su origen desigual. Estas mismas relaciones se *simulan* en KidZania, cuando los niños compran cosas en Liverpool. Aquí también podemos reconocer la propiedad representada en las mercancías que consiguen comprar ahí, pero también cuando ganan dinero en los trabajos que realizan.

Lo mismo podemos destacar de las jerarquías en la ciudadanía. Aunque en el nivel de las apariencias, podríamos considerar que todos los niños juegan como iguales, con el estatus de ciudadanía que tenga cada uno, o incluso considerado como turista, se marca una diferencia sustancial que sí implica una diferencia en la dinámica interna para cada visitante, y que de alguna u otra manera, sí modifica el juego, pues a partir de este reconocimiento, se marca cierta pauta que reproduce, de alguna manera, las clases sociales (que ni siquiera son mencionadas). Esto quiere decir que esta representación, mediante la consideración de diferentes grados de ciudadanía, también reproduce las desigualdades sociales. Es por ello que podemos decir que KidZania reproduce la lógica de estas relaciones o, en

²⁰ Aunque, como ya lo mencionamos anteriormente, también en la esfera de la producción se presenta este nivel aparente.

otras palabras, que reproduce la ideología capitalista, otorgando privilegios a los que gastan más dinero.

¿Cómo la reproduce? Como hemos visto, mediante el juego que se lleva a cabo, donde las cuatro bases ideológicas del capitalismo son *simuladas* y al mismo tiempo *disimuladas*. En este sentido, es pertinente destacar

“que el aspecto sociocultural del juego tiene una gran importancia...El juego tiene un lugar importante en la adquisición del sentido social. No es únicamente producción libre, individual, sino que para que el niño sea exitoso en un grupo tiene que someterse a ciertas reglas. El juego es un mecanismo de ejercicio y solución de conflictos individuales pero dentro de un marco de la sociedad a la que pertenece.”
(Corona, et al. 2003: 11)

En el caso concreto de KidZania, el juego se basa en reglas muy específicas: trabajar y consumir. Son reglas que a su vez *simulan* la vida de un trabajador promedio que, inconsciente o conscientemente, reproducen las bases ideológicas del capitalismo. En este sentido Delahanty asevera que “[l]a estructura social con su cruda y sombría realidad, expone los diversos roles conocidos y que por medio del juego se traducen las funciones sociales.” (Delahanty. 1986: 17) De esta manera, junto con el juego, la representación miniaturizada de la ciudad, también es parte de las formas con las que se reproduce la ideología capitalista, y a su vez, una de las razones por las que podemos considerar a KidZania, como un espacio ideológico.

Funcionamiento interno

Como en todas las ciudades capitalistas del mundo, en KidZania hay negocios que, al igual que en la vida real, responden a diferentes sectores, tanto privados como públicos (vinculados al Estado²¹) tales como la industria, las comunicaciones, la

²¹ A pesar de no profundizar en el concepto de Estado, cabe resaltar su importancia como un elemento constitutivo en el cual se apoya el sistema capitalista para su mantenimiento y reproducción. El Estado ha sido caracterizado por ser complejo al momento de ser definido, pero también por su manera de operar en función del libre mercado. En palabras de Adolfo Gilly:

seguridad, los servicios, el transporte, las finanzas, la educación, la salud, el arte, entre otros. Cada uno de los negocios, representados como establecimientos, están específicamente pensados para que los niños y niñas puedan jugar a que trabajan o consumen, o ambas, simultáneamente, y por supuesto, cada uno de dichos establecimientos se encuentran patrocinados por marcas específicas, desde locales y nacionales hasta multinacionales, así como también por instancias estatales.

Todas las empresas que participan son consideradas socios de industria, incluso si son dependencias estatales, (como la policía federal, por ejemplo). Esta ha sido una base fundamental para que KidZania, pensada como empresa, haya logrado obtener tanto éxito. La cantidad de empresas asociadas varía de país en país, y dependiendo de estas, se derivan cierto número de oficios o trabajos que ofrece cada centro. En conjunto, a partir de cada establecimiento, el número de actividades a realizar, oscila aproximadamente entre las 60 y las 150. Cabe

“El Estado es una relación social conflictiva cuya unidad se recompone permanentemente mediante la violencia. Lo es en especial el Estado del capital, aquel donde esa violencia aparece enmascarada por el acuerdo de voluntades implícito (*sic*) en las transacciones mercantiles” (Gilly, 2005: 11)

Continúa refiriéndose a Rhina Roux, Gilly señalando que:

“ ‘El capital [...] no puede basar la reproducción del orden social exclusivamente en el movimiento de las mercancías, esto es, en los lazos integradores e impersonales del mercado’... El capital requiere el momento del mando político... ‘la realización del capital está mediada por la cohesión política, la hegemonía y la legitimidad’ ”. (*ibid.* pág. 12)

Esta complejidad que presenta el Estado neoliberal también es resaltada por Harvey (2009), ya que su evolución ha tendido a desapegarse un poco de lo que originalmente proclamaba la teoría neoliberal. A pesar de esto, podemos reconocer también en ella las bases ideológicas que hemos desarrollado en el presente trabajo: libertad, igualdad, propiedad privada y autointerés, ya que, en palabras de Harvey:

“De acuerdo con la teoría, el Estado neoliberal debería favorecer unos fuertes derechos de propiedad privada individual, el imperio de la ley, y las instituciones del libre mercado y del libre comercio. El marco legal viene definido por obligaciones contractuales libremente negociadas entre sujetos jurídicos en el mercado.” (2005: 73)

En KidZania, podemos identificar el discurso contradictorio generado por del Estado neoliberal (discurso oficial o estatal) mediante la promoción de un nacionalismo (representado mediante los monumentos y adaptaciones arquitectónicas características de las ciudades de cada país en las que se ubica, como veremos más adelante, por ejemplo con la Ciudad de México) que favorece la privatización, la desregularización y la competencia extranjera, que aseguran el incremento de la productividad, mayor calidad de las mercancías, y reducción de los costes, entre otras cosas, que se piensan como el resultado de un bien común. Esto, quedará evidenciado más adelante, al identificar a los patrocinadores (socios de industria) que colaboran con KidZania, ya que algunos pertenecen al Gobierno Federal directamente, mientras que la mayoría corresponde a empresas extranjeras. “La soberanía estatal sobre la circulación de mercancías y de capitales es entregada en una actitud servicial al mercado global.” (*ibid.* pág. 75)

Por lo tanto, reconocemos que el papel del Estado es fundamental para la legitimación y funcionamiento del sistema capitalista, aunque por la propia finalidad del trabajo, no se incluya en el análisis.

mencionar que la permanencia de cada empresa en cada KidZania, depende de la respuesta que muestren los visitantes, es decir, del grado de aceptación por parte de los niños para desempeñar el trabajo o consumir el servicio, aunado al crecimiento de las ventas de los productos asociados a la marca.

Para poder medir estas expectativas, se utiliza un brazalete, el cual se coloca en cada uno de los que ingresan en los centros, tanto niños como adultos. Esto nos lleva a hablar de una de las cualidades del lugar que también ha asegurado el éxito de la empresa: la seguridad. Es de esta manera como la empresa asegura el cuidado de los pequeños, pues cada uno de los brazaletes contiene un código que permite establecer, por medio de unos kioscos con información general digital, cuál fue el último lugar al que acudió el niño o niña y de esta manera saber aproximadamente el lugar en el que se encuentra. Este sistema funciona cuando los visitantes ingresan en grupos pequeños, por ejemplo, si ingresa una familia integrada por cinco personas, supongamos, mamá y papá con tres hijos, a través de sus brazaletes podrán reconocer dónde se encuentra, aproximadamente, cada uno. En el caso de los adultos, se mostrará el último lugar donde compró algún producto, como comida o bebidas.

Por otro lado, otra de las funciones del brazalete, además de *rankear* los establecimientos más solicitados (y por ende con mayor éxito) es reconocer las preferencias en el consumo de los niños. Cada vez que un niño compra algo dentro del centro, se le registra el brazalete, de tal manera que se obtienen las estadísticas de los productos que son más atractivos para ellos, sin mencionar que el precio de estos productos (en su mayoría dulces y *souvenirs*) es bastante elevado al establecido. De tal manera que dicho brazalete es utilizado como un estudio de *marketing*, además de garantizar, bajo el discurso de la empresa, la seguridad de los niños.

Lo mismo sucede con las empresas involucradas. Cuando un niño desea trabajar o consumir en algún establecimiento en específico, al ingresar a este, su brazalete es registrado y mediante la información obtenida, la empresa patrocinadora puede darse cuenta del éxito de su establecimiento. Dependiendo

de cuál sea este, y asociado al nivel de ventas en su producto (fuera del centro), el empresario decide si desea permanecer en la ciudad o si su establecimiento requiere modificaciones para ser más atrayente y por ende seguir siendo parte de la ciudad. Lo cual nos permite decir, que el principal atractivo de las empresas que se relacionan con KidZania, es la publicidad plasmada en cada una de las actividades que realizan los visitantes. Lo cual nos recuerda, una idea básica de Lefebvre con relación a las representaciones y sus implicaciones políticas y económicas. El autor afirma que

“...la propaganda (política) y la publicidad (comercial) utilizan o construyen representaciones que remplazan a las “cosas” y a la “gente”. El político no se limita a cuidar su “imagen de marca”; la produce, la mantiene, ayudado por especialistas de la mercadotecnia. Asimismo, el “vendedor”, no sólo produce la imagen del producto sino las “necesidades” y las “motivaciones.” (Lefebvre. 1983: 32)

Lo que sugiere que las empresas a partir del discurso del entretenimiento y de la educación, *disimulan* generar estas necesidades y motivaciones, que culminarán con el consumo dirigido. Es decir, la relevancia de este tipo de publicidad, es que mediante el juego, se afirma la necesidad del consumo de tal o cual marca, generalmente sustituyendo una necesidad real que no necesariamente requiera de un consumo específico. Por ejemplo, el hecho de visitar KidZania para jugar de una manera “mucho más divertida”. O pongamos un ejemplo interno (de KidZania Cuicuilco), como escoger trabajar de paramédico en el Hospital Ángeles, donde la idea que se desea plasmar, va más allá de conocer la función de un paramédico, lo que verdaderamente importa es que los niños reconozcan que trabajaron en el Hospital Ángeles; o por ejemplo, si decidieran estudiar una licenciatura, pueden hacerlo en la Universidad Anáhuac. Es decir, la marca predomina por encima de la actividad.

Los niños no necesitan de KidZania para poder jugar a que son paramédicos o estudiantes, sin embargo, dentro de KidZania, se puede aprender por qué jugar en ese papel, podría implicar una necesidad desde la empresa que lo patrocina, de tal manera que, cuando se requiera en verdad atención médica,

posiblemente lo que venga a su mente sea ir al Hospital Ángeles. Evidentemente no podemos asegurar que así sea, pero sin lugar a dudas podemos decir que esa es la intención de la marca patrocinadora, es decir, venderse.

Algo importante a destacar, y que refuerza la idea anterior, es que los establecimientos son diseñados en función de lo que las empresas y las dependencias estatales quieran proyectar, es decir, el contenido vertido en cada actividad, en cada una de las dinámicas, no depende directamente de KidZania, sino del socio de industria que lo patrocine, en otras palabras, de lo que las empresas y dependencias del Estado quieran proyectar con su marca (con pocas excepciones). De tal manera que si un niño o niña, trabaja como mecánico automotriz en el taller de cambio de aceite, y ese establecimiento se encuentra patrocinado por Quaker State, el supuesto aceite que utilicen para dicha actividad, será por supuesto Quaker State, por poner un ejemplo, de nuevo en el caso de KidZania Cuicuilco. Desde los uniformes que se utilicen, hasta la tematización del establecimiento, resaltará la marca a la que pertenece.

Así sucederá en cada uno de los establecimientos de las mini ciudades, ya sea para que desempeñen un trabajo o para que consuman sus servicios, en cada uno de los sectores mencionados con anterioridad y que de hecho, también reproduce la empresa en su organización interna, como ya hemos mencionado. Entonces KidZania es una empresa que necesariamente debe negociar con un cuantioso número de empresas que le permitan reproducir una dinámica característica de una ciudad, una dinámica ideal, por la manera en que se presenta, y específica de una ciudad capitalista.

Como hemos dejado ver, cada establecimiento puede ser reconocido de dos maneras diferentes, a partir de la representación del oficio que estén jugando y partir de la marca. Ya que nuestro caso de estudio es específicamente KidZania Cuicuilco, incluimos una tabla (Tabla 3.) con los establecimientos con los que cuenta, así como un plano del lugar (Imagen 4 y 5.) para que, de esta manera tengamos una idea más amplia sobre nuestro caso de estudio.

Tabla 3. Nombre de las actividades en KidZania Cuicuilco

Establecimiento	Socio de Industria
Academia de Actuación	Centro Nacional de las Artes (CNA)
Academia de Aviación	Interjet
Aduana	SAT
Agencia Creativa	Sonrics
Agencia de Automóviles	TOYOTA
Armadora de Automóviles	TOYOTA
Aseguradora	Bancomer
Autobús Turístico	Turibús
Banco	Inbursa
Boutique de Modas	Sears
Bóveda	Servicio Panamericano de Valores
Cafetería	Sanborns
Camión Escolar	LIPU
Capacitación en Desastres Naturales	Seguros BBVA /CONAGUA
Casa Sustentable	Helvex
Central de Telefonía e Internet	TELMEX (Infinitum)
Centro Canino	Pedigree
Centro de Acopio	ANIC
Centro de Capacitación de Extinguidores	¿?
Centro de Distribución de Lácteos	LALA
Centro de Idiomas y Educación Global	Berlitz
Centro de Inversiones	Cetes directo
Centro de Noticias	Televisa
Centro de Reciclado	Tetrapack
Centro Llantero Especializado	Continental
Compañía de Mudanzas	MYM
Compañía Eléctrica	CFE
Desfile Alegórico	Cartoon Network
Edificio en Construcción	Capistrano

Edificio para escalar	La Costeña
Escuela de Cocina	Nestlé
Escuela de Manejo para Principiantes	Nestlé
Estación de Autobuses	ADO
Estación de bomberos	BBVA Bancomer
Estación de Policía	Policía Federal
Estación de Radio	ACIR
Estadio	Coca-Cola
Fábrica de Barras de Cereal	Quaquer
Fábrica de Billetes	Banco de México
Fábrica de Botanas	Sabritas
Fábrica de Congelados	La Huerta
Fábrica de Galletas	Mamut (Gamesa)
Fábrica de Jugos	JUMEX
Fábrica de Monedas	Casa de Moneda
Fábrica de Tortillas	MASECA
Fábrica de Yogurt	LALA
Farmacia	Farmacia Similares
Fiscalía	Procuraduría Federal del Gobierno del D.F.
Gasolinera	Hidrosina
Gimnasio	Secretaría de Salud de Pública
Guardería	Evenflo
Heladería	Holanda
Hortaliza	Gerber
Hospital	Hospital Ángeles
Instituto de participación ciudadana	INE
Instituto de Seguridad Vial	IMESEVI y Secretaría de Salud.
Laboratorio de Cosméticos	JAFRA
Laboratorio de Fotografía	Fujifilm
Laboratorio de Innovación	Aladino
Laboratorio Médico	CHOPO
Ministerio Público	Procuraduría General Justicia del Gobierno del D.F.

Módulo de Licencias	SETRAVI
Museo del Tesoro	Carlos V
Oficina de Empleo	Manpower
Oficina de Impuestos	SAT
Oficina de marcas y patentes	Instituto Mexicano de la Propiedad (IMPI)
Oficina De Pasaportes	KidZania
Oficina de Prensa	Excelsior
Óptica	DEVLIN
Pavimentación de Vialidades	Cementos Moctezuma
Pizzería Express	DOMINOS
Planta de Reciclaje PET	Bonafon
Pozo Petrolero	PEMEX
Reloj de la Ciudad	KidZania
Renta de Autos	AVIS
Servicio de Mensajería	DHL
Supermercado	Wallmart
Taller de Cambio de Aceite	Quaker State
Taller de Manualidades de papel	KidZania
Taller de manualidades Joyería	KidZania
Taller de Motocicletas	YAMAHA
Tienda de Bicicletas	Nestlé
Tienda de Celulares	Telcel
Tienda Departamental	Liverpool
Universidad	Universidad Anáhuac

Fuente: cuicuilco.kidzania.com Elaboración propia

Como podemos ver en la Tabla 3, los establecimientos donde se realizan las actividades, representan, además del trabajo en la realidad concreta, a las marcas que las patrocinan. Aquí la idea de representación se hace más latente que nunca, pues como hemos resaltado, y poniendo un ejemplo de la misma tabla, los niños que trabajen en el centro de noticias, más allá de recordar que fueron presentadores de noticias o reporteros, etc. recordarán que trabajaron para Televisa. Es por ello que podemos decir, en palabras de Lefebvre (1983) que

“A partir de ese esquema podría creerse que bajo la dominación de lo lógico pueden construirse sistemas de representaciones. Sin embargo, tales sistemas se aproximan a las ideologías [en el sentido neutro] o más bien se convierten en ideologías. Debilitan las representaciones de las cuales proceden y arrastran a estas representaciones a profundidades o alturas donde se disuelven.” (*ibidem.* pág. 91)

La relación entre representación e ideología se presenta ahora de una manera diferente, sin por ello ser contraria a la anteriormente mencionada. Los valores que serán promovidos en cada establecimiento refuerzan el poder de la representación que alude a las marcas patrocinadoras, de tal manera que la consolidan (Lefebvre, 1983), pues no parten de la nada, pretenden imitar la realidad. Es por eso que

“Relacionadas con su “base” social, o sea con toda una sociedad, las representaciones oscilan entre la manera en que está hecha esa sociedad y la manera en que se ve,... Oscila, pues, entre la imaginería por un lado y la ideología por otro.” (*ibidem.* pág. 92)

Nuevamente, lo relevante de esta representación (ideológica), es el sentido que implica, y ahora podemos agregar, que además cuenta con un soporte social y un contenido práctico irreductible. Lo que nos permite decir que la:

“[p]ublicidad y propaganda se mueven, en el mundo o más bien en el espacio de las representaciones; juegan con él; por ende “motivan” y manipulan a los individuos y a los grupos; ¿no contribuyen incluso a la constitución -a la producción- de “grupos”, fracciones de clases y fragmentos de la sociedad? ¿No llegan incluso a producir los consumidores, demandas y necesidades? Las relaciones de las representaciones entre sí provienen de sus soportes: de los “sujetos” hablantes y actuantes, de los grupos y clases en relaciones conflictivas (relaciones sociales). [Entonces] Las representaciones no son simples hechos, ni resultados comprensibles por sus causas ni simples efectos. Son hechos de palabra (o si se prefiere de discurso) y de práctica social.” (*ibidem.* pág. 94)

Lo cual nos lleva a plantear el tema en cuestión, a saber, KidZania como una representación de la Ciudad de México, que particularmente es ideológica.

KidZania Cuicuilco

KidZania Cuicuilco es el tercer centro que se construyó en México y el onceavo a nivel internacional, se encuentra ubicado al lado de Plaza Inbursa en Cuicuilco, al sur de la ciudad. Esta plaza comercial que se encuentra a lado del complejo financiero Inbursa, refuncionalizó el lugar, ya que anteriormente correspondía a una fábrica de papel muy importante en el siglo XIX.²² El centro de entretenimiento infantil se encuentra situado en un lugar cuyo entorno responde a una variedad de sitios que lo insertan en un discurso moderno, ya que al lado del complejo financiero Inbursa, se encuentra el parque ecológico Loreto Peña-Pobre y la zona arqueológica Cuicuilco, que data del periodo neoclásico (700 a. C a 150 d. C).²³

Sin embargo, la antes ciudad de los niños, no representa esta zona, sino una parte de la zona centro de la Ciudad de México. A diferencia de KidZania Santa Fe, donde se ve representada la zona arqueológica del centro de la ciudad (el Templo Mayor), KidZania Cuicuilco, además de representar parte de la zona centro, también incluye una parte de la zona Reforma, una más cercana a un sector financiero e internacional.

Así lo podemos constatar con algunos establecimientos que adoptan la forma arquitectónica de los lugares a los que aluden. Por ejemplo, en la Plaza Central, podemos encontrar el Teatro Nacional de KidZania, que es una simulación miniatura de Bellas Artes. Junto a este establecimiento, podemos ubicar la Cafetería, adornada con azulejos, ya que simula ser el conocido Sanborns de los azulejos, localizado en el centro de la Ciudad de México. Enfrente de la Cafetería, nos encontramos con la Estación de Policías que permanece al lado de la Bóveda.

Este es un ejemplo de cómo se ve representada, por medio de la arquitectura, ciertas partes de la Ciudad de México, zona centro, pero de igual

²² Consultado en www.plazainbursa.com el día 19 de marzo de 2015

²³ Idem.

forma, en medio de esta misma plaza, podemos encontrar La Flama eterna, monumento Kidzaniano que representa el espíritu que motivó a los niños del mundo a independizarse. Este monumento, representa el centro de todas las ciudades a escala, por lo tanto, funciona como punto de encuentro, pero también



simboliza la centralidad que caracteriza a las ciudades en general, de la misma manera en que ocurre con la Ciudad de México. (Imagen 4 y 5, círculo verde del centro.)

Además de las formas arquitectónicas, KidZania Cuicuilco representa dos monumentos claves de Reforma (mediante sus personajes), donde queda representado el sector financiero. Uno de ellos es el Ángel de la Independencia, caracterizado por Vita (Imagen 6.), de tal forma que el nombre que adopta el monumento es La Vita de la Independencia (Imagen 7).

Este monumento se encuentra localizado en la primera plaza después de haber ingresado, lugar en donde podemos ubicar La Fuente de la Independencia. (Imagen 1 e Imagen 4 y 5, círculo verde de la entrada.) Este monumento Kidzaniano, representa el momento en que los niños declararon su independencia del mundo adulto. Es por ello que la avenida por la cual se llega a la Plaza de la Independencia, donde se encuentra el ángel, adopta el mismo nombre.

El otro monumento que podemos reconocer es la Diana Cazadora, también caracterizada por el personaje llamado Vita. La Vita Cazadora, nombre que adopta el monumento dentro de KidZania, como podemos ver en la Imagen 8., se encuentra en la glorieta donde los niños pueden abordar los autos que rentan, mediante la obtención de una licencia de manejo.



Imagen 7. La vita de la independencia. Fuente: foto propia.



Imagen 8. La Vita Cazadora. Fuente: foto propia.

Estos son principalmente, los lugares que los diseñadores del concepto de KidZania Cuicuilco escogieron como representativos de la Ciudad de México. La pregunta que debemos hacernos es, ¿por qué Reforma es representativa de la Ciudad de México y no otro lugar? Es decir, ¿qué significa Reforma que, a partir del equipo creativo de KidZania, es elegido para ser parte de la representación de la ciudad? Desde esta perspectiva, en el momento en que se decide qué lugares se representarán en KidZania Cuicuilco, esta representación “dinámica” (por decirlo de una manera) del espacio, o mejor dicho de la ciudad capitalista, ya oculta una parte de la realidad que no permite dar cuenta de las desigualdades en las que se origina, pero sobre todo en las que se apoya, por lo tanto, ya podemos comprender mejor, por qué esta representación es ideológica (en su acepción crítica). En este sentido, podemos afirmar que “será un discurso técnico, es decir, urbanístico y arquitectónico, el que señalará aquello de lo que hay que hablar y aquello de lo que no se debe hablar, aquello que se considera serio y lo que no debe ser considerado como tal.” (Martínez Loera. 2013: 23)

Desde este momento de selección ya se deja entrever qué lugares son los importantes o “dignos” de representación, los más estéticos e inclusive, los más afines al sistema económico (aunque en el discurso oficial, no sea mencionado). En efecto, Reforma significa, (y por lo tanto KidZania también) un espacio homogéneo-quebrado (Lefebvre, 1976) ya que deja ver la opulencia de la ciudad, pero no su contraparte, y por tanto, *oscurece* (Thompson, 1984) la realidad. “Bajo toda una parafernalia de símbolos que transmiten diversidad a la par que originalidad, no hay sino un enmascaramiento de la pura repetición (de edificaciones, monumentos o eventos) en todas las ciudades”. (Martínez Loera. 2013: 20) Es por estas razones, que podemos considerar que KidZania es una representación ideológica de la ciudad capitalista.

De hecho, en tanto que es una representación de la ciudad capitalista (de espacio), reproduce una manera específica de vivir el espacio, es decir, obligatoriamente también reproduce las prácticas espaciales que le son afines al espacio que los especialistas imponen, pero a su vez, aprovecha un espacio de

representación, donde el idealismo capitalista se realiza, mediante la propia representación y las reglas del juego. “Aquí también el consumo de signos y significaciones juega un rol. Se entra en lo imaginario mientras se cree estar en lo real idéntico a lo racional.” (Lefebvre. 1980: 27) Esto queda mucho más claro, cuando revisamos de nuevo la narrativa de la historia de KidZania, cuando mencionan que:

“Para que esta idea pudiera funcionar, los niños necesitarían imitar la realidad que les rodeaba en forma adecuada para sus propias necesidades... Los niños se reunieron y platicaron entre ellos para acordar un diseño de ciudad y determinar su ubicación. Con la ayuda de urbanistas adultos que examinaron a cada uno de ellos para saber qué les gustaba y qué no del lugar donde vivían. Algunos hicieron dibujos originales para representar su lugar perfecto, mientras otros hicieron referencia a otros ya existentes para describir lo que querían. También se hicieron preguntas a adultos con experiencia en el diseño y programación sobre puntos relevantes a su causa.” (cuicuilco.kidzania.com)

La arquitectura, el diseño y el urbanismo, como hace mención de ello Lefebvre (1976) se presentan como los saberes articuladores de las representaciones del espacio, siendo KidZania, una de ellas. Es por ello que:

“La ideología urbanística, que se proclama ciencia, no sólo sirve a la legitimación del orden social, procurando un envoltorio técnico aséptico, aparentemente neutral incluso en el tratamiento de las formas, sino que contribuye por ende a instaurar una *hegemonía*, una forma de vida, unos comportamientos sociales aceptables, unas prácticas concretas en el espacio”. (Martínez Loera. 2013: 43)

De alguna forma, KidZania acepta estas formas al realizarse mediante ellas, ya que:

“Bajo la apariencia de racionalidad, la dominación se expresa en una *cotidianidad programada* donde se manipulan las necesidades y los deseos, en contradicción, siendo la publicidad, la planificación económica y el urbanismo sus herramientas más eficaces. El neocapitalismo vendría a imponerse como “sociedad burocrática de

consumo dirigido” en la que todos los planos de existencia quedan atrapados en un espejismo de bienestar.” (Beloud, 1981 en Martínez Gutiérrez, 2013: 40)

En este sentido podemos considerar que KidZania es:

“una *representación del espacio* que se muestra pura, original, natural, punto cero de la realidad humana, espacio *en sí* que nos aleja del análisis de las relaciones sociales implicadas en la producción (y reproducción), velando tras el signo de la coherencia (espacial) la existencia de un determinado orden (social) con beneficiados y excluidos, ocultando por tanto las profundas contradicciones y desigualdades que genera.” (Martínez Loera, 2013: 17)

De aquí, la relevancia del análisis previo, o sea, ¿para qué se proyectaría de esta manera dicha representación? Atendiendo a la intencionalidad del proyecto, y resaltando que los espacios *concebidos*, no provienen de la nada, es decir, se imponen desde sujetos sociales específicos, conviene mencionar, que las “representaciones simbólicas sirven para mantener estas relaciones sociales en estado de coexistencia y de cohesión.” (Lefebvre: 2013: 92) Las exhibe y las desplaza, y en consecuencia también las disimula simbólicamente, de tal manera que parezcan naturales. Lo que apunta a una estrategia más que destaca Thompson (1984), la *naturalización* de “tales creencias [formas de relaciones sociales de reproducción social] para hacerlas evidentes y aparentemente inevitables”. De ahí que se diga que una ideología pueda ser exitosa, pues “vuelven naturales y autoevidentes sus creencias –que las identifican con el ‘sentido común’ de una sociedad de modo que nadie puede imaginar cómo han podido ser alguna vez diferentes.” (Citado en Eagleton. 2005: 87)

Otro elemento, que permite ejemplificar esta cuestión, es el uso del automóvil, que es ampliamente considerado en el diseño de KidZania Cuicuilco, el único en todo el mundo que cuenta con su propio circuito automovilístico, y con ello representa el uso del automóvil como algo “natural” dentro de las prácticas espaciales de la ciudad. Esta es una de las razones por las que este centro es el de mayor tamaño.

De acuerdo a la página de internet de *El economista*: “El parque de Cuicuilco, en la capital mexicana, será tres veces más grande que el de Santa Fe (zona de corporativos del Poniente del Distrito Federal), pues tendrá 11,800 metros cuadrados de construcción y un área de 14 mil metros cuadrados.”²⁴

A partir de la Imagen 4 y 5, podemos distinguir que el circuito automovilístico (marcado con color rosa) es clave en la representación del espacio, pues es parte del diseño completo de la mini ciudad, ya que cuenta con puentes peatonales, desniveles, semáforos, señalamientos, etc. para un funcionamiento óptimo (e ideal) de los automóviles que circulan en ella. Nuevamente Lefebvre (1980) nos permite entender la relevancia de este elemento en nuestro análisis, ya que en “esta sociedad donde las cosas tienen más importancia que el hombre hay un objeto-rey, un objeto-piloto: el automóvil. Nuestra sociedad, llamada industrial o técnica, posee ese símbolo dotado de prestigio y de poder.” (Lefebvre. 1980: 17)

KidZania Cuicuilco es el único donde el espacio de la ciudad está diseñado para la circulación constante de automóviles y autobuses, diferenciando las avenidas por donde circulan los autos, de las calles donde transitan los peatones, siendo uno de los cinco aspectos fundamentales que se insertan en este proyecto de eduentretenimiento, como parte del desarrollo urbano: la vialidad, (los otros cuatro aspectos son el medio ambiente, la salud, la comunidad y el civismo, pero por los objetivos del presente trabajo, no serán considerados en el análisis) tema que, podemos decir, está muy vigente dadas las problemáticas que de ella se han derivado. En este sentido, (y al ser uno de los elementos que articulan esta representación de la ciudad), podríamos preguntarnos, ¿cuál es la relevancia ideológica del automóvil?

Para André Gorz (2001), habría que señalar dos puntos importantes para comprender la connotación ideológica de los automóviles. Por un lado la venta masiva del automóvil

²⁴ Para mayor información consultar la página: eleconomista.com.mx/industrias/2012/05/29/kidzania-abrira-su-parque-mas-grande-mundo

“materializa el triunfo de la ideología burguesa [sentido neutro o político] en el terreno de la práctica cotidiana: [porque] fundamenta y cultiva en cada individuo la creencia ilusoria de que cada cual puede prevalecer y destacar a *expensas de los demás*.” (Gorz. 2001: 25)

Y por otro lado porque ejemplifica lo contradictorio que puede ser un objeto de lujo al ser difundido masivamente, esto quiere decir, que por su propia difusión se desvaloriza en cuanto a su valor de uso (pensemos en el tráfico citadino), sin embargo “esta devaluación práctica no ha acarreado su devaluación ideológica: el mito del placer y de la ventaja del coche persiste aun cuando, si se generalizaran los transportes públicos, quedaría demostrada su aplastante superioridad.” (*ibid.* pág. 26)

El automóvil como símbolo (y signo), ahora cobra relevancia para nuestro análisis, pues establece “una relación de usuario y de consumidor- y no de poseedor y dueño- con el vehículo del que era propietario.” (*ibidem.* pag. 27) En otras palabras “iba a hacerse realidad el sueño de todo capitalista: todos los hombres iban a depender para sus necesidades cotidianas de una mercancía monopolizada por una sola industria.” (*idem*) De cierta manera, KidZania, en este sentido, también es el sueño materializado de los capitalistas, pues aquí la realidad se representa armoniosa, como “debería” ser, funcional, ejemplo a seguir, porque a partir de los discursos oficiales, (que tratan de perpetuar al capitalismo), los problemas existen porque los usuarios no cumplen con sus deberes, no porque el sistema tenga errores. Cuando en realidad esas problemáticas son claves para el mantenimiento del sistema, es decir, las contradicciones en las que se apoya el capitalismo para su producción y reproducción, son las que se presentan en el nivel de la apariencia, como problemáticas que se pretenden solucionar desde ese mismo nivel, cuando su verdadera solución sólo puede hallarse en el nivel esencial, el de la producción en su sentido más amplio.

Algo parecido afirma Lefebvre cuando menciona que:

“Ya en tiempo de Marx muchos se felicitaban del progreso alcanzado por la racionalidad (económica, social, política) y vislumbraban fácilmente el paso a una

“realidad” mejor. Marx respondía mostrando que lo que ellos tomaban por progreso no era sino el mero crecimiento de las fuerzas productivas, que en vez de solucionar los denominados problemas “sociales” y “políticos” los agravaba.” (2013: 138)

Ahora bien, ¿qué sucede en el caso de KidZania Cuicuilco? Retomemos la idea del consumo de signos y significaciones. Cuando los niños lo visitan, no sólo consumen “entretenimiento educativo” (que es lo que vende el discurso oficial), o también podríamos decir, no sólo consumen el espacio (en tanto que deben pagar para entrar al lugar), sino también la idea que se intenta proyectar de ese espacio, consumen una representación ideológica de la Ciudad de México.

Consumen las representaciones que hemos planteado a lo largo de este capítulo y, que implican toda esta serie de significaciones y signos, desde el juego de rol, donde se plantean las reglas del juego (y que podemos reconocer también como un elemento más dentro de las prácticas espaciales, donde también podemos ubicar el uso del automóvil), hasta la propia representación de la Ciudad de México, a partir de sus monumentos.

De ahí que, en palabras de Lefebvre:

“Los signos no son inocentes ni inofensivos: grupos y agentes sociales los lanzan o se apoderan de ellos. Hacen de ellos signos de exclusión o de inclusión en determinado grado de jerarquía expresada por signos que, de entrada, parecen decir otra cosa (la técnica, por ejemplo, en el caso privilegiado del automóvil).” (Lefebvre. 1980: 28)

Es por ello que, de acuerdo a José Marinas, (refiriéndose a los trabajos de Simmel), es pertinente señalar que el “objeto de consumo no es el bien [o servicio] que se compra, sino una red mayor de pautas culturales, de relatos y signos en la que los objetos se presentan y adquieren argumento, esto es, sentido.” (Marinas. 2000: 185) El sentido del consumo en KidZania Cuicuilco toma esta forma, se filtra en el bombardeo publicitario y finalmente, reproduce la ideología capitalista, incluyendo las relaciones sociales de reproducción social, siendo así un espacio ideológico.

En resumen, pudimos leer la cuestión ideológica de tres formas diferentes. Una primera forma la podemos reconocer en el nivel de la apariencia que se encuentra incluida en la propia manera en la que se nos presenta la realidad y que permea también al espacio, de dónde reconocemos que se hace indispensable un análisis más profundo para dar cuenta de las contradicciones que sustentan esa aparente libertad e igualdad, autointerés y propiedad privada que nos parecen tan normales, que hemos *naturalizado* pero sobre que son las bases ideológicas (porque precisamente ocultan particularmente esas contradicciones que favorecen a la clase dominante) en las que se mantiene el capitalismo. Este mismo nivel de la apariencia la adopta KidZania, pues en tanto que significa una representación del espacio, oculta y distorsiona éstas contradicciones sociales.

Una segunda forma de entender por qué decimos que el espacio es ideológico, y particularmente que KidZania es un espacio ideológico, responde a la reproducción de la propia ideología capitalista, que como ya hemos mencionado se sostiene en las cuatro bases ideológicas que se representan tanto en la esfera de la producción como en la de la circulación (relación capitalista-trabajador-consumidor).

Por último, una tercera forma que adopta lo ideológico, queda fijado en la manera en que es consumido KidZania, es decir, al considerar (como lo hemos hecho a lo largo de toda la investigación) que KidZania es una representación del espacio, no sólo se vende como un espacio producido, sino precisamente también como esa representación (ideológica) y, que por lo tanto, también significa consumir esa representación, cargada de significaciones ideológicas, nuevamente desde su acepción crítica, ya que mediante este consumo también se ocultan las contradicciones sociales, representadas en las relaciones sociales de producción y reproducción social, que a su vez, se muestran desiguales, injustas e impuestas en beneficio de la clase dominante.

Conclusiones

A partir de un acercamiento a la problemática teórica en torno al concepto de ideología, pudimos comprender diferentes acepciones en las que se enmarca, reconociendo tres formas básicas a lo largo de la historia desde el inicio de su estudio: una positiva (en principio entendida como ciencia, para después adscribirse a la definición -más generalizada- de conjunto de ideas, creencias y valores), otra neutra (cercana a la postura política) y una crítica.

Esta última, la noción crítica, entendida como una conciencia que distorsiona particularmente las contradicciones sociales en favor de la clase dominante, es la que nos permite comprender por qué KidZania Cuicuilco es un espacio ideológico (a partir de diferentes formas) ya que al representar el centro de la Ciudad de México, no muestra las desigualdades que se presentan en la realidad concreta. Por otro lado, pudimos identificar cuáles son las bases ideológicas del capitalismo (libertad, igualdad, autointerés, propiedad privada) que KidZania reproduce mediante la representación de las relaciones sociales de reproducción social, es decir, mediante la realización del juego que se plantea en su interior.

Desde el pensamiento de Lefebvre, establecimos que nuestro análisis parte de la geografía social, donde el espacio social es comprendido como el resultado de las relaciones sociales que producen y reproducen al capitalismo. Dicho de otra manera, es producto y producción social, esto quiere decir que es parte de la dinámica social. A partir de su producción (y reproducción), se reconoce la totalidad del espacio, donde “se convierte en el lugar de esa reproducción, incluido el espacio urbano, los espacios de ocios, los espacios denominados educativos, los de la cotidianidad, etc.” (Lefebvre. 1976: 34)

Entendido de esta manera, el espacio se encuentra íntimamente relacionado con los procesos sociales y su devenir histórico. Desde esta conceptualización, se distinguen tres tipos de espacio que se ven implicados simultáneamente unos con otros: el espacio percibido (prácticas espaciales), el

espacio concebido (representaciones del espacio) y el espacio imaginado (espacios de representación).

En este sentido pudimos entender que la ciudad moderna es la forma espacial por excelencia del capitalismo. Desde esta perspectiva, la ciudad capitalista es entendida como un *producto* social, en dos sentidos diferentes que se complementan. El primer sentido mencionado en el párrafo anterior (como producto social), y en el segundo sentido se entiende como un producto en términos económicos, es decir, en el capitalismo la ciudad se traduce como una mercancía. Se vende y se compra, concreta y abstractamente.

KidZania es un ejemplo de ello, que además, nos permite decir que al consumir la ciudad, también consumimos una idea de ésta, dicho en otras palabras, también consumimos representaciones en general, y representaciones del espacio en particular.

De aquí, que pudimos analizar por qué KidZania es una representación del espacio, o más específicamente, una representación de la Ciudad de México que reproduce la ideología capitalista, cómo la reproduce y por qué, a su vez, esta representación es ideológica. En resumen, pudimos comprender por qué KidZania puede ser considerado un espacio ideológico a partir de diferentes formas.

Otra manera en que también se puede considerar lo ideológico es el papel del Estado. Es importante hacer mención de éste en tanto que es una parte fundamental para que la ideología capitalista se reproduzca. A pesar de no haber profundizado en este aspecto, consideramos que resaltar su función en el neoliberalismo resulta relevante, pues a partir de sus políticas, las bases ideológicas expresadas con anterioridad se refuerzan al mantenerse en su nivel aparente.

En conclusión, KidZania Cuicuilco es una representación ideológica de la Ciudad de México, no sólo porque selecciona las zonas más afines al capital, sino porque las muestra de una manera distorsionada a la realidad social en la que vivimos, ya que en dicha representación no se incluyen las desigualdades sociales

que producen y reproducen al sistema capitalista (y que a su vez, el Estado neoliberal procura para su reproducción). Y al mismo tiempo, mediante esta representación (con todas sus implicaciones, incluyendo al juego) se reproduce la ideología capitalista.

De esta manera se les enseña a los niños que visitan el centro, cómo ser “buenos ciudadanos”, realizando su rol en la sociedad como “buenos trabajadores” y “buenos consumidores”, ocultando que a partir de estos roles, se generan las contradicciones sociales, y por tanto espaciales, con las que sobrevive el capitalismo. Reforzando la idea errónea, (la representación ideológica), de que no podríamos vivir en un mundo mejor que no sea el que vivimos actualmente.

Bibliografía

- Anderson, J. (1982) *La ideología en geografía. Una introducción*. En Gómez, J. (1982). *El pensamiento geográfico*, Madrid, Alianza editorial.
- Capel, H. (1988) *Filosofía y ciencia en la Geografía contemporánea*, tercera edición, Barcelona, Barcanova.
- Cowan, Susan. (2012) *KidZania. Travel guide 2012*, cuarta edición, elaborado por KidZania
- Eagleton. T. (2005) *Ideología*. Barcelona, Paidós.
- Echeverría, B. (2010) *Definición de la Cultura*, segunda edición, México, Fondo de Cultura Económico, Editorial Itaca.
- Freeden, M. (2013) *Ideología. Una breve introducción*, España, Universidad de Cantabria.
- Gilly, A. (2005). *El Príncipe enmascarado*. Prólogo en Roux, R. (2005). *El Príncipe mexicano*, México, Ediciones Era.
- Gorz, A., Bosquet, M. (2001) *Ecología y política*, España, El viejo topo
- Harvey, D. (1998) *La condición de la posmodernidad*, Argentina, Amorrortu Editores.
- Harvey, D. (2009) *Breve historia del neoliberalismo*, primera reimpresión, Madrid, Ediciones Akal.
- Lacoste, Y. (1977) *La geografía: un arma para la guerra*, Barcelona, Ediciones Anagrama.
- Larraín, J. (2014a) *El concepto de ideología. Vol. 1. Carlos Marx*. Sexta reimpresión, Santiago de Chile, Colección Escafandra.
- Larraín, J. (2014b) *El concepto de ideología. Vol 2. El marxismo posterior a Marx: Gramsci y Althusser*, Santiago de Chile, Colección Escafandra.
- Lefebvre. H. (1976) *Espacio y política*, Barcelona, Ediciones península.
- Lefebvre. H. (1978) *El derecho a la ciudad*, Cuarta edición, España, Ediciones península.

- Lefebvre, H. (1980) *Hacia el cibernantropo*, Barcelona, Gedisa.
- Lefebvre, H. (1983) *La presencia y la ausencia*, México, Fondo de Cultura Económico.
- Lefebvre, H. (2013) *La producción del espacio*, Prólogo de Martínez, I., Introducción y traducción de Martínez, E. España, Colección Entrelineas, Capitán Swing.
- Moraes, A. (2009) *Geografía crítica. La valorización del espacio*, México, Itaca.
- Ortega, J. (2000) *Los horizontes de la geografía*, Barcelona, Editorial Ariel.
- Santos, M. (1990) *Por una geografía nueva*, España, Espalsa Calpe.
- Smith, N. (2008) *La producción de la naturaleza. La producción del espacio*, México, UNAM.
- Villoro, L. (2007) *El concepto de ideología*, México. Fondo de Cultura Económico.

Referencias

Artículo de revista electrónica

- Marinas, J. (2000) "Simmel y la cultura del consumo" en *Revista Española de Investigación*. [En línea] Num. 89, pp.183-218
- Tufte, T. (2004) "Eduentretenimiento en la comunicación para el VIH/SIDA. Más allá del mercadeo, hacia el empoderamiento" (Trad. Tania Escamilla) en *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. [En línea] Investigación & Desarrollo, vol. 12, núm. 1, agosto, 2004, pp. 24-43 Universidad del Norte Barranquilla, Colombia

Sitios de internet

- Kidzania.com
- Cuicuilco.kidzania.com
- http://economia.terra.com.co/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201204171806_AGE_81100128
- <http://www.reforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?id=127675&v=1&po=4&urlredirect=http://www.reforma.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=127675&v=1&po=4>
- <http://www.eluniversalmas.com.mx/columnas/2013/08/103312.php>

<http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/09/17/kidzania-llega-egipto>

<http://saladeprensa.sre.gob.mx/index.php/es/comunicados-de-sala-de-prensa-global/4083-embamex-tur>

<http://www.algrano.mx/2015/01/rompen-paradigmas-y-abren-kidzania-yeda-en-arabia-saudita/>

http://cuicuilco.kidzania.com/es-mx/about_us/news

Conferencia única

Quinteros, G. *et al.* (2003) “El juego como un círculo mágico: en busca de su forma de ser” versión modificada de la ponencia para el diplomado de cultura infantil, Alas y Raíces a los niños, Conaculta, nov/dic. 2003.