

Racionalidad representacional de la política de competitividad de la ciudad de Medellín*

Fernando Prada Vesga**

<https://doi.org/10.15446/ede.v28n52.69116>

Resumen

La racionalidad del tipo representacional en las políticas públicas, es aquella donde determinadas representaciones sociales son establecidas por los alcaldes como nuevas realidades sociales y verdades sobre la competitividad de la ciudad de Medellín. Se trata de símbolos y sus significados, cuyas narrativas, opiniones evaluativas, lingüística cognitiva y autoridad cognitiva, elaboradas por los alcaldes, tienen la fuerza de hacerlos ver y creer en ellos.

Palabras clave: políticas, representaciones sociales, competitividad, ciudad.

JEL: A12, D78, F68, H10, H11, O20.

Representational Rationality in The Competitiveness Policy in the City of Medellín

Abstract

In public policies, a representational rationality is one in which certain social representations are established by mayors as new social realities and truths related to the competitiveness of the city of Medellín. It involves specific symbols and their meanings, whose narratives, evaluative opinions, cognitive linguistics and cognitive authority—all designed by mayors—render it visible and believable.

Keywords: policies, social representations, competitiveness, city.

JEL: A12, D78, F68, H10, H11, O20.

* **Artículo recibido:** 21 de noviembre de 2017/ **Aceptado:** 27 de febrero de 2018. El artículo es producto de la investigación titulada: "Nuevas realidades sociales y verdades normativas en las políticas de competitividad de Medellín. Décadas 1990 y 2000"; desarrollada como tesis de grado en el programa de Doctorado en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia (Medellín, Colombia). Realizada sin financiación.

** Candidato a Doctor en Ciencias Humanas y Sociales por la Universidad Nacional de Colombia (Medellín, Colombia) y Magíster en Estudios Urbano Regionales por la misma Universidad. Profesor asociado en dedicación exclusiva de la Universidad Nacional de Colombia (Medellín, Colombia). Miembro del grupo de investigación "Dinámicas Urbanas", registrado y clasificado por Colciencias. Últimas publicaciones: Los planes de ordenamiento territorial municipal en Antioquia. Estudio del ideario. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, 2013 y La organización espacial de la industria madura de Medellín: perspectiva desde la teoría neoinstitucional de la organización económica de las ciudades. Bogotá: Alfaomega - Ediciones Uniandes, 2016. Correo electrónico: fprada@unal.edu.co  <https://orcid.org/0000-0001-9845-3830>

Introducción

Desde la década de 1990 los alcaldes de Medellín, Colombia, han incluido en su plan de desarrollo políticas de inserción competitiva en la economía mundial. El centro cognitivo de las políticas públicas de competitividad de la ciudad lo constituyen los supuestos científicos sobre la productividad y competitividad de las empresas, de la teoría del diamante competitivo de la empresa y de la ventaja competitiva de las naciones del profesor Michel Porter de la Escuela de negocios de la Universidad de Harvard en Estados Unidos. Una parte del desarrollo posterior de las ideas de Porter ha sido realizado por organismos multilaterales, expertos consultores, empresarios y gobiernos nacionales. En este desarrollo se destaca el traslado de tales supuestos empresariales a supuestos y paradigmas de la competitividad y productividad de la ciudad y de políticas públicas.

Al respecto, la academia —crítica en países desarrollados y en vías de desarrollo— ha concluido que no existe todavía una noción y una teoría de la competitividad de la ciudad, bien delimitadas, conceptual y empíricamente; sus supuestos teóricos están más cargados de argumentos normativos y heurísticos que explicativos. Esta conclusión ha sido expuesta por Krugman (1994, 1996, 1997, 2003); Martin (2005); Porter (1991, 1998, 2001); Stonehouse y Snowdon (2007); y en Ketels (2006) y Kitson, Martin y Tayler (2004); Begg (1999, 2002), Bristow (2005), y Budd y Hirms (2004). En consecuencia, la constitución de la competitividad de la ciudad como nueva realidad social paradigmática, a través de las políticas públicas, es problemática, dado que está basada en fundamentos científicos incompletos.

De esto preocupa en esta investigación la creación de nuevas realidades sociales; como que las ciudades compiten, y nuevas verdades normativas sobre la competitividad de la ciudad, sus habitantes, empresas y empleos. La preocupación se funda conceptualmente en la tesis de Berger y Luckmann (1999) sobre la construcción social de la realidad mediante la creación, e instalación en los individuos, de universos y sistemas simbólicos; mediante un discurso, y la de Pierre Bourdieu (2000) sobre el poder simbólico del discurso científico, y un elemento común entre los autores: la constitución de ciertos sujetos y discursos dentro de la sociedad, como los creadores y administradores de realidades sociales y verdades.

En este artículo exploramos —a manera de hipótesis— cuáles son los dispositivos discursivos del texto de las políticas públicas de competitividad de Medellín, que le darían a ellas la posibilidad de llegar a ser realidades y verdades sociales nuevas. Se origina en nuestra convicción previa de que la densa y constante discursividad de los alcaldes por más de veinte años, sobre competitividad, crea condiciones de posibilidad de realidad social y verdad. La condición de realidad y verdad de una proposición y la posibilidad de que esta surja, es uno de los temas centrales de la filosofía y ontología, y es el centro de nuestra exploración.

Esta exploración se inscribe en una de las perspectivas críticas sobre la competitividad de la ciudad y sus políticas públicas, como es el análisis del discurso y narrativa de su

competitividad. Una crítica representativa es la siguiente. Bristow (2005) pregunta por qué el discurso de la competitividad de la ciudad, de estrecho y mal definido contenido, ha llegado a ser un argumento válido en las políticas de desarrollo económico local. La validez y hegemonía pueden venir de sus atractivos, por ejemplo, para los formuladores de políticas presenta un conjunto de ideas relativamente estructurado sobre el cual se puede trazar, legítimamente, la formulación de estrategias de gobierno. Para los empresarios, el clima de globalización y las nuevas formas de regulación han empoderado sus intereses, y aquí el discurso de la competitividad de la ciudad les entrega imágenes familiares con los ciclos de sus negocios y les ofrece algo de sofisticación, pero sin el esfuerzo de tener que captar algo complejo y nuevo. El lenguaje de la competitividad es un lenguaje de empresarios.

Lo anterior indica que la competitividad de la ciudad, más que simple expresión lingüística de poderosos intereses, es también retórica, pues logra persuadir sobre la legitimidad de iniciativas de políticas y cursos de acción particulares; por ejemplo, persuade sobre amenazas económicas externas que hacen que las políticas de cambio parezcan inevitables.

Metodología

En el método científico la producción de la hipótesis mediante el procedimiento deductivo es central en el camino de la producción de la teoría y leyes universales. Nuestra exploración se inscribe dentro del método hipotético-deductivo, y debido a la naturaleza semiótica y constructivista de nuestro objeto y objetivo, dicha exploración es de tipo hermenéutico. Se trata del análisis y comprensión del texto de las políticas públicas de competitividad (en adelante PPC) de la ciudad de Medellín en las décadas 1990, 2000 y 2010. El análisis es simultáneamente inductivo y deductivo, y se focaliza en los dispositivos lingüísticos del texto, los cuales crean la posibilidad de que aquellas se constituyan en nueva realidad social y verdad.

Consiste en explorar el texto de las PPC de Medellín que hace parte del Plan de Desarrollo del Municipio de los acaldes de las décadas 1990 y 2000, a través de las variables del análisis del discurso de varios enfoques. Se trata de cuatro estudios del texto de las PPC: semántica ideológica, representaciones sociales, lingüística cognitiva y autoridad cognitiva. Su objetivo es deducir hipotéticamente cuál ha sido el dispositivo discursivo utilizado para cargar con valor de nueva realidad social y verdad a la competitividad de la ciudad. Este conjunto de conceptos y sus variables reúne los siguientes criterios:

- 1) Representa la convicción previa sobre el objeto de estudio.
- 2) Da cuenta de la densidad y complejidad del discurso.
- 3) Tienen una base común y se vinculan entre sí.

La siguiente es una versión resumida de estas proposiciones y variables:

Narrativa

Margaret Somers (1994) plantea que mediante la narratividad llegamos a saber, entender y dar sentido al mundo social, y es a través de las narraciones y la narrativa como construimos nuestras identidades sociales, todos llegamos a ser lo que somos siendo ubicados o ubicándonos por nosotros mismos (usualmente en forma inconsciente) en narrativas sociales que rara vez elaboramos por nosotros mismos. Ewick y Silbey (1995) plantean que todas las narrativas tienen tres elementos básicos: a) apropiación selectiva de fuerzas y eventos pasados; b) sucesión temporal con un comienzo, una fase intermedia y un final; y c) graficación relacional de los eventos, de las fuerzas y la estructura que permiten extraer algunas lecciones causales y morales.

Según Jessop (1999, 2000) el discurso y narrativa de la competitividad de países y ciudades surge de una combinación de narrativas y meta-discursos económicos, políticos y sociales de diversos agentes públicos y privados que reinventan la economía y el Estado local. Ellas tratan sobre la reinención de un nuevo espacio económico competitivo: ciudades y regiones. Tienen la capacidad de reinterpretar y movilizar narrativas personales y compartidas entre agentes del Estado y agentes privados, afectados o beneficiados por el desarrollo del orden económico y político, y también movilizan e incluyen otros discursos afines, como cultura empresarial y asociación público-privada. Constituyen una red de interlocución; es decir permiten construir una red o configuración significativa de relaciones (Somers, 1994). Al final, la eficacia de las narrativas públicas está en lograr promover prácticas de gobierno y gubernalización o regularización social.

Semántica ideológica

Van Dijk (2000) plantea que el discurso político es un ejercicio de semántica ideológica de un grupo de individuos con interés en implantar en la sociedad su propia ideología; consistente en un sistema de creencias sociales que es funcional a sus intereses. El grupo de interés pretende que su ideología se constituya en la base axiomática de las creencias de la sociedad. Es decir, que la ideología le permita a los individuos y sociedades organizar sus creencias acerca de lo que sucede; calificarlo como bueno o malo, correcto o incorrecto, según ellos, y actuar en consecuencia. Para implantar y mantener en la sociedad su ideología, los grupos de interés elaboran discursos que ponen a circular en la sociedad.

Esta definición de ideología enfatiza la función cognitiva de las ideologías derivada de la psicología, de la siguiente forma: la cognición del individuo está constituida por el campo simbólico del pensamiento y las creencias del individuo, y con ellas el individuo crea y adopta sus propias representaciones sociales sobre las cosas externas. Aquí, las creencias del individuo son de dos tipos: 1) el conocimiento existente sobre las cosas externas; fáctico y probado por la evidencia y, por tanto, verdadero según criterios de verdad como, por ejemplo, la ciencia, y 2) las opiniones evaluativas elaboradas por el propio individuo que basadas en las tradiciones y el conocimiento de vida, le sirven al individuo para decir que es bueno o malo, correcto o incorrecto.

En últimas, a través del discurso, un grupo de interés pretende instalar en los otros individuos creencias sociales axiomáticas y “verdaderas” que deben ser compartidas por toda la sociedad, como son: significados sociales, conocimientos y opiniones evaluativas. Esto se hace mediante la descripción discursiva de un sistema de conocimientos y significados “verdaderos”.

Representaciones sociales

Berger y Luckmann (1999) plantean que los universos simbólicos son cuerpos con tradición teórica que abarcan a todas las zonas de significados diferentes y, por tanto, a la totalidad del orden simbólico establecido por ellos. Se organizan y funcionan como una matriz de todos los significados social y subjetivamente reales, creando todo un mundo. Tienen validez cognoscitiva y normativa —como conocimientos y valores— para las tareas cotidianas y los imperativos prácticos de los individuos. De este modo conducen las acciones habituales de los individuos cuya historicidad —en sus biografías— llevan a constituirlos en instituciones sociales o realidades innegables a los cuales debe enfrentarse; fuera de su control. En ese punto las instituciones sociales llegan a poseer realidad propia, constituyen nuevas realidades sociales objetivas. En síntesis, los símbolos y sus significados constituyen representaciones sociales del individuo sobre el mundo, tienen valor cognitivo y moral, y son precursores de más y nuevas realidades sociales.

Berger y Luckmann (1999) plantean que en toda sociedad existen individuos y grupos de individuos definidores de realidad social; crean y hacen mantenimiento conceptual del universo y orden simbólico, y buscan su objetivación hasta lograr la sedimentación intersubjetiva en el individuo. Para ello estos individuos hacen una reflexión teórica —subjetiva— sobre el orden simbólico y su objetivación social.

El poder de los símbolos

Pierre Bourdieu (2000) plantea que el discurso científico tiene poder simbólico de construir objetos y mundos objetivos o realidad mediante la enunciación, el poder de hacer ver y de hacer creer, y de conformar o transformar la visión del mundo. Su fuerza está en que imprime sentido y un efecto de movilización o desplazamiento, que es reconocido y legitimado por la creencia y legitimidad de las palabras y de quien las pronuncia. Esto sucede porque está cargado de significados y valor para los sujetos, de relaciones de fuerza o relaciones de poder, evoca las experiencias de los sujetos y da explicaciones globales a los individuos sobre el mundo de la vida. Aquí, el discurso cumple una función propiamente ideológica y dominante. El efecto propiamente ideológico es la imposición de sistemas de clasificación políticos del mundo de la vida, bajo la apariencia de taxonomías científicas.

Autoridad cognitiva

¿Quién autoriza y quién es autorizado para establecer creencias sociales verdaderas en un discurso con pretensiones sociales, y cuál es la fuente de su autoridad? Según Bourdieu (2000) los discursos científicos tienen efectos de poder que no dependen solo de la magia y

fuerza del lenguaje o palabras, sino de la dialéctica entre el lenguaje autorizado y autorizante y las disposiciones del grupo que le autoriza y se autoriza autorizándole.

Todo lenguaje que se hace escuchar por un grupo es un lenguaje autorizado, investido de la autoridad de ese grupo; el grupo que escucha autoriza lo que designa el lenguaje, al mismo tiempo que lo expresa. Los efectos son: 1) el reconocimiento y consenso social sobre el discurso autorizado como medio social de conocimiento (y de teoría del conocimiento) y de comunicación de nuevos órdenes y visiones sociales, 2) la constitución de grupos de individuos concernidos con el discurso científico, quienes ejercitan una dialéctica entre el lenguaje autorizado y autorizante y las disposiciones del grupo que le autoriza. Y, finalmente, 3) mantener el orden o subvertirlo; esto es debido a la creencia en la legitimidad de las palabras y del sujeto que las pronuncia.

Berger y Luckmann (1999) plantean que las definiciones sobre la realidad social son elaboradas y mantenidas por individuos y grupos de individuos concretos, que sirven como definidores de la realidad; ellos son producto de la especialización del conocimiento, y de la organización de grupos de individuos para administrar los cuerpos de conocimientos especializados. De aquí resultan los expertos, quienes reclaman idoneidad en las definiciones últimas de la realidad en cuanto tal; piden jurisdicción sobre la totalidad del conocimiento del tema específico, pretenden saber la significación definitiva de lo que todas las personas —la sociedad— saben y hacen. Los expertos otorgan sofisticación teórica y conceptual al diseño del orden simbólico de la realidad (y el sistema de signos).

En las políticas públicas, Turner (2001, 2011) plantea que el experto entrega a la burocracia conocimiento autorizado. Algunos expertos restringen su autoridad a los individuos u organizaciones que están conectados con el gran público, al cual pretenden convencer o imponerle mensajes y acciones (decisiones). En este caso la autoridad del experto se ejerce dentro del gobierno; la burocracia la utiliza para tomar decisiones discrecionales frente al público. La autoridad del experto no se discute en el ámbito del gran público, sino del gobierno. Al final, el entrenamiento que recibe la burocracia en los temas del experto, refuerza la autoridad del experto y, a la vez, autoriza o da autoridad a la burocracia sobre el tema.

Estudio de las políticas públicas de competitividad de la ciudad de Medellín

En esta sección exploramos los siguientes dispositivos o condiciones de posibilidad de realidad social y verdad de las PPC de Medellín: semántica ideológica, representaciones sociales, lingüística cognitiva y autoridad cognitiva. Los textos de la PPC que fueron estudiados se encuentran en los planes de desarrollo municipal del período 1992 a 2014. Se estudiaron la totalidad de los textos que exponen la política de competitividad que se encontraron en estos planes. En el cuadro 1 se muestran fragmentos de ellos.

Cuadro 1. Fragmentos del texto de las políticas de competitividad de Medellín.
Décadas: 1990, 2000 y 2010

Alcalde	Fragmentos
Luis Alfredo Ramos Botero, 1993-1994	<p>A partir de la integración en convivencia de los habitantes de Medellín, su proyección a la subregión del Valle Aburra, al departamento de Antioquia y a la Nación, la ciudad debe inscribirse en la tendencia global de apertura que concibe como una sola a la comunidad mundial.</p> <p>Propiciar imágenes reales de Medellín y del Valle de Aburrá como una subregión apta para la inversión productiva y como centro de reuniones y convenciones con características de destino turístico. Fomentar las relaciones internacionales que propenda por la asistencia técnica y financiera para estimular proyectos de desarrollo económico, en lo físico y en lo social, tanto en Medellín como en el Valle de Aburrá.</p> <p>Se trata de establecer las orientaciones fundamentales dentro de las cuales debe ser estimulada la participación del sector privado en las actividades de la Administración Pública.</p>
Sergio Naranjo, 1995-1997	<p>Hoy, el mundo vive dentro de un marco de globalización y de internacionalización de la economía. Esto significa que se produce para un solo mercado mundial, en el cual hay que entrar a competir y donde las fronteras nacionales se han debilitado sustancialmente, para dar origen a los bloques multinacionales.</p> <p>De aquí nace la ineludible necesidad de manejar una concepción de ciudad enfocada a la competitividad, la internacionalización, la modernización, todo lo cual requiere un soporte en el mejoramiento de la calidad de vida y un nuevo esquema de gobernabilidad, sustentado en la descentralización y el liderazgo compartido.</p> <p>Sobre esta base será posible impulsar la modernización económica de la ciudad, favoreciendo la productividad urbana, con miras a consolidar la ciudad como una urbe internacional, competitiva, pacífica y conviviente.</p>
Juan Gómez Martínez, 1998-2000	<p>Medellín sigue siendo una ciudad básicamente industrial, aunque desde finales de la década del cincuenta perdió su condición de principal sector manufacturero del país. La industria representa el 43% del PIB local del Área Metropolitana, los servicios el 39%, el comercio el 7% y "otros sectores", dentro de los cuales se incluyen la construcción, el 11%.</p> <p>Con la participación activa del sector privado, la administración municipal emprenderá un programa de promoción internacional de la ciudad como un sitio adecuado para invertir, vivir y hacer negocios.</p>

Alcalde	Fragmentos
Luis Pérez Gutiérrez, 2001-2003	<p>Mirando retrospectivamente lo acontecido en el sector industrial de la ciudad de Medellín, se puede apreciar que este ha venido perdiendo participación en el PIB local. La actividad industrial participó con 29% del PIB regional; esta cifra muestra un descenso fuerte, si se tiene en cuenta que en el año 1980 esta actividad participó con el 42.89%. Estos indicadores envían señales claras de la urgencia de cambiar de modelo.</p> <p>El desempleo promedio alcanza 21%, mientras que, en los estratos más desprotegidos, asciende a más de 60%. Hay déficit de cobertura de vivienda y salud. Persiste y se ahonda la deuda social que la ciudad tiene con la mujer, la juventud, la tercera edad y las minorías étnicas. El 42% de la población ha disminuido el consumo de alimentos por insuficiencia de ingresos.</p> <p>En el mundo contemporáneo las ciudades se sujetan cada vez más, en sus niveles y modos de vida, a las maneras de articularse a la economía global. La nueva frontera consiste en situar a la ciudad de Medellín en condiciones de afrontar la competitividad global.</p> <p>Un gobierno local promotor y facilitador, alude a su capacidad interna y a su autonomía externa, para negociar la articulación de la ciudad con las empresas e instituciones nacionales e internacionales.</p> <p>Tanto las nuevas empresas como las tradicionales se estudiarán bajo la óptica de CLÚSTER —conjunto de empresas e instituciones interconectadas alrededor de usos finales comunes para competir—, de tal manera que su desarrollo se dé, no solo al interior de la cadena productiva, sino también de sus sectores de apoyo, buscando con ello mejorar el tejido empresarial para proporcionarle la fortaleza que garantice su desarrollo balanceado, su permanencia en el largo plazo, y la generación de empleo, fin último de cualquier sistema de competitividad, lo que en última instancia garantiza la equidad y la cohesión social.</p>
Sergio Fajardo Valderrama, 2004-2007	<p>Medellín productiva, competitiva y solidaria hace referencia a la necesidad de recuperar el espíritu emprendedor y la capacidad de generar riqueza con el trabajo productivo, que es una impronta cultural de los antioqueños. Esto implica una organización productiva eficiente, dinámica y competitiva, que exija un cambio de actitud y de comportamiento para crear una sociedad innovadora, que favorezca el mejoramiento del nivel de vida de los ciudadanos, en el marco de la economía global.</p>
Alonso Salazar Jaramillo, 2008-2011	<p>El desarrollo económico en condiciones de globalización está soportado en procesos de investigación, desarrollo tecnológico e innovación, con los que se logra generar mayor valor agregado a los productos y servicios, al igual que crear nuevas empresas, que permitan crecimiento sostenido de la economía, empleo de calidad y estable, con seguridad social, en favor de la competitividad de la región. Empresarios locales y extranjeros e inversionistas, coinciden en los aspectos que en la actualidad hace de Medellín una ciudad atractiva para invertir: nos referimos a la disponibilidad de mano de obra calificada; disponibilidad y calidad de servicios públicos básicos; ubicación estratégica; tamaño del mercado; y altos niveles de calidad de vida. A los que se suman: una ciudad bien calificada por su transparencia y el buen manejo fiscal, una economía sólida y en expansión, y una base empresarial fortalecida a través de una estrategia de clúster estratégicos.</p>

Alcalde	Fragmentos
Aníbal Gaviria Correa, 2012-2015	<p>La tendencia hacia la globalización del sistema económico mundial representa oportunidades de propiciar mayor movilidad, acceso a bienes de capital, servicios, conocimiento, y expansión económicas; pero a su vez implica a la ciudad retos en materia de inserción como son: la articulación con la estrategia de desarrollo regional, la concreción de la ciudad como polo atractivo de inversión y ciudad de negocios, la definición de relaciones internacionales, cooperación internacional y atracción de turismo de negocios, salud y ciencia.</p> <p>Es necesario, por lo tanto, continuar posicionando a Medellín como una ciudad global articulada a la región, el resto del país y el mundo, en procesos que inserten a la ciudad en las dinámicas globales de negocios, cooperación y turismo, que contribuyen al desarrollo y crecimiento económico y el bienestar de sus habitantes.</p>

Fuente: elaboración propia, con base en Planes de Desarrollo. Medellín:1990-2012.

A continuación, se presentan hallazgos y conclusiones de los cuatro estudios:

Semántica ideológica

En esta perspectiva se observa que las políticas públicas de competitividad (en adelante PPC) de Medellín de las décadas estudiadas, se concentran en instalar y justificar campos simbólicos y creencias de los alcaldes, mediante la elaboración de narrativas y opiniones evaluativas sobre eventos económicos de Medellín presentes y futuros.

En primer lugar, las anteriores fueron ampliamente elaboradas en tono discursivo y persuasivo. En contraste, no incluyeron demostraciones previas y evidencias sobre ellas, y se presentan como enunciados evidentes, regla general y pensamiento lógico; porque se deducen de: teorías y prácticas sobre la economía mundial, comercio internacional, competitividad de las empresas y rankings internacionales de ciudades. Los alcaldes también mencionaron en las PPC teorías y conceptos de competitividad y acciones que ellos prescriben, sin llegar a una descripción o justificación.

Segundo, las opiniones evaluativas sobre el futuro económico de la ciudad en la economía mundial, y las teorías y conceptos citados por los alcaldes, se presentan como fórmula y solución de las PPC de Medellín.

En tercer lugar, en todo el período estudiado cada nuevo alcalde repite, desagrega y hace adiciones a la política de su antecesor. Esta situación revela una permanente activación y mantenimiento del discurso de la competitividad en la política pública y, además, una conducta doctrinaria por parte de sus formuladores a lo largo del período estudiado. Es decir: narrativas, opiniones evaluativas, teorías y conceptos y representaciones sociales son constituidas como doctrina. En el cuadro 2 se resume cronológicamente esta situación. Narrativas, opiniones evaluativas, teorías y conceptos encontrados en las PPC de Medellín están consignadas en el cuadro 3.

¿Cuáles son las condiciones de posibilidad de realidad social y verdad en las PPC de Medellín? La conclusión es que las narrativas y opiniones evaluativas portadoras de los campos simbólicos y creencias de los alcaldes, dan origen a representaciones sociales sobre la competitividad de la ciudad elaboradas por ellos. El hecho de que sean presentadas como proposiciones lógicas, evidentes y regla general, coadyuva a constituir las en nuevas realidad social y verdad.

Representaciones sociales

En las PPC de Medellín de las últimas dos décadas, las narrativas y opiniones evaluativas de los alcaldes se refieren a la ciudad como un ente económico; por tanto, racional, que hace cálculos y elecciones regidas por principios, fines y actividades propias de las empresas.

Desde las narrativas y opiniones evaluativas en las PPC de Medellín se crearon dos universos simbólicos: ciudad y gobierno de la ciudad. En el primero, las nuevas representaciones sociales son los siguientes símbolos con sus significados: emprendimiento, inversión, investigación, innovación, tecnología, aprendizaje y productividad, mercados, marketing, exportaciones, comercio internacional, y asociación público-privada.

Son conceptos, conocimientos y acciones propias de las empresas, los negocios, trabajadores y empleos, que son imperativos para crear y mejorar su productividad y competitividad. Es decir, se extrapoló hacia la ciudad conceptos propiamente empresariales, ejemplo: productividad. Estas nuevas representaciones sociales de la ciudad son presentadas en las políticas como imperativos para crear y mejorar su productividad y competitividad.

En el segundo universo, los símbolos y significados o representaciones sociales de Medellín son: liderazgo económico del gobierno de la ciudad, eficiencia, honestidad e internacionalización de la administración pública y su alianza con el sector privado.

¿Cuáles son las condiciones de posibilidad de realidad social y verdad de las representaciones sociales de las PPC de Medellín? Está en la eficacia social de las narrativas y opiniones evaluativas de los alcaldes sobre eventos económicos pasados, actuales y futuros de la ciudad. Tal eficacia consiste en que su narrativa y opinión evaluativa logra colocar a ciudadanos, sus empresas y empleos, dentro de la producción y comercio internacionales. Los ciudadanos llegarían a ver tal evento como realidad y escenario en el cual deben y pueden desplegar sus acciones y objetivos empresariales. Esto es debido a que las representaciones sociales, narrativas y opiniones evaluativas de los alcaldes tienen las siguientes capacidades o potencialidades:

1. Dar sentido y conocimiento práctico a los ciudadanos sobre nuevas formas de gestión de la empresa y negocios, y políticas públicas de productividad y competitividad.
2. Reafirmar e innovar identidades, valores y roles tradicionales de los habitantes de Medellín: emprendedores, productores y negociantes.

3. Conectar entre sí: gobierno de la ciudad, ciudadanos, empresarios, cooperación e inversión extranjera.

Las representaciones sociales encontradas en las PPC de Medellín están consignadas en el cuadro 4.

Lingüística cognitiva

La lingüística cognitiva afirma que los discursos científicos y políticos son conceptualizados por sus lectores y usuarios debido a las expresiones y estrategias lingüísticas que contienen. Según Geeraerts y Cuyckens (2007); Sanders y Spooren (2007), esto se basa en que —según la neuropsicología— el lector de un discurso reacciona ante él de forma natural, intentando hacer una representación mental de este, de tipo cognitivo, consistente en extraer y construir conocimiento desde el lenguaje del discurso que lee. El material lingüístico colocado por su productor resulta ser instrucciones para el lector en su tendencia natural a construir conocimiento.

Las variables a explorar son: accesibilidad lingüística y coherencia del texto de las PPC de Medellín. Los componentes de las variables son: sustantivos o nombres específicos y conocidos, léxico, sintagma y tópicos del tema. Ellos constituyen el material lingüístico.

Según el material, las primeras PPC (1993, 1995 y 1998) tienen accesibilidad baja y media debido al breve uso de sustantivos y léxico del tema de la competitividad, y la no conformación de un sintagma.

En la siguiente política —2001— la accesibilidad lingüística es alta debido a la constitución de un léxico y sintagma sobre la competitividad de la ciudad; producto de la entrada de nuevos tópicos del tema; por desagregación de este, repetición de tópicos de anteriores políticas, entrada de más sustantivos (nombres) específicos y conocidos sobre el tema. Luego en las tres últimas (2004, 2008 y 2012) la accesibilidad lingüística es media debido a la entrada de nuevos tópicos del tema mediante sustantivos y adjetivos en su mayoría indefinidos y no específicos, al lado de la repetición de tópicos, léxico y sintagma de las anteriores políticas (ver cuadro 5).

¿Cuáles son las condiciones de posibilidad de realidad social y verdad de las representaciones sociales de las PPC de Medellín? Podría darse una conexión epistémica y práctica de ciudadanos con las políticas de los alcaldes. Esta condición estaría favorecida por la conformación de un léxico y sintagma de las PPC.

Autoridad cognitiva

¿En qué consiste la autoridad cognitiva de las PPC de Medellín? En primer lugar, la Constitución Política y las leyes autorizan al alcalde para redactar el contenido del Plan de Desarrollo del municipio. De este modo tiene autoridad política y cognitiva para seleccionar e instalar la información y conocimientos sobre los distintos sectores de política como es el caso de la competitividad de la ciudad. Segundo, en Colombia, la autoridad cognitiva de los alcaldes

en materia de competitividad del municipio, proviene de usar como sustentación y guía a expertos en competitividad de empresas y ciudades, y en políticas públicas, con los cuales tiene contactos formalizados:

- El Gobierno nacional es autoridad y autor de políticas, mediciones y ranking de competitividad de los departamentos y ciudades.
- Los consultores expertos tienen autoridad entre la burocracia y sector privado gracias a sus libros, conferencias y estudios técnicos sobre la competitividad.
- Las comisiones intergubernamentales y las público-privadas donde está vinculado el alcalde de Medellín, cuya regulación les otorga a sus miembros autoridad cognitiva sobre las PPC de la ciudad.
- Los organismos multilaterales; cuyos informes, rankings internacionales de ciudades, documentos técnicos y directrices de políticas sobre la competitividad, tienen autoridad cognitiva entre el gobierno y sector privado.

En esta exploración hacemos foco en los sujetos que son la fuente más directa de autorización cognitiva de los alcaldes de Medellín, como las comisiones intergubernamentales y las público-privadas, de las cuales el alcalde es miembro. Las primeras fueron creadas para formular y aprobar planes de desarrollo para el área metropolitana de Medellín y el departamento de Antioquia. En las segundas, son miembros los empresarios y gremios económicos de la ciudad y el alcalde. Fueron creadas para formular agendas de trabajos coordinadas entre el gobierno y el sector privado, para mejorar la productividad y competitividad de la ciudad y sus empresas. (Nombres, miembros y planes de estas comisiones ver cuadro 6).

En los documentos de las comisiones intergubernamentales y las público-privadas se lee que el objetivo del trabajo conjunto ha sido crear una nueva institucionalidad de la cooperación público-público y público-privada. Esta es considerada requisito para dar coherencia y estabilidad a los diversos procesos políticos, económicos y sociales surgidos del Estado y de la sociedad organizada. Se trata de nuevos arreglos institucionales que soporten la integración de Medellín y sus sistemas productivos a los mercados internacionales. Su objetivo es intervenir esos sistemas, sus formas de producción y hacer negocios bajo nuevos principios y estrategias de innovación, coordinación y productividad. Ello originaría mejoras en el clima de negocios y la inversión extranjera en la ciudad.

En las comisiones, los alcaldes y empresarios comparten la autoridad para la presentación y discusión de proyectos. Los empresarios, además, son expertos que discuten las ideas y proyectos de los alcaldes y retroalimentan con sus propios proyectos. El propósito último de los dos actores es coordinar sus decisiones y acciones.

El resultado de tal interacción es que las políticas de los alcaldes para la competitividad de Medellín, podrían quedar autorizadas cognitivamente por los empresarios, al tiempo que los alcaldes entregaron autoridad cognitiva sobre las políticas públicas a los empresarios.

En las comisiones, gobierno y empresarios hicieron foco en los sistemas productivos; establecieron un ideario de sus acciones que agruparon en cinco grandes campos: desarrollo empresarial, ciencia, tecnología e innovación, desarrollo de talento humano, infraestructura y conectividad e internacionalización. Este ideario público-privado retroalimentó las narrativas, opiniones evaluativas y representaciones sociales de los alcaldes.

¿Cuáles es la condición de posibilidad de realidad social y verdad de las representaciones sociales de las PPC de Medellín? La posibilidad que tienen las representaciones sociales de quedar autorizadas cognitivamente por expertos, en este caso, empresarios, les da el potencial de convertirse en nueva realidad social y verdad.

Discusión de los estudios

El realismo de las PPC de Medellín

Putman (1988, 1991, 1994) planteó que la realidad solo es posible conocerla y hablar de ella desde nuestro interior, específicamente, desde teorías o esquemas conceptuales, que elegimos para hablarla o conocerla. De la realidad objetiva hablamos de los hechos que constituimos desde nuestro interior. Esto es así: cuando los individuos observan las cosas del mundo o la realidad, lo hacen a través de teorías, y con ellas se traduce la realidad en hechos que constituyen. Esta subjetividad conceptual es la reconducción subjetiva de teorías y nociones de otros individuos: es “el único realismo que nos interesa y nos sirve”.

Las teorías que elegimos para hacer realismo interno son un lenguaje; por tanto, hablar de realidad o de hechos que constituimos, solo puede hacerse después de adoptar un determinado modo de hablar. Con el lenguaje podemos decir cómo son las cosas o hechos externos, y al hacerlo estamos constituyendo hechos y descubriendo hechos constituidos por otros individuos. En síntesis, hablar de la realidad es hablar de hechos constituidos por nosotros con el lenguaje que utilizamos.

En cuanto a las PPC, la realidad objetiva o cosa del mundo que los alcaldes observan es: Medellín. El esquema conceptual y empírico que ellos aplican en su observación está compuesto por: eventos económicos pasados y actuales, teorías de la competitividad y directrices de organismos multilaterales de expertos y consultores, empresarios y gobierno nacional. El resultado es que los alcaldes hablan de una realidad objetiva, consistente en el imperativo de la ciudad de ser competitiva en el ámbito internacional. Lo hacen a través de las representaciones sociales que ellos han constituido como imperativos: innovación, productividad, internacionalización, emprendimiento, coordinación, alianzas y clima de negocios, entre otros.

El sustancialismo de las PPC de Medellín

El individuo constituye nuevos hechos o nuevos estados de las cosas existentes, mediante denotar un objeto y asignarle propiedades; estas asignaciones son la sustancia o sustrato del objeto. Entonces, este objeto surge como nueva entidad en el mundo. Los hechos

constituidos por el individuo resultan ser un pensamiento que es verdadero en tanto son estados de las cosas existentes. El mundo se define como establecido por la totalidad de los hechos constituidos, no de las cosas (Puntel, 2009). Los constituidos por el individuo son introducidos mediante el lenguaje en proposiciones del tipo sujeto-predicado.

Un objeto denotado por el individuo es un constructo conceptual sobre nuestra experiencia o vivencias con el entorno que nos rodea, que elaboramos para comprenderla. Consiste en categorizaciones, clasificaciones, símbolos y significados. Este constructo conceptual agrupa a nuestros conocimientos y experiencias con los de otros individuos a quienes adoptamos. Así, el objeto como constructo es la unidad de conocimiento del individuo sobre su interacción con el entorno.

En las PPC de Medellín se constituye un nuevo hecho por sustancialización ontológica como es la competitividad de la ciudad. Este fue sustancializado con propiedades como la internacionalización e innovación, constituidas en nuevos símbolos y significados. Este hecho sustancializado agrupa las teorías de la competitividad, directrices de los organismos multilaterales y de expertos y empresarios, con las narrativas y opiniones evaluativas de los alcaldes.

La verdad de las PPC de Medellín

Las representaciones sociales, y también las narrativas y opiniones evaluativas de los alcaldes, están elaboradas como verdades de los tipos semántica y lógica. En el primero, las verdades semánticas son fundamentalmente significados verdaderos. El significado verdadero de un predicado es aquel que sus palabras adquieren en el contexto. Su principio es “solo en el contexto de una oración significan algo las palabras” (Frege, 1980 [1884], p. 62, citado en Lorenz B. Puntel, 2009). Es decir, el valor semántico o significado que tienen el sujeto y el predicado únicamente es reconocido en tanto aporte o esté vinculado al significado contextual de la misma.

En el texto de las PPC, la intención de la proposición “la competitividad de la ciudad de Medellín” va más allá de crear nuevas propiedades, símbolos y significados, y es darles a ellos valor de verdad. Para esto, el procedimiento seguido por las PPC ha sido presentar el empresarismo y clima de negocios, entre otros, como algo evidente e ineludible de la economía mundial. Las proposiciones ser o es —evidente, ineludible— usadas en su texto, son los operadores de verdad de tales símbolos y significados.

Por su parte, en la verdad lógica, el criterio de verdad es la compatibilidad o coherencia de nuestras creencias y proposiciones con las de otros, o con un sistema general del conocimiento o teoría. Entonces, es aquella que sostiene relaciones lógicas con otras proposiciones. Entonces las proposiciones verdaderas son coherentes no con el mundo, sino con otras portadoras de verdad (Nicolás y Frápoli, 2012).

En el caso de las PPC de Medellín, los alcaldes elaboran e instalan representaciones sociales que son tomadas de las teorías de la competitividad, y las directrices de los organismos

multilaterales, expertos, empresarios y gobierno nacional sobre la competitividad de las ciudades. Para los alcaldes y lectores de las PPC esta sería una conexión lógica que carga de valor de verdad a las representaciones sociales.

Racionalidad representacional

Hipótesis

De la anterior exploración y discusión de los dispositivos discursivos se concluye que, sobre la competitividad de Medellín, ha surgido una racionalidad del tipo representacional en las políticas públicas de los alcaldes. Definida como aquella donde nuevas representaciones sociales con valor de realidad social y verdad, son establecidas por aquellos para reconducir la economía de la ciudad hacia la competitividad internacional.

La hipótesis es que los símbolos y significados de los alcaldes sobre la competitividad de Medellín, tienen la posibilidad de llegar a ser realidades sociales y verdades nuevas para habitantes y empresarios. El emprendimiento, investigación, innovación, aprendizaje, productividad, exportaciones, y asociación público-privada, constituyen realidades sociales y verdades nuevas.

La acción fundamental de la racionalidad representacional de la ciudad en las políticas públicas, es constituir nuevos símbolos y significados como hechos con valor de realidad social y verdad.

La condición de posibilidad

La condición de posibilidad de esta racionalidad representacional de crear nuevas realidades sociales y verdades sociales en la ciudad, es que los símbolos y significados o representaciones sociales de las PPC de Medellín, son una doctrina de instrucciones para sus habitantes. Esto consiste en que los símbolos y significados constituyen una guía inteligible para resolver los nuevos desafíos de productividad y competitividad de las empresas, negocios y empleos de sus habitantes, que llegaron en la década del noventa con la apertura económica del país y la expansión de los mercados internacionales (o globalización de la economía).

La fuerza de las representaciones sociales de las PPC de Medellín radica en ser una guía inteligible de acciones prácticas para enfrentar el desafío, oportunidades y nuevos modelos de gestión empresarial. Esta fuerza llevaría a que sus habitantes involucren las representaciones sociales de las políticas públicas en sus creencias, como nuevas instituciones sociales o realidad y verdad, y en últimas en sus prácticas cotidianas.

Esta condición de posibilidad de las representaciones sociales de ser doctrina de instrucciones para los ciudadanos de Medellín proviene de:

1. Familiaridad de las representaciones sociales creadas por las PPC con los habitantes y empresarios de la ciudad. Consiste en que los principios, conceptos y acciones que son imperativos para crear y mejorar la productividad y competitividad de la ciudad resultan ser familiares para sus habitantes; a sus empresas y empleos, debido a que provienen justamente de sus propias prácticas empresariales. Emprendimiento, productividad, negocios internacionales, entre otros temas de que tratan las políticas públicas, son también acciones propias de los individuos en sus empresas, negocios y empleos.
2. Inteligibilidad cognitiva de las PPC de Medellín. En las narrativas, opiniones evaluativas y representaciones sociales, los ciudadanos pueden encontrar y producir conocimientos e instrucciones prácticas para los imperativos de sus empresas, negocios y empleos. Esto crea la posibilidad de que los ciudadanos lleguen a considerarlas como instituciones sociales o realidades sociales y verdad.
3. Creencia de que las representaciones sociales de las PPC de Medellín son una cuestión social. Narrativas y opiniones evaluativas de estas tienen la fuerza para hacer creer que esas representaciones tienen sentido e importancia como cuestión social y no solo individual y gremial. Las representaciones sociales sobre: ciudad, habitantes, empleos, trabajadores, pequeños negocios, Pymes, nuevos empresarios, oportunidades y prosperidad, llevarían al ciudadano a involucrarse con la competitividad de Medellín y sus políticas públicas. Al final, llegaría a considerarlas realidades o instituciones sociales nuevas y verdaderas que merecen ser emprendidas.

Conclusiones

La exploración de las PPC de Medellín y la elaboración de una hipótesis de investigación, se han realizado mediante un análisis y comprensión hermenéuticos del texto de las PPC de las últimas décadas. El análisis se focalizó en las estrategias y material lingüístico de su texto, los cuales crean la posibilidad de que dichas políticas se constituyan en nuevas realidad social y verdad.

La exploración arrojó como resultado que las políticas públicas de Medellín han constituido un léxico y sintagma sobre la competitividad de la ciudad con base a narrativas, opiniones evaluativas, símbolos y significados, autorizados cognitivamente por los empresarios que actuaron como los expertos en la materia. El léxico y sintagma tienen la posibilidad de constituirse en nueva realidad social y verdad debido al hecho de ser familiar para los empresarios, inteligible para los ciudadanos y tener fines sociales.

Esta hipótesis de investigación producida, es una herramienta para continuar la investigación en el campo de los imaginarios y conductas, ya no de los formuladores de las políticas, sino de los ciudadanos. La idea de una racionalidad representacional de la ciudad, que según la hipótesis ha sido la guía de la formulación de las políticas públicas, presenta como objeto para la investigación futura, a las representaciones sociales de los alcaldes en el campo de los imaginarios y conductas de los ciudadanos.

Esta investigación futura continúa localizándose en el nicho del estado del arte denominado “Análisis del discurso y narrativa de la competitividad de la ciudad”. Pero, su foco en imaginarios y conductas de los ciudadanos arrojaría datos y conclusiones que también aportan a los otros dos nichos del estado del arte: teoría y economía política de la competitividad de la ciudad.

Cuadro 2. Activación y mantenimiento del discurso por alcalde. PPC de Medellín: 1993-2012

Alcalde	Entradas	Repetición
Luis A. Ramos (1993)	Entrada de conceptos y representaciones sociales.	
Sergio Naranjo (1995)	Entrada de opiniones evaluativas, nuevos tópicos, conceptos y representaciones sociales.	Repetición y desagregación de opiniones evaluativas, conceptos y representaciones sociales de políticas anteriores.
Juan Gómez (1998)	Entrada de narrativas. Entrada de nuevos tópicos y conceptos.	Repetición y desagregación de opiniones evaluativas, conceptos y representaciones sociales de políticas anteriores.
Luís Pérez (2001)	Entrada de nuevos tópicos, narrativas y conceptos.	Repetición y desagregación de opiniones evaluativas, conceptos y representaciones sociales de políticas anteriores.
Sergio Fajardo (2004)	Entrada de nuevos tópicos, narrativas y opiniones evaluativas.	Repetición y desagregación de narrativas, opiniones evaluativas, conceptos y representaciones sociales de las políticas anteriores.
Alonso Salazar (2008)	Entrada de nuevos tópicos y opiniones evaluativas.	Repetición y desagregación de opiniones evaluativas, conceptos y representaciones sociales de políticas anteriores.
Aníbal Gaviria (2012)		Repetición y desagregación de opiniones evaluativas, conceptos y representaciones sociales de políticas anteriores.

Fuente: elaboración propia, con base en los Planes de Desarrollo de Medellín: 1990-2012.

Cuadro 3. Narrativas, opiniones evaluativas y teorías de las PPC de Medellín. Décadas: 1990, 2000, 2010

Alcalde	Narrativa (de eventos económicos pasados y actuales de Medellín)	Opinión evaluativa (sobre el futuro económico de Medellín en la economía mundial)	Teoría y conceptos (citados en las PPC)
Luis Alfredo Ramos (1993)	<ul style="list-style-type: none"> No elaboró 	<ul style="list-style-type: none"> No emitió 	<ul style="list-style-type: none"> Apertura económica Ventaja comparativa Productividad Inversión Región
Sergio Naranjo (1995)	<ul style="list-style-type: none"> No elaboró 	<ul style="list-style-type: none"> Es ineludible Es necesario 	<ul style="list-style-type: none"> Economía mundial Exportaciones Productividad Externalidades Inversión privada Liderazgo Modelo de desarrollo
Juan Gómez (1998)	<ul style="list-style-type: none"> La calidad del empleo y la concentración del desempleo en los jóvenes 	<ul style="list-style-type: none"> Evidente cambio en la economía mundial Panorama más complejo Enfrentamiento a cambios Crisis socioeconómica en la ciudad Necesario actuar 	<ul style="list-style-type: none"> Economía mundial Sector y empresas Transformación tecnológica Ventaja comparativa de la ciudad Factores de localización económica Región
Luis Pérez (2001)	<ul style="list-style-type: none"> Industria como modelo tradicional de desarrollo de Medellín 	<ul style="list-style-type: none"> Hecho objetivo No hay otra forma de sobrevivir Oportunidad única Ventajas competitivas y oportunidades sobre otras ciudades 	<ul style="list-style-type: none"> Empresas de base tecnológica Industria del conocimiento Servicios empresariales modernos Distrito tecnológico Innovación Productividad Clúster Cadena productiva Clima de negocios Potencialidades endógenas Conectividad Red de ciudades Inversión extranjera directa Modelo de crecimiento sostenido

Alcalde	Narrativa (de eventos económicos pasados y actuales de Medellín)	Narrativa (de eventos económi- cos pasados y actua- les de Medellín)	Teoría y conceptos (citados en las PPC)
Sergio Fajardo (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • Tradicional estructura económica y social de Medellín • Integración de Medellín con el país y el mundo 	<ul style="list-style-type: none"> • Nueva realidad económica dominante frente a nosotros • Problemas y retos: hay insuficiencias y ausencias • Urgente y necesario actuar; consensos • Ser permeables a otras culturas y formas de pensar y hacer • Cambiar paradigmas arraigados 	<ul style="list-style-type: none"> • Descentralización industria • Cadena productiva • Innovación • Sectores estratégicos • Incubación nuevas empresas • Emprendimiento de los jóvenes • Tejido empresarial • Micro, pequeña y mediana empresa • Trabajo informal • Productividad • Mercados internacionales • Flujos globales • Integración comercial mundial • Mercadeo e imagen de la ciudad • Inversión extranjera directa • Cooperación internacional
Alonso Salazar (2008)	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento empresarial • Reconocimiento internacional de Medellín • Conectividad de la ciudad 	<ul style="list-style-type: none"> • Medellín es: atractivo y tiene ventajas competitivas • Instituciones públicas de calidad y buen manejo de recursos • Logros aún incipientes • Tenemos obstáculos y desincentivos • Aprovechar, mejorar concentrarnos, y fortalecer más 	<ul style="list-style-type: none"> • Valor agregado • Productividad laboral • Digital • Bilingüismo • Cultura del emprendimiento • Plan de negocios • Clúster • Cadena productiva • Micro, pequeña y mediana empresa • Empleo y sub-empleo • Educación para el trabajo

Alcalde	Narrativa (de eventos económicos pasados y actuales de Medellín)	Narrativa (de eventos económi- cos pasados y actua- les de Medellín)	Teoría y conceptos (citados en las PPC)
Anibal Gaviria (2012)	<ul style="list-style-type: none"> • Conexión de Medellín con el mundo por cuenta de su desarrollo empresarial y urbanístico, y cooperación e inversión extranjera directa en la ciudad 	<ul style="list-style-type: none"> • Tenemos avances • Somos líderes • Tenemos buena institucionalidad • Tenemos dificultades • Debemos ampliar y mejorar para diferenciarnos en el contexto internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Conectividad de la ciudad • Ciudad inteligente, TICs, y lo digital • Distrito económico, científico y tecnológico • Innovación • Logística de carga • Externalidades • Productividad • Valor agregado • Clúster • Tejido empresarial • Desarrollo empresarial • Desarrollo urbano • Clima de negocios • Marca ciudad e identidad mundial • Cooperación internacional • Economía social y barrial • Micro, pequeña y mediana empresa • Mercado laboral formal e informal

Fuente: elaboración propia, con base en Planes de Desarrollo de Medellín: 1990-2012.

Cuadro 4. Representaciones sociales de las PPC de Medellín. Décadas: 1990, 2000, 2010

Alcalde	Símbolos	Significados
Luis Alfredo Ramos (1993)	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad internacional • Ventajas comparativas • Inversión privada • Pequeña empresa • Habilidad de los medellinenses • Productividad 	<ul style="list-style-type: none"> • Medellín está cambiando • El Valle de Aburrá es bueno para la inversión productiva • El Valle de Aburrá es destino turístico • Nueva imagen mundial
Sergio Naranjo (1995)	<ul style="list-style-type: none"> • Internacional • Exportaciones • Consejería Económica y de Competitividad para Medellín • Plan Estratégico de Medellín y Área Metropolitana 2015 • Liderazgo compartido: gobierno, comunidad, sector privado 	<ul style="list-style-type: none"> • Medellín está cambiando • Medellín es líder • Cambia su imagen en el mundo • Medellín es competitiva • Es una economía moderna • Nuevo modelo de desarrollo

Alcalde	Símbolos	Significados
Juan Gómez (1998)	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad internacional • Economía mundial • Industrias • Ventajas comparativas • Exportaciones • Transformaciones tecnológicas • Plan Estratégico de Medellín y el Área Metropolitana 2015 	<ul style="list-style-type: none"> • Medellín es: competitiva • La mejor esquina de América • Sociedad integrada al mundo • Medellín es capaz • Medellín está cohesionada • En Medellín hay consenso
Luis Pérez (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Conectividad mundial • Redes mundiales • El conocimiento • Innovación • Servicios empresariales modernos • Nuevas tecnologías • Empresas de nuevas tecnologías • El clúster • Edificio Centro Internacional de Negocios de Medellín • La Consejería para la internacionalización de Medellín • Eventos internacionales • Alianzas público-privadas • Los jóvenes • El empleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Medellín se recupera • Nueva frontera para Medellín: competitividad global • Medellín es tecnológica • Medellín es distrito económico • Medellín es competitiva • Medellín ciudad sin fronteras • Medellín tiene clima favorable para los negocios • Medellín tiene liderazgo económico • Medellín en redes mundiales de ciudades
Sergio Fajardo (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • Otras culturas-países del mundo • Innovación • Inversión extranjera directa • Cooperación internacional • Capacidad de generación de riqueza • Espíritu emprendedor • Nuevos emprendedores • Los jóvenes 	<ul style="list-style-type: none"> • Medellín sociedad permeable a otras culturas-país (ciudad internacionalizada) • Cambia hacia una cultura comercial global • Es sociedad innovadora • Lugar propicio para hacer negocios internacionales • Medellín tiene nuevo modelo de comercio • Medellín es marca que genera confianza
Alonso Salazar (2008)	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimientos mundiales a Medellín • Eventos internacionales en Medellín • Clústeres de Medellín • Lugar de Medellín en los rankings mundiales • Las Pymes • Los jóvenes • Nuevos emprendimientos • Valor agregado por investigación, desarrollo e innovación 	<ul style="list-style-type: none"> • Medellín ciudad reconocida a nivel mundial • Ciudad competitiva frente a otras ciudades • Buena plataforma para hacer negocios • Tiene ciudadanos globales • Ciudad clúster empresarial • Generación de riqueza y calidad por valor agregado • Proviene de la investigación, desarrollo e innovación • Nueva vocación económica

Alcalde	Símbolos	Significados
Aníbal Gaviria (2012)	<ul style="list-style-type: none"> Diferenciación de Medellín en el contexto mundial Negocios internacionales Tecnologías de la información y lo digital Los clústeres de Medellín Premios internacionales a Medellín Centro de desarrollo empresarial en los barrios (CEDEZO) Emprendimientos empresariales en los barrios Alianzas público-privadas 	<ul style="list-style-type: none"> Medellín líder en Latinoamérica en relaciones y cooperación internacional Medellín reconocida por sus buenas prácticas Medellín ciudad inteligente (por TICs) Medellín distrito de ciencia, tecnología e innovación Medellín una alianza público-privada Medellín conectada e insertada en el mundo Medellín un escenario mundial

Fuente: elaboración propia, basado en los Planes de Desarrollo de Medellín: 1993-2012.

Cuadro 5. Accesibilidad lingüística de las PPC de Medellín. Décadas: 1990, 2000, 2010

Alcalde	Accesibilidad	Material lingüístico	Estrategias lingüísticas
Luis Alfredo Ramos (1993)	BAJA	<ul style="list-style-type: none"> Sustantivos y nombres definidos, específicos y conocidos Breve léxico del tema 	
Sergio Naranjo (1995)	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> Sustantivos y nombres definidos, específicos y conocidos Algunos sustantivos y nombres no definidos, no específicos y no conocidos Breve léxico del tema 	<ul style="list-style-type: none"> Entrada de nuevos tópicos del tema
Juan Gómez (1998)	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> Sustantivos y nombres definidos, específicos y conocidos Algunos sustantivos y nombres no definidos, no específicos y no conocidos Breve léxico del tema Breve sintagma del tema 	<ul style="list-style-type: none"> Entrada de nuevos tópicos del tema Repetición y desagregación de tópicos de las políticas anteriores
Luis Pérez (2001)	ALTA	<ul style="list-style-type: none"> Sustantivos y nombres definidos, específicos y conocidos Alto léxico del tema Alto sintagma del tema 	<ul style="list-style-type: none"> Alta entrada de nuevos tópicos del tema Repetición y desagregación de tópicos de las políticas anteriores
Sergio Fajardo (2004)	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> Sustantivos y nombres definidos, específicos y conocidos Algunos sustantivos y nombres no definidos, no específicos y no conocidos Alto léxico del tema Alto sintagma del tema 	<ul style="list-style-type: none"> Entrada de nuevos tópicos del tema Repetición y desagregación de tópicos de las políticas anteriores

Alcalde	Accesibilidad	Material lingüístico	Estrategias lingüísticas
Alonso Salazar (2008)	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Sustantivos y nombres definidos, específicos y conocidos • Algunos sustantivos y nombres no definidos, no específicos y no conocidos • Alto léxico del tema • Alto sintagma del tema 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos tópicos del tema • Repetición y desagregación de tópicos de las políticas anteriores
Anibal Gaviria (2012)	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Sustantivos y nombres definidos, específicos y conocidos • Algunos sustantivos y nombres no definidos, no específicos y no conocido • Alto léxico del tema • Alto sintagma del tema 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos tópicos del tema • Repetición y desagregación de tópicos de las políticas anteriores

Fuente: elaboración propia, con base en los Planes de Desarrollo de Medellín: 1993-2012.

Cuadro 6. Comisiones intergubernamentales y público-privadas donde el alcalde de Medellín es miembro

ALCALDE	Comisión	Objetivo producto	Autoridad, miembros
Luis A. Ramos, 1993-1995	No hubo		
Sergio Naranjo, 1995-1997	Consejo Rector de Plan Estratégico para Medellín y Área Metropolitana 2015 (Comisión público-privada)	Formular y aprobar: Plan estratégico para Medellín y Área Metropolitana 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Consejería presidencial para Antioquia • Programa Naciones Unidas para el desarrollo de alcaldías de municipios del Área Metropolitana • Consejo Municipal de Juventud • Empresas Públicas de Medellín • Gremios económicos sector privado • Periódico El Colombiano • Sociedad Colombiana de Arquitectos • Cooperativas • Universidades • Organizaciones no gubernamentales • Entidades culturales • Escuela Nacional Sindical • Federación Comunal Antioqueña

Juan Gómez, 1998-2000	Comité Asesor Regional de Comercio CARCE Exterior (Comisión público-privada)	Formular y aprobar: Plan estratégico exportador regional de Antioquia (PEER)	<ul style="list-style-type: none"> • Gobernación de Antioquia • Alcaldía de Medellín • Cámara de Comercio de Medellín • Proantioquia • Comité Intergremial de Antioquia
Luis Pérez, 2001-2003	Junta Metropolitana Valle de Aburrá (Comisión Intergubernamental)	Formular y aprobar: Plan integral de desarrollo Metropolitano del Valle de Aburrá: Proyecto Metrópoli 2002-2020	<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldes de los municipios: Barbosa, Bello, Caldas, Copacabana, Envigado, Girardota, Itagüí, La Estrella, Medellín y Sabaneta
Sergio Fajardo, 2004-2007	CARCE: Comité Asesor Regional de Comercio Exterior (Comisión público-privada)	Formular y aprobar: Plan Estratégico Exportador Regional de Antioquia, PEER	<ul style="list-style-type: none"> • Gobernación de Antioquia • Alcaldía de Medellín • Cámara de Comercio de Medellín Proantioquia • Comité Intergremial de Antioquia
Alonso Salazar, 2008-2011			
Aníbal Gaviria, 2012-2015	CRC: Comisión regional de competitividad (Comisión público-privada) y, Comisión Tripartita (Intergubernamental)	<ul style="list-style-type: none"> • Formular conjuntamente la CRC y la Tripartita • Agenda interna: Estrategia de competitividad para Medellín, el Valle de Aburrá y Antioquia (2006) • Agenda interna de productividad y competitividad de Antioquia (2004) • Agenda de innovación científica y tecnológica para Antioquia (2004) • Estrategia para la internacionalización de Medellín, Área Metropolitana del Valle Aburrá y Antioquia (2006) • Plan Regional de Competitividad de Antioquia (PRC) (2009) 	<ul style="list-style-type: none"> • Miembros de la CRC • Gobernación de Antioquia • Alcaldía de Medellín • Área Metropolitana del Valle de Aburrá • Representante de Asamblea Departamental • Representante del Concejo de Medellín • Cámara de Comercio de Medellín • Proantioquia • Comité Intergremial de Antioquia • Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia (CTA) • Consejo Asesor de Comercio Exterior de Antioquia (CARCE) • Confederación General del Trabajo (CGT) • Comité Universidad Empresa Estado: (TECNOVA) • Locería Colombiana S.A. • Grupo Mundial • Empresas Públicas de Medellín • Miembros de la Comisión Tripartita • Gobernación de Antioquia • Alcaldía de Medellín • Area Metropolitana del Valle de Aburrá

Fuente: documentos y Planes de las Comisiones.

Referencias

- Alcaldía de Medellín. (2012). *Plan de Desarrollo 2012-2015: Medellín un hogar para la vida, alcalde Aníbal Gaviria Correa*. Medellín: Municipio de Medellín.
- Alcaldía de Medellín. (2008). *Plan de Desarrollo 2008-2011: Medellín es solidaria y competitiva. Alcalde Alonso Salazar Jaramillo*. Medellín: Municipio de Medellín.
- Alcaldía de Medellín. (2004). *Plan de Desarrollo de Medellín 2004-2007: Medellín, compromiso de toda la ciudadanía, alcalde Sergio Fajardo Valderrama*. Medellín: Municipio de Medellín.
- Alcaldía de Medellín. (2001). *Plan de Desarrollo de Medellín 2001-2004: Medellín competitiva. Hacia una revolución de la cultura ciudadana, alcalde Luis Pérez Gutiérrez*. Medellín: Municipio de Medellín.
- Alcaldía de Medellín. (1998). *Plan de Desarrollo de Medellín 1998-2000: por una ciudad más humana, alcalde Juan Gómez Martínez*. Medellín: Municipio de Medellín.
- Alcaldía de Medellín. (1997). *Plan Estratégico para Medellín y su área Metropolitana para el 2015*. Medellín: Municipio de Medellín.
- Alcaldía de Medellín. (1995). *Plan de desarrollo de Medellín 1995-1997: En equipo con usted, alcalde Sergio Naranjo Pérez*. Medellín: Municipio de Medellín.
- Alcaldía de Medellín. (1993). *Plan de desarrollo de Medellín 1993-1994, alcalde Luís Alfredo Ramos Botero*. Medellín: Municipio de Medellín.
- Begg, I. (1999). Cities and Competitiveness. *Urban Studies*, 36(5-6), 795-809.
- Begg, I. (2002). *Urban Competitiveness: Policies for Dynamic Cities*. Bristol: The Policy Press, University of Bristol.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1999). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Bourdieu, P. (2000). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Bristow, G. (2005). Everyone's a "Winner": Problematizing the Discourse of Regional Competitiveness. *Journal of Economic Geography*, 5, 285-304.
- Budd, L. y Hirms, A. K. (2004). Conceptual Framework for Regional Competitiveness. *Regional Studies*, 38(9), 1015-1028.
- Cámara de Comercio de Medellín y Consejo Asesor de Comercio Exterior (CARCE). (2004). *Plan Estratégico Exportador Regional de Antioquia (PEER)*. Medellín: Cámara de Comercio.
- Cámara de Comercio de Medellín y Consejo Asesor de Comercio Exterior (CARCE). (2008). *Plan Estratégico Exportador Regional de Antioquia (PEER)*. Medellín: Cámara de Comercio.
- Comisión Regional de Competitividad y Comisión Tripartita. (2004). *Agenda de innovación científica y tecnológica para Antioquia*. Medellín: Gobernación de Antioquia - Alcaldía de Medellín - Área Metropolitana del Valle de Aburrá - Cámara de Comercio de Medellín, Proantioquia - Comité Intergremial de Antioquia.

- Comisión Regional de Competitividad y Comisión Tripartita. (2004). *Agenda interna de productividad y competitividad de Antioquia*. Medellín: Gobernación de Antioquia, Alcaldía de Medellín - Área Metropolitana del Valle de Aburrá - Cámara de Comercio de Medellín - Proantioquia - Comité Intergremial de Antioquia.
- Comisión Regional de Competitividad y Comisión Tripartita. (2006). *Agenda interna. Estrategia de competitividad para Medellín, el Valle de Aburrá y Antioquia*. Medellín: Gobernación de Antioquia - Alcaldía de Medellín - Área Metropolitana del Valle de Aburrá, Cámara de Comercio de Medellín - Proantioquia - Comité Intergremial de Antioquia.
- Comisión Regional de Competitividad y Comisión Tripartita. (2006). *Estrategia para la internacionalización de Medellín, el Área Metropolitana del Valle Aburrá y Antioquia*. Medellín: Gobernación de Antioquia - Alcaldía de Medellín - Área Metropolitana del Valle de Aburrá - Cámara de Comercio de Medellín - Proantioquia - Comité Intergremial de Antioquia.
- Consejo Asesor de Comercio Exterior (CARCE), Comisión Regional de Competitividad y Comisión Tripartita. (2009). *Plan Regional de Competitividad Regional de Antioquia*. Medellín: Gobernación de Antioquia - Alcaldía de Medellín - Área Metropolitana del Valle de Aburrá - Cámara de Comercio de Medellín - Proantioquia - Comité Intergremial de Antioquia.
- Ewick, P. y Silbey, S. (1995). Subversive Stories and Hegemonic Tales: Towards a Sociology of Narrative. *Law & Society Review*, 29(2), 197-226.
- Frege, G. (1980 [1884]). *The Foundations of Arithmetic*. Trans. J. L. Austin. Second Revised Edition. Evanston: Northwestern University Press.
- Geeraerts, D. y Hubert C. (2007). Introducing Cognitive Linguistics. En D. Geeraerts y H. Cuyckens (Eds.), *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Nueva York: Oxford University Press.
- Jessop, B. (1999). *Crisis del Estado del Bienestar. Hacia una teoría nueva del Estado y sus consecuencias sociales*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Jessop, B. (2000). Globalisation, entrepreneurial cities, and the social economy. En P. Hamel, M. Lustiger-Thaler y M. Mayer (Eds.), *Urban Movements in a Globalising World*, (pp. 81-100). London: Routledge.
- Junta Metropolitana del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. (2002). *Plan Integral de Desarrollo Metropolitano del Valle de Aburrá: Proyecto Metrópoli 2002-2020*. Medellín - Área Metropolitana del Valle de Aburrá.
- Ketels, C. H. M. (2006). Michael Porter's Competitiveness Framework. Recent Learnings and New Research Priorities. *Journal Industry, Competition and Trade*, 6(2), 115-136.
- Kitson, M., Martin, R. L. y Tyler, P. (2004). Regional Competitiveness: An elusive yet key concept? *Regional Studies*, 38(9), 991-999.
- Krugman, P. (2003). *Growth on the Periphery: Second Wind for Industrial Regions?* Glasgow: The Allander Series - Fraser Allander Institute.
- Krugman, P. (1997). *Internacionalismo Moderno. La economía internacional y las mentiras de la competitividad*. Madrid: Editorial Grijalbo Mondadori.

- Krugman, P. (1996). Making Sense of Competitiveness Debate. *International competitiveness. Review of Economic Policy*, 12(3), 17-25.
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Affairs* 73(2), 23-26.
- Martin, R. (2005). *Thinking about Regional Competitiveness: Critical Issues*. Cambridge: University of Cambridge.
- Nicolás, J. A. y Frápolli, M. J. (Ed.). (2012). *Teorías contemporáneas de la verdad*. Madrid: Editorial Tecnos (Grupo Amaya).
- Porter, M. (1998). Clústers and The New Economics of Competitiveness. *Harvard Business Review*, 76(6), 77-90.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Editorial Vergara.
- Porter, M. (2001). Regions and the New Economics of Competition. En Allen J. Scott. (Ed.), *Global City Regions* (pp. 139-157). Nueva York: Oxford University Press.
- Puntel, L. B. (2009). Verdad como concepto semántico-ontológico. En J. A. Nicolás y M. J. Frápolli (Eds.), *Teorías contemporáneas de la verdad* (pp. 249-290). Madrid: Editorial Tecnos (Grupo Amaya).
- Putman, H. (1991). *El significado y las ciencias morales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Putman, H. (1988). *Razón, verdad e historia*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Putman, H. (1994). *Las mil caras del realismo*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Sanders, T. y Spooren, W. (2007). Discourse and Text Structure. En Geeraerts, Dirk and Hubert Cuyckens (Eds.), *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Nueva York: Oxford University Press.
- Somers, M. (1994). The Narrative Constitution of Identity: A relational and Network Approach. *Theory and Society* 23(5), 605-649.
- Stonehouse, G. y Snowdon, B. (2007). Competitive Advantage Revisited: Michael Porter on Strategy and Competitiveness. *Journal of Management Inquiry*, 16(3), 256-273.
- Turner, S. (2011). Double Heuristics and Collective Knowledge: The Case of Expertise. *Studies in emergent order*, 5, 64-85.
- Turner, S. (2001). What is the Problem with Experts? *Social Studies of Science*, 31(1), 123-149.
- Van Dijk, T. (2000). *Ideología. Una aproximación interdisciplinaria*. Barcelona: Editorial Gedisa.

