

Elitismo lingüístico

escrito por Antonia Restrepo

“Las grandes ciudades atraen a personas ambiciosas. Puedes sentirlo cuando caminas por una. De cien maneras sutiles, la ciudad te envía un mensaje: podrías hacer más; deberías esforzarte más.

Lo sorprendente es lo diferentes que pueden ser estos mensajes. Nueva York te dice, sobre todo, que deberías ganar más dinero. También hay otros mensajes, por supuesto. Deberías estar más a la moda. Deberías ser más guapo. Pero el mensaje más claro es que deberías ser más rico. Lo que me gusta de Boston (o más bien de Cambridge) es que el mensaje es: deberías ser más inteligente. Deberías ponerte a leer todos esos libros que has querido leer.

Cuando se pregunta qué mensaje envía una ciudad, a veces se obtienen respuestas sorprendentes.” (Paul Graham, 2008)

Creo que la conversación en Medellín está desconectada del mensaje que envía cómo ciudad. El mensaje que envía Medellín no tiene nada que ver con el GEA, ni con Daniel Quintero, ni con Proantioquia. Nos quedamos enfrascados en conversaciones insulsas y herméticas sin entender que el mensaje que envía Medellín va mucho más allá de estas narrativas.

Empezando por la forma como describimos la crisis actual: se habla del “agotamiento del modelo Medellín y de la necesidad de un nuevo modelo de gobernanza”, el uso del lenguaje es elitista. El elitismo lingüístico es una teoría que sostiene que el uso del lenguaje puede ser también una forma de discriminación. Yo creo que así lo ha sido. Para entender el concepto “modelo de gobernanza”, hace falta haber ido mínimamente a una conferencia sobre el tema en EAFIT.

No desconozco que del último gran diálogo que tuvimos como ciudad surgió el fortalecimiento de organizaciones sociales, una mayor participación de los empresarios en el sector público y social, y una academia comprometida en aportar conocimiento aplicado al progreso de la ciudad, sin embargo, no creo que la forma de recrearlo para ser

conscientes de la ventaja que tiene Medellín cómo ciudad sea haciendo lo mismo.

Mi invitación (y en parte autocrítica), es a que recurramos a la simplicidad del lenguaje: el resurgimiento de una conversación colectiva y diversa sobre un futuro de ciudad implica hablar simple. Empecemos por una pregunta: ¿Cuál es el mensaje que envía Medellín cómo ciudad?

En palabras de Graham, una ciudad habla por accidente. No es algo que tengas que buscar, sino algo que no puedes apagar. ¿Es la ambición? ¿Mayor densidad de capital social? ¿verraquera?

Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras poniéndola en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás. Hablando de ciudades o regiones, la ventaja competitiva se crea y se mantiene a través de un proceso localizado. Las diferencias en los valores regionales, la cultura, las estructuras económicas, las instituciones y la historia contribuyen al éxito competitivo. Ninguna ciudad/región puede ser competitiva en todos los sectores, por eso ser conscientes y explícitos sobre cuál es el mensaje que envía Medellín, explica lo que lograremos cómo ciudad.

*Ensayo de Paul Graham: <http://www.paulgraham.com/cities.html>.
Michael Porter sobre la Ventaja Competitiva de las Naciones: <https://bit.ly/3hm92FG>